

Regionale Produkte im Lebensmitteleinzelhandel in Westfalen in Abhängigkeit von der ländlichen Prägung des kommunalen Umfelds

Kordula Klüsener, Wolf Lorleberg, Marcus Mergenthaler

Einleitung

Die positiven Seiten der Globalisierung werden durch ein umfangreiches Warensortiment und durch saisonunabhängig verfügbare Lebensmittel deutlich. Die Klimabelastungen werden aufgrund langer Transportwege als Nachteil gesehen. Teilweise wird der negative Beitrag des Transports zu Klimabilanzen aber auch überschätzt (REINHARDT 2009). In Teilen der deutschen Bevölkerung wird mehr Wert auf Regionalität, heimatnahe Produktion und den vermehrten Kauf regional produzierter Lebensmittel gelegt (z. B. SCHÜTZ et al 2019a). Auf eine steigende Nachfrage für regionale Lebensmittel gehen die beiden führenden Vollsortimenter im deutschen Lebensmitteleinzelhandel, Edeka und Rewe, vermehrt ein und ergänzen ihr Sortiment zunehmend durch regionale Produkte (WEBER 2016). Eine tragende Rolle spielt die Präsentation im Markt und in den Regalen, da die Platzierung maßgeblich für den Erfolg eines Produktes ist (SCHÜTZ et al 2019b). Um herauszufinden, welchen Stellenwert regionale Produkte bei Vollsortimentern in Westfalen besitzen, ist es Ziel der vorliegenden Untersuchung das Angebot regionaler Lebensmittel in 42 Vollsortimentern zu analysieren.

Daten und Methoden

Die vorliegenden Daten stammen aus 42 Store-Checks, die Ende Mai und Anfang Juni 2019 durchgeführt wurden. Zur Stichprobenauswahl wurden zuerst sämtliche Rewe (N=247) und Edeka (N=171) Märkte aller Kommunen Westfalens erfasst. In einer geschichteten Zufallsauswahl wurden aus den drei Regierungsbezirken Westfalens Arnsberg, Münster und Detmold jeweils sieben Märkte ausgewählt, wodurch die Gesamtstichprobe 42 Märkte umfasst. Für die Auswertung werden die Märkte den beiden Klassen „städtisch“ (n=25) und „ländlich“ (n=17) zugeordnet. Die Zuordnung erfolgt anhand der Klassifikation von LANDATLAS (2016) aufgrund der jeweiligen Kommune in der sich ein Markt befindet: Klasse 1, 2 und 3 werden in der vorliegenden Untersuchung als „ländlich“ bezeichnet. Die Klassen 4 und 5 gelten als „städtisch“. Die Erreichbarkeit des Lebensmitteleinzelhandels gilt als Hauptkriterium. Beispielsweise ist die Kommune Lichtenau „ländlich“ zugeordnet, da dort der Lebensmitteleinzelhandel weniger gut erreichbar ist als in Münster, was als „städtisch“ gilt. Der verwendete smartphonebasierte Dokumentationsbogen hat einen Umfang von 46 Merkmalen (Details bei KLÜSENER 2019). In der folgenden Auswertung wird das Vorhandensein einer Regionalecke, der Sortimentsumfang regionaler Produkte insgesamt und von Nudeln je Markt sowie die Preise regionaler Lebensmittel differenziert nach der ländlichen Prägung

analysiert. Die Datenauswertung erfolgt mit Microsoft Excel 2013.

Ergebnisse

In 8 von 25 (=32%) Märkten in städtischen Orten und in 3 von 17 (=18%) Märkten in ländlichen Gebieten befinden sich Regionalecken. Der Sortimentsumfang an insgesamt angebotenen regionalen Produkten sowie der regionalen Nudelsorten wird in Abbildung 1 dargestellt.

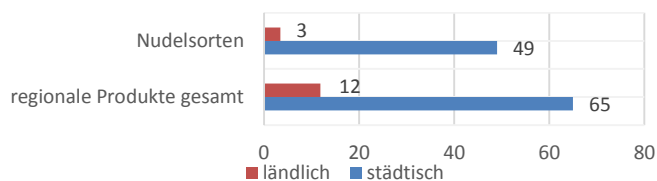


Abbildung 1: Durchschnittlicher Sortimentsumfang je Markt an regionalen Produkten insgesamt und an regionalen Nudelsorten differenziert nach ländlicher Prägung

