

Kunden kennen

Wer kauft beim Direktvermarkter und warum? Eine universitätsübergreifende Studie liefert Antworten – auch auf die Frage, wie Direktvermarkter ihren Erfolg noch steigern können.



Kennen Sie Ihre Kunden? Laut einer Studie steigt die Häufigkeit eines Einkaufs auf dem Markt mit dem Alter.

Foto: M. Weidemann

Wie überzeuge ich meine Kunden? Und wie überzeuge ich diejenigen, die noch keine Kunden sind? Diese Fragen beschäftigen Direktvermarkter.

Und auch drei Wissenschaftler der Universität Halle-Wittenberg, der Hochschule Geisenheim und des Leibniz-Instituts für Agrarentwicklung wollten Antworten. Dafür wurden 550 Verbraucherinnen in Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen befragt. Die Ergebnisse sind zwar nicht repräsentativ, können aber wichtige Einblicke verschaffen.

Wie oft kaufen Kunden?

Übersicht 1 zeigt, wie oft Kunden bei Direktvermarktern auf Bauern- bzw. Wochenmärkten oder in Hofläden einkaufen. 14% der Befragten geben an, wöchentlich auf Bauern- bzw. Wochenmärkten einzukaufen. 11% der Konsu-

umenten kommen alle zwei Wochen bzw. monatlich.

Im Vergleich dazu kaufen die Befragten in Hofläden deutlich seltener ein – lediglich je 6% der Verbraucher geben an, wöchentlich oder alle zwei Wochen einen Hofladen zu besuchen. 63% der Befragten besuchen nie einen Hofladen.

Während beide direkten Absatzwege überwiegend lokal erzeugte und frische

Nahrungsmittel anbieten, haben Märkten den Vorteil, dass sie zumeist in der Stadtmitte bzw. im Ortskern gelegen sind. Dieses führt dazu, dass sie für viele Kunden deutlich einfacher und schneller zu erreichen sind.

Warum kaufen Kunden?

Eine deutliche Mehrheit von 68% der befragten Verbraucher ist der Meinung,

Übersicht 1: Wie oft kaufen Kunden direkt?

Häufigkeit der Nutzung von direkten Absatzwegen		
Häufigkeit des Einkaufs	Bauern-/Wochenmärkte	Hofläden
wöchentlich	14 %	6 %
alle zwei Wochen	11 %	6 %
monatlich	11 %	7 %
seltener	31 %	18 %
niemals	33 %	63 %

Quelle: eigene Umfrage zur Direktvermarktung in Mitteldeutschland

dass direkt vom Bauern eingekaufte Lebensmittel frischer sind als Produkte anderer Absatzkanäle, etwa aus dem Supermarkt oder vom Discounter. 52 % der Befragten teilen die Auffassung, dass direkt eingekaufte Lebensmittel geschmacklich besser sind.

Weitere wichtige Gründe für die Nutzung direkter Absatzkanäle sind Umweltbewusstsein, Vertrauen in lokale Landwirte und der Wunsch, diese zu unterstützen. Fast die Hälfte der Befragten bevorzugt kurze Transportwege der Lebensmittel. Bauern- und Wochenmärkte werden vor allem wegen der positiven Einschätzung der Produktfrische genutzt sowie in der Absicht, örtliche Landwirte zu unterstützen. In Hofläden kaufen die Verbraucher aufgrund der positiven Wahrnehmung der Lebensmittelsicherheit. Außerdem spielt die Lage des Ladens eine entscheidende Rolle. 20 % der befragten Verbraucher glauben, dass Lebensmittelpreise im Direktabsatz höher sind.

Zusammenfassend konnte in der Studie festgestellt werden, dass die Wahrnehmung der Verbraucher der Direktvermarktung gegenüber überwiegend positiv ist (Übersicht 2).

Wer kauft direkt ein?

Im Rahmen einer sogenannten Regressionsanalyse wurde herausgefunden, welche persönlichen Merkmale

und Einstellungen dazu führen, dass Verbraucher regelmäßig direkte Absatzwege nutzen. So stellten die Wissenschaftler fest, dass eher Verbraucherinnen als Verbraucher auf Bauern- oder Wochenmärkten einkaufen. Auch steigt die Wahrscheinlichkeit des regelmäßigen Einkaufens auf Märkten mit zunehmendem Alter signifikant an.

