

Welcome to the Jungle?

Einsatz von Gütesiegeln im Lebensmitteleinzelhandel

S. Nadezda Güsten und F. Schirmer¹

Abstract – Gütesiegel dienen der Reduktion von Informationsasymmetrie. Doch welche Siegel werden je nach Einkaufsstätte bevorzugt eingesetzt? Der Einsatz von Gütesiegeln im Lebensmitteleinzelhandel wird im vorliegenden Beitrag analysiert und folgend Wahrscheinlichkeiten für das Auftreten eines Gütesiegels im jeweiligen Betriebstyp aufgezeigt. Es kann gezeigt werden, dass die Verwendung diverser Gütesiegel zwischen einzelnen Einkaufsstätten stark divergiert.

EINLEITUNG

Nicht zuletzt aufgrund ihrer Vielfältigkeit gehört die Kennzeichnung von Lebensmitteln zu einem in der deutschen und europäischen Verbraucherpolitik bedeutsamen und viel diskutierten Aspekt der Qualitätsorientierung im Lebensmittelsektor (Kubitzki und Kruschik-Bautz, 2011; Herrmann und Schröck, 2012). Die Sensitivität der Konsumenten gegenüber Lebensmittelskandalen kann Ursache für ein erhöhtes Bemühen der Lebensmittelbranche zur Abwehr und Prävention möglicher Gefahren darstellen und Erklärung für die Vielzahl an Qualitätssicherungssystemen sein (Hobbs et al., 2002; Becker, 2009).

Verbraucher besitzen meist nur unvollständige Informationen hinsichtlich der Qualität eines Produkts (Akerlof, 1970). Insbesondere Vertrauenseigenschaften, die bei Lebensmitteln meist vorliegen, sind aus Verbrauchersicht schwer zu erkennen. Dies hebt die Bedeutung verlässlicher Indikatoren zur Reduktion der Informationsasymmetrie, zu denen neben Preis und Marke ebenfalls Gütesiegel zählen (Hildenbrand und Kühl, 2014).

Darauf basierend wächst die Zahl der Gütesiegel im Lebensmittelbereich, insbesondere für Produkte mit Herkunftsangaben oder aus ökologischem Anbau (Fotopoulos und Krystallis, 2003; Janssen und Hamm, 2014). Diese Entwicklung wirft vermehrt die Frage auf, ob dadurch eine Überforderung und Verwirrung der Verbraucher erzeugt wird, da es selbst „informierten Verbrauchern angesichts der kaum noch überschaubaren „Labelflut“ schwer fällt, den Überblick zu behalten“ (Eberle et al., 2011, S. 35). Gleichet der Einsatz von Gütesiegeln im Lebensmitteleinzelhandel (LEH) somit einem Dschungel der unübersichtlichen Informationsfülle?

¹ Stephanie Nadezda Güsten M. Sc., Justus-Liebig-Universität Gießen, Institut für Agrarpolitik und Marktforschung, Gießen, Deutschland (stephanie.N.Guesten@agrار.uni-giessen.de).

Franziska Schirmer M. Sc. ist Absolventin des Studiengangs Ernährungswissenschaften an der Justus-Liebig-Universität zu Gießen.

Die Analyse des Einsatzes von Gütesiegeln im Lebensmitteleinzelhandel bildet das Untersuchungsziel des vorliegenden Beitrags. Dazu wird der Frage nachgegangen, welche und insbesondere wie viele Gütesiegel im Lebensmitteleinzelhandel bevorzugt Verwendung finden, in Abhängigkeit vom Betriebstyp der Einkaufsstätte. Darauf folgend werden Wahrscheinlichkeiten für das Auftreten eines Gütesiegels im Handzettel der Einkaufsstätten aufgezeigt.

DATEN UND METHODIK

Der diesem Beitrag zugrunde liegende Datensatz basiert auf einer eigenen Erhebung von Handzetteldaten zehn verschiedener Lebensmitteleinzelhändler im Raum Nürnberg über einen Zeitraum von 12 Wochen im Sommer 2015. Unter dem Begriff Handzettel werden dabei die wöchentlich wechselnden Angebotsprospekte der betrachteten Lebensmitteleinzelhändler verstanden. Die nachfolgende Auswertung basiert auf der Hypothese, dass die Einzelhändler auf Grund unterschiedlichen strategischen Verhaltens hinsichtlich ihres Einsatzes von Gütesiegeln voneinander abweichen. Es wird vermutet, dass Vollsortimenter wie Super- und Verbrauchermärkte zur Differenzierung der Vielzahl ihrer Produkte verstärkt Gütesiegel verwenden. Analog wird angenommen, dass ein abweichendes Sortiment zwischen Hard- und Softdiscountern ebenfalls zu einer unterschiedlich starken Verwendung der Gütesiegel führt. Abschließend werden daher mittels einer multinomialen Logitanalyse Wahrscheinlichkeiten für das Auftreten eines Gütesiegels im Handzettel im Einkaufsstättenvergleich ermittelt.

