

REGIONALITÄT VON LEBENSMITTELN:
EINE NEUE ANNÄHERUNG AN DEN BEGRIFF AUS
VERBRAUCHERSICHT

Tobias Henkel

Tobias.Henkel@agrار.uni-giessen.de

Institut für Agrarpolitik und Marktforschung
Justus-Liebig-Universität Gießen
Senckenbergstraße 3
35398 Gießen



2012

*Vortrag anlässlich der 52. Jahrestagung der GEWISOLA
„Herausforderungen des globalen Wandels für
Agrarentwicklung und Welternährung“
Universität Hohenheim, 26. bis 28. September 2012*

Copyright 2011 by authors. All rights reserved. Readers may make verbatim copies of this document for non-commercial purposes by any means, provided that this copyright notice appears on all such copies.

REGIONALITÄT VON LEBENSMITTELN: EINE NEUE ANNÄHERUNG AN DEN BEGRIFF AUS VERBRAUCHERSICHT

1 Einleitung

Neben Bio-Produkten als Konsumtrend haben sich regionale Lebensmittel bereits seit geraumer Zeit ihren festen Platz bei den Verbrauchern erobert und spielen auch im Lebensmittel-einzelhandel eine bedeutsame Rolle (SCHOLL et al., 2007: 34ff; COOP, 2012; EDEKA SÜDWEST, 2012; REWE GROUP, 2012). Zur Vermarktung ihrer regionalen Produkte haben sich die landwirtschaftlichen Produzenten häufig zu Regionalvermarktungsinitiativen zusammengeschlossen, die ihre Produkte unter eigenen Zeichen vermarkten. Zusätzlich zu dieser Zeichenvielfalt hat Bundeslandwirtschaftsministerin Aigner auf der Grünen Woche 2011 die Einführung eines bundesweit einheitlichen Regionalsiegels mit feststehenden Kriterien angekündigt (AgE, 2011).

In diesem Zusammenhang stellt sich die Frage, welche Kriterien ein Lebensmittel aus Sicht des Verbrauchers erfüllen muss, um von diesem als regionales Produkt wahrgenommen zu werden. Die Zielsetzung ist es daher, herauszuarbeiten, welche Attribute die Wertschöpfungskette eines Produktes, beispielsweise hinsichtlich der regionalen Verortung, erfüllen muss, damit das Produkt vom Verbraucher es als regionales Lebensmittel angesehen wird. Dieser Aspekt wird in der wissenschaftlichen Literatur bislang ausgeklammert.

2 Methode

Zur Untersuchung des Verbraucherverständnisses eines regionalen Lebensmittels gemäß der Zielsetzung des Beitrages wurden im Rahmen einer empirischen Untersuchung insgesamt 332 Personen im Zeitraum vom 29.11.2011 bis 21.12.2011 sowohl mündlich durch Studierende der Universität Gießen als auch per Online-Befragung befragt. Das jeweilige Auswahlkriterium zur Teilnahme an der Studie war dabei, dass die Untersuchungsteilnehmer regelmäßig für den Lebensmittelkauf im Haushalt verantwortlich sind.

Aufgrund der beiden Erhebungswege sollte sichergestellt werden, dass jeder Teilnehmer nur einmal an einer der beiden Befragungen teilnimmt, um aus einer Doppelteilnahme resultierende Antwortverzerrungen zu vermeiden. Eine jeweils eingebaute Filterfrage sollte dabei sicherstellen, dass Teilnehmer der mündlichen Befragung nicht an der Online-Befragung teilnehmen und vice versa.

3 Ergebnisse

Im Rahmen einer Fragestellung sollten die Studienteilnehmer angeben, wie wichtig ihnen verschiedene, wertschöpfungskettenbezogene Eigenschaften regionaler Lebensmittel sind. Zur Bewertung stand den Teilnehmern dabei eine Skala von eins („sehr wichtig“) bis fünf („unwichtig“) zur Verfügung. Die abgefragten Items sowie deren Durchschnittsbewertungen werden in Tabelle 1 gezeigt. Anhand der Ergebnisse wird ersichtlich, dass von den Teilnehmern eine Herkunft der Rohstoffe aus der jeweiligen Region des Studienteilnehmers als am wichtigsten erachtet wird. Weiterhin werden ebenfalls eine Verarbeitung bzw. Herstellung des Endproduktes in der Region, sowie eine Produktion, die saisonalen Gesichtspunkten folgt, als wichtig angesehen. Eine gewisse Wichtigkeit wird auch noch den Items eingeräumt, die sich darauf beziehen, dass Vorprodukte wie beispielsweise Sämereien oder Setzlinge ebenfalls aus der Region stammen sollten, sowie dass das Produkt unter Zuhilfenahme traditioneller Fertigungsweisen hergestellt wurde. Kaum eine Relevanz hat für die Studienteilnehmer hingegen die Herstellung von Hilfsstoffen (wie etwa Düng- oder Pflanzenschutzmittel) oder der Produktverpackung in der jeweiligen Region der Studienteilnehmer. Entsprechend lässt sich aus-

sagen, dass diese Eigenschaften kaum einen Einfluss auf die Wahrnehmung eines Lebensmittels als regionales Produkt ausüben, wie die Mittelwerte von 3,41 bzw. 3,52 zeigen.

