

1.4.4.9 Die Entwicklung der Nachfrage nach Lebensmitteln bei Verbrauchern in verschiedenen geographischen Regionen

Zusammenfassung: Trotz Globalisierungstendenzen bleiben regionale Verzehrsgewohnheiten erkennbar, und es scheint sich sogar ein Segment zu bilden, das vermehrt regionale Nachfrage stärkt.

Der Trend im Verbrauch der Lebensmittel in Deutschland, wie in Europa, zeigt eine Abflachung von geographischen Unterschieden und eine Hinwendung zur Vereinheitlichung und Globalisierung, doch die wesentlichen Kennzeichen von regionalen Verzehrsgewohnheiten sind noch zu erkennen (Spiekermann 2000). So essen die Deutschen immer noch überdurchschnittlich viel Kartoffeln und wenig Gemüse (National Public Health Institute 2000).

Es gibt neben wenigen Global- und Euro-Lebensmitteln zwar viele Lebensmittel, die in verschiedenen Ländern von dem gleichen internationalen Konzern angeboten werden, die aber doch auf nationale Besonderheiten ab- „geschmeckt“ sind. Jedes Land und jede Region versucht sein Produkt vor anderen „zu schützen“ (z.B. Champagner vs. Sekt, „reines deutsches“ Bier).

Der geographisch abzugrenzende Lebensraum hat großen Einfluss auf das Verhalten. Der Raum, in dem Menschen aufwachsen und/oder längere Zeit leben, prägt ihre Sprache („Dialekt“) und ihre Speise („regionale Küche“) (Kap. 1.3.4.9). Dieser regionale Raum wird Heimat, und dies bedeutet Orientierung („Man weiß, wohin man gehört, und was sich gehört, um dazu zu gehören“). In Deutschland gibt es immer noch Dialekte, und in den verschiedenen deutschen Regionen („Landsmannschaften“) zeigen sich noch die bekannten Ernährungstraditionen mit der regionalen Küche und ihren Speisen. Der Weißwurst-Äquator ist ebenso vorhanden wie die verschiedenen regionalen Trinkgewohnheiten (z.B. bei Bier- und Weinsorten). Darüber hinaus gibt es weitere Raumbezüge zur Nachfrage. Obwohl es kaum noch klassische ländliche Haushalte gibt, zeigen sich immer noch Unterschiede zwischen Stadt- und Landhaushalten.

In allen Studien zur Lebensmittelnachfrage gibt es raumbezogene Variablen wie Wohnort (-größe) und Bundesland. In der Marktforschung sind die sogenannten Nielsen Gebiete bekannt (Abb. 1.42). In den Darstellungen des Ernährungsberichtes 2000 und des Ernährungssurveys des Bundes- Gesundheitssurvey werden Ost-West-Unterschiede dargestellt (DGE 2000a, Mensink et al. 1998). Es zeigt sich, dass ostdeutsche Landsmannschaften ebenso ihre regionalen Küchen erhalten haben wie die Westdeutschen, trotz der verschiedenen Gesellschafts- und Marktstrukturen in vier Jahrzehnten (Kaminsky 1999).