ERGEBNISSE

Die ausgewerteten Handzettel weisen auf, dass insgesamt acht verschiedene Gütesiegel im LEH Verwendung finden. Vier Gütesiegel werden vermehrt zur Produktkennzeichnung benutzt. Diese sind das EU-/deutsche Bio-Siegel (N = 338), das Qualität- und-Sicherheit-(QS-)Prüfzeichen (N = 717), des Weiteren das Siegel der Deutschen Landwirtschaftsgesellschaft (DLG) (N = 207) sowie das Marine-Stewardship-Council-(MSC)-Siegel (N = 125). Die nachfolgende Abbildung 1 verdeutlicht exemplarisch das Vorkommen des MSC-Siegels aufgeteilt nach Betriebstyp. Die Verwendung der anderen vier Gütesiegel beläuft sich auf Häufigkeiten kleiner 10 in der untersuchten Stichprobe.

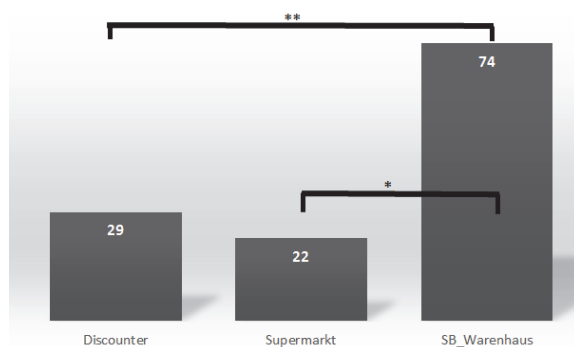


Abbildung 1. Einsatz des MSC-Siegels nach Betriebstyp (*, ** statistisch signifikant auf dem 95, 99 %-Niveau).

Quelle: eigene Darstellung.

Anhand des Mann-Whitney-(MW)-U-Tests wurde für jedes Siegel überprüft, ob Unterschiede in der Kennzeichnung zwischen den Betriebstypen mit hinreichender Signifikanz vorliegen. Diese ergaben sich hinsichtlich MSC-Siegel zwischen Discounter und SB-Warenhaus bzw. Supermarkt und SB-Warenhaus sowie für das QS-Prüfzeichen zwischen Supermarkt und SB-Warenhaus. Keine Unterschiede zwischen den Betriebstypen konnten für das Bio-Siegel sowie das DLG-Siegel ermittelt werden.

Im folgenden Auswertungsschritt wird, erneut anhand von MW-U-Tests, auf Unterschiede zwischen einzelnen Einkaufsstätten hinsichtlich ihrer Nutzung von Kennzeichen geprüft. Es ergeben sich statistisch (höchst) signifikante Unterschiede zwischen 22 Geschäftskombinationen für das Bio-Siegel und 31 beim QS-Prüfzeichen. Zudem liegen 25 (26) Ungleichheiten bezüglich des MSC- (DLG-) Siegels vor.

Die Vielzahl dieser signifikanten Divergenzen lässt darauf schließen, dass die Wahrscheinlichkeit für das Auftreten eines Gütesiegels im Handzettel von der jeweiligen Einkaufsstätte abhängt. Diese Vermutung wird im nachfolgenden Analyseschritt anhand einer multinomialen logistischen Regression überprüft. Tabelle 1 fasst die Ergebnisse zusammen.

Tabelle 1. Ergebnisse der multinomialen Logitschätzung^a.