Tabelle 1: Wichtigkeitsbeurteilung verschiedener Eigenschaften regionaler Lebensmittel sowie Ergebnisse der Signifikanztests

	Durchschnitt	Beachtung Regionalität	Geschlecht	Einkommen	Bildung	Alter	Ortsgröße	Kinder im Haushalt
Herkunft der Rohstoffe aus der Region	1,60	+++	+					
Verarbeitung und Herstellung des Endproduktes in Region	1,83	+++	+++			+		
Saisonalität	2,00	+++	+++			++		
Herstellung von Vorprodukten in der Region (bspw. Sämereien oder Setzlinge)	2,51	+++			+++	+++		
Traditionelle Herstellungsweise	2,67				+++	+++	+	+
Herstellung von Hilfsstoffen in der Region (bspw. Düngemittel oder Pflanzenschutzmittel)	3,41	+++			++	++		
Herstellung der Produktverpackung in der Region	3,52	+++	++	+	++	+		

Anmerkung: +++, ++, + kennzeichnen einen signifikanten Unterschied der Itembewertungen in Abhängigkeit der verschiedenen Gruppen des jeweiligen Merkmals auf dem 99,9-, 99- und 95-Prozent-Signifikanzniveau.

Quelle: Eigene Erhebung.

Weiterhin wurde im Rahmen der empirischen Untersuchung mit Hilfe der nichtparametrischen Tests von Mann und Whitney sowie Kruskal und Wallis überprüft, inwieweit soziodemographische Merkmale einen Einfluss auf die Wichtigkeitsbeurteilung der verschiedenen Eigenschaftsitems ausüben. Hierbei konnte ein signifikanter Einfluss der Variablen Beachtung von Regionalität, Geschlecht, Einkommen, Bildung, Alter, Ortsgröße sowie der Zugehörigkeit von minderjährigen Kindern zum Haushalt auf die Wichtigkeitsbeurteilung der verschiedenen Items nachgewiesen werden.

Die Richtung des signifikanten Einflusses gestaltet sich dabei jeweils so, dass i) Studienteilnehmer, die bei ihrem Lebensmittelkauf auf Regionalität achten, ii) Frauen, iii) Personen mit einem Haushaltsnettoeinkommen von mehr als 2.600 EUR, iv) Studienteilnehmer mit Abitur oder einem höheren Bildungsabschluss, v) ältere Studienteilnehmer, vi) Personen wohnhaft in Orten mit weniger als 5.000 Einwohnern, sowie vii) Studienteilnehmer mit minderjährigen Kindern im Haushalt die jeweiligen Items, in denen ein signifikanter Unterschied nachgewiesen werden konnte, als signifikant wichtiger bewerten.

4 Schlussbetrachtung

Eingebettet in die Diskussion eines staatlichen und bundesweit einheitlichen Zeichens für regionale Lebensmittel und dessen Kriterien war die Zielsetzung des Beitrages, herauszuarbeiten, welche Anforderungen ein Produkt erfüllen muss, um vom Verbraucher als regionales Lebensmittel wahrgenommen zu werden.

Hierbei konnte ermittelt werden, dass von einem Großteil der Studienteilnehmer eine Herkunft der Rohstoffe aus der jeweiligen Region präferiert wird. Weiterhin konnte nachgewiesen werden, dass eine Herstellung bzw. Verarbeitung des Endproduktes in der Region sowie eine Beachtung der Saisonalität wichtige Kriterien für die Verbraucherwahrnehmung eines regionalen Lebensmittels darstellen. Allerdings zeigen sich in Abhängigkeit von verschiedenen soziodemographischen Merkmalen teilweise deutliche Unterschiede in den Wichtigkeitsbeurteilungen der verschiedenen untersuchten Aspekte.

Literatur

- AGE AGRA-EUROPE (2011): Aigner kündigt Regionalsiegel an. Nr. 5/11. In: Länderberichte: 16.
- COOP (2012): Unser Norden. In: <http://www.alles.coop/eigenmarken/unser-norden>. Abruf: 06.02.2012.
- EDEKA SÜDWEST (2012): Regionalität: Bestes aus der Region. In: http://www.edeka-gruppe.de/Unternehmen/de/edeka_suedwest/unternehmen/wir_ueber_uns_sw/regionalitaet/regionalitaet.jsp. Abruf: 22.02.2012.
- REWE GROUP (2012): Regionalität Landmarktkonzept. In: <http://www.rewe-group.com/nachhaltigkeit/gruene-produkte/lebensmittel/regionalitaet>. Abruf: 22.02.2012.
- SCHOLL, G., A. NOWAK, L. SCHULZ, M. WIMMER und S. LÖSCH (2007): Nachhaltige Metropolregion Berlin-Brandenburg: Entwicklung einer nachhaltigen Land- und Ernährungswirtschaft am Beispiel der regionalen Bio-Vermarktung im selbstständigen Lebensmittelhandel (SEH): Schlussbericht. In: <http://www.orgprints.org/11107>. Abruf: 27.01.2012.