FH MÜNSTER
University of Applied Sciences

- Vertraulich -

Auszug, Studienbericht noch in Arbeit

Studie

Tierwohl-Label

Einstellung zu Tierwohl sowie Verbraucherakzeptanz und Einfluss von Tierwohl-Labeln auf die Produktwahrnehmung und Kaufbereitschaft

Münster 2021

Prof. Dr. Holger Buxel
FH Münster, University of Applied Sciences, Fachbereich 8, Corrensstr. 25, 48149 Münster, Germany
Tel.: +49 (0) 251 / 83 - 65451; E-Mail: buxel@fh-muenster.de; Web: www.fh-muenster.de

Einfluss von Tierwohl-Labeln auf die Produktakzeptanz

Produkt-Dummys zu Milch und deren Hinweis-Kennzeichnungen

[Die Auswahl des Dummys je Befragter erfolgte mittels Zufallsgenerator]

[Nur Befragte, die potenzielle Verwender der Produktgruppe sind]

© Prof. Dr. Holger Buxel (2021)

Einfluss von Tierwohl-Labeln auf die Produktakzeptanz

Produkt-Dummys zu Gouda und deren Hinweis-Kennzeichnungen

[Die Auswahl des Dummys je Befragter erfolgte mittels Zufallsgenerator]

[Nur Befragte, die potenzielle Verwender der Produktgruppe sind]

© Prof. Dr. Holger Buxel (2021)

Einfluss von Tierwohl-Labeln auf die Produktakzeptanz

Produkt-Dummys zu Bärenmarke (Milch) und deren Hinweis-Kennzeichnungen

[Die Auswahl des Dummys je Befragter erfolgte mittels Zufallsgenerator]

[Nur Befragte, die potenzielle Verwender der Produktgruppe sind]

© Prof. Dr. Holger Buxel (2021)

Einfluss von Tierwohl-Labeln auf die Produktakzeptanz

Produkt-Dummys zu Joghurt und deren Hinweis-Kennzeichnungen

[Die Auswahl des Dummys je Befragter erfolgte mittels Zufallsgenerator]

[Nur Befragte, die potenzielle Verwender der Produktgruppe sind]

© Prof. Dr. Holger Buxel (2021)

Einfluss von Tierwohl-Labeln auf die Produktakzeptanz

Produkt-Dummys zu Hackfleisch und deren Hinweis-Kennzeichnungen

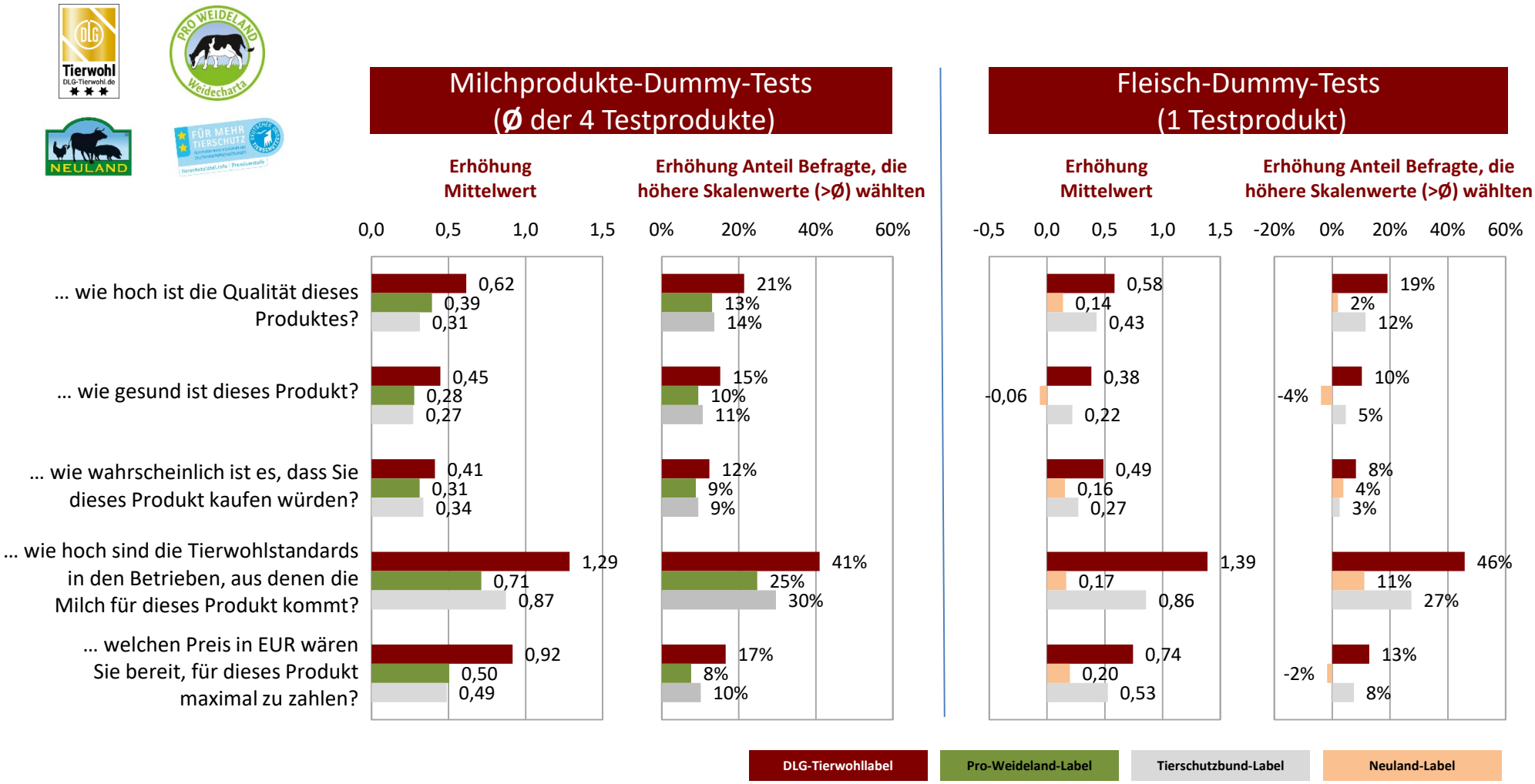
[Die Auswahl des Dummys je Befragter erfolgte mittels Zufallsgenerator]

