



Bio – Region – Tierwohl: Konkurrenz oder unterschiedliche Zielgruppen?

Vortrag im Rahmen des Prä-Konferenz-Workshops
„Tierwohl zwischen Markt und Moral“

17.09.2014

Jun.-Prof. Dr. B. Schulze-Ehlers



Quelle: Facebook

> Deutsche Handwerks Zeitung > Grüne Woche: Regional ist das neue Bio

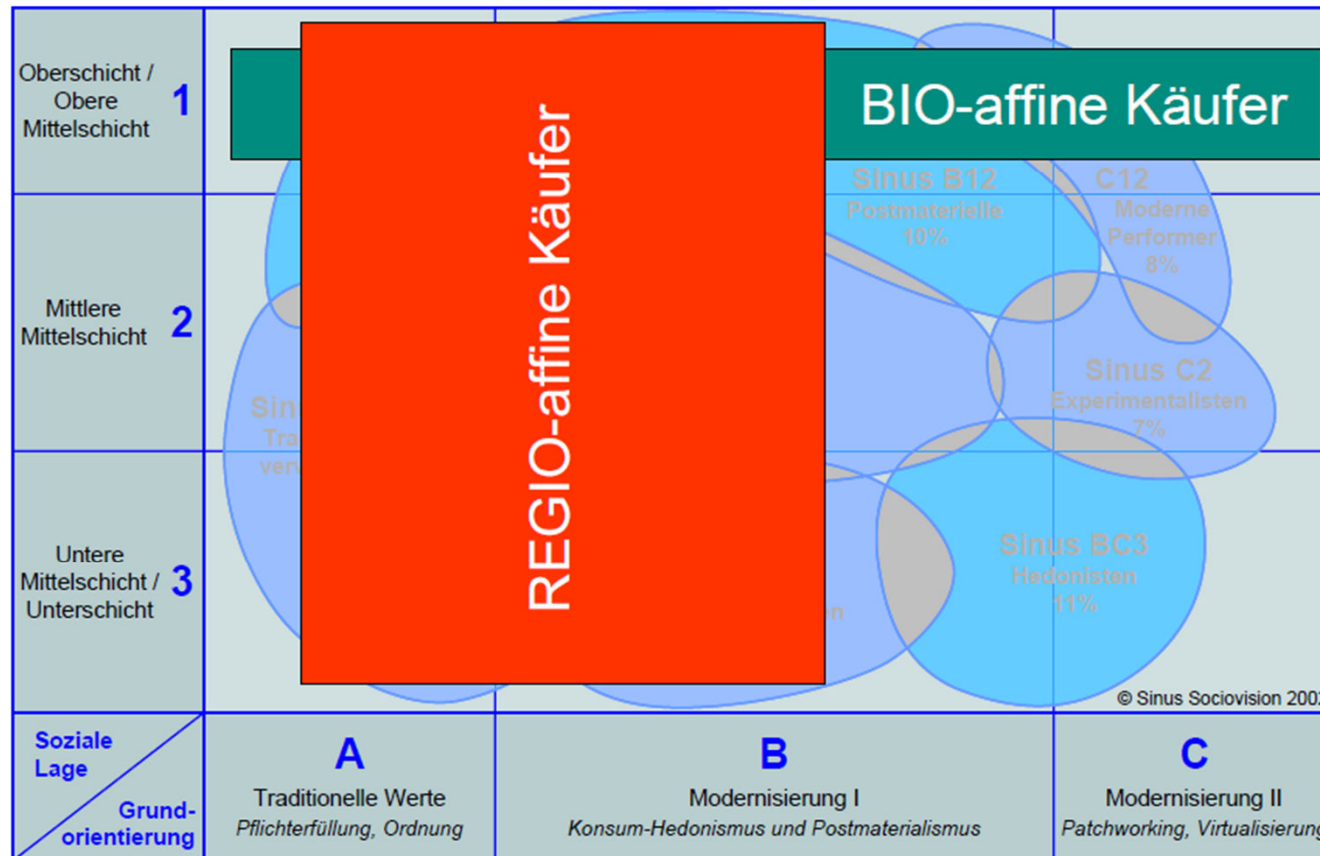
Branche - 17.01.2014

Interview mit Bäckerpräsident Peter Becker

Grüne Woche: Regional ist das neue Bio

Die Grüne Woche hat begonnen und zeigt die Trends der Lebensmittelbranche. Das Bäckerhandwerk ist kritisch: Kosten und Konkurrenzdruck nehmen zu, der Online-Handel boomt. Bäckerpräsident Peter Becker erkennt aber auch Chancen. Regionalität als Verkaufsargument wird wichtiger – allerdings fehlen eindeutige Standards. - Von Jana Tashina Wörle

In welchen Sinus-Milieus liegen BIO- und REGIO affine Käufer?