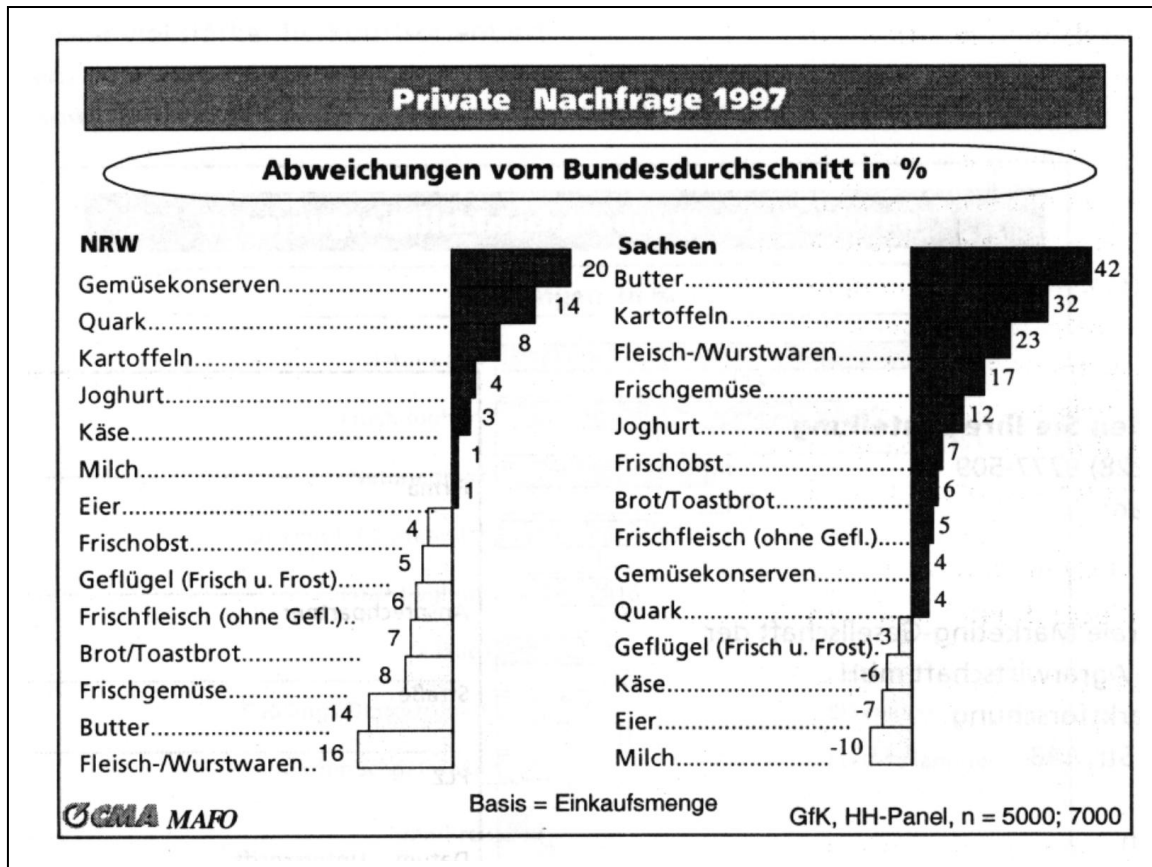
Abb. 1.42: Regionalstrukturen - Die AC Nielsen Gebiete



Quelle: AC Nielsen o.J.

Ebenso zeigen sich die regionalen Unterschiede in den Ergebnissen von Marktstudien, wie das Beispiel aus der CMA-Marktforschung belegt, das auf Grundlagen von GfK-Haushaltspaneldaten, die Verzehrsunterschiede in den 16 Bundesländern beschreibt (Abb. 1.43).

Abb. 1.43: Private Nachfrage 1997



Quelle: CMA 1998a

Die Ergebnisse aus Studien mit großen Stichproben (> 20.000) können sogar bis auf Regierungsbezirksebene differenziert werden. Dann werden z.B. die regionalen Bier-Trink-Traditionen sichtbar (Tab. 1.27). Diese wenigen Beispiele zeigen, dass der regionale Bezug immer noch wichtig für die Nachfrage nach Lebensmitteln ist.

