

## Weltverbrauchertag 2024: Wie Bio, Nachhaltigkeit & Herkunft Lebensmittel wertvoller machen

Zum Weltverbrauchertag zeigt eine AMA-Marketing-Studie, welche Werte Konsumenten beim Lebensmittelkauf priorisieren. Bio, Nachhaltigkeit, Tierwohl und Herkunft sind Top-Kriterien.



*Den österreichischen Konsumenten ist beim Lebensmittelkauf Regionalität, Qualität und Nachhaltigkeit wichtig. © AMA Marketing*

Anlässlich des Weltverbrauchertags am 15. März hat die **AMA-Marketing** eine Befragung durchgeführt, um zu ermitteln, welche Werte Österreicherinnen und Österreicher beim **Kauf von Lebensmitteln** am wichtigsten finden. Als zentrale Faktoren wurden Bio, Nachhaltigkeit, Tierwohl und die Herkunft der Produkte hervorgehoben. Der Bericht zeigt, dass Konsumentinnen und Konsumenten beim Einkauf großen Wert auf diese Aspekte legen und besonders die Herkunft und **Regionalität** von Lebensmitteln als bedeutend einschätzen.

Das lesen Sie in diesem Artikel

- **Der Wert von Lebensmitteln aus lokaler Sicht**
- **Ergebnisse der Befragung:**
- **Kleinbäuerliche Strukturen als historische Identität**
- **Ergebnisse der Umfrage in %**

## **Der Wert von Lebensmitteln aus lokaler Sicht**

Der Weltverbrauchertag, der seine Wurzeln im Jahr 1983 hat, dient dazu, die Rechte der Verbraucherinnen und Verbraucher weltweit in den Fokus zu rücken. Für Österreich, ein Land, das reich an landwirtschaftlichen Ressourcen und traditionellen Produktionsmethoden ist, birgt die Betonung von Regionalität und Herkunft eine besondere Bedeutung. Regionalität spielt nicht nur wegen der **kurzen Transportwege** und der damit verbundenen CO<sub>2</sub>-Einsparung eine große Rolle, sondern auch wegen der Unterstützung **lokaler Produzenten** und der Stärkung der regionalen Wirtschaft. Die Betonung der **Herkunft** impliziert zudem eine Transparenz, die Verbraucherinnen und Verbraucher in einer Zeit zunehmender Globalisierung und Massenproduktion besonders schätzen.

## **Ergebnisse der Befragung:**









## Kleinbäuerliche Strukturen als historische Identität

Betrachtet man die Bedeutung der Landwirtschaft in Österreich historisch, so zeigt sich, dass kleinbäuerliche Strukturen und die Erzeugung **hochwertiger Lebensmittel** tief in der kulturellen Identität des Landes verankert sind. Die Fokussierung auf **Bio-Qualität**, Tierwohl und Nachhaltigkeit widerspiegelt nicht nur globale Tendenzen, sondern auch lokale Traditionen und Werte. Die Entwicklung hin zu einer verstärkten Wertschätzung lokaler Lebensmittel hat auch positive Auswirkungen auf Umwelt und Gesellschaft: geringere Umweltbelastung, Förderung von Biodiversität, Erhalt von Arbeitsplätzen in ländlichen Gebieten und Stärkung des Bewusstseins für die Bedeutung einer nachhaltigen Lebensweise.

## Ergebnisse der Umfrage in %

Affirmation der Wichtigkeit in der Umfrage      Anteil der Befragten (%)

Bio	50
Tierwohl	50
Nachhaltigkeit	50
Herkunft/Regionalität	47
Geschmack	39
Frische	89
Gutes Preis-Leistungs-Verhältnis	90
Importanz der Herkunftsangabe auf Verpackung	60

Die durch die AMA-Marketing durchgeführte Umfrage verdeutlicht eindrucksvoll, wie wertvoll Lebensmittel aus der Region für die österreichische Bevölkerung sind. Diese **Wertschätzung** basiert sowohl auf dem Geschmack und der Frische der Produkte als auch auf dem Wunsch, **lokale Produzenten** zu unterstützen und ein nachhaltiges Konsumverhalten zu fördern. Die Ergebnisse der Umfrage unterstreichen die Bedeutung transparenter **Lebensmittelkennzeichnungen** und einer

starken Verbindung zwischen Produzenten und Konsumenten. Sie werfen ein Licht auf die Rolle, die Region, Tradition und nachhaltige Produktionsmethoden in der modernen Lebensmittelindustrie spielen.

**Besuchen Sie uns auf: [fleischundco.at](http://fleischundco.at)**