



BIO UND REGIONALITÄT

Wedl Food Report 2019



ECKDATEN

Quantitative Studie

Befragungszeitraum: März & April 2019
Flächendeckende Befragung in Österreich

500 Online-Interviews mit Endkonsumenten ab 18 Jahren, die mindestens einmal pro Woche auswärts essen.

150 Interviews aus der Gastronomie und Hotellerie mit Geschäftsführern, Chef-Köchen oder Restaurantleitern von gutbürgerlichen und gehobenen Betrieben in Österreich.

Alle Ergebnisse sind in Prozent angegeben.

Im Nachfolgenden gilt die Bezeichnung „Österreicher“ sowohl für die weiblichen als auch männlichen Bewohner Österreichs.

Beachten Sie folgende Symbole



Bio-Produkte



Endkonsument



Regionale Produkte



Gastronomie & Hotellerie



„Wir verwenden regionale und Bio-Produkte, weil unsere Gäste uns vertrauen, dass wir Ihnen Gerichte aus hochwertigen Zutaten servieren.“

- Didi Maier, Koch und Unternehmer





REGIONALITÄT ALS QUALITÄTSKRITERIUM

Sowohl Bio also auch Regionalität haben einen großen Stellenwert in der Gastronomie. Auch für die Gäste ist ihre Bedeutung in den letzten Jahren deutlich gestiegen. Sie sind sensibilisiert und legen besonderen Wert darauf. Interessant dabei ist, dass die Gastronomen die Nachfrage ihrer Gäste nach regionalen Produkten höher einschätzen als nach Bio-Produkten.

Für die Gastronomiebetriebe sind neben Frische und Qualität vor allem regionale Produkte ein unerlässliches Kriterium. Das spiegelt sich auf den Tellern wider: 87% der Gastronomen geben an, dass die zubereiteten Gerichte ausschließlich regionale Produkte enthalten. Im Fall von Bio-Produkten sind es ein Drittel. Beim Abendessen legen die Gäste – laut Einschätzung der Küchenchefs – am meisten Wert auf biologische und regionale Produkte. Auch hier ist Regionalität deutlich wichtiger als Bio-Qualität. Die Studie belegt zudem, dass für Gastronomen im Westen Regionalität und Herkunft eine größere Rolle spielen als im Rest Österreichs.*

Für Gastronomiebetriebe wirkt sich der Trend zu Bio und Regionalität in größerem Interesse und damit einhergehenden höheren Umsatz aus. Zudem arbeiten die Gastronomen verstärkt mit regionalen Produzenten und Lieferanten zusammen.

*signifikante Korrelation zwischen Einschätzung der Gastronomen und Region





DER ÖSTERREICHER KENNT SICH AUS

Bio und Regionalität sind dem Österreicher bewusst, er achtet darauf, kauft diese Produkte und verwendet sie als Entscheidungsgrundlage.

Die Definition von Bio ist in der Gesellschaft angekommen. Eigenschaften wie gentechnikfrei, naturbelassen und unbelastet, werden dem Begriff zugeordnet. Regionale Produkte zu definieren ist allgemein schwierig. Sind es nun Obst und Gemüse aus der unmittelbaren Region oder Waren, die derzeit in einer bestimmten Region saisonal bedingt tatsächlich wachsen? Österreichs Endkonsumenten definieren Regionalität als Produkte aus dem lokalen Umfeld, zumindest aus Österreich, vom Bauern mit kurzen Transportwegen.

Der Endkonsument achtet vor allem bei Frische-Produkten auf Bio- oder regionale Qualität. Das spiegelt sich auch beim durchschnittlichen Einkauf wider. Wobei hier vor allem auf Frische, Qualität, Preis und Regionalität Wert gelegt wird. Dabei kaufen Österreicher gerne beim regionalen Nahversorger des Vertrauens, lokalen Metzger, am Bauernmarkt oder im Bio-Supermarkt ein.

Bio und Regionalität beeinflussen auch die Wahl des Restaurants. Insgesamt spielen regionale Waren eine wichtigere Rolle bei der Restaurantwahl als die Verwendung von Bio-Produkten. Hier kommt es vor allem auf die völlige Transparenz über Herkunft und Zusammensetzung der Gerichte auf der Speisekarte oder durch das Service-Personal an.





WENN SIE AN DIE BEGRIFFE BIO-UND REGIONALE PRODUKTE DENKEN, WAS FÄLLT IHNEN SPONTAN DAZU EIN, WOMIT VERBINDEN SIE DIESE BEGRIFFE?



Bio-Produkte



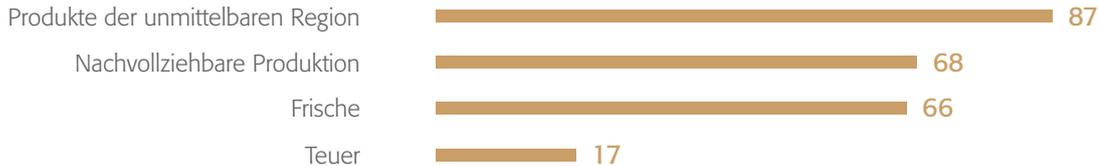
Was ist Bio?

