

Veränderung des Konsumverhaltens durch Tierseuchen und die sich daraus ergebenden Änderungen für das produzierende Gewerbe

Dipl. Ing. Nicole Franke

1. Berichterstatter: Prof. Dr. A. Abdulai

Das Vertrauen der Konsumenten in den Handel und die Produktion von Lebensmitteln wird immer wieder belastet. Lebensmittelskandale, Krankheiten und Seuchen verursachen bei den Verbrauchern eine Verunsicherung.

In dieser Arbeit werden die Präferenzen verschiedener Fleischsorten, die Bedeutung der Lebensmittelsicherheit im Vergleich zu anderen Attributen, die wahrgenommene Angst vor einer Erkrankung durch den Verzehr sowie die Glaubwürdigkeit verschiedener Gruppen ermittelt und die Einflussfaktoren mit Hilfe von Ordered Logit Modellen analysiert. Die Tiererkrankung, die die größte Verunsicherung auslöst, wurde bestimmt und die Einflussfaktoren mit Hilfe eines Logit Modells analysiert. Für die eigenen Schätzungen wurden Konsumenten direkt befragt. Die Daten der Medienunternehmen und Produzenten wurden mittels einer Briefbefragung erhoben.

Die eigenen Ergebnisse und die Ergebnisse aus vorherigen Studien geben Hinweise für die optimale Reaktion von Produzenten. Das Ziel des Produzenten ist das Vertrauen in die Qualität und Sicherheit der hergestellten Produkte. Der erstellte Leitfaden gibt dem Produzenten unter anderem Hinweise für eine richtige Kommunikations- und Informationspolitik, Preispolitik oder den Einsatz von Qualitätssiegeln. Damit kann der Produzent das Vertrauen der Verbraucher in die eigenen Produkte gewinnen und den wirtschaftlichen Schaden im Fall des Auftretens einer Tierseuche minimieren oder verhindern.

Eine hohe Qualität und eine gute Herstellpraxis müssen von Produzenten dauerhaft gewährleistet sein. Der entstandene Leitfaden wirkt unterstützend, kann aber mangelhafte Produktionstechniken und eine schlechte Qualität nicht ausgleichen. Der Leitfaden ist in drei Abschnitte gegliedert. Der erste Abschnitt befasst sich mit Empfehlungen für Produzenten, die vor dem Auftreten eines Skandals durchgeführt werden sollten. Im zweiten Abschnitt werden Reaktionsmöglichkeiten während dem Skandal beschrieben. Der dritte Abschnitt stellt Empfehlungen für den Zeitraum nach dem Skandal dar.

Die Maßnahmen des Leitfadens können von allen Unternehmen, unabhängig von der Größe, durchgeführt werden. Die Maßnahmen sind auf andere Lebensmittelskandale übertragbar.