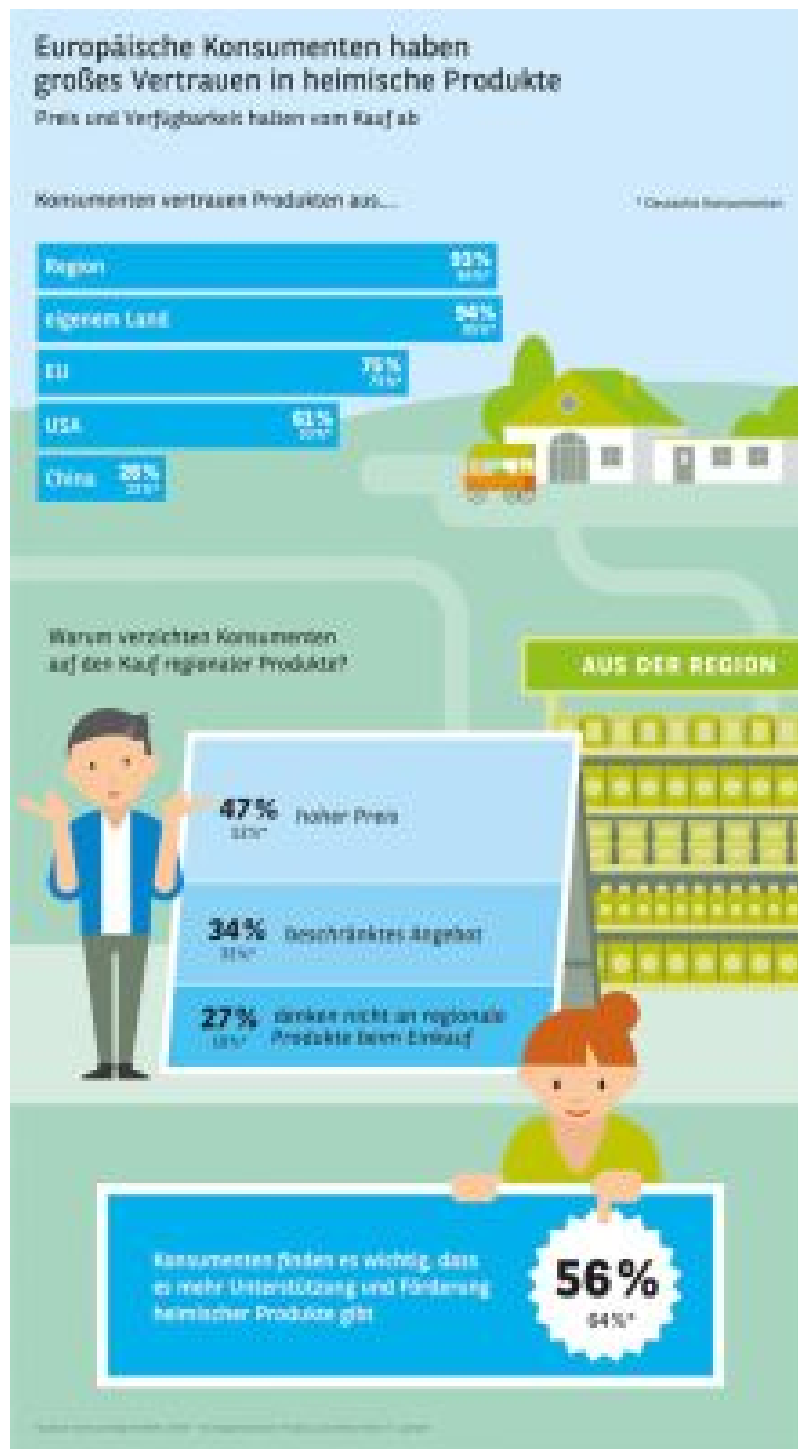


Konsumbarometer 2019 – Regionale Produkte sind im Kommen

24.07.2019, 16:08 | Handel, Wirtschaft, Finanzen, Banken & Versicherungen

Pressemitteilung von: *Consors Finanz*



Europäische Verbraucher haben großes Vertrauen in heimische Produkte

- Europäische Konsumenten haben großes Vertrauen in heimische Produkte.
- Verbraucher sehen positive Effekte auf regionale Wirtschaft und den Umweltschutz.
- Noch hält der Preis viele Konsumenten vom Kauf ab.

Regionale Produkte finden bei den europäischen Konsumenten immer größeren Zuspruch. Nach den Ergebnissen des Konsumbarometers 2019 von Consors Finanz bringt eine große Mehrheit heimischen Erzeugnissen großes Vertrauen entgegen, egal, ob sie in der Region (93 Prozent) oder im Land (94 Prozent) hergestellt wurden (Deutschland: 95 und 94 Prozent). Alleine ein europäischer Ursprung ruft bei 75 Prozent der Befragten positive Assoziationen hervor. Zum Vergleich: Bei US-amerikanischen Produkten sagen das 61 Prozent, bei chinesischen Produkten lediglich 26 Prozent.