In Hofläden kaufen vor allem Menschen im Alter zwischen 30 und 49 Jahren und Haushalte mit mehr als vier Personen. Eine zentrale Zielgruppe von Hofläden können daher Familien mit Kindern sein. Vor allem Verbraucher in weniger dicht besiedelten Regionen kaufen in Hofläden ein.

Das Bildungsniveau hat keinen signifikanten Einfluss auf die Nutzung direkter Absatzkanäle. Je positiver Verbraucher die direkte Vermarktung wahrnehmen, desto wahrscheinlicher ist es auch, dass sie auf Märkten und in Hofläden einkaufen.

Nachfrage erhöhen

Die Ergebnisse der Studie deuten darauf hin, dass das Einkaufsverhalten und die Einflussfaktoren sich bei Bauern- bzw. Wochenmärkten und Hofläden unterscheiden. Deshalb enthält die Studie differenzierte Hinweise für Landwirte, die jeweils einen dieser Absatzkanäle nutzen, um die Nachfrage zu erhöhen.

• Bauern- oder Wochenmärkte

Die Ergebnisse der Studie bestätigen die häufige Annahme, dass Landwirte vor allem die Frische und die lokale Herkunft ihrer Erzeugnisse betonen sollten. Zusätzlich könnten Bauern- oder Wochenmärkte wirksam beworben werden, indem die positiven Auswirkungen auf die wirtschaftliche Entwicklung regionaler Betriebe hervorgehoben wird.

• Hofläden

Eine vielversprechende Strategie für Hofläden besteht darin, insbesondere Kunden mit Familie gezielt anzusprechen, außerdem jene, für die die Lage des Hofladens günstig ist.

Bei der Werbung in größeren Städten sollten Landwirte eindeutige Informationen zu ihren Preisen anbieten. Hiermit könnte man verhindern, dass Produkte in Hofläden als (zu) teuer eingeschätzt werden.

Werbung sollte gegebenenfalls hervorheben, dass bei einem Besuch der Herstellungsprozess der Produkte angesehen bzw. erläutert werden kann. Das könnte dazu beitragen, dass Verbraucher noch mehr in die Lebensmittelsicherheit vertrauen und somit eher bereit sind, häufiger im Hofladen einzukaufen.

Miroslava Bavorová,
Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg
Ilkay Unay Gailhard, Leibniz-Institut für Agrarentwicklung in Transformationsökonomien (IAMO)
Mira Lehberger,
Hochschule Geisenheim University

Übersicht 2: Warum kaufen Kunden beim Direktvermarkter?

Wahrnehmung von Lebensmitteln aus direkten Absatzwegen	stimme nicht zu	unentschieden	stimme zu
Die Lebensmittel sind frischer.	5 %	27 %	68 %
Der Geschmack ist besser.	7 %	41 %	52 %
Die Preise sind höher.	31 %	47 %	22 %
Die Standards der Lebensmittelsicherheit sind besser.	14 %	39 %	47 %
Die Standards der artgerechten Tierhaltung sind besser.	15 %	38 %	47 %
Es ist mir wichtig zu wissen, wo die Lebensmittel hergestellt werden.	13 %	48 %	39 %
Es ist mir wichtig zu wissen, wie die Lebensmittel hergestellt werden.	13 %	38 %	49 %
Ich habe mehr Vertrauen in Lebensmittel, die vom Bauern verkauft werden.	13 %	40 %	47 %
Für mich ist es umständlich oder unpraktisch, direkt beim Bauern einzukaufen.	43 %	33 %	24 %
Für mich ist es wichtig, dass ich die lokalen Bauern unterstütze.	13 %	33 %	54 %
Ich bevorzuge Erzeugnisse, die nur über kurze Strecken transportiert werden.	19 %	33 %	48 %

Quelle: eigene Umfrage zur Direktvermarktung in Mitteldeutschland