

Formen der Kennzeichnung von regionalem Schweinefleisch in den DACH-Staaten und deren Akzeptanz

K. Moog und B. Gebhardt¹

Abstract - Regionale Herkunft von Lebensmitteln nimmt bei Verbrauchern einen immer größeren Stellenwert ein. Aus diesem Grund werden Labels eingeführt, die eine regionale Herkunft kenntlich machen. Die Form und Akzeptanz dieser Kennzeichnungen unterscheiden sich in den DACH-Staaten. Ziel der Untersuchung ist es aufzuzeigen, was Deutschland hinsichtlich Kennzeichnung und Vermarktung von regionalem Schweinefleisch aus den Nachbarstaaten lernen kann. Methodisch basiert die Verbraucherstudie auf einer standardisierten Online-Befragung im Jahr 2015 in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Grundlage hierzu ist eine eingehende Analyse von 19 staatlichen und privaten Labels.

EINLEITUNG

Regionale Herkunft von Lebensmitteln spielt in Deutschland (D), Österreich (A) und der Schweiz (CH) eine immer wichtigere Rolle (Warschun et al., 2014). Aus diesem Grund haben sich immer mehr Initiativen zur Vermarktung regionaler Produkte gegründet (FiBL Deutschland und MGH, 2012). Eine Vielzahl an Labels wird zur Kennzeichnung regionaler Herkunft, auch bei Schweinefleisch, eingesetzt. Selbst wenn Konsumenten bereit sind sich zu informieren, werden sie nicht die Hintergründe aller Labels erfassen können. Daher stellt sich die Frage, wie bekannt die einzelnen Konzepte bei den Verbrauchern sind und inwieweit diese wissen, welche Richtlinien dahinter stehen. Wissenschaftliche Studien im DACH-Ländervergleich, mit Fokus auf die Akzeptanz regionalen Schweinefleisches, fehlen bislang. Ziel der Befragung und des Vergleichs ist es letztlich, herauszuarbeiten, was Deutschland hinsichtlich der Kennzeichnung und Vermarktung von regionalem Schweinefleisch von Österreich und der Schweiz lernen kann. Gerade beim Produkt Schweinefleisch stellt sich zudem die Frage, ob eine Verbindung der regionalen Herkunft mit einer artgerechten Tierhaltung im Bereich der Kennzeichnung sinnvoll ist.

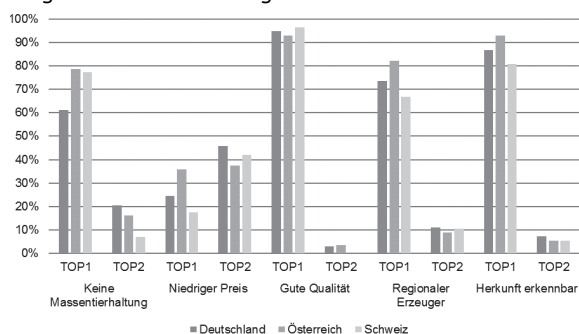
METHODIK

Von Juni bis August 2015 wurde eine Online-Umfrage unter Verbrauchern in Deutschland, Öster-

reich und der Schweiz durchgeführt. Die Verteilung erfolgte im Schneeballsystem über soziale Netzwerke und per Email. Im Fokus standen dabei die Bedeutung und Akzeptanz von regionalen Lebensmitteln und von 19 staatlichen sowie privaten Labels, die auf die Regionalität von Schweinefleisch in den DACH-Staaten ausgerichtet sind. An der Befragung nahmen insgesamt 242 Personen teil, darunter 113 Teilnehmer aus Deutschland, 66 aus Österreich und 63 aus der Schweiz. Die Umfrageteilnehmer aus Deutschland stammen vor allem aus Baden-Württemberg, in Österreich hauptsächlich aus Wien, Ober- und Niederösterreich. Es wurde alleine die deutschsprachige Schweiz adressiert. Daneben wurde das Vergabe- und Kommunikationskonzept der 19 ausgewählten Labels eingehend analysiert.

