

HAT DIE ÖKOLOGISCHE PRODUKTION VON LEBENSMITTELN EINEN EINFLUSS AUF DIE KAUFENTSCHEIDUNG BEI PRODUKTEN MIT VERSCHIEDENEN HERKUNFTSANGABEN?

Zusammenfassung

Dieser Beitrag beschäftigt sich mit der Frage, ob die ökologische Produktion von Lebensmitteln die Kaufentscheidung von Konsumenten beeinflusst, wenn diese die Wahl zwischen verschiedenen Herkünften von Lebensmitteln haben. Um das Entscheidungsverhalten und die dahinter stehenden Präferenzen der Konsumenten zu untersuchen, wurde ein Kaufexperiment kombiniert mit einer Konsumentenbefragung durchgeführt. Die Befragung fand im November 2013 in jeweils zwei Geschäften in vier Regionen in Deutschland statt. Das Kaufexperiment wurde mit den Produkten Äpfel, Butter, Mehl und Steak durchgeführt. Die Ergebnisse zeigen, dass sich die Präferenzstruktur der produktspezifischen Modelle kaum verändert, wenn das Attributlevel ökologische Produktion nicht bei der Modellierung berücksichtigt wird.

Schlüsselwörter

Ökologische Lebensmittel, Produktherkunft, Konsumentenpräferenzen, Kaufexperiment, produktspezifische Unterschiede.

1 Einleitung

Regionale Lebensmittel erfreuen sich ebenso wie ökologische Lebensmittel laut zahlreicher Verbraucherstudien zunehmender Beliebtheit. Es gibt eine Vielzahl an Studien, die den Wunsch von Konsumenten nach mehr Regionalität belegen; viele dieser Studien zeigen eine klare Präferenz der Konsumenten für regionale Lebensmittel gegenüber anderen Produkteigenschaften, wie z.B. ökologische Produktion (JAMES et al., 2009; ONKEN et al., 2011; WIRTH et al., 2011; COSTANIGRO et al., 2014). Aber auch für Öko-Lebensmittel werden in vielen Studien Mehrzahlungsbereitschaften ermittelt (MILLOCK et al., 2004; HUGHNER et al., 2007). Dieser Beitrag beschäftigt sich mit der Frage, welchen Einfluss die ökologische Produktion neben der Produktherkunft aus unterschiedlichen Regionen und dem Preis bei der Kaufentscheidung hat und wie sich dieser Einfluss zwischen verschiedenen Produkten unterscheidet.

2 Durchführung

Die Erhebung fand in acht Geschäften des Lebensmitteleinzelhandels statt. Von denen waren jeweils zwei in Nord-, Ost-, Süd- und Westdeutschland gelegen. In jeder Region lag ein Geschäft in einer kleinen Stadt (<25.000 EW) und eines in einer großen Stadt (>200.000 EW). Die Erhebung verlief computergestützt im Vorkassenbereich und wurde von den Konsumenten selbständig durchgeführt. Im ersten Teil der Befragung wurden die Konsumenten nach ihrem Einkaufsverhalten gefragt. Daraufhin folgte das Kaufexperiment, in dem ihnen vier Kaufentscheidungen je Produkt vorgelegt wurden. Bei den Produkten handelte es sich um zwei pflanzliche (Äpfel und Mehl) sowie zwei tierische Lebensmittel (Butter und Rindersteak). Die Produktalternativen unterschieden sich in drei Attributen: Herkunft (regional, Deutschland, Nachbarland, außereuropäisches Land), Produktionsweise (ökologisch, konventionell) und Preis (vier Preislevel). In jeder Kaufentscheidung konnten die Konsumenten zwischen drei Produktalternativen und einer Nichtkauf-Option wählen. Im Anschluss wurden Statements zum Lebensmittelkauf und persönliche Angaben erhoben. Für

die Auswertung lagen 631 vollständige Datensätze vor. Die Auswertung erfolgte mithilfe der Software-Pakete SPSS 21 und NLogit 4.0.