Mit dem Begriff Bio verbinden Österreicher spontan eine Produktion ohne Spritzmittel bzw. Chemie (29%) sowie eine artgerechte Tierhaltung (15%). 13% der Befragten glauben zudem, dass Bio besser für die Gesundheit ist.

Auch die gestützte Abfrage zeigt: Österreicher assoziieren Bio-Produkte mit den Begriffen gentechnikfrei (67%), naturbelassen (64%), unbelastet (62%) sowie nachhaltig (58%). Knapp die Hälfte (48%) empfinden Bio-Produkte als teuer.



Regionale Produkte



Was ist Regional?

Spontan gefragt, definieren die Befragten regionale Erzeugnisse als Produkte aus dem lokalen Umfeld (22%), aus Österreich (15%), aus der Region (13%) oder ohne lange Transportwege (12%).

Auch die gestützte Abfrage zeigt, dass mit Regionalität Produkte aus der unmittelbaren Region (87%), nachvollziehbare Produktion (68%) und Frische (66%) verbunden wird.

FAZIT

Österreichs Endkonsument unterscheidet bewusst zwischen Bio und Regionalität und schreibt den beiden Begriffen bestimmte Eigenschaften zu. Interessanterweise werden Bio-Produkte als teuer empfunden (48% vs. 17%).

Regionaler Ware werden eher die Eigenschaften Frische und Nachvollziehbarkeit zugeschrieben.

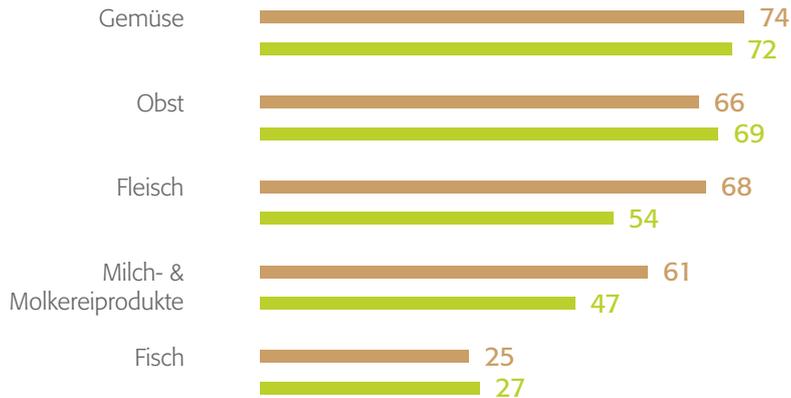




BEI WELCHEN PRODUKTGRUPPEN ACHTEN SIE BESONDERS AUF BIO BZW. REGIONALITÄT?

Bio- und regionale Qualität zählt

Österreicher achten besonders bei Gemüse, Obst, Fleisch und Molkereiprodukten sowohl auf Bio als auch auf Regionalität. Ein Viertel der Befragten legt bei Fisch Wert auf Bio- und regionale Qualität. Bei Milch- und Molkereiprodukten punktet vor allem Regionalität.



Regionale Produkte



Bio-Produkte

SCHON GEWUSST?

Das Handelshaus WEDL bezieht Obst und Gemüse von Bauern aus der Region. Saisonal abhängig, stammen rund 80 - 90% der Salate aus heimischen Anbau.

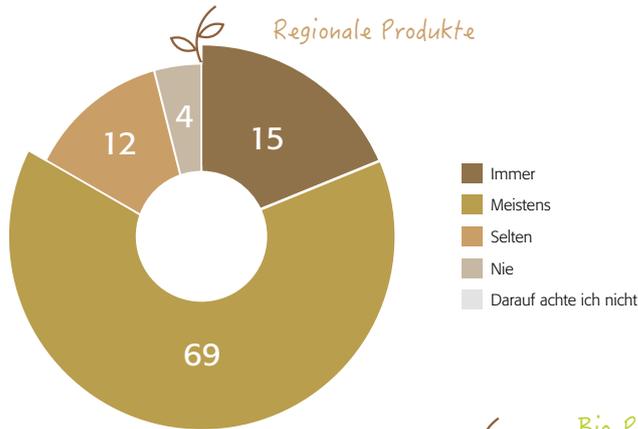
Fisch und Fleisch mit regionaler und Bio-Qualität sind ganzjährig verfügbar.

Zudem bieten alle C+C Märkte Molkereiprodukte wie Milch, Käse oder Joghurt aus der jeweiligen Region an.





WENN SIE AN EINEN DURCHSCHNITTlichen EINKAUF DENKEN, WIE OFT SIND BIO- ODER REGIONALE PRODUKTE DABEI?



Regionale Produkte im Einkaufswagen

84% der Österreicher kaufen immer oder meistens regionale Produkte, bei 56% trifft das auf Bio-Produkte zu. Nur 4% (Regionalität) bzw. 9% (Bio) der Österreicher geben an, nie oder überhaupt nicht darauf zu achten.



