

Pressemitteilung

Georg-August-Universität Göttingen

Romas Bielke

28.02.2018

<http://idw-online.de/de/news689990>

Forschungsergebnisse

Biologie, Ernährung / Gesundheit / Pflege, Gesellschaft, Tier / Land / Forst, Wirtschaft
überregional



Göttinger Studie zum Anbau- und Kaufverhalten bei Tomaten

Forscherinnen und Forscher der Fakultät für Agrarwissenschaften der Universität Göttingen haben mit einer repräsentativen Umfrage die Konsumentenwünsche beim Kauf von frischen Tomaten sowie das Anbauverhalten von Hobbygärtnern untersucht. Aus der Studie geht hervor, dass es einen Zusammenhang zwischen der Nachfrage nach hochwertiger sowie regionaler Ware und dem persönlichen Bezug des Konsumenten zum Produkt gibt. Die praxisrelevanten Ergebnisse der Studie sind in der Gartenbaufachzeitung TASPO, Ausgabe 9, erschienen.

Pressemitteilung

Nr. 050/2018 – 28. Februar 2018

Göttinger Studie zum Anbau- und Kaufverhalten bei Tomaten

Agrarwissenschaftler belegen Zusammenhang zwischen Qualitätskauf und persönlichem Bezug

(pug) Forscherinnen und Forscher der Fakultät für Agrarwissenschaften der Universität Göttingen haben mit einer repräsentativen Umfrage die Konsumentenwünsche beim Kauf von frischen Tomaten sowie das Anbauverhalten von Hobbygärtnern untersucht. Aus der Studie geht hervor, dass es einen Zusammenhang zwischen der Nachfrage nach hochwertiger sowie regionaler Ware und dem persönlichen Bezug des Konsumenten zum Produkt gibt. Die praxisrelevanten Ergebnisse der Studie sind in der Gartenbaufachzeitung TASPO, Ausgabe 9, erschienen.

Tomaten zählen zu den beliebtesten Gemüsesorten der Deutschen. Als eines der umsatzstärksten Produkte der Obst- und Gemüseabteilung ist die Tomate in einer Vielzahl an Variationen im Supermarkt erhältlich. Die Auswahl reicht von kleinen Cockailtomaten bis hin zu alten Sorten. Die Forscherinnen und Forscher befragten rund 1.000 Probanden – darunter 38 Prozent Selbstanbauer –, welche Tomatensorte sie kaufen würden. Dabei wählten die Teilnehmenden nach unterschiedlichen Parametern wie etwa Größe, Farbe, Geschmack, Herkunft und Preis ihre Favoriten aus. Die Analysen ergaben, dass Hobbyanbauer zuerst auf Regionalität, dann auf die Konsistenz und dann auf den Preis Wert legen. Nicht-Anbauer dagegen entscheiden zuerst nach Geschmack, dann nach Konsistenz und zuletzt nach Regionalität.

Beim Vergleich stellte das Forscherteam um Kristin Jürkenbeck vom Department für Agrarökonomie und Rurale Entwicklung außerdem fest, dass Gemüseanbauern eine hohe Qualität des Produkts wichtiger ist als anderen Konsumentengruppen. Dies spiegelt sich auch in der Wahl des Einkaufsortes wieder. „Hobbyanbauer kaufen ihre Tomaten häufiger auf Wochenmärkten und in Hofläden,“ erklärt Jürkenbeck. „Nicht-Anbauer kaufen lieber im Discounter und im Supermarkt ein.“ Des Weiteren konsumieren Anbauer generell häufiger Tomaten als Nicht-Anbauer. Bei der Betrachtung der Anbauwahl werden Jungpflanzen gegenüber Saatgut bevorzugt. Insgesamt sind Hobbyanbauer mit ihrem eigenen Anbau zufrieden. „Die Forschungsergebnisse zeigen uns, dass man die Nachfrage nach Qualitätsware und regionalen Produkten steigern kann, indem ein starker Bezug des Konsumenten zum Produkt hergestellt wird“, so Jürkenbeck.

Kontakt:

Kristin Jürkenbeck

Georg-August-Universität Göttingen

Fakultät für Agrarwissenschaften – Marketing für Lebensmittel und Agrarprodukte

Platz der Göttinger Sieben 5, 37073 Göttingen, Telefon (0551) 39-26245

E-Mail: kristin.juerkenbeck@uni-goettingen.de, Internet: <http://www.uni-goettingen.de/de/558452.html>



Kristin Jürkenbeck
Universität Göttingen