- 60% von 1000 Befragten erwarten, dass Landwirte Tierschutz beachten (BMELV, 2013)
- Bio & Tierwohl:
 - starke Assoziation mit Tierwohl (Zenner et al., 2005, Kuhnert et al., 2003)
 - Tierwohl, regionale Herkunft, faire Preise für Landwirte als wichtigste Zusatz-Informationen bei Bio-Lebensmitteln (Zander & Hamm, 2010)
- Regional & Tierwohl:
 - insgesamt positiv aufgeladen (u.a. Henseleit et al., 2007)
 - 60% von 1000 Befragten geben an, „häufig“ Wert auf die Herkunft der gekauften Lebensmittel zu legen (BMEL, 2014)
 - keine unmittelbar Zusammenhänge herausstellenden Arbeiten

Zahlungsbereitschafts-Analysen

- Fleisch & Regio
 - Roosen et al. (2003): Regionale Herkunft wichtiger als Marke, Preis... (Deutschland & Frankreich)
 - Umberger et al. (2001): Starke Präferenz für regionales Rindfleisch
 - Bio vs. Regio
 - Loureiro & Hine (2001): Regionale Herkunft wichtiger als Bio oder GVO-frei (Kartoffeln, USA)
- Zwischenfazit
- Keine Studien zu Schwein
 - Keine Gegenüberstellung mit Bio oder besonderen Tierwohl-Angaben
 - Bei Fleisch auch keine “Bio vs. Regio”-Studien (?)

Frage: Wie beeinflussen Kennzeichnungen mit “Bio”, “artgerechte Haltung” und “aus der Region – für die Region” die Kaufentscheidung bei Fleisch?

- Discrete Choice-Experiment mit Schweine-Schnitzel (500g)
- Online-Befragung im Sommer 2011 (Panel-Dienstleister)
- Insgesamt 936 Befragte mit Schweinefleischkonsum
 - 49,7% weiblich;
 - Ø-Alter: 41,9 Jahre (18-75)

- Bio- und Regio-Käufer gehör(t?)en nur teilweise zur selben Zielgruppe (vgl. Richter 2005)
- Tierwohl wird als Teil der Bio- und Regionalkonzepte angesehen: Einfluss von “Regional” und “Bio” auf die Kaufentscheidung ist stärker als der von “Aus artgerechter Haltung”

- Einkaufsverhalten bei Fleisch
 - Einkaufsstättenwahl,
 - Kaufhäufigkeit
 - Anteile SB-/Thekenware
- Konsum verschiedener Fleischarten
- Bio-Kaufhäufigkeit
- Choice-Experiment
 - Orthogonales Design (SPSS)
 - Je 3 Alternativen + Opt out
 - 7 Choice-Fragen/Person, zufällig zugewiesen
 - D-Efficiency = 99,8 (Kuhfeld, 2004)
- Einstellungen zu Fleischkonsum, Tierwohl, Bio
- Soziodemographie + Wohnort

Übersicht über die Attribut-Level

Stellen Sie sich nun bitte vor, Sie wollten 500g Schweineschnitzel einkaufen.

Im Folgenden werden Sie unterschiedliche Angebote sehen, zwischen denen Sie bitte genau so auswählen, wie Sie es auch bei einem normalen Einkauf für Ihren Haushalt tun würden!

Selbstverständlich können Sie sich auch ganz dagegen entscheiden, eines der Angebote zu kaufen.

Attribute und Ausprägungen (Levels)

Preis	7,49	4,49	3,49	2,49 (Base)
Label	Bio	Aus artgerechter Haltung	Aus der Region – für die Region	QS (Base)
Fütterung	Mit regionalen Futtermitteln	Garantiert ohne Import-Soja	Ausschließlich mit hochwertigen Futtermitteln gefüttert	Keine Angabe






- Insgesamt werden 30 Choice-Sets à 3 Alternativen mit jeweils unterschiedlichen Kombinationen der Attribut-Level gebildet (Orthogonales Design, SPSS Orthoplan)

Beispiel-Choice-Set (eins von 30 möglichen!)

Für welches der drei nachstehenden Angebote würden Sie sich entscheiden?

Bitte klicken Sie auf das Angebot Ihrer Wahl!