SCHON GEWUSST?

Umso wichtiger ist die Kennzeichnung von Bio-Produkten und regionaler Ware. Im stationären Handel machen Boden- und Regalbeschriftungen, Sticker oder andere Hinweise am Point of Sale sofort auf Bio- und regionale Produkte aufmerksam. Im Online-Shop erleichtern Such- und Filterfunktionen die Bestellung.

Beachten Sie daher diese Symbole im Handelshaus Wedl:





WELCHE DER FOLGENDEN AUSSAGEN TREFFEN AUF SIE ZU?

Ich kaufe direkt beim Fleischhauer/Metzger	38
Ich kaufe häufig am Wochenmarkt von lokalen Anbietern	37
In meinem Stamm-Supermarkt entscheide ich mich bewusst für das Bio-Produkt	36
Ich wähle Supermärkte oft bewusst nach ihrem Bio-Angebot aus	25

Bio & Regionalität - ein Einkaufserlebnis

Rund 4 von 10 Österreicher geben an, Fleisch direkt vom Fleischhauer/Metzger zu beziehen, häufig am (Bauern-)Markt von lokalen Anbietern einzukaufen, sowie sich im Stamm-Supermarkt bewusst für Bio-Produkte zu entscheiden. Ein Viertel der Befragten wählt bewusst einen Supermarkt nach seinem Bio-Angebot aus.



SCHON GEWUSST?

Ob der Metzger hinter der Theke oder der Bauer an seinem Stand, der persönliche Kontakt, die kleinen Zubereitungstipps oder die Anekdoten zur Ernte machen den Einkauf zu einem Erlebnis.

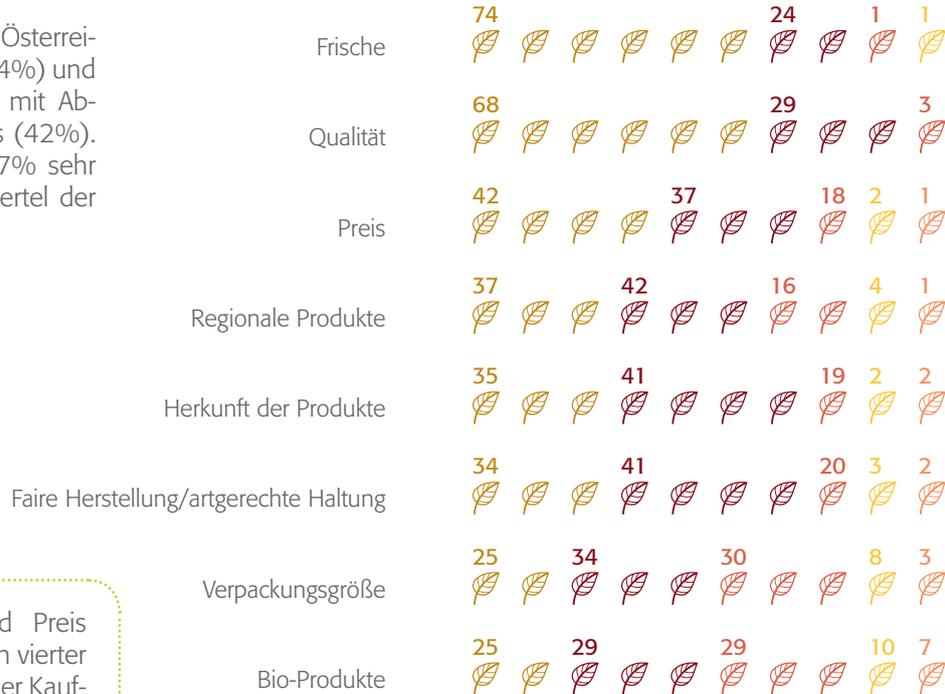
Auch das Handelshaus WEDL gestaltet den Besuch seiner Märkte mit individuellen Beratungen, Verkostungen und Produktpräsentationen zu einem besonderen Ereignis.

WIE WICHTIG SIND IHNEN DIE FOLGENDEN KRITERIEN BEIM PRIVATEN EINKAUF?



Darauf achten Österreicher besonders

Beim privaten Einkauf achten Österreicher am stärksten auf Frische (74%) und Qualität (68%), dahinter folgt mit Abstand der Preis eines Produktes (42%). Regionale Produkte sind für 37% sehr wichtig, Bio-Produkte für ein Viertel der Konsumenten.



