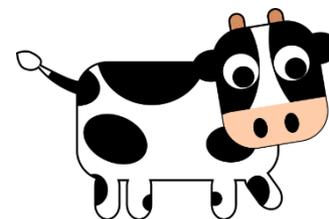




Welche Informationen finden die Konsumentinnen und Konsumenten hilfreich beim Kauf von Fleisch- und Milchprodukten?

Jeanine Ammann



Agrarökonomie-Tagung Agroscope, 19. November 2024



Hintergrund

Diese Studie war Teil des EU Horizon 2020 Programms und des Projekts SUPER-G – Developing Sustainable Permanent Grassland Systems and Policies [grant number 774124].

- Nachhaltigkeitslabels können den Konsum beeinflussen
(Kühne et al., 2023; Potter et al., 2021; Potter et al., 2022)
- Aber: Eine Flut von verfügbaren Labels und Label-Attributen macht es schwierig, den Überblick zu behalten



Ziele

Kauf von Fleisch- und Milchprodukten

1. Wichtigkeit von Produktattributen

→ Besseres Verständnis der Konsumseite

Nachhaltigkeitslabels

2. Wie hilfreich sind Nachhaltigkeitslabels?

3. Wichtigkeit von Labelattributen

→ Labels auf die Bedürfnisse anpassen



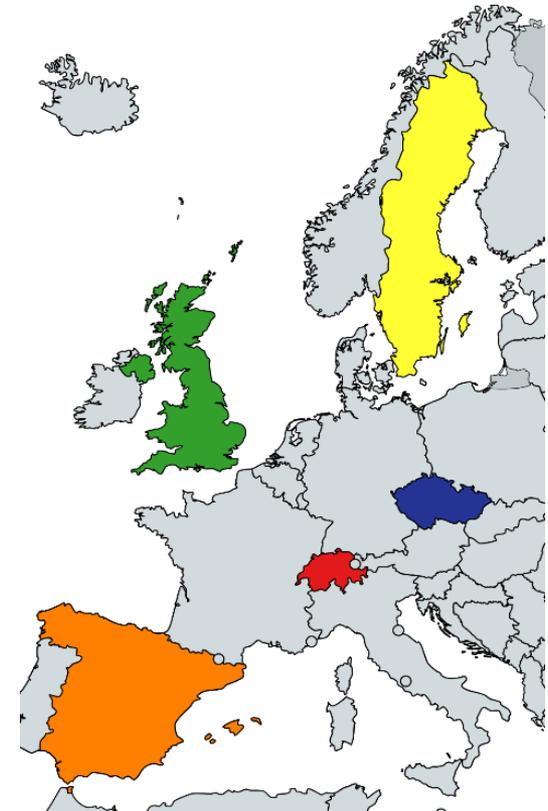


Methode - Stichprobe



- Befragung in 5 Ländern
 - (1) Tschechien – Kontinental
 - (2) Spanien – Mittelmeerraum
 - (3) Schweden – Boreale Zone
 - (4) Schweiz – Alpiner Raum
 - (5) England – Atlantik

- 3'192 Teilnehmende
- Quota Sampling:
 - Geschlecht
 - Alter
 - Bildungsniveau





Methode - Stichprobe



Tabelle: Beschreibung der Stichprobe für die fünf untersuchten Länder

	Tschechien (n = 649)		Spanien (n = 623)		Schweden (n = 645)		Schweiz (n = 640)		England (n = 632)	
	%	MW (SD)	%	MW (SD)	%	MW (SD)	%	MW (SD)	%	MW (SD)
Geschlecht (Frau)	49.9		43.2		42.5		54.5		52.1	
Alter	46.1	(15.4)	43.1	(13.5)	47.4	(16.5)	44.9	(16.4)	46.4	(16.5)
Bildungsniveau										
tief	9.4		34.8		20.9		6.9		20.1	
mittel	69.6		27.1		34.3		50.6		37.5	
hoch	20.9		38.0		44.8		42.5		42.4	



