

ECR Academic Student Award 2024

MASTERARBEIT

Chiara Brammer

FH St. Pölten /
Digital Marketing & Kommunikation

Betreuer der Arbeit: FH-Prof. Mag. Harald Rametsteiner



Titel der Arbeit

Die Auswirkungen von Green Nudging, in Form einer Tierwohlsskala, auf die Kaufabsicht der österreichischen Konsumentinnen und Konsumenten von 20 – 49 Jahren.

Ziel(e) / Forschungsfrage(n)

Das Ziel meiner Tierwohlskala ist es, den Konsument*innen mehr Transparenz und Vergleichbarkeit zu bieten, wodurch sie zu tierwohlfreundlicheren Produkten greifen. Dadurch kann das Tierwohl in Österreich nachhaltig verbessert werden.

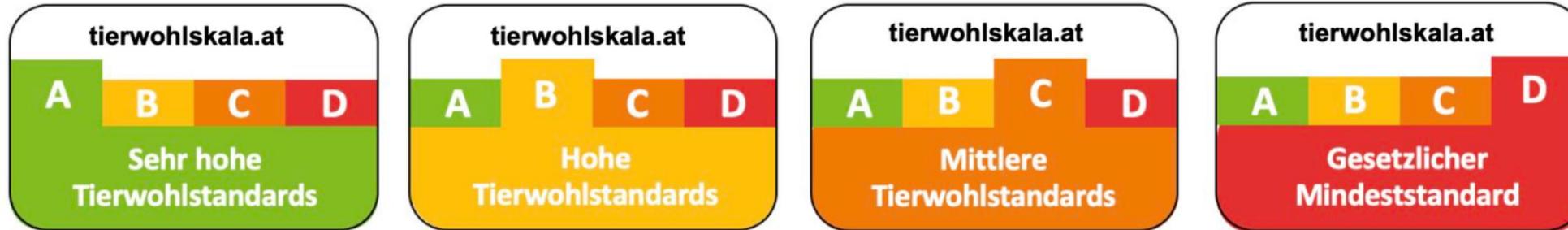
FF1	Wie muss eine Tierwohlkennzeichnung inhaltlich und optisch aufgebaut sein, um von den Stakeholdern Politik, Lebensmittelhandel, Gütesiegel und Landwirtschaft am Markt anerkannt zu werden?
FF2	Welche Auswirkungen haben Green Nudges, in Form einer Tierwohlskala, auf die Kaufabsicht der österreichischen Konsument*innen von 20-49 Jahren?
H1	Es besteht ein signifikanter Unterschied in der Kaufabsicht unterschiedlicher Tierwohlstufen. ($p < 0,001$)
H2	Es besteht ein signifikanter Unterschied zwischen den Aufpreisen, die die Konsument*innen maximal pro Tierwohlstufe bezahlen würden. ($p < 0,001$)
H3	Je geringer das bestehende Bewusstsein in der Kaufentscheidung ist, desto stärker kann durch die Tierwohlskala das zukünftige Bewusstsein in der Kaufentscheidung verbessert werden. ($p = 0,022$, $\rho = 0,163$)
FF3	Wie wirkt sich der Absender und die optische Gestaltung einer Tierwohlkennzeichnung auf die Einstellung und die Kaufabsicht der österreichischen Konsument*innen von 20-49 Jahren aus?
H4	Es besteht ein signifikanter Unterschied zwischen verschiedenen Absendern und der Einstellung gegenüber der Tierwohlskala. ($p = 0,796$)
H5	Wenn eine Tierwohlskala ein hohes Tierwohl angibt, dann ist die Kaufabsicht höher, als bei einer einfachen Tierwohlkennzeichnung, die für hohes Tierwohl steht. ($p < 0,001$)

Methodik

	Vorstudie	Hauptstudie
Erhebungsmethode	Leitfadengestützte Expert*inneninterviews	Onlinebefragung
Auswertungsmethode	Qualitative Inhaltsanalyse nach Mayring - inhaltliche Strukturierung	Statistische Auswertung: Kruskal-Wallis Test, Wilcoxon-Test, Korrelation nach Spearman
Grundgesamtheit	Stakeholder aus Politik, Gütesiegel, Lebensmittelhandel, und Landwirtschaft, die mit Tierwohl zu tun haben	Österreichische Konsument*innen von 20-49 Jahren, die zumindest gelegentlich tierische Lebensmittel kaufen
Stichprobenumfang	8 Personen	198 Personen
Stichprobenziehung	Gezielte Auswahl	Quotenverfahren & Online Panel
Feldphase	02.06.2022 bis 27.06.2022	13.07.2022 - 09.08.2022

Ergebnisse 1/2

Erstellung der [Tierwohlskala](#):



Ergebnisse 2/2

- Die Auswirkungen der entwickelten Tierwohlskala (siehe Vorseite) liegen insbesondere in den Bereichen Produktwahl und maximaler Aufpreis. Demnach geben Konsument*innen eine höhere Kaufabsicht und eine höhere Preisbereitschaft an, wenn das Produkt mit einer höheren Tierwohlstufe gekennzeichnet ist.
- Die Stärke der Auswirkungen hängt auch damit zusammen, wie stark das bestehende Bewusstsein der Konsument*innen in der Kaufentscheidung bereits ist. Die Wahl des Absenders, in diesem Fall AMA (Agrarmarkt Austria) vs. Bundesministerium, weist keinen signifikanten Unterschied in der Einstellung der Befragten gegenüber der Skala auf.
- Die optische Gestaltung hingegen zeigt einen signifikanten Unterschied und macht deutlich, dass die Tierwohlskala mit den Stufen A und B (höchste Stufen) zu einer höheren Kaufabsicht führt als ein klassisches Gütesiegel, das für hohes Tierwohl steht. Dadurch lässt sich darauf schließen, dass die Skala durch ihre transparente Gestaltung und bessere Vergleichbarkeit für die Konsument*innen einen Vorteil gegenüber herkömmlicher Gütesiegel bietet.

Relevanz für ECR / ECR-Mitgliedsunternehmen

- Das übergeordnete Ziel meiner Masterarbeit ist es, die Konsument*innen in den Mittelpunkt zu stellen (Customer Centricity), indem ihnen mehr Transparenz und Vergleichbarkeit in der Kaufentscheidung geboten wird. Die Ergebnisse meiner Arbeit sollen dazu beitragen, die Verhaltensweise und Bedürfnisse der Konsument*innen im Bereich Tierwohl besser zu verstehen und mit Lösungsvorschlägen zu unterstützen.
- Auch der Kooperationsgedanke des ECR wird durch die Integration unterschiedlicher Stakeholder (Handel, Landwirtschaft, Gütesiegel, Politik, Konsument*innen..) in den Fokus gerückt.
- Die Digitalisierung wird durch die Verbindung von POS (Tierwohlskala) und Website (weiterführende Infos) aufgegriffen.
- Über allen Punkten steht zuletzt noch die ökologische Nachhaltigkeit, da durch die Ergebnisse meiner Masterarbeit die Verbesserung des Tierwohls in Österreich angestoßen werden soll.

Kontakt Daten



Chiara Brammer

 chiara.brammer@gmail.com

 <https://www.tierwohlskala.at>