ERGEBNISSE

Abbildung 1 zeigt, welche Eigenschaften den Befragten beim Kauf von Schweinefleisch wichtig sind. In allen drei Ländern erzielt eine gute Qualität jeweils die höchste Zustimmung. Deutlich wird außerdem, dass eine erkennbare regionale Herkunft in Österreich als am wichtigsten erachtet wird. Deutsche hingegen bringen eine regionale Herkunft am wenigsten mit artgerechter Haltung in Verbindung. Auch beim Kaufentscheid ist deutschen Verbrauchern die Haltungsform vergleichsweise wenig wichtig. Etwa 30% der Befragten aus Deutschland erwarten bei regionalem Schweinefleisch, dass die Tiere nicht aus Massentierhaltung stammen. In Österreich und der Schweiz gehen rund 50% von einem Zusammenhang zwischen regionaler Erzeugung und artgerechter Tierhaltung aus.



Legende: Häufigkeitsangaben (in %) einer 5er-Skala. TOP1 = sehr wichtig + wichtig; TOP2 = überhaupt nicht wichtig + nicht wichtig.

Abbildung 1. Wichtige Kriterien beim Kauf von Schweinefleisch.

¹ Dr. Beate Gebhardt, Universität Hohenheim Institut für Agrarpolitik und Landwirtschaftliche Marktlehre, Fachgebiet Agrarmärkte und Agrarmarketing, Stuttgart, Deutschland (beate.gebhardt@uni-hohenheim.de).

Kristina Moog, Masterthesis, Universität Hohenheim, Stuttgart, Deutschland.

Tabelle 1. Gestützte Bekanntheit ausgewählter Labels (%).

	Label	D	A	CH
EU	g.g.A.	48,6	53,0	22,2
	g.U.	34,2	48,5	17,5
D	Gutfleisch	57,7	15,2	22,2
	Qualitätszeichen Baden-Württemberg	48,6	4,5	7,9
	Schwäbisch-Hällisches Qualitätsschweinefleisch	39,6	4,5	6,3
	Geprüfte Qualität Bayern	25,2	10,6	3,2
	Süddeutsches Schweinefleisch	10,8	4,5	3,2
	Geprüfte Qualität Hessen	9,9	6,1	0,0
A	AMA-Gütesiegel	10,8	97,0	15,9
	Genuss Region Österreich	9,9	77,3	1,6
	TANN-Fleisch	3,6	77,3	1,6
	Herkunft – Garantiert aus Österreich	10,8	68,2	11,1
CH	Suisse Garantie	27,0	24,2	90,5
	Terra Suisse	9,9	3,0	87,3
	IP-Suisse	6,3	1,5	82,5
	QM-Schweizer Fleisch	3,6	1,5	60,3
	Culinarium – Genuss aus der Region	4,5	6,1	38,1
	Freiland Schwein®	1,8	3,0	12,7
	Alp Schwein®	2,7	4,5	11,1

Legende: sortiert nach Bekanntheitsgrad im eigenen Land

Wie bekannt die ausgewählten 19 Label in den einzelnen Ländern sind, zeigt Tabelle 1. Insgesamt fällt auf, dass in Österreich und der Schweiz Label aus dem eigenen Land deutlich höhere Bekanntheitswerte erzielen als in Deutschland. Dies gilt insbesondere für die beiden staatlich vergebenen Zeichen *AMA-Gütesiegel* und *Suisse Garantie*. Sie sind auch in den anderen beiden Ländern das bekannteste Zeichen des jeweiligen Landes. In Deutschland nimmt kein Zeichen diese herausragende Bedeutung ein.

DISKUSSION UND FAZIT

Die vorliegenden Ergebnisse bestätigen den Trend zu regionalen Lebensmitteln in den DACH-Staaten und zeigen, dass Österreich im Bereich regionaler Lebensmittel eine Vorreiterrolle einnimmt (Warschun et al., 2013). Österreicher achten beim Kauf von Schweinefleisch am stärksten auf regionale Erzeuger und eine erkennbare Herkunft. Insgesamt besteht in Österreich ein größeres Interesse an der Thematik. In der Schweiz ist die Herkunft von Schweinefleisch aus dem eigenen Land hingegen sehr viel selbstverständlicher. Herkunft wurde schon früh als Qualitätsmerkmal hervorgehoben (Waidmann et al., 2008). Schweizer verbinden deshalb mit einer Herkunft aus dem eigenen Land eine Art Gütesiegel und Qualitätsgarantie (Wettstein et al., 2010). In Deutschland steht hingegen meist der Sicherheitsaspekt im Vordergrund: Deutsche Verbraucher wollen sicher sein, dass die auf Labels angegebenen Kriterien tatsächlich zutreffen und auch überprüft wurden.