Methode - Produktattribute

Hedonische

- Frische
- Qualität / Geschmack
- Gesund essen
- Ernährung
- Preis
- Verarbeitung
- Spezialangebote
- Convenience
- Bekanntheit der Marke

Soziale Nachhaltigkeit

- Fairtrade / faire Bezahlung der Produzenten

Tierwohl

- Tierwohl
- Auslauf / Freilandhaltung
- Weidehaltung



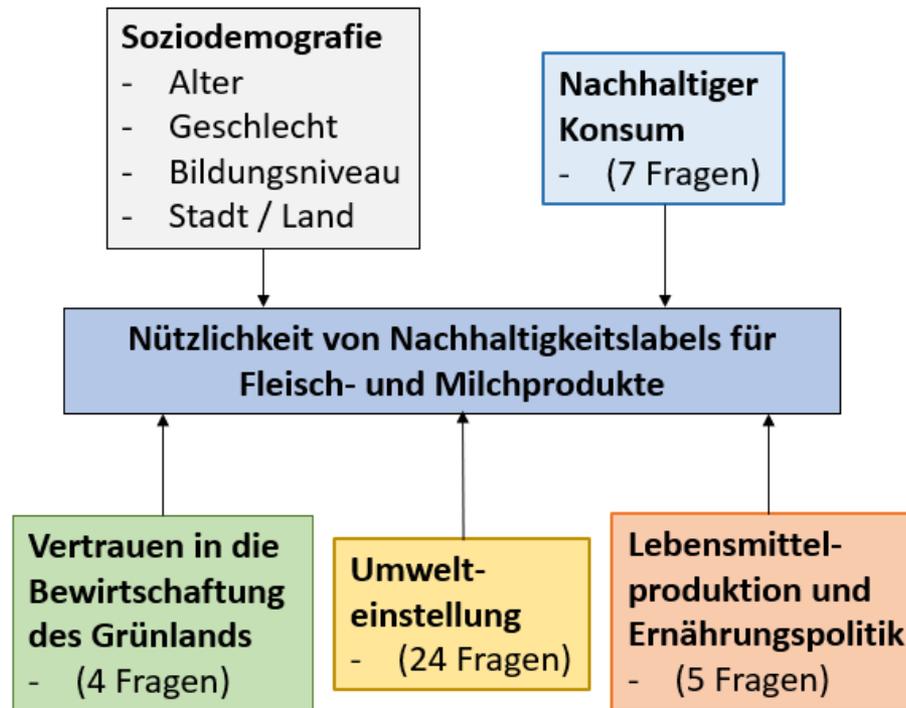
Ökologische Nachhaltigkeit

- Lokal produziert
- Nachhaltige Verpackung
- Food miles
- CO₂-Fussabdruck
- Biologisch