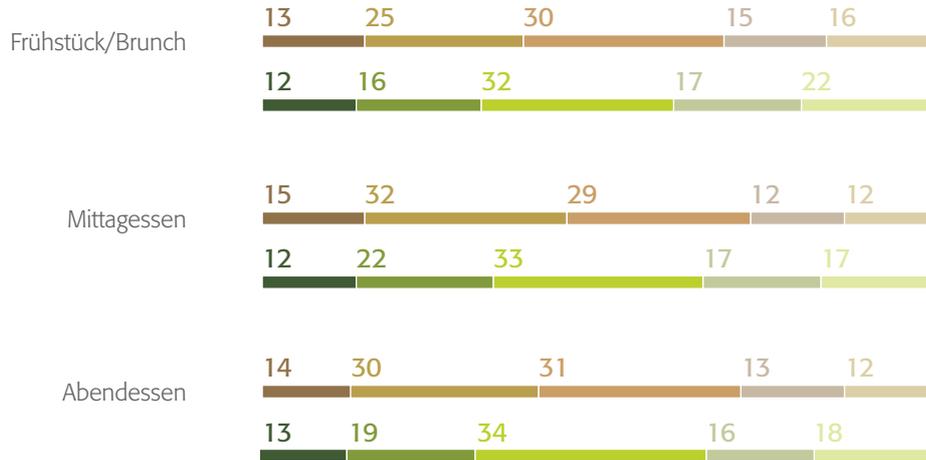
FAZIT

Nach Frische, Qualität und Preis spielen regionale Produkte an vierter Stelle eine wichtige Rolle in der Kaufentscheidung. Diese Reihung zeigt, das Bewusstsein für Regionalität ist in der Bevölkerung angekommen.

■ 1 - Sehr wichtig ■ 2 ■ 3 ■ 4 ■ 5 - Überhaupt nicht wichtig



WELCHE ROLLE SPIELEN BIO- ODER REGIONALE PRODUKTE BEI DER AUSWAHL EINES RESTAURANTS FÜR FRÜHSTÜCK, MITTAG- ODER ABENDESSEN?



Die Wahl des Restaurants

Für rund die Hälfte der Befragten sind regionale Produkte beim auswärtigen Mittagessen sehr wichtig und wichtig, für ein Drittel trifft das auf Bio-Produkte zu. Hinsichtlich des Abendessens ist die Bedeutung ähnlich, beim Frühstück/Brunch etwas geringer.



1 - Sehr wichtig 2 3 4 5 - Überhaupt nicht wichtig



1 - Sehr wichtig 2 3 4 5 - Überhaupt nicht wichtig

FAZIT

Ob Bio oder Regionalität, bei der Wahl des Restaurants wird ihre Verwendung in der Entscheidung berücksichtigt. Dabei punkten vor allem Restaurants, die Produkte aus der Region anbieten.



Der Endkonsument kennt sich aus. Er kauft selbst sowohl Bio als auch regionalen Produkte ein und erwartet sich somit diese Qualität im Restaurant. Dabei genügt es nicht nur das Bio-Gemüse im Kochtopf zu dünsten oder das Fleisch vom Bauern nebenan zu brutzeln. Vielmehr fordert der Gast völlige Transparenz über Herkunft und Zusammensetzung der Gerichte.

Das stärkere Bewusstsein des Endkonsumenten ist eine große Chance für die Gastronomie. Bio- und regionale Produkte sind nicht nur mehr Qualitätskriterien, die sich der Küchenchef an die Fahne heftet, sondern die vom Gast erwartet und honoriert werden. Gleichzeitig bietet dieser Trend hin zu Bio- und regionalen Produkten die Möglichkeit, eine Geschichte rund um die Gerichte, das Restaurant und seine Mitarbeiter zu erzählen.

Das Handelshaus WEDL arbeitet bereits jahrelang mit heimischen Produzenten zusammen und kann somit Obst, Gemüse oder Molkereiprodukte aus der jeweiligen Region in den verschiedenen C+C Märkten anbieten. Laufend erweitert das Handelshaus auch das Bio-Sortiment und richtet sich dabei an die Wünsche der Gastronomen. Durch eine individuelle Beratung erhält der Gastronom nicht nur die gewünschten Waren, sondern erhält alle Informationen, um transparent seine Gäste aufklären und seine Geschichte erzählen zu können.





„Qualität und Herkunft der Produkte müssen stimmen - das wissen auch unsere Lieferanten. Nur durch eine lange Partnerschaft, wie mit dem Handelshaus WEDL, können wir unsere Standards sicherstellen.“

- Hermann Gstrein, Küchenleiter im Hotel Krallerhof/Leogang

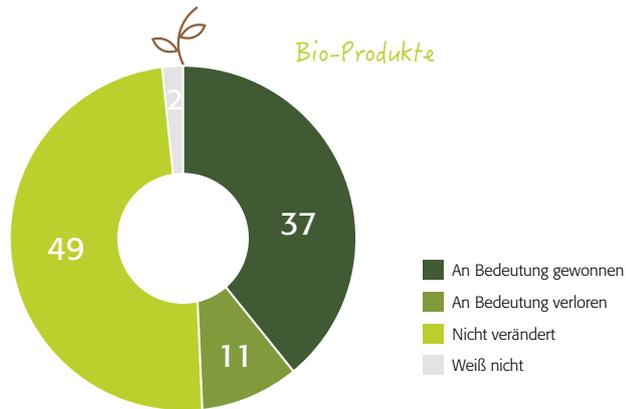
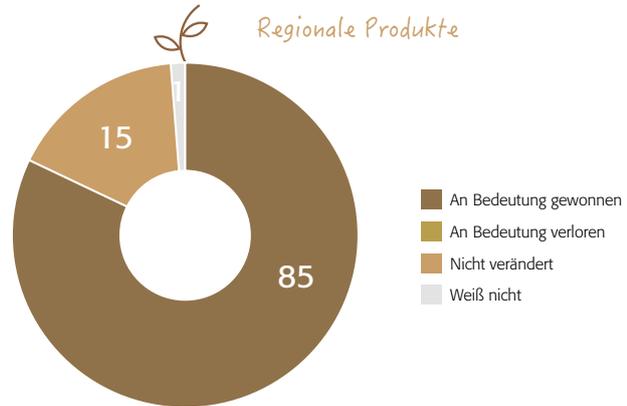




