# ECR Academic Student Award 2024

### **BACHELORARBEIT**

Florian Nägerl, BA

Fachhochschule St. Pölten /
Marketing und Kommunikation
Prof. (FH) Mag. Dr. Markus-Maximilian
Eiselsberg



## **Titel der Arbeit**



Die Auswirkungen von Gütezeichen auf die Produktbeurteilung von Lebensmitteln am Beispiel des AMA-Gütesiegels.

# Ziel(e) / Forschungsfrage(n)



#### Hauptziel

Die Analyse der Auswirkungen von Gütezeichen auf die Produktbeurteilung von Lebensmitteln sowie die Untersuchung der Unterschiede zwischen Produktkategorien.

#### Forschungsfragen:

- Inwiefern unterscheidet sich die Produktbeurteilung von Lebensmittelprodukten mit Gütezeichen von Lebensmittelprodukten ohne Gütezeichen?
- Inwiefern tragen Gütezeichen zur Unsicherheitsreduktion der Konsument\*innen bei?

## Methodik



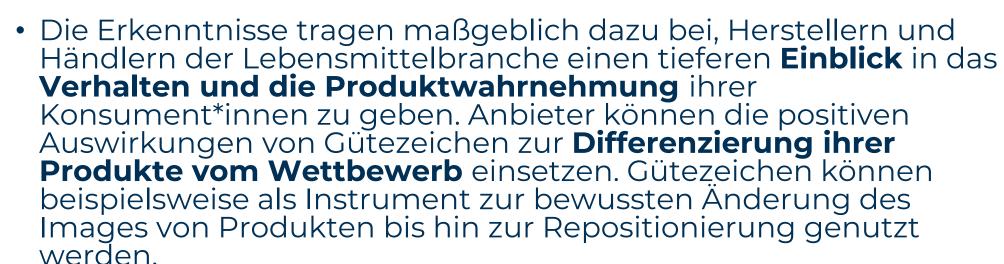
- Im Rahmen dieser Untersuchung wurden Teilnehmer\*innen in vier Gruppen aufgeteilt. Es wurde ein 2 (Milchprodukt vs. Gemüseprodukt) x 2 (mit AMA-Gütesiegel vs. ohne AMA-Gütesiegel) faktorielles, experimentelles Forschungsdesign eingesetzt.
- Die Datenerhebung wurde mit Hilfe einer **quantitativen Umfrage** realisiert, bei der die Befragungen in einem Face-To-Face-Setting als Computer Assisted Personal Interviews (CAPI) durchgeführt wurden. Insgesamt flossen **208** ausgefüllte Fragebögen in die statistische Auswertung ein.

## **Ergebnisse**



- Der wahrgenommene Gesundheitsnutzen,
  Umweltverträglichkeit und Qualität nehmen durch die
  Existenz eines Gütezeichens auf Lebensmitteln zu. Außerdem wurde festgestellt, dass in Bezug auf den wahrgenommenen Gesundheitsnutzen sowie auf die wahrgenommene Umweltverträglichkeit, Gemüseprodukte mit Gütezeichen besser als Milchprodukte mit Gütezeichen beurteilt werden.
- Darüber hinaus **reduzieren Gütezeichen** das **wahrgenommene Risiko** der Konsument\*innen bei beiden überprüften Produktkategorien. Je glaubwürdiger die Kennzeichnung durch ein Gütezeichen angesehen wird, desto stärker wird das wahrgenommene Risiko vermindert.





 Zudem bieten Gütezeichen die Möglichkeit, aufgrund ihrer Fähigkeit das wahrgenommene Risiko bei Konsument\*innen zu reduzieren, absatzbezogene Vorteile für Unternehmen zu schaffen. So vereinfachen Gütezeichen die Kaufentscheidungsprozesse der Nachfragenden und können entscheidende Kaufargumente liefern.



## Kontaktdaten



## Florian Nägerl, BA

- +4369910557080
- floriannaegerl01@gmail.com