

Zahlungsbereitschaft von Öko-Konsumenten für regionale Futtermittel in regionalen Lebensmitteln

Profeta, A.¹

Keywords: local food, local feed, consumer preferences, WTP

Abstract: Germany is heavily dependent on imports of protein-rich feed from South America and the US. Due to problems with the economically sound cultivation of high protein plants in Germany, local production chains are only economically feasible for farmers when higher prices for animal products produced with local feed can be achieved in the market. To analyse if a local feed labelling could be a promising strategy to develop the market, a Germanwide consumer survey was carried out. The results suggest that animal products produced with local feed could open up a new market niche. In all product categories considered, the study found consumers had a relatively high willingness-to-pay.

Einleitung und Zielsetzung

Viele Studien belegen, dass es eine hohe Verbraucherpräferenz wie auch Zahlungsbereitschaft für regionale Lebensmittel gibt (Feldmann und Hamm 2015). Allerdings ist nur wenig darüber bekannt, ob Verbraucher die Verwendung importierter Futtermittel in tierischen Erzeugnissen akzeptieren, die dann als regional vermarktet werden (Wägeli 2016). Viele Verbraucher wissen nämlich nicht, dass als „regional“ vermarktete tierische Lebensmittel oftmals und teilweise zu hohen Anteilen mit importierten Futtermitteln produziert werden. Am Fachgebiet für Agrar- und Lebensmittelmarketing der Universität Kassel wurde eine deutschlandweite Studie durchgeführt mit dem Ziel, die Einstellungen und Zahlungsbereitschaften der Verbraucher zu regionalen Lebensmitteln aus tierischer Erzeugung zu ermitteln, die mit Futtermitteln aus der Region erzeugt wurden.

Methoden

Die Befragungen wurden computergestützt in oder unmittelbar vor 16 verschiedenen Einkaufsstätten des konventionellen Lebensmittelhandels in Deutschland durchgeführt. Der Befragungszeitraum lag zwischen dem 25.01.2017 und dem 11.03.2017. Die Konsumenten im Alter ab 18 Jahren wurden persönlich angesprochen und mit vier kurzen Eingangsfragen auf ihre Eignung für die Teilnahme an der Studie überprüft. Es wurden nur Verbraucher befragt, die Fleisch, Milch und Eier konsumieren. Insgesamt konnten 1.602 Interviews analysiert werden. Zur Ermittlung der Zahlungsbereitschaft wurde für unterschiedlich hohe Anteile an regionalen Futtermitteln (75%, 90%, 100%) eine Direkt-Abfrage nach der Mehrzahlungsbereitschaft durchgeführt.

¹ Fachgebiet Agrar- und Lebensmittelmarketing, Steinstraße 19, 37213, Witzenhausen, Deutschland, a.profeta@uni-kassel.de, Internet www.uni-kassel.de/fb11agrar

Um zu überprüfen, ob die Zahlungsbereitschaft für regionale Futtermittel von der Konsumentenpräferenz für Öko-Lebensmittel beeinflusst wird, wurde die Stichprobe zudem in Öko-Intensivkäufer, Öko-Gelegenheitskäufer und Öko-Nichtkäufer segmentiert. Für diese Einteilung wurden die allgemein angegebene Kaufhäufigkeit von Bioprodukten sowie die Kaufhäufigkeit in Biomärkten gemäß berücksichtigt. Hieraus ergibt sich, dass 22,9% der Teilnehmer als Öko-Intensivkäufer, 61,7% als Öko-Gelegenheitskäufer und 15,4% als Öko-Nichtkäufer klassifiziert wurden (siehe Tabelle 1).

Tabelle 1: Segmentierung der Stichprobe nach Öko-Präferenz

	Nichtkäufer	Gelegenheitskäufer	Intensivkäufer
(n=1.602)	247 (15,4%)	988 (61,7%)	367 (22,9%)

Betrachtet man die allgemeine Bereitschaft überhaupt einen Mehrpreis für regionale Futtermittel zu zahlen in Abhängigkeit von der Präferenz für Öko-Lebensmittel so wird deutlich, dass Öko-Intensivkäufer und Öko-Gelegenheitskäufer eine weitaus höhere Bereitschaft hierfür haben im Vergleich zu den Öko-Nichtkäufern.