HAT SICH DIE NACHFRAGE IHRER GÄSTE NACH BIO-PRODUKTEN ODER REGIONALEN PRODUKTEN IN DEN LETZTEN JAHREN VERÄNDERT?

Der Trend geht zu regionalen Produkten

85% der Gastronomen sind der Ansicht, dass in den letzten Jahren regionale Produkte für ihre Gäste an Bedeutung gewonnen haben. 37% sehen denselben Trend für Bio-Produkte.





WIE WICHTIG SIND FOLGENDE KRITERIEN FÜR IHREN BETRIEB?

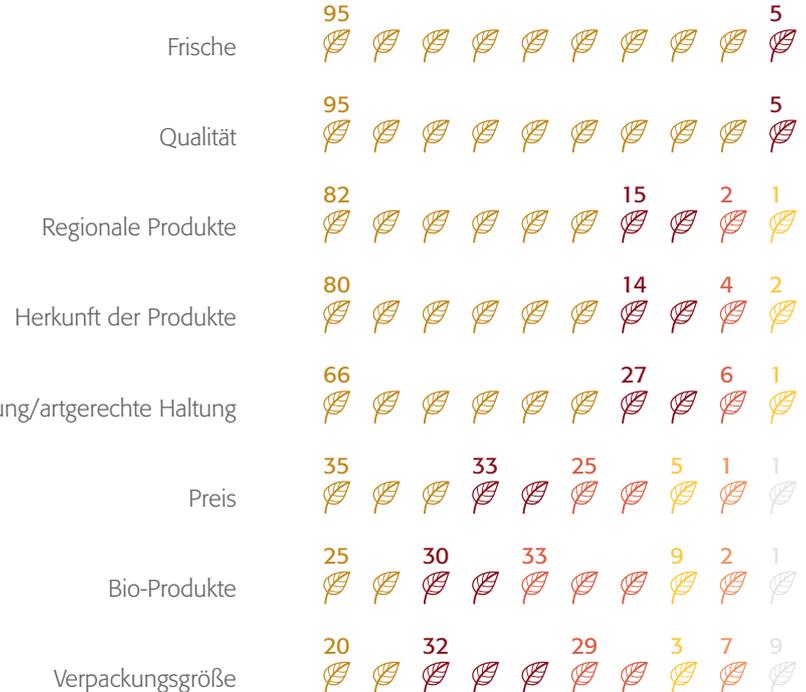
Worauf Gastronomen achten

Frische und Qualität sind für nahezu alle Gastronomen (95%) unerlässlich. Acht von Zehn erachten Regionalität und Produktherkunft als sehr wichtig. Bio-Produkte sind für ein Viertel der Gastronomen sehr wichtig. Die Studie zeigt auch, dass regionale Produkte und deren Herkunft, für Gastronomen im Westen eine größere Rolle spielen als im Rest Österreichs.*

*siehe Seite 4

FAZIT

Frische und qualitativ hochwertige Zutaten sind ausschlaggebend für Österreichs Gastronomen. An dritter Stelle führen sie Produkte aus der Region an, die als Alleinstellungsmerkmal dienen und von den Gästen positiv angenommen werden.