[Nur Befragte, die potenzielle Verwender der Produktgruppe sind]

© Prof. Dr. Holger Buxel (2021)

Einfluss von Tierwohl-Labeln auf die Produktakzeptanz

Steigerungseffekte durch Label-Einblendung im Vergleich zum Dummy ohne Label in den Tests



© Prof. Dr. Holger Buxel (2021)

Bekanntheit und Wahrnehmung von Labeln

Bekanntheit und Wahrnehmung von Labeln: Hinweise

- Betrachtet wurden insgesamt sechs „Tierwohl“-Label:
  - „DLG-Tierwohllabel“
  - „Pro-Weideland-Label“
  - „Initiative-Tierwohl-Label“
  - „Tierschutzbund-Label“
  - „Neuland-Label“
  - „4-Pfoten-Label“.
- Um die Ergebnisse zu diesen Labeln interpretieren zu können, wurden noch drei Bio-Label mit betrachtet, die im Lebensmittelbereich häufiger auf Produkten zu finden sind (und ebenfalls Tierwohlaspekte berücksichtigen), sowie zu Benchmarking-Aspekten das Fairtrade-Label (als Vertreter für ein sehr bekanntes Lebensmittel-Label in Deutschland)..

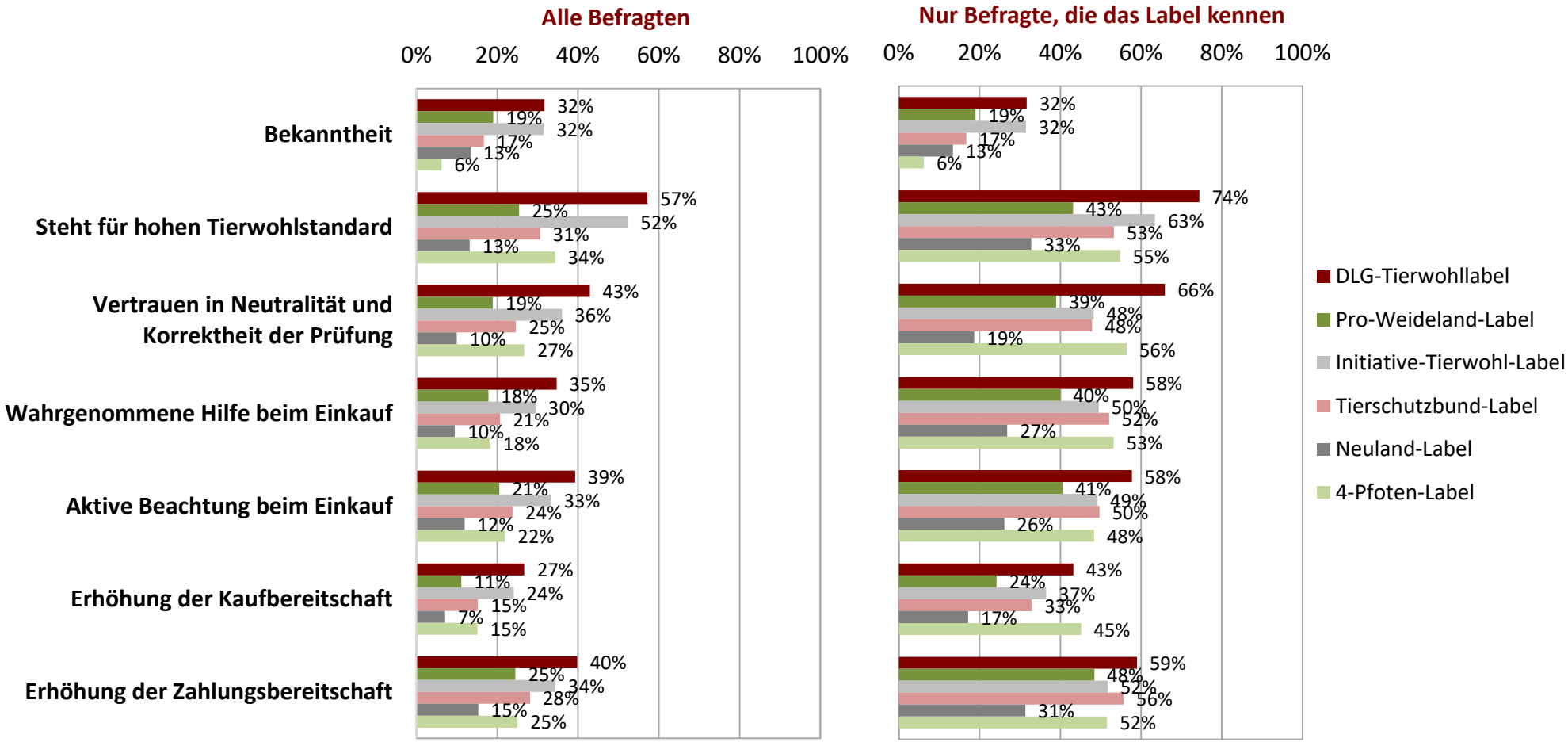
Betrachtete Label

© Prof. Dr. Holger Buxel (2021)

Bekanntheit und Wahrnehmung von Labeln

Bekanntheits- und Wahrnehmungsprofil ausgewählter Tierwohl-Label im Überblick

[Alle Befragten, n=1.000; relative Häufigkeiten (in %)]



© Prof. Dr. Holger Buxel (2021)

Einfluss von Haltungsformen auf die Zahlungsbereitschaft

1 Liter Vollmilch von deutschen Tieren aus üblicher Haltung, die den gesetzlichen (Mindest-) Tierhaltungs-Standards entspricht, wird in Discountern wie Lidl oder Aldi derzeit meist zu einem Normal-Preis von 0,99 EUR Angeboten. Hier sehen Sie ein Milchprodukt (1L).