Tab. 1.27: Bier: verwendete Sorten nach Regierungsbezirke

	Basis		Bier: Hauptsächlich verwendete Sorten															
			Pils/Pilsener Bier		Alt-Bier		Kölsch		Helles Bier		Weizenbier/Weißbier		Light-Bier (Leicht-Bier)		alkoholfreies Bier		trinke kein Bier	
	Mio.	% horiz.	Mio.	% horiz.	Mio.	% horiz.	Mio.	% horiz.	Mio.	% horiz.	Mio.	% horiz.	Mio.	% horiz.	Mio.	% horiz.	Mio.	% horiz.
Basis	63,83	100,0	29,58	46,3	2,15	3,4	1,00	1,6	2,73	4,3	3,88	6,1	0,40	0,6	1,43	2,2	23,16	36,3
Regierungsbezirke																		
Schleswig-Holstein	2,20	100,0	0,94	42,6	0,04	1,6	0,00	0,1	0,06	2,5	0,09	4,3	0,01	0,3	0,03	1,4	1,04	47,3
Hamburg	1,27	100,0	0,67	52,8	0,03	2,0	0,00	0,2	0,04	3,1	0,05	3,6	0,02	1,2	0,03	2,6	0,48	37,4
Braunschweig	1,32	100,0	0,71	53,7	0,05	3,8	0,01	1,0	0,03	1,9	0,05	3,7	0,01	0,6	0,02	1,2	0,50	37,8
Hannover	1,70	100,0	0,83	48,8	0,05	2,8	0,00	0,1	0,03	1,6	0,04	2,2	0,01	0,7	0,04	2,3	0,66	38,5
Lüneburg	1,31	100,0	0,65	49,8	0,01	1,1	0,00	0,2	0,04	3,1	0,03	2,1	0,00	0,3	0,03	2,4	0,49	37,3
Weser-Ems	1,88	100,0	0,90	47,9	0,04	2,0	0,00	0,2	0,03	1,6	0,04	2,0	0,01	0,5	0,04	2,2	0,77	40,9
Bremen	0,50	100,0	0,21	41,1	0,01	2,1	0,00	0,3	0,03	6,1	0,02	3,2	0,01	1,2	0,02	3,2	0,15	30,6
Düsseldorf	3,98	100,0	1,57	39,4	0,78	19,6	0,11	2,7	0,03	0,8	0,08	1,9	0,02	0,5	0,07	1,9	1,43	35,9
Köln	3,17	100,0	1,31	41,2	0,10	3,3	0,55	17,5	0,03	0,9	0,07	2,2	0,01	0,2	0,06	1,9	1,18	37,4
Münster	2,00	100,0	1,12	56,3	0,13	6,6	0,01	0,3	0,04	1,8	0,06	3,0	0,01	0,6	0,04	1,9	0,61	30,7
Detmold	1,55	100,0	0,72	46,7	0,06	4,1	0,01	0,9	0,03	1,7	0,03	2,1	0,00	0,1	0,03	1,8	0,68	43,8
Arnsberg	2,89	100,0	1,68	58,1	0,12	4,3	0,01	0,5	0,03	1,2	0,07	2,4	0,01	0,5	0,06	1,9	0,95	32,9
Darmstadt	2,67	100,0	1,21	45,2	0,05	2,0	0,01	0,2	0,05	1,8	0,17	6,4	0,01	0,3	0,09	3,3	0,97	36,1
Gießen	0,83	100,0	0,38	45,8	0,02	2,0	0,00	0,5	0,03	3,1	0,03	4,2	0,02	3,0	0,02	2,3	0,28	33,4
Kassel	1,03	100,0	0,68	65,6	0,02	2,3	0,01	1,2	0,07	6,9	0,07	7,0	0,00	0,0	0,03	3,3	0,24	23,0
Koblenz	1,22	100,0	0,58	47,5	0,04	3,1	0,05	4,2	0,01	0,7	0,03	2,8	0,00	0,1	0,01	1,2	0,51	41,8
Trier	0,41	100,0	0,27	65,9	0,01	2,1	0,02	4,0	0,00	0,2	0,01	1,7	0,00	0,3	0,00	1,2	0,11	25,6
Rheinessen-Pfalz	1,54	100,0	0,76	49,4	0,05	3,4	0,01	0,3	0,03	2,0	0,08	5,5	0,00	0,3	0,03	2,2	0,59	38,5