3 Ergebnisse und Schlussfolgerungen

Für alle vier Produkte wurden separat MNL (Multinomial Logit) und RPL (Random Parameter Logit) Modelle in NLogit 4.0 geschätzt. In allen Modellen zeigten die geschätzten Parameter für das Attributlevel 'regional' den größten positiven Wert, wenn 'außereuropäisches Ausland' als Basis gewählt wurde. Außerdem nahmen die Koeffizienten für das Attribut Produktherkunft mit zunehmender Entfernung ab. Die Koeffizienten für das Attributlevel 'ökologische Produktion' waren in allen Modellen kleiner und positiv. Die Preiskoeffizienten sind erwartungsgemäß in allen Modellen negativ. In dem Modell für Steak sind sie sehr klein im Vergleich zu den geschätzten Koeffizienten für die anderen Attributlevel. Um den Einfluss der ökologischen Produktion auf die Präferenzstrukturen innerhalb der einzelnen Modelle für die jeweiligen Produkte zu überprüfen, wurde das Attributlevel in einem nächsten Schritt nicht in die Modellierung einbezogen. In Tabelle 1 sind die Ergebnisse der RPL-Modelle mit und ohne das Attributlevel ökologische Produktion exemplarisch für Äpfel und Steak dargestellt. Die Modelle für die anderen beiden Produkte verhalten sich ähnlich und sind daher nicht extra aufgeführt.

Tabelle 1: Koeffizienten und Standardfehler¹ der RPL-Modelle für Äpfel und Steak (mit und ohne den Parameter ökologische Produktionsweise) und die Modellspezifikationen

	Äpfel 1	Äpfel 2	Steak 1	Steak 2
Preis	-1,30669	-1,2225	-0,59912	-0,54502
	0,09861**	0,09411**	0,05262**	0,05323**
Ökologische Produktion	0,20228		0,57405	
	0,06832**		0,07627**	
Regional	4,51748	4,51377	3,77235	3,51198
	0,21339**	0,21272**	0,18602**	0,17957**
Aus Deutschland	4,01432	3,95989	2,5422	2,36009
	0,19655**	0,19394**	0,14227**	0,1331**
Aus dem Nachbarland	1,07307	1,0721	0,56369	0,33168
	0,1951**	0,19315**	0,1443**	0,13919*
N	2197	2197	2018	2018
LL-Funktion	-1410,803	-1415,193	-1303,543	-1335,071
Pseudo-R²	0,41549	0,41367	0,412	0,398
Pts	1000	1000	1000	1000

¹Statistisch signifikant auf dem Niveau **<0.01, *<0.05

Die Ergebnisse zeigen, dass die ökologische Produktion von Lebensmitteln bei der Kaufentscheidung für die vier untersuchten Produkte einen vergleichsweise geringen Einfluss hat. Die Präferenzstrukturen der Attribute verändern sich nur geringfügig. Auch die Modellspezifikationen zeigen eine ähnlich gute Anpassungsgüte der Modelle, unabhängig davon, ob das Attributlevel ökologische Produktion bei der Modellierung berücksichtigt wurde oder nicht. Die Ergebnisse aus dem Kaufexperiment werden durch die Ergebnisse aus der Konsumentenbefragung bestätigt. In der direkten Abfrage stufen die Konsumenten die regionale Herkunft von Lebensmitteln als wichtiger ein als die ökologische Produktion. Weitere Auswertungen und Untersuchungen müssen zeigen, ob regionale Produktherkünfte von konventionellen Lebensmitteln in direkter Konkurrenz zu Öko-Produkten aus weiter entfernt liegenden Regionen stehen.

Literatur

- COSTANIGRO, M., S. KROLL, D. THILMANY und M. BUNNING (2014): Is it Love for Local/Organic or Hate for Conventional? Asymmetric Effects of Information and Taste on Label Preferences in an Experimental Auction. In: *Food Quality and Preference* 31: 94-105.
- HUGHNER, R. S., P. McDONAGH, A. PROTHERO, C.J. SHULTZ und J. STANTON (2007): Who are organic food consumers? A compilation and review of why people purchase organic food. In: *Journal of Consumer Behaviour* 6 (2-3): 94-110.
- JAMES, J.S., B.J. RICKARD und W.J. ROSSMAN (2009): Product differentiation and Market Segmentation in Applesauce: Using a Choice Experiment to assess the Value of Organic, Local, and Nutrition Attributes. In: *Agricultural and Resource Economics Review* 38 (3): 357-370.
- MILLOCK, K., M. WIER, und L. ANDERSEN (2004): Consumer demand for organic foods - attitudes, values and purchasing behaviour. Online available at: <http://orgprints.org/4754/>.
- ONKEN, K. A., J.C. BERNARD und J.D. PESEK (2011): Comparing Willingness to Pay for Organic, Natural, Locally Grown, and State Marketing Program Promoted Foods in the Mid-Atlantic Region. In: *Agricultural and Resource Economics Review* 40 (1): 33-47.
- WIRTH, F.F., J.L. STANTON und J.B. WILEY (2011): The Relative Importance of Search versus Credence Product Attributes: Organic and Locally Grown. In: *Agricultural and Resource Economics Review* 40 (1): 48-62.