

Weniger Vielfalt durch saisonale Produkte wird mehrheitlich akzeptiert

Konsumentinnen und Konsumenten im DACH-Raum empfinden ein saisonal bedingt kleineres Lebensmittelangebot mehrheitlich nicht als Einschränkung. Ältere Menschen akzeptieren eine reduzierte Auswahl deutlich eher als jüngere. Im Alltag scheitert die konsequente Umsetzung häufig an der praktischen Handhabbarkeit. Dies zeigt eine aktuelle Studie der ZHAW.

Saisonalität ist für viele der Befragten ein wichtiger Orientierungspunkt und wird beim Einkauf häufig berücksichtigt. Im Alltag verliert sie jedoch an Verbindlichkeit – insbesondere dann, wenn ganze Mahlzeiten saisonal gestaltet werden sollen. Wissen über saisonale Lebensmittel ist zwar vorhanden, reicht aber allein nicht aus, um entsprechendes Verhalten konsequent umzusetzen. An der Befragung im November 2025 nahmen insgesamt 3'001 Personen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz teil.

Offenheit gegenüber kleinerer Auswahl im Gemüseregal

Ein stärker saisonal ausgerichtetes Lebensmittelangebot wird mehrheitlich positiv oder neutral bewertet. Viele Konsumentinnen und Konsumenten trauen sich zu, auch mit eingeschränkter Auswahl abwechslungsreich zu kochen. In einer direkten Abwägung bevorzugt eine deutliche Mehrheit sogar eine reduzierte Auswahl zugunsten saisonaler und regionaler Produkte. Entscheidend ist die Alltagstauglichkeit: «Wer weiss, wie man mit saisonalen Lebensmitteln kocht und plant, akzeptiert eine kleinere Auswahl deutlich eher», sagt ZHAW-Studienleiterin Pia Furchheim. Die Studie zeigt zudem einen Alterseffekt: Ältere Menschen akzeptieren eine geringere Auswahl bei saisonalen Lebensmitteln deutlich eher als jüngere (87.6 Prozent bei über 60-Jährigen vs. 69.9 Prozent bei 18- bis 39-Jährigen).

Klare Orientierung elementar für Umsetzung im Alltag

Für eine stärkere Verankerung saisonaler Ernährung braucht es vor allem praktische Orientierung im Alltag. Befragte wünschen sich eine klare Kennzeichnung saisonaler Produkte, transparente Kommunikation bei Nichtverfügbarkeit sowie einfache Hilfestellungen für Einkauf und Planung. Die Bereitschaft zur Veränderung ist vorhanden – entscheidend ist, wie gut sich saisonale Ernährung im Alltag umsetzen lässt. «Für Handel und Kommunikation ergibt sich daraus ein klarer Auftrag», bewertet Furchheim die Ergebnisse.

Die umfangreichen Ergebnisse der Studie sowie weiterführende Fragestellungen werden an der Circular Lab Konferenz «Forum zur Zukunft der Land- und Ernährungswirtschaft» am 22. April 2026 im SQUARE der Universität St.Gallen diskutiert. Die Konferenz wird vom Circular Lab durchgeführt, federführend durch die OST – Ostschweizer Fachhochschule und die ZHAW. <https://www.wissenschaftsverbund.org/blog/circular-lab-konferenz-forum-zur-zukunft-der-land--und-ernahrungswirtschaft>

Circular Lab

Die Studie wurde vom Institut für Marketing Management der ZHAW School of Management and Law im Rahmen des Circular Labs durchgeführt. Das Circular Lab ist ein interdisziplinärer Forschungs- und Praxisverbund mit dem Ziel, die Kreislaufwirtschaft in der Vierländerregion Bodensee voranzubringen. Als zentraler Hub für zirkuläre Innovation und wirtschaftsnahe Nachhaltigkeit entwickelt das Lab gemeinsam mit Unternehmen, Hochschule und weiteren Akteurinnen und Akteuren, praktikable Ansätze zur Umsetzung zirkulärer Wertschöpfung, insbesondere in der Textilbranche sowie in der Land- und Ernährungswirtschaft. Das Konsortium umfasst mehrere Hochschulen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz sowie innovative Unternehmenspartner. Mehr Informationen zum Circular Lab: <https://www.wissenschaftsverbund.org/labs/circular-lab>

Kontakt

- Prof. Dr. Pia Furchheim, Professorin Consumer Behavior, ZHAW School of Management and Law, +41 58 934 41 09, pia.furchheim@zhaw.ch
- ZHAW Medienstelle, +41 58 934 75 75, medien@zhaw.ch
- Bei Fragen und Akkreditierung zum Circular Lab Event: David Kübler, Institut für Marketing Management, ZHAW School of Management and Law, +41 58 934 42 66, david.kuebler@zhaw.ch