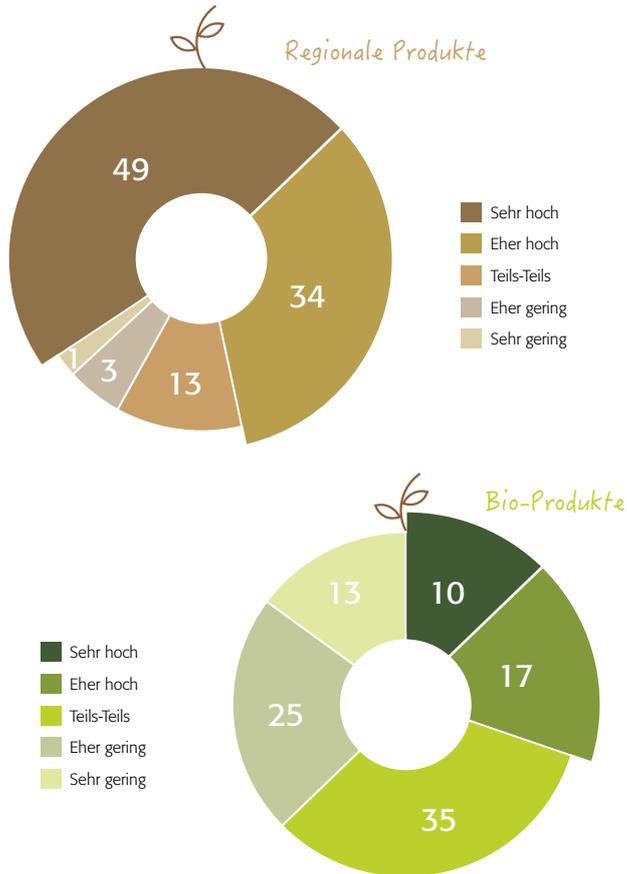


■ 1 - Sehr wichtig ■ 2 ■ 3 ■ 4 ■ 5 - Überhaupt nicht wichtig ■ Keine Angabe





WIE HOCH IST DIE NACHFRAGE NACH BIO- ODER REGIONALEN PRODUKTEN BEI IHREN GÄSTEN?



Nachfrage nach Bio- und regionalen Angeboten

83% der Gastronomen sehen eine hohe Nachfrage nach regionalen Produkten bei ihren Gästen, jeder Zweite schätzt diese sogar als sehr hoch ein. Der Bedarf nach Bio-Produkten wird deutlich schwächer wahrgenommen. Hier sieht knapp jeder dritte Gastronom eine hohe Nachfrage.

FAZIT

Die Studie belegt, dass Gastronomen ein stärkeres Bewusstsein der Gäste für das Thema Bio und Regionalität bemerken. Dieser Trend wirkt sich in den Hotels und Restaurants vor allem durch größeres Interesse und eine – damit einhergehend – erhöhte Nachfrage sowie mehr Umsatz aus. Auch eine Qualitätssteigerung und eine (verstärkte) Zusammenarbeit mit regionalen Lieferanten bemerken die Gastronomen.





„Wir legen sehr großen Wert auf regionale und Bio-Produkte. Der Trend dahingehend ist auch bei unseren Gästen sehr präsent, daher schätzen sie unser Bewusstsein umso mehr.“

- Stefan Lastin, Küchenchef im Feinen Haus der Fa. Frierss

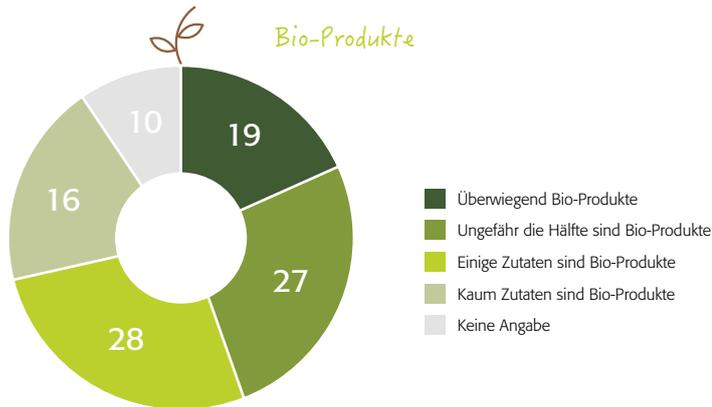
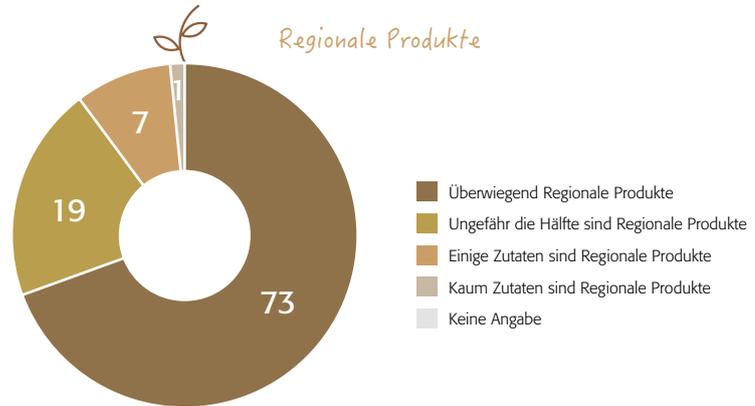




WENN GERICHTE IN IHREM BETRIEB ZUBEREITET WERDEN, DIE TEILWEISE BIO- ODER REGIONALE PRODUKTE ENTHALTEN, WIE GROSS IST DEREN ANTEIL?

Kochen mit Bio- und regionalen Produkten

73% der Gerichte, die mit regionalen Produkten zubereitet werden, enthalten überwiegend Zutaten aus der Region, 19% wurden zur Hälfte mit regionalen Produkten zubereitet. Speisen aus Bio-Produkten bestehen zu 19% überwiegend und zu 27% zur Hälfte aus Zutaten mit Bio-Zertifizierung.



