

Research Spotlight

EINFLUSS VON ORDINALSKALIERTEN PRODUKTLABELS AUF KONSUMENTSCHEIDUNGEN

DAS BEISPIEL DES DEUTSCHEN TIERWOHLLABELS

Die Nachfrage nach nachhaltig und sozial verantwortlich produzierten Gütern und Dienstleistungen ist in den letzten Jahren enorm gestiegen. Gekennzeichnet sind solche Güter häufig mit sogenannten Labels, die es Konsumenten erleichtern sollen, diese Information zu erkennen. Dabei kann die bewusste Gestaltung solcher Labels das Konsumverhalten in eine bestimmte, sozial erwünschte Richtung lenken. In der verhaltensökonomischen Literatur wird dies als "Nudging", also „Anstupsen“, bezeichnet.

Im Bereich der Nachhaltigkeit sind kategorielle oder ordinal skalierte Labels verbreitet, um z.B. zu kennzeichnen, in welchem Maße ein Produkt nachhaltig ist – in der Produktion oder beim Konsumieren. Solche Art von Labels sind beispielsweise das EU-Energielabel oder das deutsche Tierwohllabel des Handels, welches die Tierhaltung in vier Kategorien unterteilt.



Vier Stufen der
Lebensmittelkennzeichnung
wie sie im Handel
abgebildet werden

Ein Problem solcher Labels aber ist, dass kategorielle oder ordinal skalierte Labels unter Umständen implizieren, dass das Verhältnis von Labelinhalt und Labelstufe konstant sind, also der Labelinhalt bei jeder Stufe gleichermaßen ansteigt. Im Falle des Tierwohllabels würde das bedeuten, dass sich z.B. die Tierhaltung von Stufe zu Stufe in gleichem Umfang verbessert. Tatsächlich ist der Zusammenhang zwischen Tierhaltung und Labelstufe aber nicht linear und kann somit zu einer Über- oder Unterschätzung der Tierhaltungsbedingungen, und damit zu einem nicht optimalen Verbrauch im Sinne der Präferenzen führen.

Genau diese Frage wurden in dem hier vorgestellten Projekt untersucht. Zu diesem Zweck wurde zusammen mit der Technischen Hochschule Nürnberg eine Conjoint-Studie mit zwei getrennten Teilnehmergruppen durchgeführt. In einer Teilnehmergruppe wurden die Produkte mit dem aktuellen Tierhaltungsetikett gekennzeichnet (Kontrollgruppe). In der anderen (Experimentalgruppe) wurden das Label um die Angabe der Fläche pro Tier ergänzt und so das tatsächliche Verhältnis zwischen Labelstufe und Tierhaltungsbedingung aufgezeigt.



Um die Fläche
pro Tier ergänzte
vier Stufen der
Lebensmittel-
kennzeichnung

Da alle anderen Produktattribute in beiden Studien gleich gehalten wurden, konnten so Unterschiede im Konsumverhalten gemessen werden, die auf die unterschiedliche Gestaltung des Labels zurückgeführt werden können.



Projektteam

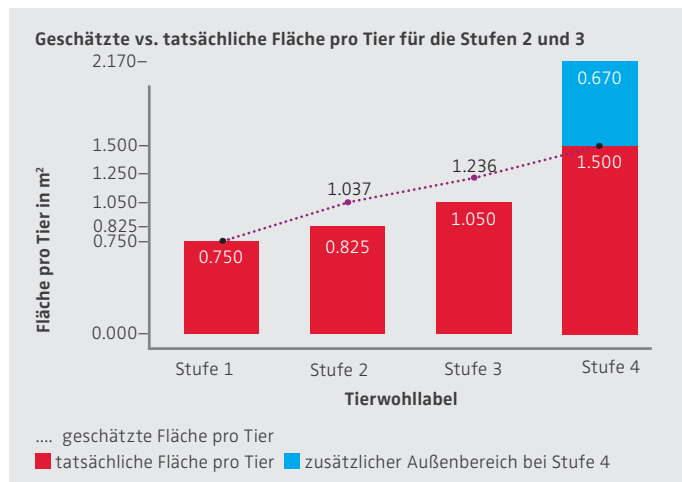
birgit.stoltenberg@nim.org
vladimir.manewitsch@nim.org
matthias.unfried@nim.org