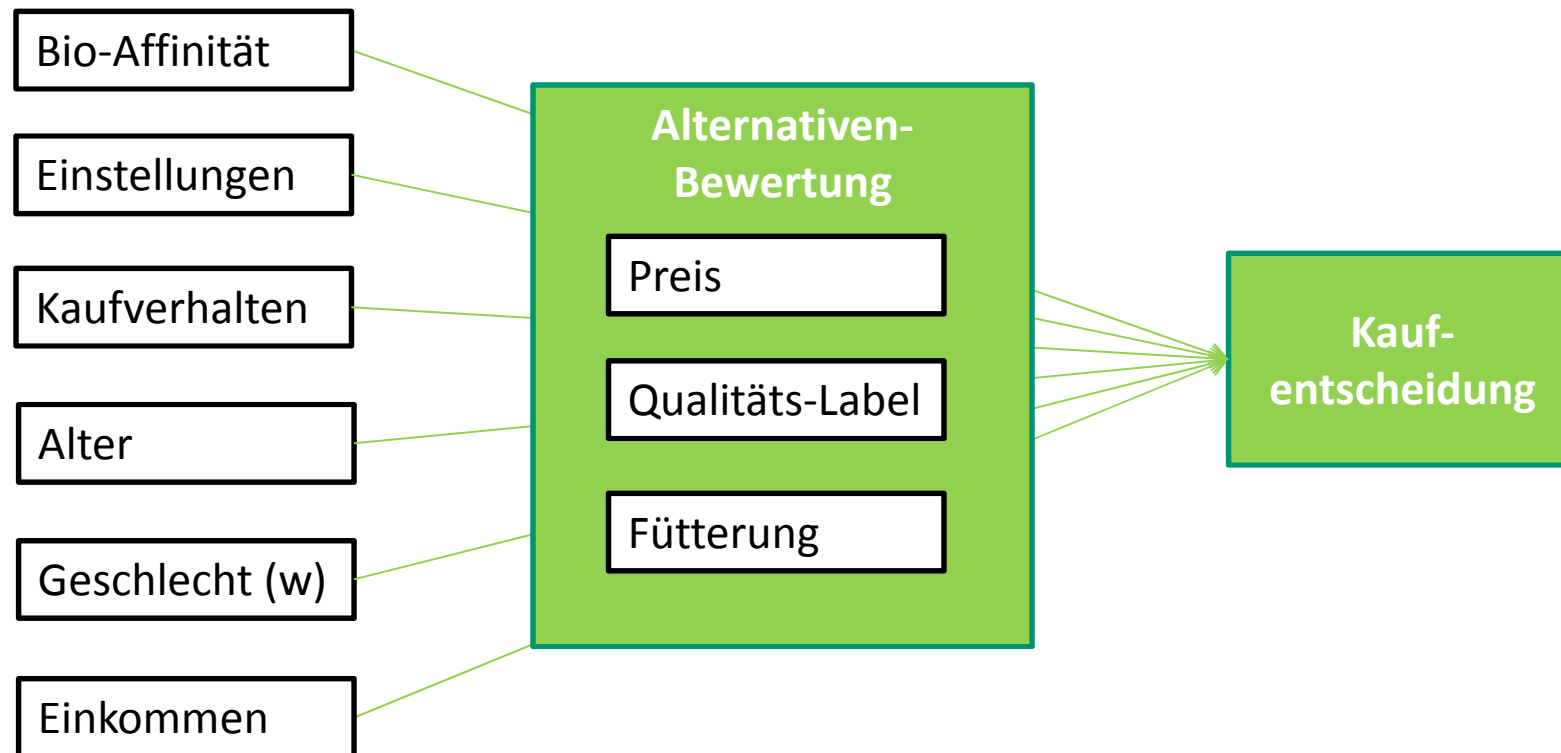
(falls Sie kein Schweinefleisch essen, stellen Sie sich bitte eine andere Fleischart vor!)

<p>Bio-Schweineschnitzel</p> <p>Garantiert ohne Import-Soja gefüttert!</p>   <p>500g 3,49€</p>	<p>Schweine-Schnitzel</p> <p>Die Schweine wurden ausschließlich mit hochwertigen Futtermitteln gefüttert!</p>  <p>QS – Ihr Prüfsystem für Lebensmittel</p>  <p>500g 7,49 €</p>	<p>Schweine-Schnitzel</p> <p>„aus artgerechter Haltung“</p>  <p>500g 7,49 €</p>	<p>Ich wähle keines dieser Angebote!</p>
---	--	--	--

Forschungsfrage:

Wie beeinflussen die Kennzeichnungen

**“Bio”, “Aus der Region – für die Region” und “Aus artgerechter Haltung”
die Kaufentscheidung bei Schweinefleisch?**



- STATA 13
- Hausman-Test (Hausman, 1978) ist signifikant
- Konditionales Logit-Modell nicht angemessen
- Ergebnisse des Alternativenspezifischen Multinomialen Probit-Modell:

```

Alternative-specific multinomial probit
Case variable: Case
Number of obs      =      27664
Number of cases   =       6916

Alternative variable: Alt
Alts per case: min =         4
                avg =        4.0
                max =         4

Integration sequence:  Hammersley
Integration points:    200
Log simulated-likelihood = -7768.6531
Wald chi2(7)         =       96.98
Prob > chi2          =       0.0000
    
```

Wahl	Coef.	Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]	
Alt						
Preis	-.2359138	.024193	-9.75	0.000	-.2833312	-.1884964
MithochwertigenFM	.1111962	.0242142	4.59	0.000	.0637372	.1586552
MitregionalenFM	.1823118	.0288516	6.32	0.000	.1257638	.2388598
OhneImportSoja	-.1198945	.0252739	-4.74	0.000	-.1694304	-.0703587
Region	.1558919	.0265697	5.87	0.000	.1038162	.2079676
Tierwohl	.0474084	.022885	2.07	0.038	.0025547	.0922621
Bio	.2318967	.0323073	7.18	0.000	.1685756	.2952179

Schätzergebnisse volles Modell (2)

	Wahl	Coef.	Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]	
Alt							
	Preis	-.2661716	.0217847	-12.22	0.000	-.3088689	-.2234743
	MithochwertigenFM	.1306016	.0267021	4.89	0.000	.0782664	.1829369
	MitregionalenFM	.2103789	.0303674	6.93	0.000	.1508599	.2698979
	OhneImportSoja	! -.1326371	.0279004	-4.75	0.000	-.1873209	-.0779533
	Region	.1213452	.0464697	2.61	0.009	.0302663	.212424
	Tierwohl	! -.1149085	.0477614	-2.41	0.016	-.2085191	-.0212978
	Bio	! -.3485094	.0566179	-6.16	0.000	-.4594784	-.2375403
	Tierwohl_BioKufer_Dummy	.2192565	.053966	4.06	0.000	.113485	.325028
	Tierwohl_Geschlecht_weiblich	.0910238	.0510133	1.78	0.074	-.0089603	.191008
	Bio_Geschlecht_weiblich	.1117018	.0514163	2.17	0.030	.0109277	.2124758
	Bio_BioKufer_Dummy	.9015437	.0894618	10.08	0.000	.7262019	1.076886
	Region_Geschlecht_weiblich	-.026624	.048982	-0.54	0.587	-.1226269	.0693789
	Region_BioKufer_Dummy	.1051561	.0505813	2.08	0.038	.0060185	.2042937
1							
	Alter_Jahren	-.0023832	.0022989	-1.04	0.300	-.006889	.0021226
	Geschlecht_weiblich	-.269912	.0642154	-4.20	0.000	-.3957718	-.1440522
	EK_Sttte_neu_Bedientheke	.1910633	.0606571	3.15	0.002	.0721776	.309949
	Bildungsabschluss_hoch	-.1752925	.0587447	-2.98	0.003	-.2904301	-.060155
	Einkommen_ber_3200	-.1401886	.0700919	-2.00	0.045	-.2775661	-.0028111
	BioKufer_Dummy	-.1683014	.0686891	-2.45	0.014	-.3029296	-.0336732
	_cons	2.390666	.1554494	15.38	0.000	2.085991	2.695341

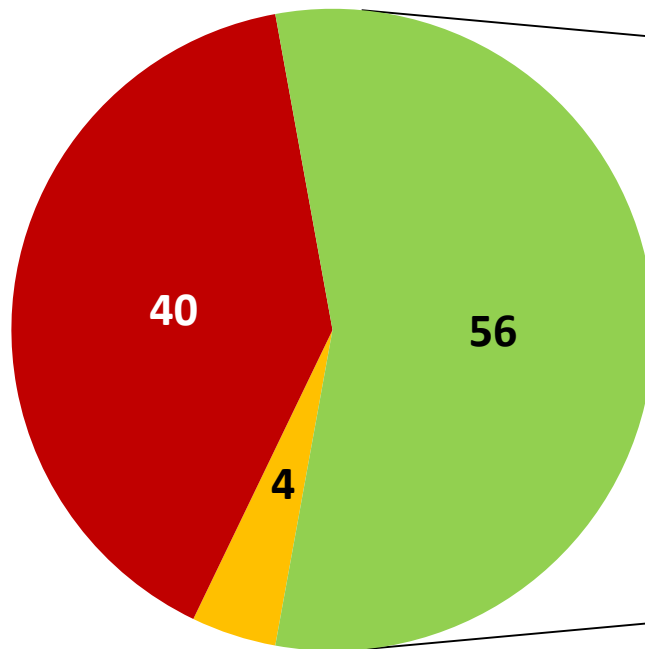
- Bio-Käufer sind affin auch für die Tierwohl- und regionalen Varianten
- Jenseits der Bio-Käufer & Frauen haben Bio-Siegel & Tierwohl-Argument negativen Effekt auf die Kaufwahrscheinlichkeit!
- Regionalität weist trotz Interaktionsterm weiterhin signifikant positiven Effekt auf
 - ➔ stützt These der nur teilweise sich überschneidenden Zielgruppen (vgl. Richter 2005 / Sinus-Milieus)
- Frauen sind nicht stärker regional- oder tierwohl-orientiert als Männer, aber haben höhere Bio-Präferenz
- Alle Ergebnisse noch ohne Berücksichtigung von Einstellungen!
- ... work in progress!