Frage: Was sind Sie bereit, für diese Milch maximal zu bezahlen?

[Split-Sample-Design]

[Nur Befragte die Milch trinken; relative Häufigkeiten (in %)]

1 Liter Vollmilch von deutschen Tieren aus üblicher Haltung, die den gesetzlichen (Mindest-) Tierhaltungs-Standards entspricht, wird in Discountern wie Lidl oder Aldi derzeit meist zu einem Normal-Preis von 0,99 EUR Angeboten.

Hier sehen Sie ein Milchprodukt (1L).

[Dummy eingeblendet]

Was sind Sie bereit, für diese Milch maximal zu bezahlen?

- ❑ mehr als 1,59
- ❑ 1,59
- ❑ 1,49
- ❑ 1,39
- ❑ 1,29
- ❑ 1,19
- ❑ 1,09
- ❑ 0,99
- ❑ 0,89
- ❑ 0,79
- ❑ Weniger als 0,79
- ❑ Ich kaufe keine Milch.

		Steigerungseffekt des … durch Label-Einblendung								Werte							
		Mittelwert				Anteil Befragte, die höhere Skalenwerte (>Ø) wählten				Mittelwert				Anteil Befragte, die höhere Skalenwerte (>Ø) wählten			
Milch		ohne Label	mit DLG-Label 1 Stern	mit DLG-Label 2 Sterne	mit DLG-Label 3 Sterne	ohne Label	mit DLG-Label 1 Stern	mit DLG-Label 2 Sterne	mit DLG-Label 3 Sterne	ohne Label	mit DLG-Label 1 Stern	mit DLG-Label 2 Sterne	mit DLG-Label 3 Sterne	ohne Label	mit DLG-Label 1 Stern	mit DLG-Label 2 Sterne	mit DLG-Label 3 Sterne
Frage	Skala / n	223	239	246	229	223	239	246	229	223	239	246	229	223	239	246	229
Was sind Sie bereit, für diese Milch maximal zu zahlen?	11er vom unter 0,79 EUR bis mehr als 1,59 EUR*	N/A	0,09	0,60	**1,27**	N/A	1%	6%	**17%**	5,25	5,34	5,85	6,52	16%	17%	22%	33%

* Ohne „Ich kaufe keine Milch“.

Stärkster Steigerungseffekt | **Sehr hoch signifikant (<0,01)** | **Signifikant (<0,05)**

© Prof. Dr. Holger Buxel (2021)