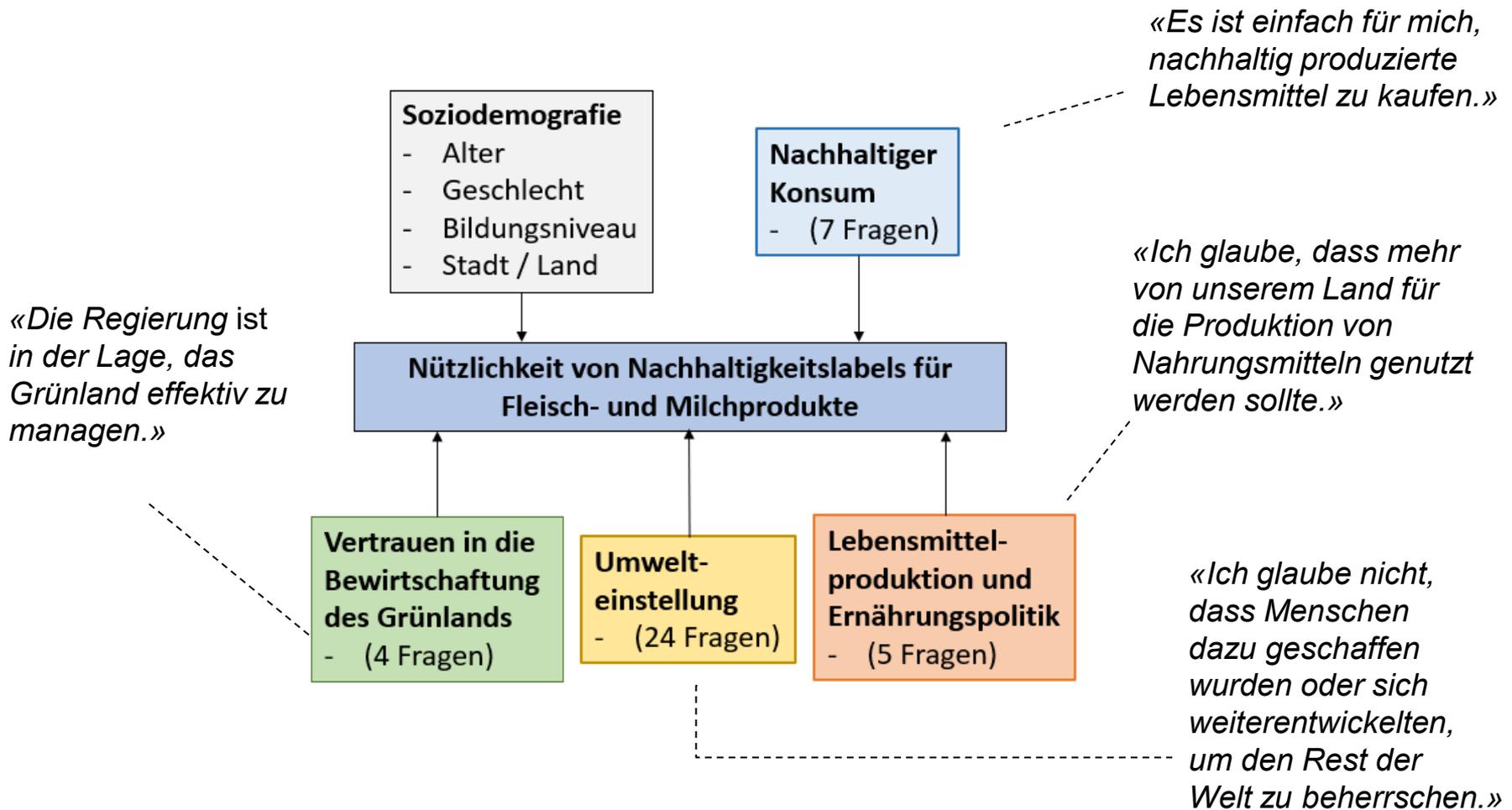


Methode - Modell





Methode - Modell





Resultate - Produktattribute



Tabelle: Wichtigkeit verschiedener Produktattribute beim Kauf von **Fleisch- und Milchprodukten** (Durchschnitt über alle 5 Länder)

