

Merkblatt zum Projekt 2811NA029

**„Konzept zur Produktdifferenzierung am Rindfleischmarkt –  
Kommunikationsmöglichkeiten und Zahlungsbereitschaft für Rindfleisch aus  
extensiver, artgerechter Mutterkuhhaltung auf Grünland“**

### Steckbrief

Ziel des Projektes war es, das Potential für eine spezielle Kennzeichnung von Rindfleisch aus artgerechter Mutterkuhhaltung am Markt zu untersuchen. Hierfür sollten Kommunikationsmaterialien zur extensiven, artgerechten Mutterkuhhaltung entwickelt und in einer Verbraucherbefragung getestet werden. Darauf aufbauend sollte die Akzeptanz bei Verbrauchern und deren Zahlungsbereitschaft für so erzeugtes Fleisch ermittelt werden. Hierzu wurden 676 Verbraucher mit der Methode der Kaufexperimente (Discrete Choice Experimente) in Kombination mit einer persönlich-mündlichen Befragung in drei deutschen Städten befragt.

### Hintergrund

Fragen des Tierschutzes werden für Verbraucher in Deutschland beim Fleischkauf immer wichtiger. Extensive Mutterkuhhaltung, bei der Kälber über mehrere Monate gemeinsam mit ihrer Mutter weiden, dürfte bei Verbrauchern als eine besonders artgerechte Haltung wahrgenommen werden. Bisher wurde Rindfleisch aus Mutterkuhhaltung im Handel nicht besonders ausgezeichnet, so dass sich keine der Verbrauchernachfrage entsprechende Produkt- und Preisdifferenzierung am Markt

einstellen konnte.

Ziel der Studie war es, das Marktpotenzial für Fleisch aus extensiver Mutterkuhhaltung zu untersuchen. Dabei wurde ein Kommunikationskonzept für extensive konventionelle und ökologische Mutterkuhhaltung entwickelt und die Zahlungsbereitschaft für Fleisch aus extensiver Mutterkuhhaltung mittels Kaufexperimenten (Discrete-Choice) untersucht.

In einem ersten Schritt wurden durch eine umfassende Literaturstudie bestehende Kommunikationskonzepte zur Produktdifferenzierung am Rindfleischmarkt gesichtet. Basierend darauf wurde ein neues Kommunikationskonzept entwickelt, das im Rahmen eines Workshops mit Praktikern und Experten diskutiert wurde. Anschließend wurde dieses Kommunikationskonzept genutzt, um Verbraucher über den Mehrwert der Mutterkuhhaltung aufzuklären. Mittels eines Kaufexperimentes, in der Verbraucher sich zwischen dem Kauf oder Nicht-Kauf von Fleisch aus Mutterkuhhaltung entschieden, wurde die Zahlungsbereitschaft für Fleisch aus extensiver Mutterkuhhaltung ermittelt. Ergebnisse dieses Experimentes wurden im Rahmen eines zweiten Workshops mit Praktikern und Experten diskutiert. Die Ergebnisse der Diskussionen und der Zahlungsbereitschaftsexperimente bildeten die Grundlage zur Erarbeitung fundierter Empfehlungen zur Ausdifferenzierung des Rindfleischangebotes.

## Ergebnisse

Insgesamt wird Rindfleisch von den befragten Verbrauchern relativ selten nachgefragt. Hierbei gaben die Befragten an, dass sie bei der Zubereitung von schnellen und zeitaufwendigen Rindfleisch-Produkten keine Schwierigkeiten haben. Ein niedriger Preis ist den befragten Verbrauchern nicht besonders wichtig. Extrinsische Produktqualitäten wie artgerechte Tierhaltung hingegen sind den Verbrauchern sehr wichtig. Artgerechte Tierhaltung ist Verbrauchern in gleichem Maße wichtig wie Frische und Guter Geschmack. Die Ergebnisse deuten darauf hin, dass Verbraucher bereit sind für extrinsische Produktqualitäten wie extensive Mutterkuhhaltung einen hohen Preis zu bezahlen. Diese Bereitschaft wird durch die vorgelegten Kommunikationsmaterialien erheblich ausgeweitet.

## Schlussfolgerungen

- Verbraucher honorieren Informationen zur Produkt- und Prozessqualität in hohem Maße. Verbraucher sollten über die besondere Produktqualität unbedingt und möglichst umfassend informiert werden.
- Insbesondere die in dieser Studie getesteten Kommunikationsmaterialien Dokumentarfilm und Informationsbroschüre eignen sich gut,

um das Haltungsverfahren zu kommuniziert.

- Eine Prozesskennzeichnung für das Haltungsverfahren „extensive Mutterkuhhaltung“ scheint für den Rindfleischmarkt vielversprechend, allerdings sollte die Einführung von einem umfassenden Kommunikationsprogramm begleitet werden.
- Für die Förderung des Haltungsverfahrens insgesamt sollte ein deutschlandweites Zertifizierungs-programm mit der Einrichtung der zugehörigen Logistik (Verträge über Zahlungs- und Lieferungsbedingungen, Vermittlung von Absetzern und Kälbern, Transporte, zentrale Schlachtstätten, Vermittlung von Abnehmern) etabliert werden. Eine erste regionale Umsetzung zur Kommunikation der Idee und für erste Konditionsvereinbarungen sollte zwischen Landwirten und Handel erprobt werden, z.B. im Rahmen von Modellvorhaben. So könnten Strukturen aufgebaut und erprobt werden. Von Verbraucherseite wird eine Produktdifferenzierung mit großer Sicherheit begrüßt und belohnt werden.

## Projektleitung

Prof. Dr. Ulrich Hamm  
Antje Korn  
Universität Kassel  
Fachbereich Ökologische Agrarwissenschaften  
Fachgebiet Agrar- und Lebensmittelmarketing

Eine ausführliche Darstellung der Projektergebnisse finden Sie unter:  
[www.bundesprogramm.de/forschungsmanagement/projektliste](http://www.bundesprogramm.de/forschungsmanagement/projektliste) und [www.orgprints.org](http://www.orgprints.org)  
Projektnummer 2811NA029 (bitte im Suchfeld eingeben)

## Kontakt

Für weitere Informationen zum Projekt wenden Sie sich bitte an:  
Antje Korn  
Telefon: 05542 / 981289  
Mail: a.korn@uni-kassel.de

## Impressum

Universität Kassel  
Prof. Dr. Ulrich Hamm  
Antje Korn  
Steinstraße 19  
37213 Witzenhausen