Beim Konsum regionaler Produkte geht es um Werte

An regionalen Produkten schätzen 84 Prozent der europäischen und sogar 89 Prozent der deutschen Verbraucher die Qualität. Hinzu kommt eine ganz bestimmte Werthaltung, die sie mit heimischen Erzeugnissen verbinden. So ist der Konsum regionaler Erzeugnisse für 63 Prozent der europäischen und 66 Prozent der deutschen Befragten gut für die Umwelt. Noch bedeutsamer sind den Konsumenten die sozioökonomischen Effekte. 77 Prozent sehen positive Auswirkungen auf die regionale Wirtschaft, 70 Prozent auf den heimischen Arbeitsmarkt (Deutschland: 80 sowie 64 Prozent). Diese Ansicht spiegelt sich auch in den Motiven wider, die die Konsumenten tatsächlich zu regionalen Produkten greifen lassen. 49 Prozent bevorzugen regionale Erzeugnisse, weil sie damit die lokale Wirtschaft unterstützen, und 43 Prozent wollen die Arbeitsplätze sichern. Für 35 Prozent spielt die Qualität der Produkte eine Rolle, und 25 Prozent handeln aus ökologischen Motiven. In Deutschland ist das Argument Arbeitsplatzsicherung mit 33 Prozent etwas weniger ausgeprägt, dafür spielen die Effekte für die heimischen Unternehmen (52 Prozent) und der Umweltgedanke eine größere Rolle (35 Prozent).

Verbraucher wünschen sich stärkere Förderung

„Auffällig ist, dass trotz der hohen Wertschätzung der Anteil der Verbraucher, die regelmäßig regionale Produkte kaufen, noch relativ gering ist“, erkennt Gerd Hornbergs, CEO von Consors Finanz. So bevorzugen etwa in Deutschland nur 40 Prozent der Befragten beim Kauf im Allgemeinen Produkte aus dem eigenen Land und nur 29 Prozent aus der Region. Wenn sie heimische Produkte erwerben, dann vor allem Lebensmittel (89 Prozent), Hygiene- und Pflegeprodukte (70 Prozent) und Autos (56 Prozent).

Aktuell ist es in erster Linie der höhere Preis, der die Konsumenten vom tatsächlichen Kauf abhält. In Deutschland ist das bei 52 Prozent der Befragten der Fall, im europäischen Durchschnitt sagen das 47 Prozent. Die Diskrepanz zwischen Wertschätzung und Umsetzung stört die Konsumenten aber offenbar selbst. So finden es 64 Prozent der deutschen Verbraucher (56 Prozent der europäischen) wichtig, dass es mehr Unterstützung und Förderung heimischer Produkte gibt. „Hier sind alle Akteure am Markt gefragt“, betont Hornbergs. „Händler müssen sich Gedanken um sinnvolle Vertriebskonzepte machen und wir Verbraucher um unsere Kaufmotive. Nicht zuletzt vor dem Hintergrund des Klimawandels wird es immer entscheidender, bewusst zu konsumieren und die eigenen Entscheidungsgründe möglicherweise anders zu gewichten.“

Die vollständige Studie kann abgerufen werden unter <https://studien.consorsfinanz.de>.

Über die Studie

Das Konsumbarometer – Europa wird jährlich von Consors Finanz herausgegeben. Die Verbraucherstudie wurde vom 27. November bis zum 10. Dezember 2018 in Zusammenarbeit mit dem Marktforschungsinstitut Harris Interactive in den Ländern Belgien, Bulgarien, Dänemark, Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Italien, Norwegen, Österreich, Polen, Portugal, Rumänien, Schweden, Slowakei, Spanien, Tschechische Republik und Ungarn durchgeführt. Als repräsentative stichprobenartige Erhebung wurden 13.800 Konsumenten im Alter von 18 bis 75 Jahren befragt. Die Befragungen erfolgten auf dem CAWI-System.

<https://www.youtube.com/watch?v=f3e13-232i0>

Portrait

Über Consors Finanz

Consors Finanz ist eine Marke der internationalen BNP Paribas Gruppe. Als einer der führenden Consumer-Finance-Anbieter in Deutschland bietet Consors Finanz Lösungen, die die Absatzfinanzierung für Händler sowie den Bezahlvorgang für Kunden am Point of Sale und im E-Commerce einfacher machen – jederzeit und überall. Das Unternehmen gestaltet die Zukunft des digitalen Bezahlens und Finanzierens aktiv mit und ermöglicht Kunden, ihre Liquidität komplett online zu managen.

Das Produktportfolio umfasst Ratenkredite zur Finanzierung von Konsumwünschen bis hin zur nachhaltigen Kreditschuldung, Kartenprodukte mit Verfügungsrahmen sowie in Zusammenarbeit mit Kooperationspartnern ergänzende Versicherungs- und Zusatzprodukte. Kunden profitieren von diesem Angebot direkt bei Consors Finanz und über angeschlossene Partner wie Handelsunternehmen, Makler, Banken oder Versicherungen.
www.consorsfinanz.de

Über BNP Paribas in Deutschland

BNP Paribas ist eine führende europäische Bank mit internationaler Reichweite. Sie ist mit mehr als 202.000 Mitarbeitern in 72 Ländern vertreten, davon nahezu 154.000 in Europa. In Deutschland ist die BNP Paribas Gruppe seit 1947 aktiv und hat sich mit 12 Geschäftseinheiten erfolgreich am Markt positioniert. Privatkunden, Unternehmen und institutionelle Kunden werden von rund 5.300 Mitarbeitern bundesweit in allen relevanten Wirtschaftsregionen betreut. Das breit aufgestellte Produkt- und Dienstleistungsangebot von BNP Paribas entspricht dem einer innovativen Universalbank.
www.bnpparibas.de

News-ID: 1055879 • Views: 358 (Stand: 24.07.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/1055879/Konsumbarometer-2019-Regionale-Produkte-sind-im-Kommen.html>