	Fleisch (N = 2'877)			Milch (N = 2'791)	
	MW	SD		MW	SD
Frische	4.25	0.82	Frische	4.27	0.80
Qualität / Geschmack	4.10	0.80	Qualität / Geschmack	4.20	0.77
Tierwohl	3.94	0.98	Tierwohl	3.98	0.99
<i>Gesund essen</i>	<i>3.90</i>	<i>0.93</i>	<i>Ernährung</i>	<i>3.90</i>	<i>0.88</i>
<i>Ernährung</i>	<i>3.84</i>	<i>0.88</i>	<i>Gesund essen</i>	<i>3.90</i>	<i>0.97</i>
Auslauf / Freilandhaltung	3.80	1.03	Auslauf / Freilandhaltung	3.84	1.05
Preis	3.77	0.94	Preis	3.73	0.96
Lokal produziert	3.71	1.02	Lokal produziert	3.72	1.03
Fairtrade / faire Bezahlung der Produzenten	3.69	1.01	Fairtrade / faire Bezahlung der Produzenten	3.29	1.14
Verarbeitung	3.61	1.01	Verarbeitung	3.68	0.99
Weidehaltung	3.61	1.05	Weidehaltung	3.69	1.06
Nachhaltige Verpackung	3.59	1.07	Nachhaltige Verpackung	3.62	1.09
Food Miles	3.53	1.11	Food Miles	3.54	1.11
<i>Spezialangebote</i>	<i>3.47</i>	<i>1.05</i>	<i>CO₂ Fussabdruck</i>		
<i>CO₂ Fussabdruck</i>	<i>3.38</i>	<i>1.15</i>	<i>Convenience</i>		
<i>Convenience</i>	<i>3.33</i>	<i>1.04</i>	<i>Spezialangebote</i>		
Bekanntheit der Marke	3.27	1.10	Bekanntheit der Marke		
Biologisch	3.18	1.22	Biologisch		

Wichtigste Attribute:

1. Frische
2. Qualität / Geschmack
3. Tierwohl



Resultate - Produktattribute



- Wichtigkeit von Produktattributen für Fleisch pro Land

	Schweden (n = 568)		Schweiz (n = 566)		England (n = 561)	
	M	SD	M	SD	M	SD
Frische	4.12	0.83	4.13	0.87	4.29	0.82
Qualität / Geschmack	4.11	0.73	3.96	0.84	4.13	0.86
Tierwohl	4.07	0.92	3.89	0.95	4.03	0.99

	Tschechien (n = 602)	
	M	SD
Frische	4.34	0.83
Qualität / Geschmack	4.16	0.80
Preis	3.85	0.92

	Spanien (n = 580)	
	M	SD
Frische	4.34	0.73
Gesund essen	4.19	0.83
Qualität / Geschmack	4.15	0.78



Resultate - Produktattribute



- Wichtigkeit von Produktattributen für Milch pro Land

	Schweiz (n = 543)	
	M	SD
Frische	4.15	0.82
Qualität / Geschmack	4.07	0.8
Gesund essen	3.9	0.9

	Spanien (n = 550)		England (n = 554)	
	M	SD	M	SD
Frische	4.34	0.8	4.37	0.78
Qualität / Geschmack	4.25	0.76	4.27	0.78
Ernährung	4.21	0.78	4.07	0.88

	Schweden (n = 582)	
	M	SD
Tierwohl	4.12	0.92
Qualität / Geschmack	4.11	0.71
Frische	4.09	0.8

	Tschechien (n = 562)	
	M	SD
Frische	4.42	0.77
Qualität / Geschmack	4.29	0.77
Preis	3.88	0.89



Resultate – Nützlichkeit von Nachhaltigkeitslabels



Tabelle: Wahrgenommene Nützlichkeit eines Nachhaltigkeitslabels oder -symbols für Fleisch- und Milchprodukte

	MW	SD	N
Spanien	4.08	0.89	623
England	4.07	0.92	621
Schweden	3.95	0.98	645
Schweiz	3.80	1.02	640
Tschechien	3.70	1.09	649

Hinweis. Teilnehmende beantworteten die Frage “Für mich wäre ein Label oder Symbol, das die Nachhaltigkeit von Fleisch- und Milchprodukten anzeigt ...» auf einer Skala von 1 (nicht hilfreich) bis 5 (hilfreich)



Resultate - Labelattribute

Wichtigkeit von 9 verschiedenen Label-Attributen

- Tierwohl
- Lebensmittelsicherheit
- Gesundheit und Ernährung
- Lokales Produkt
- Nachhaltige Produktionsmethode
- CO₂ Fussabdruck durch Lieferung und Verteilung
- Ethische Produktionsmethoden
- Vorteile für Produzenten
- Link oder QR Code zu Webseite für mehr Informationen