www.nim.org
hello@nim.org

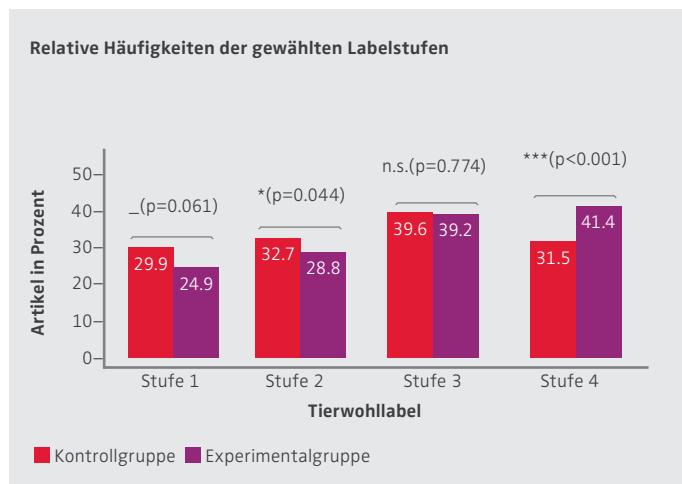
Nürnberg Institut für Marktentscheidungen e.V.
Gründer und Ankeraktionär der GfK SE

DETAILLIERTERE INFORMATIONEN ZUR TIERHALTUNG FÜHREN ZU NACHHALTIGEREM KONSUM, AUCH BEI PREISBEWUSSTEN KONSUMENTEN

Die wichtigsten Ergebnisse auf einem Blick:

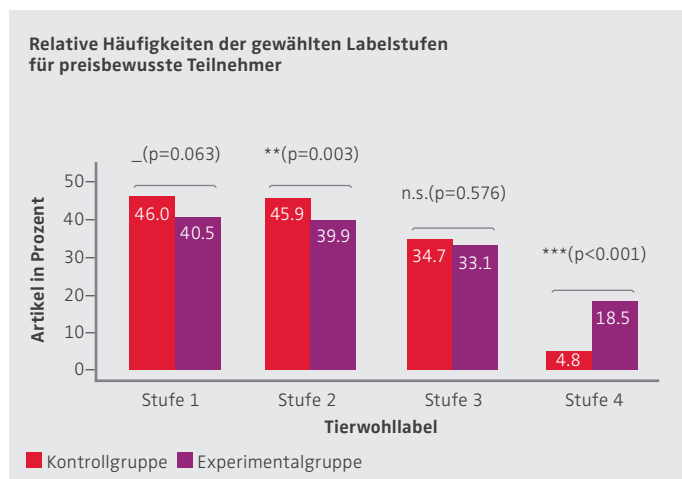


- Ohne die Information zum tatsächlichen Zusammenhang zwischen Labelstufe und Tierhaltung, approximieren die Teilnehmer das Verhältnis linear, d.h. Konsumenten interpretieren kategorielle Labels so, dass Tierhaltungsbedingungen mit jeder Stufe in gleichem Ausmaß ansteigen.
- Tatsächlich steigt die Fläche aber progressiv: die Fläche pro Tier steigt in den unteren Stufen geringer als in den oberen Stufen.
- Dies kann zu Überschätzung der Tierhaltungsbedingungen und zu Konsum führen, der nicht den wahren Präferenzen entspricht.



Zeichenerklärung: n.s. nicht signifikant
 _ p-Wert < 0.1
 * p-Wert < 0.05
 ** p-Wert < 0.01
 *** p-Wert < 0.001

- In der Kontrollgruppe führt eine höhere Labelstufe nicht zwingenderweise häufiger zum Kauf: Stufe 4 wird seltener gewählt als Stufe 3.
- In der Experimentalgruppe wird weniger Stufe 1 und Stufe 2 gewählt als in der Kontrollgruppe, dafür mehr Produkte der Stufe 4. Hier steigt der Konsum mit jeder Tierhaltungsstufe.
- Dies ist ein Anzeichen dafür, dass Konsum und Präferenzen divergieren.



- Eine latente Klassenanalyse zeigt, dass sich die Teilnehmer unabhängig vom gezeigten Label in preis- und nachhaltigkeitsbewusste Teilnehmer einordnen lassen.
- Bei den preisbewussten Teilnehmern führt die zusätzliche m²-Angabe in der Experimentalgruppe zu einem deutlich höheren Konsum der Stufe 4 als in der Kontrollgruppe.
- Detaillierte Information zur Tierhaltung führt dazu, dass auch preisbewusste/-sensitive Konsumenten mehr nachhaltige Produkte konsumieren.

- **Durch detaillierte Information können Konsumenten besser entsprechend ihrer Präferenzen entscheiden.**
- **Ungenutztes Nachfragepotential für nachhaltige, höherpreisige Produkte kann so besser ausgeschöpft werden.**
- **Um nachhaltigen Konsum zu stimulieren, sollten Regulierer auf detaillierte Information achten.**

STAY TUNED! ➤
 PUBLIKATION IN VORBEREITUNG