Tabelle 2: Mehrzahlungsbereitschaft für eine reg. Futtermittelherkunft nach Öko-Präferenz

	Mehrzahlungsbereitschaft vorhanden			keine Mehrzahlungsbereitschaft vorhanden		
	Öko-Intensivkäufer	Öko-Geleg. heitskäufer	Öko-Nichtkäufer	Öko-Intensivkäufer	Öko-Geleg. heitskäufer	Öko-Nichtkäufer
Eier	67,9 %	60,4%	34,0%	32,1 %	39,6%	66,0%
Milch	67,3 %	62,0%	35,6%	32,7 %	38,0%	64,4%
Schnitzel	65,1 %	60,1%	34,4%	34,9 %	39,9%	65,6%
Steak	67,3 %	58,5%	31,2%	32,7 %	41,5%	68,8%
\bar{x} alle Produkte	66,9%	60,3%	33,8%	33,1%	39,7%	66,2%

Generell zeigte sich, dass mit steigendem regionalen Futtermittelanteil auch die Zahlungsbereitschaft anstieg (siehe Abbildungen 1-4). Hierbei fällt auf, dass dieser Anstieg bei einer Zunahme des regionalen Futtermittelanteils von 90% auf 100% größer ist, als bei der Zunahme von 75% auf 90%. D.h., die Verbraucher honorierten insbesondere die letzten 10%, welche dazu fehlen, damit die Futtermittel komplett aus der Region kommen. Die Annahme, dass evtl. 90% für die meisten Verbraucher ausreichend war und dass für die noch fehlenden 10% nur eine geringe Zahlungsbereitschaft vorhanden war, konnte nicht bestätigt werden. Die Daten belegen genau das Gegenteil.

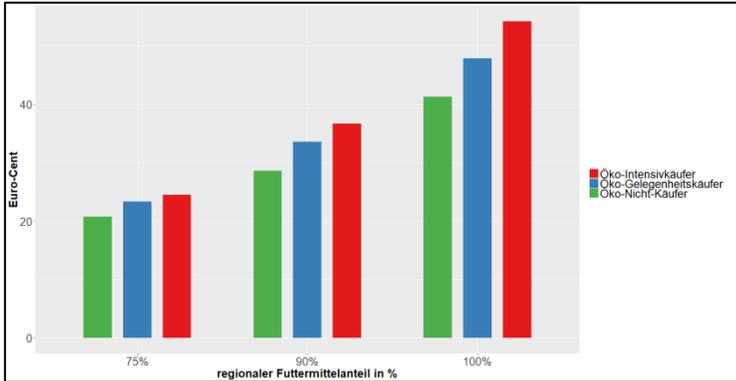


Abbildung 1: Zahlungsbereitschaft für reg. Futtermittelherk. nach Öko-Präferenz - Eier

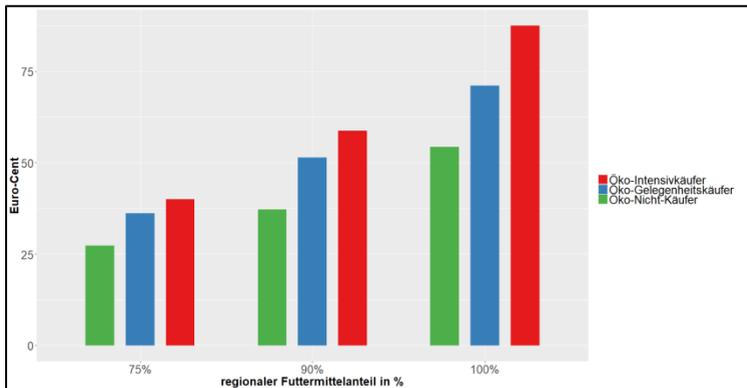


Abbildung 2: Zahlungsbereitschaft für reg. Futtermittelherk. nach Öko-Präferenz - Milch