Abhängige Variable: Einkaufsstätte ^{bc}	unabhängige Variablen: Gütesiegel			
	Bio-Siegel	QS-Prüfzeichen	MSC-Siegel	DLG-Siegel
Edeka	ns	3,186*** (0,338)	ns	ns
Rewe	ns	ns	ns	ns
Lidl	ns	ns	ns	ns
Netto	ns	2,666** (0,340)	ns	ns
Penny	ns	4,422*** (0,346)	ns	ns
Kaufland	ns	4,960*** (0,368)	9,400* (0,969)	14,077* (1,379)
Marktkauf	ns	3,435*** (0,340)	ns	ns
Real	0,380* (0,398)	2,385* (0,354)	21,420** (1,014)	ns
Likelihood Ratio Test (FG)		224,344 *** (32)		
Pseudo-R-Quadrat		0,473		

^aDargestellt sind Relative Risk Ratios. ^bReferenzgruppe: Aldi. ^cNorma wurde aus dem Modell entfernt. ***, **, * Statistisch signifikant auf dem 99,9 %-, 99 %-, 95 %-Niveau. Z-Werte in Klammern. Quelle: Eigene Berechnungen.

Die Ergebnisse (s. Tabelle 1) zeigen, dass im Vergleich zur Referenzgruppe Aldi alle Einkaufsstätten (außer Rewe und Lidl) eine höhere Wahrscheinlichkeit aufweisen, Gütesiegel zu verwenden. Dies trifft insbesondere für das QS-Siegel, bei einzelnen Geschäften auch für die anderen Gütesiegel zu.

Die Ergebnisse der multinomialen Logitanalyse bestätigen die Hypothese der Abhängigkeit des Einsatzes von Gütesiegeln von der Einkaufsstätte. Allerdings kann der vermutete verstärkte Einsatz von Gütesiegeln in Super- und Verbrauchermärkten nur teilweise bestätigt werden, da Discounter Gütesiegel unerwartet oft verwenden. Zur weiteren Differenzierung der Resultate empfiehlt sich bezüglich künftiger Forschungen, die Untersuchung hinsichtlich getrennter Produktgruppen zu führen sowie fernerhin Produktpreise einzubeziehen.

Die Ergebnisse legen, entgegen der ursprünglichen Vermutung, jedoch nahe, dass der Einsatz von Gütesiegeln im LEH keinem Dschungel aus Gütesiegeln gleicht, da gezeigt werden konnte, dass sich die Lebensmitteleinzelhändler im Wesentlichen auf die Verwendung von vier Gütesiegeln beschränken.

LITERATUR

Akerlof, G.A. (1970). The Market for "Lemons": Quality Uncertainty and the Market Mechanism. *Quarterly Journal of Economics* 84(3):488-500.

Becker, T. (2009). European Food Quality Policy: The Importance of Geographical Indications, Organic Certification and Food Quality Assurance Schemes in European Countries. *The Estey Centre Journal of International Law and Trade Policy* 10(1):111-130.

Eberle, U., Spiller, A., Becker, T., Heißenhuber, A., Leonhäuser, I.-U. und Sundrum, A. (2012). Politikstrategie Food Labelling. Gemeinsame Stellungnahme der Wissenschaftlichen Beiräte für Verbraucher- und Ernährungspolitik und Agrarpolitik beim BMELV. *Berichte über Landwirtschaft* 90(1):35-69.

Fotopoulos, C. and Krystallis, A. (2003). Quality Labels as a Marketing Advantage: the Case of the "PDO Zagora" Apples in the Greek Market. *European Journal of Marketing* 37(10):1350-1374.

Hildenbrand, A. und Kühl, R. (2014). Ritter Sport und Stiftung Warentest: Informationsdefizite überwinden. *Wirtschaftsdienst. Zeitschrift für Wirtschaftspolitik* 94(3):217-220.

Herrmann, R. und Schröck, R. (2012). Unternehmerische Anreize zur Teilnahme an Labelling- und Qualitätssicherungsprogrammen auf heterogenen Lebensmittelmärkten. *Vierteljahreshefte zur Wirtschaftsforschung* 81:123-145.

Hobbs, J.E., Fearne, A. and Spriggs, J. (2002). Incentive Structures for Food Safety and Quality Assurance. *Food Control* 13(2):77-81.

Janssen, M. and Hamm, U. (2014). Governmental and Private Certification Labels for Organic Food: Consumer Attitudes and Preferences in Germany. *Food Policy* 49:437-448.

Kubitzi, S. und Krischik-Bautz, S. (2011). Weiß der Verbraucher wirklich, welche Qualität er kauft? Eine Studie zur Qualitätserwartung an Prüfzeichen. *GJAE* 60(1):52-65.