FAZIT

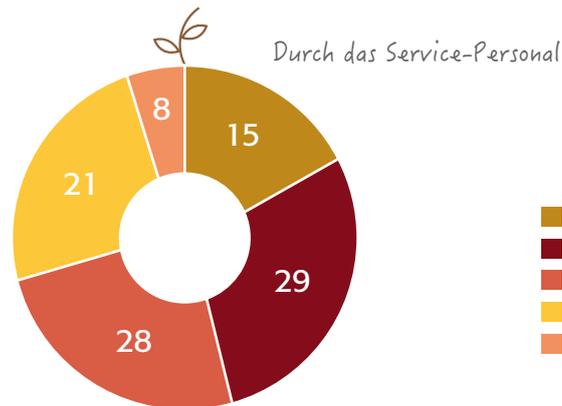
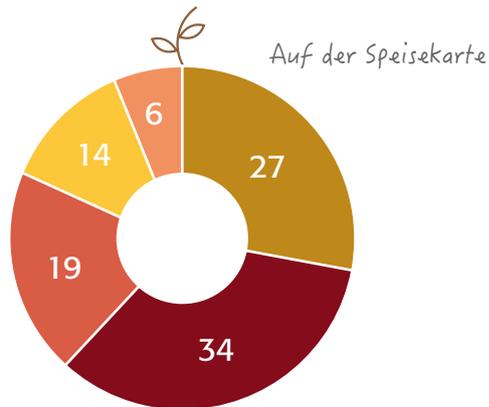
Transparenz der Zutaten ist besonders wichtig. Eine genaue Kennzeichnung der Inhaltsstoffe ist mittlerweile gesetzlich vorgegeben. Durch die klare Kommunikation der verwendeten Produkte wird der Gast einerseits aufgeklärt, andererseits erhält das Gericht zusätzliche Qualität. Denn mit Herkunft, Anbau oder Aufbereitung kann eine Geschichte erzählt werden, welche die Expertise des Chefkochs und des Restaurants unterstreicht.



WIE WICHTIG IST IHNEN VÖLLIGE TRANSPARENZ ÜBER HERKUNFT DER PRODUKTE UND ZUSAMMENSETZUNG DER SPEISEN IM RESTAURANT?

Der Gast will wissen, was drinnen ist

Im Restaurant halten 27% der Befragten vollständige Transparenz über Herkunft und Zusammensetzung der Speisen auf der Karte für sehr wichtig und weitere 34% für eher wichtig. Etwa 4 von 10 erwarten sich, dass diese Transparenz auch durch das Service-Personal vermittelt wird.



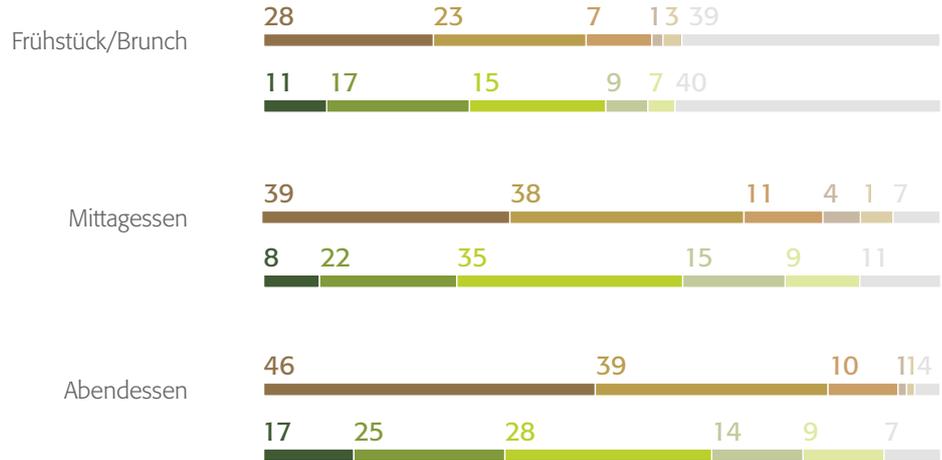
- Sehr wichtig
- Eher wichtig
- Teils/Teils
- Eher weniger wichtig
- Überhaupt nicht wichtig



WIE WICHTIG IST DAS THEMA BIO ODER REGIONALITÄT FÜR IHRE GÄSTE JEWEILS BEIM FRÜHSTÜCK, MITTAG- ODER ABENDESSEN?

Die Wichtigkeit von Bio- und regionalen Produkten - eine Einschätzung

Laut Gastronomen legen die Gäste am meisten beim Abendessen Wert auf Bio- und regionale Produkte. Dabei ist die Regionalität wichtiger als Bio-Qualität (46% vs. 17%). Auch bei der Zubereitung des Frühstücks bzw. Brunchs spielen regionale Produkte eine größere Rolle als Bio-Produkte.



FAZIT

Die gehobene Gastronomie schätzt besonders die Bedeutung von Regionalität für ihre Gäste als sehr hoch ein. Doch auch Bio-Qualität wird von den Gästen gefordert.