Die Präsentation der Kartoffeln erfolgte in städtischen Gebieten vorwiegend vorne und mittig in den Märkten. Hintere Platzierungen der Regale hatten einen weniger hohen Stellenwert. Der prozentuale Anteil regionaler Eier im Verhältnis zum Gesamtangebot liegt unabhängig von der ländlichen Prägung bei rund 35 %. Die Saisonprodukte Erdbeeren und Spargel wurden im Regelfall im Eingangsbereich und gar nicht im Ausgangsbereich gefunden. 6 von 25 (=24%) städtischen Märkten und 10 von 17 (=59%) ländlich gelegenen Märkte boten regionalen Spargel an. Ein Angebot regionaler Erdbeeren befand sich in 6 der 25 (=24%) städtischen und in 6 der 17 (=35%) ländlich gelegenen Märkte. Preise für regionale Eier, Kartoffeln, Erdbeeren und Spargel differenziert nach der ländlichen Prägung sind Abbildung 2 dargestellt.

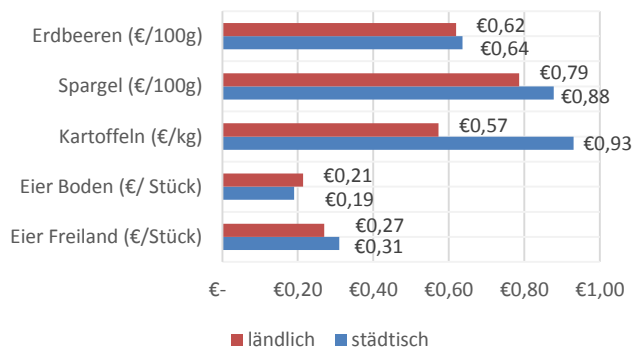


Abbildung 2: Durchschnittliche Preise je Markt für Eier, Kartoffeln, Spargel und Erdbeeren differenziert nach ländlicher Prägung

Diskussion

Das Angebot an regionalen Produkten unterscheidet sich in Vollsortimentern in Westfalen in Abhängigkeit von der

ländlichen Prägung des Marktumfeldes. In der Stichprobe waren 17 Märkte in ländlichen Kommunen und 25 Märkte in städtische Kommunen vertreten. Darin zeigt sich die insgesamt eher städtisch und weniger ländlich geprägte Struktur Westfalens. In Märkten städtischer Gemeinden spielen haltbare regionale Produkte wie Nudeln eine größere Rolle als in den Märkten ländlicher Kommunen. Das zeigt sich sowohl an den Regionalecken als auch am Umfang des Sortimentes, die als Indikatoren für die regionale Ausrichtung der Märkte genutzt wurden. Bei Frischprodukten wie Erdbeeren und Spargel setzen die ländlichen Händler stärker auf regionale Produkte als ihre städtischen Mitbewerber – möglicherweise aufgrund der spezifischeren Logistik und geringen Haltbarkeit von Frischprodukten.

Wenn sich Nahversorger zunehmend aus den ländlichen Gebieten zurückziehen (vgl. ZIBELL et al 2015), stellt sich die Frage, wo und wie kleinräumig haltbare lokale Produkte verfügbar sind. Landwirtschaftliche Hofläden können diese Lücke zum Teil füllen. Das begrenzte Angebot haltbarer regionaler Produkte in ländlichen Kommunen in der vorliegenden Untersuchung kann deshalb möglicherweise mit einer höheren Dichte von Hofläden zu begründen sein. Diesen Zusammenhang vertiefend zu untersuchen könnte das Ziel zukünftiger Forschung sein. Auf Seiten des Einzelhandels könnte durchaus die Möglichkeit das Sortiment durch regionale Waren zu ergänzen stärker genutzt werden. Als Beispiel können Kartoffeln angeführt werden, die in den meisten Regionen lokal verfügbar sein dürften. Trotz eines hohen Selbstversorgungsgrades in Deutschland, werden jedoch importierte Kartoffeln angeboten und nachgefragt, wenn sie preiswerter sind oder noch keine regionalen Frühkartoffeln zur Verfügung stehen (BLE 2018). Dadurch entscheiden sich Verbraucherinnen und Verbraucher sowie der Einzelhandel bewusst gegen regionale Lebensmittel (AGRA EUROPE 2018).

Die Platzierung regionaler Produkte in den Märkten erfolgt nach verschiedenen Kriterien und bietet noch erhebliche nicht ausgeschöpfte Potentiale (vgl. SCHÜTZ et al 2019b). Hier ist abzuwägen zwischen einem konzentrierten Angebot in einer Regionalecke und einer dezentralen Platzierung bei den jeweiligen Produktkategorien – wie bei Frischprodukten meist im Eingangsbereich eines Marktes. Beide Platzierungen in Märkten haben kommunikative Vor- und Nachteile im Hinblick auf Positionierungsfragen des einzelnen Marktes insgesamt. Die bei SCHÜTZ et al (2019b) diskutierten digitalen Informationsinstrumente scheinen nur langsam Eingang in den Einzelhandel zu finden.