Resultate - Labelattribute



Tabelle: Wahrgenommene Wichtigkeit verschiedener Labelattribute

	Schweiz (n = 641)		
	M	SD	Rang
Tierwohl	4.07	0.97	1
Lebensmittelsicherheit	4.00	0.90	2
Gesundheit und Ernährung	3.95	0.92	3
Ökologische Nachhaltigkeit			
Lokales Produkt	3.87	0.98	6
Nachhaltige Produktionsmethode	3.86	0.97	4
CO ₂ Fussabdruck durch Lieferung und Verteilung	3.54	1.09	7
Soziale Nachhaltigkeit			
Ethische Produktionsmethoden	3.74	1.02	5
Vorteile für Produzenten	3.48	1.07	8
Information			
Link oder QR Code zu Webseite für mehr Informationen	3.69	0.96	9

Hinweis. Alle Attribute wurden gemäss Wichtigkeit bewertet auf einer Skala von 1 bis 5, wobei höhere Werte eine grössere Wichtigkeit bedeuten.



Resultate - Labelattribute



	Schweiz		England		Schweden	
	(n = 641)		(n = 632)		(n = 645)	
	M	SD	M	SD	M	SD
Tierwohl	4.07	0.97	4.20	0.97	4.24	0.95
Lebensmittelsicherheit	4.00	0.90	4.19	0.89	4.10	0.95
Gesundheit und Ernährung	3.95	0.92	4.12	0.89		
					Lokales Produkt	4.08 0.94

	Tschechien		Spanien	
	(n = 649)		(n = 623)	
	M	SD	M	SD
Lebensmittelsicherheit	3.94	0.94	4.43	0.82
Gesundheit und Ernährung	3.85	0.94	4.38	0.82
Tierwohl	3.82	1.01	4.29	0.92



Diskussion



- Ähnliche Präferenzen über die untersuchten Länder
- Frische, Qualität & Geschmack und Tierwohl wichtig
- Tierwohlinformation wichtiger als Nachhaltigkeit
- Ökologische Nachhaltigkeit
 - Lokale Produktion: Herkunftsland als Proxy für Nachhaltigkeit (*Lazzarini et al. 2017*)
 - Nachhaltige Verpackung: Überschätzung des Effekts (*Lazzarini et al. 2016*)



Limitationen und Ausblick



- Convenience Sample
- Die angegebenen Präferenzen stimmen nicht unbedingt mit dem tatsächlichen Kaufverhalten überein.
- Zukünftige Studien könnten ergänzende Methoden verwenden, um Verhalten und reale Situationen zu untersuchen.



Food Quality and Preference

Volume 117, August 2024, 105179



Consumers across five European countries prioritise animal welfare above environmental sustainability when buying meat and dairy products

[Jeanine Ammann](#)^a  , [Gabriele Mack](#)^a, [Nadja El Benni](#)^b, [Shan Jin](#)^c, [Paul Newell-Price](#)^d, [Sophie Tindale](#)^e, [Erik Hunter](#)^f, [Victoria Vicario-Modroño](#)^g, [Rosa Gallardo-Cobos](#)^g, [Pedro Sánchez-Zamora](#)^g, [Simona Miškolci](#)^h, [Lynn J. Frewer](#)^e

[Show more](#) 

 Add to Mendeley  Share  Cite

<https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2024.105179> 

[Get rights and content](#) 

Under a [Creative Commons license](#) 

 [open access](#)



Danksagung

- Vielen Dank für die Unterstützung der beteiligten Ko-Autor:innen:
Mack, Gabriele; El Benni, Nadja; Jin, Shan; Newell-Price, Paul; Tindale, Sophie; Hunter, Erik; Vicario-Modroño, Victoria; Gallardo-Cobos, Rosa; Sánchez-Zamora, Pedro; Miškolci, Simona; Frewer, Lynn
- Diese Studie war Teil des EU Horizon 2020 Programms und des Projekts *SUPER-G* – Developing Sustainable Permanent Grassland Systems and Policies [grant number 774124].