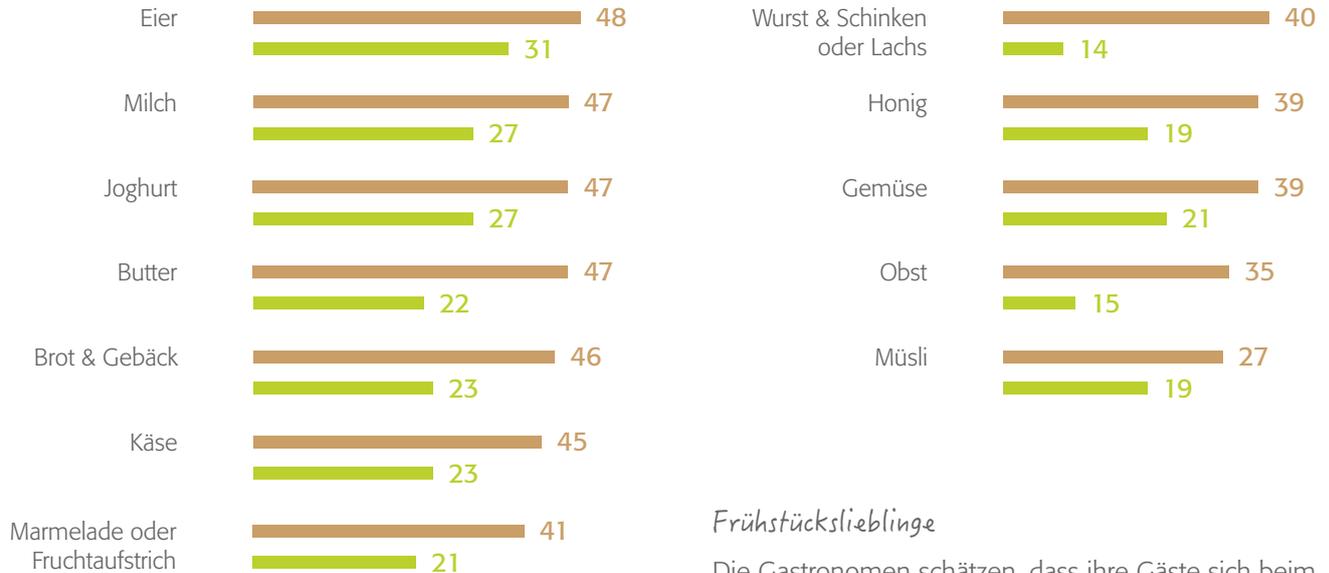
1 - Sehr wichtig 2 3 4 5 - Überhaupt nicht wichtig Keine Angabe



1 - Sehr wichtig 2 3 4 5 - Überhaupt nicht wichtig Keine Angabe



BEI WELCHEN GERICHTEN ERWARTET SICH DER GAST BEIM FRÜHSTÜCK/BRUNCH EINE ZUBEREITUNG MIT BIO-PRODUKTEN ODER REGIONALEN PRODUKTEN?



Regionale Produkte



Bio-Produkte

Frühstücksliebliche

Die Gastronomen schätzen, dass ihre Gäste sich beim Frühstück/Brunch regionale und Bio-Produkte erwarten, wobei die Regionalität als generell wichtiger angenommen wird. Die Unterschiede zwischen Regionalität und Bio sind dabei besonders bei Wurst & Schinken oder Lachs (40 vs. 14%), Butter (47 vs. 22%) sowie Brot & Gebäck (46 vs. 23%) deutlich. Bei Müsli hingegen, ist die Differenz zwischen biologischen oder regionalen Sorten am geringsten.

WEDL FOOD REPORT 2019

Liebe Leser,

Regionalität und Bio – diesen Trends wollten wir heuer auf den Zahn fühlen. Dabei war es für uns wichtig, diese Aspekte sowohl aus der Sicht des Gastronomen als auch aus der Perspektive des Endkonsumenten zu beleuchten. Denn das Handelshaus WEDL legt großen Wert darauf, die Bedürfnisse aller Kunden zu kennen. Nur so können wir unser Sortiment dahingehend anpassen und weiterentwickeln.

Gleichzeitig sieht sich der Gastronom indem bestätigt, wie er seinen Gast teilweise einschätzt. Denn der Endkonsument kennt sich aus! Er unterscheidet zwischen Bio- und regionalen Produkten und schreibt ihnen Eigenschaften zu, die den jeweiligen Begriffen entsprechen. Somit überzeugen den Endkonsument und Gast neben der Qualität und Frische der Produkte, die Transparenz der einzelnen Zutaten und natürlich die Zubereitung.

Ihr
Lorenz Wedl



Lorenz Wedl
Geschäftsführung WEDL Handels-GmbH





Auftraggeber:

WEDL Handels-GmbH
www.wedl.com

Durchführendes Institut:

Integral Markt- und Meinungsforschungsges.m.b.H.

Bildnachweis

Shutterstock / Didi Maier / Hotel Krallerhof / Stefan Lastin / WEDL