- AT Kearney (2013): Lebensmittel-Trend Studie. Verfügbar unter www.atkearney.de, letzter Abruf 15.09.2014.
- BMEL (2014): Einkaufs- und Ernährungsverhalten in Deutschland. TNS-Emnid-Umfrage des BMEL. 2014.
- Hausman, J.A. (1978): Specification Tests in Econometrics. In: *Econometrica* 46/6, S. 1251-1271.
- Henseleit, M., et al. (2007): Verbraucherpräferenzen für regionale Lebensmittel. Agrarökonomische Diskussionsbeiträge. Giessen 2007.
- Kuhnert, H., et al. (2003). Nachfrage nach Öko-Lebensmitteln: Veränderung durch BSE? *Ökologie & Landbau, Jahrbuch Öko-Landbau* Bd. 125, 1, S. 29-32.
- Loureiro, M.L., Hine, S. (2001): Discovering Niche Markets: A Comparison of Consumer Willingness to Pay for A Local (Colorado-Grown), Organic, and GMO-free Product. Selected paper, 2001 American Agricultural Economics Association Meetings.
- Richter, T. (2005): Konkurrenz oder Synergie? "Regional" und "Bio" aus Sicht der KonsumentInnen. Vortrag, archiviert unter www.orgprints.org/4890
- Roosen, J., Lusk, J.L., Fox, J.A. (2003): Consumer Demand for and Attitudes Toward Alternative Beef Labeling Strategies in France, Germany, and the UK. *Agribusiness*. 2003, Bd. 19, 1, S. 77-90.
- Umberger, W.J., Feuz, D.M., Calkins, C.R., Sitz, B.M. (2003): Country-of-Origin Labelling of Beef Products: U.S. Consumers' Perceptions. *Journal of Food Distribution Research* Bd. 34, 3, S. 103-116.
- Zander, K., Hamm, U. (2010): Consumer preferences for additional ethical attributes of organic food. *Food Quality & Preference* 21 (2010) 495–503.



Vielen Dank!

Kaufen Sie Bio-Lebensmittel?
(N= 936)



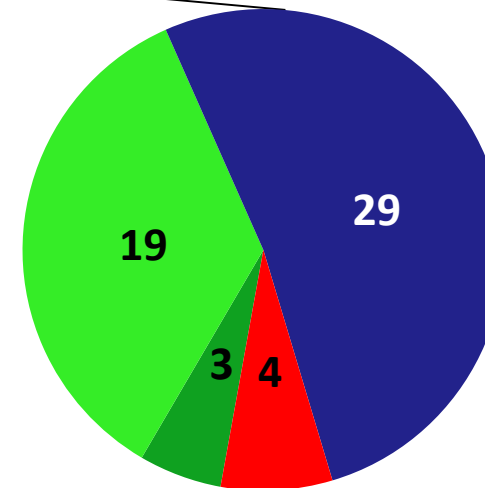
■ Weiß nicht.

■ kaufe ich immer als Bio-Produkt

■ kaufe ich selten als Bio-Produkt

Wie häufig kaufen Sie, wenn Sie Fleisch kaufen, die Bio-Variante?

(N= 521; % hier bezogen auf Gesamt-N)



■ Nein, ich kaufe keine Bio-Produkte.

■ kaufe ich häufig als Bio-Produkt

■ kaufe ich nie als Bio-Produkt

→ 56% der Probanden gaben an, grundsätzlich Bio-Lebensmittel zu kaufen, nur 3% kaufen Fleisch immer in der Bio-Variante, 19% häufig, 29% selten

→ **Stärkere Aufspaltung der Bio-Käufer-Gruppe für Interaktionsterme sinnvoll**