Stuttgart	2,78	100,0	0,96	34,5	0,05	1,9	0,02	0,6	0,09	3,1	0,19	6,9	0,02	0,8	0,07	2,5	1,06	38,3
Karlsruhe	1,96	100,0	0,80	40,9	0,05	2,7	0,02	0,9	0,01	0,4	0,16	8,0	0,06	2,8	0,08	3,9	0,77	39,3
Freiburg	1,58	100,0	0,72	45,7	0,09	5,7	0,03	2,0	0,05	2,9	0,17	10,9	0,01	0,7	0,05	3,0	0,53	33,8
Tübingen	1,31	100,0	0,51	39,1	0,07	5,3	0,01	1,1	0,04	3,0	0,16	12,0	0,01	0,4	0,03	2,5	0,49	37,2
Oberbayern	2,96	100,0	1,09	36,8	0,03	1,1	0,01	0,2	0,59	20,1	0,66	22,3	0,02	0,5	0,11	3,6	0,73	24,8
Niederbayern	0,92	100,0	0,28	30,3	0,01	0,6	0,00	0,0	0,35	38,6	0,14	15,1	0,00	0,1	0,01	1,4	0,22	23,5
Oberpfalz	0,85	100,0	0,34	39,9	0,00	0,3	0,00	0,0	0,20	23,4	0,16	18,3	0,00	0,5	0,02	1,9	0,18	21,3
Oberfranken	0,89	100,0	0,44	49,2	0,02	2,4	0,00	0,5	0,04	3,9	0,16	17,5	0,01	0,7	0,01	1,6	0,23	25,7
Mittelfranken	1,27	100,0	0,37	29,4	0,03	2,4	0,01	0,9	0,11	8,6	0,18	13,9	0,00	0,3	0,06	4,4	0,59	46,5
Unterfranken	1,04	100,0	0,46	43,9	0,01	1,2	0,00	0,0	0,01	1,3	0,16	15,2	0,01	0,7	0,03	3,1	0,41	39,6
Schwaben	1,32	100,0	0,45	34,4	0,00	0,1	0,01	0,5	0,16	11,9	0,30	22,5	0,01	0,8	0,06	4,6	0,41	31,3
Saarland, Reg.-Bez.	0,85	100,0	0,47	55,5	0,00	0,3	0,01	0,9	0,01	0,9	0,03	3,0	0,02	2,7	0,00	0,4	0,33	39,0
Berlin West	1,55	100,0	0,78	49,9	0,01	0,8	0,01	0,9	0,03	2,2	0,11	7,2	0,01	0,4	0,04	2,3	0,60	38,6
Berlin Ost	1,04	100,0	0,52	49,4	0,02	1,9	0,00	0,3	0,01	0,7	0,04	3,5	0,01	0,5	0,02	1,8	0,44	42,4
Brandenburg	2,19	100,0	1,09	49,8	0,01	0,5	0,00	0,1	0,08	3,8	0,03	1,4	0,00	0,0	0,05	2,2	0,86	39,1
Mecklenburg-Vorpommern	1,53	100,0	0,79	51,6	0,02	1,0	0,00	0,0	0,05	3,2	0,03	2,1	0,01	0,9	0,02	1,0	0,61	39,8
Chemnitz	1,44	100,0	0,67	46,6	0,02	1,6	0,00	0,1	0,03	2,1	0,03	2,2	0,01	0,4	0,01	0,7	0,62	42,9
Dresden	1,49	100,0	0,78	52,2	0,03	2,2	0,04	2,6	0,12	8,0	0,04	2,4	0,03	1,9	0,03	1,9	0,44	29,6
Leipzig	0,94	100,0	0,52	54,8	0,02	2,0	0,00	0,1	0,06	6,5	0,02	2,0	0,01	0,5	0,03	2,8	0,33	35,0
Dessau	0,50	100,0	0,25	49,7	0,00	1,0	0,00	0,0	0,01	2,5	0,01	2,3	0,00	0,0	0,01	1,1	0,22	44,1
Halle	0,76	100,0	0,43	56,7	0,00	0,6	0,00	0,0	0,02	2,2	0,02	2,4	0,01	0,8	0,01	1,6	0,27	35,8
Magdeburg	1,06	100,0	0,53	50,0	0,00	0,4	0,00	0,0	0,02	2,3	0,04	3,4	0,00	0,3	0,02	2,1	0,46	43,3
Thüringen	2,11	100,0	1,15	54,4	0,01	0,6	0,00	0,2	0,05	2,6	0,05	2,5	0,00	0,1	0,02	0,9	0,72	34,1

