



Journal of Socio-Economics in Agriculture – Abstracts

Die Peer Reviewed Papers sind im Journal of Socio-Economics in Agriculture (www.jsagr.org) aufgeschaltet.

Erwartungen schweizerischer und deutscher Verbraucher an nachhaltige Lebensmittel

Marie von Meyer-Höfer

Dr. Marie von Meyer-Höfer a Nachhaltiger Konsum ist seit einigen Jahren ein international angestrebtes Politikziel, das vor allem auch für die Agrar- und Ernährungswirtschaft immer wichtiger wird. Allerdings gibt es bisher keine allgemein anerkannte Definition von Nachhaltigkeit bzw. nachhaltigen Lebensmitteln. Diese Studie zielt daher auf die Analyse der Erwartungen schweizerischer und deutscher Konsumenten gegenüber nachhaltigen Lebensmitteln ab. Die Daten für diese Studie wurden in einer Online-Befragung 2013 in der Schweiz und Deutschland gewonnen. Zur Datenauswertung wurden Mittelwertvergleiche und explorative Faktorenanalysen durchgeführt. Die Ergebnisse zeigen, dass Verbraucher in beiden Ländern von nachhaltigen Lebensmitteln sowohl ökologische, soziale und ethische Eigenschaften erwarten aber auch traditionelle Lebensmittelqualitäten wie beispielsweise Frische und Geschmack. Um den nachhaltigen Lebensmittelkonsum insgesamt zu fördern ist es nötig, dass die entsprechenden Produkte den Verbrauchererwartungen gerecht werden, glaubwürdig gekennzeichnet und kommuniziert werden. Since several years sustainable food consumption is an international policy goal. Also for the agri-food sector sustaina-

bility becomes more and more relevant. However, there is not yet a common understanding of sustainability or sustainable food. This paper thus focusses on the expectation of Swiss and German consumers towards sustainable food. The data for this study was collected in 2013 via online surveys in Switzerland and Germany. Mean values were analysed and exploratory factor analysis were performed. The results show that consumers in both countries expect sustainable food products to meet ecological, social and ethical requirements as well as traditional food qualities such as freshness and taste. Due to the fact that most sustainability food attributes are credence attributes policy and business actors need to formulate, fulfill and communicate appropriate standards to further support sustainable food consumption.

Keywords: Sustainable Food Consumption;
Consumer Expectations; Agricultural Policy

JEL classification: Q13, Q18



Marie von Meyer-Höfer

Georg-August-Universität Göttingen
Department für Agrarökonomie
und Rurale Entwicklung
Platz der Göttinger Sieben 5
D-37073 Göttingen, Deutschland
E-Mail: mvonmey@uni-goettingen.de

http://archive.jsagr.org/v9/YSA2016_Meyer_Hoefer.pdf