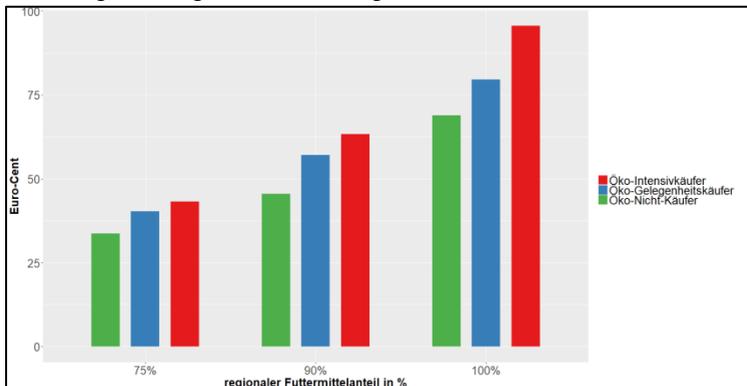


Abbildung 3: Zahlungsbereitschaft für reg. Futtermittelherk. nach Öko-Präferenz -Schwein

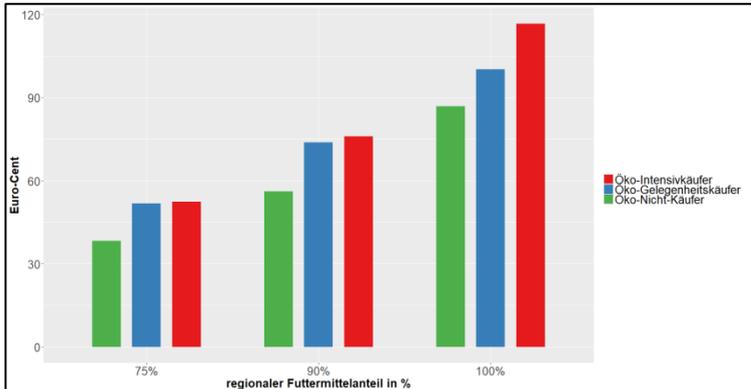


Abbildung 4: Zahlungsbereitschaft für reg. Futtermittelherk. nach Öko-Präferenz - Rind

Die Öko-Nichtkäufer, welche eine positive Zahlungsbereitschaft äußerten, waren im Vergleich zu den anderen beiden Segmenten weitaus weniger bereit für regionale Futtermittel zu zahlen. So haben Öko-Intensivkäufer für einen 100% regionalen Futtermittelanteil bei Eiern eine 12 Cent höhere Zahlungsbereitschaft auf, als die Öko-Nichtkäufer. Bei Milch liegt diese Differenz sogar bei ca. 30 Cent.

Diskussion & Schlussfolgerungen

Die vorliegende Studie zeigt, dass tierische Lebensmittel erzeugt mit regionalen Futtermitteln einen neuen Nischenmarkt darstellen können. Bei allen untersuchten Lebensmitteln offenbarten sich hohe Präferenzen und Zahlungsbereitschaften für entsprechend angebotene Produkte. Dass die ermittelten Werte durchaus in realistische Preisbereiche fallen, wird schnell in jedem Supermarkt ersichtlich, wenn man die Preise von Weide- oder Heumilchprodukten mit den übrigen Milchprodukten vergleicht. Durch den Absatz tierischer Lebensmittel hergestellt aus regionalen Futtermitteln kann ein preislicher Anreiz für eine lokale Futtermittelproduktion gesetzt werden.

Danksagung

Diese Arbeit wurde mit Mitteln aus dem Bundesprogramm Ökologischer Landbau und andere Formen nachhaltiger Landwirtschaft (Förderkennzeichen: 2815NA096) gefördert.

Literatur

- Feldmann, C & Hamm U (2015) Consumers' perceptions and preferences for local food: A review. *Food Quality and Preference*, 40 (Part A): 152-164.
- Wägeli S, Janssen M & Hamm U (2016) Organic consumers' preferences and willingness-to-pay for locally produced animal products. *International Journal of Consumer Studies*, 40: 357-367.