Quelle: VA 2000, eigene Berechnungen

Bezüglich der Empfehlungen für Verbraucher sind zwar die ernährungsphysiologischen Aspekte bis auf Ausnahmen nicht raumbezogen (außer z.B. hinsichtlich des Aspektes der Jodversorgung, hier gibt es Regionen mit Unterversorgung bedingt durch Ferne zum Meeresfisch bzw. dem geringen Jodgehalt im Boden), aber hinsichtlich der zunehmend mehr einbezogenen Aspekte der Ökologie wird es wichtiger. Die Bevorzugung von regionalen Lebensmitteln wird bereits von Anbietern aufgenommen. Dabei sei an die verschiedenen regionalen Marke-

tingkonzepte erinnert (Kap. 1.4.2.6). Diese Bestrebungen werden durch entsprechende Maßnahmen von der Europäischen Gemeinschaft unterstützt (z.B. Schutz der kontrollierten Ursprungsbezeichnung für regionale Lebensmittel-Spezialitäten).

Darüber hinaus gibt es bewusstes Gegensteuern gegen den Trend zur Globalisierung und zum Vergessen der lokalen und regionalen Alltagskultur (Identität) bzw. Bemühungen zu deren Wiederentdeckung bzw. Revitalisierung. Als Beispiel dafür sind zwei Bewegungen aus den beiden europäischen Ess-Kulturländern, Italien und Frankreich, angeführt. Dabei handelt es sich um die "Slowfood-Bewegung" und die der „Eurotoques“. Bei beiden werden nicht nur die Aspekte der Regionalität, sondern auch die der „Ursprünglichkeit“ und der „Sinnlichkeit“ des Essens betont. Weitere Anzeichen für die regionale Welle zeigen sich in den Entwicklungen der Medien. Hier gibt es entsprechende Kochbücher und Informationsangebote.

Die Förderung der Esskultur als bewusste Abkehr zur Einheitsnahrung (Global Food und McDonaldisierung) scheint zumindest ein eben solch wichtiger Seiten-Trend zu werden, wie die Tendenz zur Gesundheitsnahrung (Kap. 1.4.1.22, 1.4.2.2). Beide Trends überlappen sich: Gesundheit und Kultur (positive Lebensgestaltung, Lebensfreude) ergeben „Wellness“.

Hinsichtlich der Regionalität bzw. des Raumbezuges zu Ernährung und Essen besteht wichtiger Forschungsbedarf. Es gilt, regionale Verzehrstypen („Verzehrs-Biographie“) und regionale Lebensmittel in das Erhebungsinstrumentarium systematischer als bisher einzugliedern. Dazu ist ein entsprechendes Erhebungsinstrumentarium zu entwickeln.

In den Untersuchungsprogrammen und den entsprechenden Auswertungsanalysen sind die geographischen Bezüge zu Lebensmitteln, Ernährung und Essen umfassender zu berücksichtigen (Kap. 4.3 S. 302). Die Lebens-, Arbeits- und Freizeitorte der Verbraucher liegen im Raum verteilt, erfordern Mobilität und Kommunikation, verbrauchen Güter und Zeit. Die räumliche Beziehung zwischen Produktion (kartographische Darstellung der landwirtschaftlichen Nutzung, Produktionsstandorte), Vertrieb (Standorte der Lebensmittellagerung, des Großhandels, des Einzelhandels) und Verbraucher (Wohnorte, -dichte) macht offen „sichtlich“, wie Lebensmittelströme fließen. Dadurch wird deutlich, welche Aufwendungen zu machen sind, damit die Lebensmittel über Raum und Zeit verteilt rechtzeitig zur „Mahlzeit“ der Verbraucher werden.

Die Nachfrage nach Lebensmitteln und Essen hängt davon ab, in welchem Wohnquartier der Verbraucher wohnt, wo er einkaufen kann, wo er essen kann, wo er arbeitet, wo er seine Freizeit verbringt (City Lage vs. Stadtrand, Ballungsgebiet vs. flaches Land). So hat Raumplanung und Raumentwicklung Einfluss auf die Nachfrage nach Lebensmitteln, doch dies wird nicht genug erforscht, und kann somit auch nicht bewusst und zielgerecht gestaltet werden. Durch eine verbesserte Berücksichtigung der geographischen Elemente bzw. der Raumbezüge der Ernährung könnten unerwünschte Entwicklungen in der Disparität zwischen Produktion, Handel und Verbraucher aufgefangen werden. So gibt es bereits wichtige Überlegungen auf der Anbieterseite, wie durch geographische Informationssysteme die nachgefragten Lebensmittel „just-in-time“ beim Verbraucher ankommen können (Kap. 1.4.3.3). Für die Verbraucherorientierung wären raumbezogene Informationen ebenso wichtig. Es gibt entsprechende Ansätze mit Adressenlisten („Führern“) zur Direktvermarktung und zu „Schnäppchen“, doch die Wegweisungen für Verbraucher muss systematischere Grundlagen erhalten. So wie es Reiseführer für touristische Programme gibt, zu Kultur- und Naturdenkmälern, zu Freizeitparks und kulinarischen Orten, sollten auch zielgruppengerechte Orientierungen zu Lebensmitteln und Ernährung erstellt werden. Dieses würde dazu dienen, Barrieren zu erkennen, Umleitungen zu empfehlen und neue Wege zu öffnen. Damit könnten die Reiserouten für die verschiedenen Verbrauchertypen auf dem Weg zu ihren Ernährungszielen empfohlen werden.