Die Preispolitik zwischen den ländlichen und städtischen Märkten zeigt Ansätze für etwas niedrige Preise in ländlichen Märkten als in den städtischen Märkten. Vor allem bei den Kartoffelpreisen zeigen sich diese Unterschiede deutlich. Bei den anderen hier untersuchten Produkten ist die Tendenz jedoch weniger klar. Theoretisch ist jedoch durchaus zu erwarten das die Kundschaft in städtischen Kommu-

nen höhere Zahlungsbereitschaften für regionale Produkte zeigen als in ländlichen Gemeinden.

Regionalvermarktung gegenüber einem globalen Bezug von Lebensmitteln ist nicht pauschal „besser“. Ein hoher Anteil von Treibhausgasemissionen entsteht bei der landwirtschaftlichen Urproduktion und nicht beim Transport, da der Pflanzenanbau auf ungeeigneten Standorten die Umwelt durch besondere Pflegemaßnahmen zusätzlich belastet (REINHARDT et al. 2009). Da in den meisten Regionen in Deutschland nicht alle beliebten und nachgefragten Lebensmittel regional produziert werden können, wird ein überregionaler Bezug von Lebensmitteln kaum vollständig zu ersetzen sein (BMEL 2019). Vor dem Hintergrund internationaler Spannungen sollte die friedenssichernde Wirkung von internationalem Handel nicht vernachlässigt werden (LEE 2016). Werden fremdenfeindliche gesellschaftliche Tendenzen in Deutschland betrachtet, wäre zudem zu prüfen, ob mit der Regionalvermarktung Ethnozentrismus gefördert wird (vgl. EVANSCHITZKY et al. 2008). Regionalvermarktung sollte nicht Ängste durch Negativ-Abgrenzungen zu Importen bedienen.

Quellen

- AGRA EUROPE (2018): Kritik am Handel wegen Bevorzugung von Kartoffelimporten. *Agra Europe* 27(18), Markt und Meinung, 11.
- BMEL (2019): Außenhandelsstatistik für Obst und Gemüse. www.bmel-statistik.de
- BUNDESANSTALT FÜR LANDWIRTSCHAFT UND ERNÄHRUNG (2018): Bericht zur Markt- und Versorgungslage Kartoffeln 2018. www.ble.de (22.09.2019)
- EVANSCHITZKY, H., WANGENHEIM, F. V., WOISETSCHLÄGER, D., & BLUT, M. (2008). Consumer ethnocentrism in the German market. *International Marketing Review*.
- KLÜSENER, K. (2019): Analyse, Bewertung und Potentiale regionaler Produkte im westfälischen Vollsortiment-Lebensmitteleinzelhandel. Bachelorarbeit, Fachbereich Agrarwirtschaft, Soest (unveröffentlicht).
- LANDATLAS (2016): Ländlichkeit: www.landatlas.de (18.11.2019)
- LEE, J. W., & PYUN, J. H. (2016). Does trade integration contribute to peace? *Review of Development Economics*, 20(1), 327-344.
- REINHARDT, G., GÄRTNER, S., MÜNCH, J., & HÄFELE, S. (2009). Ökologische Optimierung regional erzeugter Lebensmittel: Energie- und Klimagasbilanzen. Institut für Energie und Umweltforschung, Heidelberg.
- SCHÜTZ, K., VOGT, L., MERGENTHALER, M. (2019a): Regionale Lebensmittel zwischen Anspruch und Wirklichkeit. Working Papers des KVF NRW 11. Düsseldorf.
- SCHÜTZ, S. & MERGENTHALER, M. (2019b) Neue Informations- und Kommunikationstechnologien für regionale Lebensmittel am Point of Sale. Umsetzungsperspektiven für flexible, individuelle Verbraucherinformationssysteme (fiVIS). 39. Tagung der Gesellschaft für Informatik in der Land-, Forst- und Ernährungswirtschaft. Wien, 18.-19. Feb. 2019.
- WEBER, J. K. (2016). Chancen für den Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland: Ernährungstrends. Dissertation Hochschule Mittweida, Fakultät Medien.
- ZIBELL, B., DIEZ, J. R., HEINEKING, I., PREUß, P., BLOEM, H., & SOHNS, F. (2015). Zukunft der Nahversorgung in ländlichen Räumen: Bedarfsgerecht und maßgeschneidert. In: *Gerontologie und ländlicher Raum*. Springer VS, Wiesbaden.