Danke für Ihre Aufmerksamkeit

Agroscope gutes Essen, gesunde Umwelt
www.agroscope.admin.ch





Anhang: Skalen

Environmental attitude ($\alpha = .79$) (Milfont & Duckitt, 2010)

- 1 I really like going on trips into the countryside, for example to forests or fields.
- 2 Protecting peoples' jobs is more important than protecting the environment. (R)
- 3 I'd much prefer a garden that is well groomed and ordered to a wild and natural one. (R)
- 4 I would NOT get involved in an environmentalist organization. (R)
- 5 We need to keep rivers and lakes clean in order to protect the environment, and NOT as places for people to enjoy water sports.
- 6 A married couple should have as many children as they wish, as long as they can adequately provide for them. (R)
- 7 I do not believe that the environment has been severely abused by humans. (R)
- 8 It makes me sad to see forests cleared for agriculture.
- 9 Modern science will NOT be able to solve our environmental problems.
- 10 Grass and weeds growing between pavement stones really looks untidy. (R)
- 11 I DO NOT believe humans were created or evolved to dominate the rest of nature.
- 12 Governments should control the rate at which raw materials are used to ensure that they last as long as possible.



Anhang: Skalen

- 13 One of the most important reasons to keep lakes and rivers clean is so that people have a place to enjoy water sports. (R)
 - 14 Modern science will solve our environmental problems. (R)
 - 15 I think spending time in nature is boring. (R)
 - 16 I would like to join and actively participate in an environmentalist group.
 - 17 Whenever possible, I try to save natural resources.
 - 18 It does NOT make me sad to see natural environments destroyed. (R)
 - 19 Human beings were created or evolved to dominate the rest of nature. (R)
 - 20 Protecting the environment is more important than protecting peoples' jobs.
 - 21 Humans are severely abusing the environment.
 - 22 I am opposed to governments controlling and regulating the way raw materials are used in order to try and make them last longer. (R)
 - 23 Families should be encouraged to limit themselves to two children or less.
 - 24 I am NOT the kind of person who makes efforts to conserve natural resources. (R)
-



Anhang: Skalen

Food production and policies ($\alpha = .74$)

- 1 I believe producing high quality food is the most important function of agriculture in my country (Howley et al., 2012)
 - 2 Agricultural policies and premiums to farmers need to be maintained because agriculture is a strategic sector (Rodríguez-Ortega et al., 2016)
 - 3 Agricultural premiums must be given to farmers according to their production level (Rodríguez-Ortega et al., 2016)
 - 4 I believe that more of our land should be used for producing food (Howley et al., 2012)
 - 5 I believe that it is important that my country is self-sufficient when it comes to producing food (Howley et al., 2012)
-



Anhang: Skalen

Sustainable consumption of meat and dairy products ($\alpha = .66$)

- 1 It is easy for me to identify sustainably produced food
 - 2 It is easy for me to buy sustainably produced food
 - 3 Sustainable production of food is not a priority for me. (R)
 - 4 I intend to buy foods that are sustainably produced (intention)
 - 5 I plan to reduce my consumption of foods that are sustainably produced (R)
 - 6 I intend to increase my consumption of foods that are sustainably produced
 - 7 I avoid purchasing foods that are sustainably produced (R)
-

Trust in government management of the countryside ($\alpha = .83$)

- 1 The national government is able to manage the countryside effectively
 - 2 The local administration/local government is able to manage the countryside effectively
 - 3 I trust that the national government is motivated to manage the countryside effectively
 - 4 I trust that the local administration/local government is motivated to manage the countryside effectively
-