In Österreich sowie der Schweiz erzielen die staatlich vergebenen Labels sehr viel höhere Bekanntheitswerte. Der Unterschied zu Deutschland liegt am dort fehlenden ganzstaatlichen Konzept, ähnlich des *AMA-Gütesiegels* oder *Suisse Garantie*.

Es wird viel eher auf Qualitäts- und Herkunftszeichen einzelner Bundesländer gesetzt, wie z. B. das *Qualitätszeichen Baden-Württemberg*. Solche Konzepte existieren jedoch nicht in allen Bundesländern und die bestehenden Konzepte sind nicht einheitlich.

Aus diesen Gründen sollte über die Einführung eines ganzstaatlichen Konzepts nachgedacht werden. Ein Anfang wurde 2013 mit der Einführung des *Regionalfensters* gemacht (BMEL, o.J.). Alternativ könnten für alle Bundesländer einheitliche oder zumindest vergleichbare Qualitäts- und Herkunftszeichen eingeführt werden. Eine weitere Möglichkeit wäre ein Modell ähnlich des Labels *Genuss Region Österreich*, bei dem unter einem Dachverband regionale Erzeugnisse, u.a. Schweinefleisch, vermarktet werden, die bereits durch lokale Initiativen angeboten werden. Darin könnten bereits vorhandene kleinräumige Labels (Bundesländer, Landkreise, einzelne Gemeinden, Naturräume etc.) mitaufgenommen und zusätzlich unter einem gemeinsamen Label angeboten werden.

Eine Verbindung von regionaler Kennzeichnung mit der Kennzeichnung von Tierwohl oder Haltungform scheint zumindest in Deutschland weniger sinnvoll. Konsumenten gehen selten von einem Zusammenhang der Merkmale Regionalität und Tierwohl aus. Deswegen erweist sich eine gesonderte Kennzeichnung der Haltungsformen oder des Tierwohls, unabhängig von der Herkunft der Produkte, als leichter kommunizierbar. Zudem wird dadurch die Überfrachtung eines Labels mit zu vielen Eigenschaften vermieden. Je mehr Attribute einem Label zugeordnet werden, die auch am Logo erkennbar sein sollen, desto unübersichtlicher wird das Label.

Unabhängig von der umgesetzten Strategie sollte in Deutschland ein höheres Bewusstsein und Interesse für die Thematik regionaler Lebensmittel und deren Kennzeichnung, beispielsweise durch Informations- oder Werbekampagnen, geschaffen werden.

LITERATUR

- BMEL (o.J.). *Regionalfenster schafft zuverlässige und transparente Kennzeichnung*. Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft.
- DLG (Hrsg.) (2011). *Regionalität aus Verbrauchersicht*. DLG-Studie. Frankfurt/Main.
- FiBL Deutschland und MGH (2012). *Entwicklung von Kriterien für ein bundesweites Regionalsiegel*. Gutachten im Auftrag des Bundesministeriums für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz.
- Waidmann, V. und Fritz, W. (2008). *Regionalität als Wettbewerbsfaktor im österreichischen Lebensmittelbereich*. Diplomarbeit. Universität Wien.
- Warschun, M., Glusac, S., Rucker, M. und Günther, D. (2013). *Lebensmittel: Regional ist gefragter als Bio*. ATKearney-Lebensmittelstudie. Düsseldorf.
- Warschun, M., Glusac, S., Liedtke, A. und Günther, D. (2014). *Lebensmittel: Regional ist keine Eintagsfliege*. ATKearney-Lebensmittelstudie. Düsseldorf.
- Wettstein, N. und Lehmann, B. (2010). *Lebensmittel Labeling und strategische Segmentierung im Schweizer Detailhandel*. Masterarbeit. Eidgenössische Technische Hochschule Zürich.