



WIWI Aktuell: Umwelt & Wirtschaft



Ökonomische Perspektiven des Lebensmittellabelings (am Beispiel von Bioprodukten)

Paul Schweinzer

Institut für Volkswirtschaftslehre
Alpen-Adria-Universität Klagenfurt
CMID York, CESifo

Oktober 2015

Lebensmittelkennzeichnung

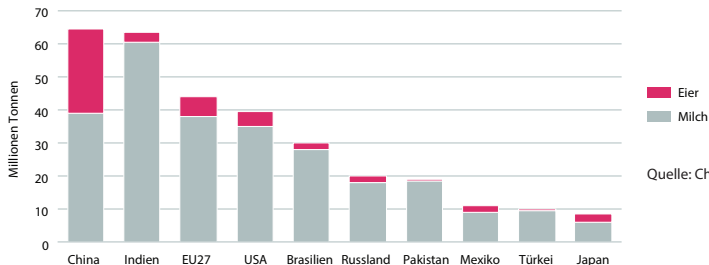
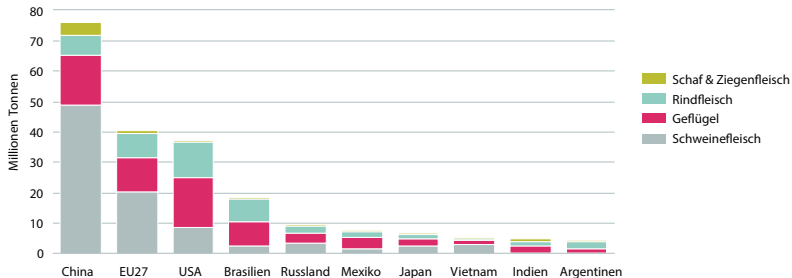
Wenn Sie für Ihr Abendessen einkaufen, dann möchten Sie unter Umständen wissen:

- ▶ Welche Rohstoffe & Zusätze verarbeitet wurden?
- ▶ Aus welcher Gegend das Produkt & seine Zutaten kommen?
- ▶ Wurde das Produkt unter Verwendung von Pestiziden erzeugt?
- ▶ Durch einen multinationalen Konzern oder Familienbetrieb?
- ▶ Ob Zutaten maschinell oder von Kindern geerntet wurden?
- ▶ Ob sie (wenig) hygienisch gelagert & transportiert wurden?
- ▶ Ob Konsum des Produktes ihr Krebsrisiko erhöht oder senkt?

Natürlich gibt es, je nach Produkt, noch Hunderte anderer Fragen.

Von Firmenseite handelt es sich bei der Antwort um Werbung.

Zukunft: Lebensmittelkonsum 2011



Quelle: Chatham House, 2014

Zukunft: Problemdarstellung

1. 2050 wird es ein Drittel mehr Menschen geben (9 Mrd).
2. Um diese Bevölkerung zu ernähren schätzt die UNO, dass die globale Fleischproduktion um etwa 76% steigen müssen wird (Milchprodukte 65%, Getreide 40%).
3. Die weltweite Fleisch- & Milchproduktion verwendet heute ein Drittel des nutzbaren Landes und ein Zehntel des Wassers.
4. Treibhausgasemissionen der Fleisch- & Milchproduktion werden heute auf etwa 14-18% der Gesamtemission geschätzt (mehr als jene des gesamten Transportsektors oder der USA).
5. Gesundheitliche Aspekte von hohem Fleisch- & Milchkonsum.
6. Politisch ist unilaterale Reduktion der Fleisch- & Milchproduktion praktisch undurchsetzbar; UNFCCC besitzt kein Mandat.

Information als Ausweg?

1. Intensivierung der landwirtschaftlichen Produktion.
2. (Technologische) Verbesserung der Produktion.
3. Bessere Nutzung, Abfall- & Verschwendungsvermeidung.
4. Konsumbeschränkung, Rationierung (diktiert & freiwillig).
5. BioTech Nahrungsmittel-Neuentwicklungen:
 - ▶ Gentechnisch: transgene Mikroorganismen, genetisch veränderte Futtermittel in 60-80% aller Produkte in EU,
 - ▶ Pilzkulturen: Quorn, Cornatur (Mykoprotein) (ICI),
 - ▶ Pflanzlich: Beyond Meat/Egg, Impossible (Twitter),
 - ▶ Gewebe: Modern Meadow, New Harvest (PayPal, Thiel).
6. Qualitative Segmentierung: Bio, Fair Trade, lokale Produktion.



Weder die Produktions- noch die Konsumsicherheit von Neuentwicklungen ist Prima Facie bekannt oder gewährleistet.

Segmentierung in sog. 'Vertrauens-' oder 'Erfahrungs-'Güter.

Labeling für 'Vertrauens-' oder 'Erfahrungs-'Güter

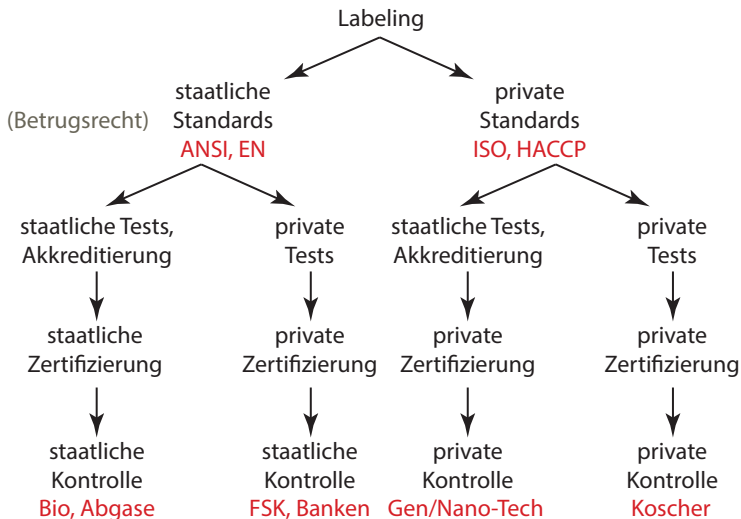


Labels transportieren potentiell nützliche Produktinformationen. Diese sind vom Konsumenten üblicherweise nicht verifizierbar.

1. Generelle Vergleiche: Zutaten, Mengen, Herkunft, Zweck. . .
2. Generelle Verhaltensrichtlinien: empfohlene Tagesdosis (RDA), Fair trade, nachhaltig gefischt, 'intelligent food,'   . . .
3. Spezielle Produktvergleiche: Information (RDA, Energie-, Abgas-Klassen) vs Reihung (ÖkoTest, Stiftung Warentest, Schulen).
4. Spezielle Substitutionsmöglichkeiten: enthält Phthalate (PVC-Weichmacher), Kinderarbeit, 'occupied territories' . . .
5. Spezielle Ausrichtung: "I love my Mac, I wish it came in green."

Da diese Information potentiell die Verkaufsentscheidung beeinflusst, bietet sie Firmen ein Werbe- & Wettbewerbsfeld (Irreführung?).

Zentrale Labeling-Pfade



Labeling in den USA: Food & Drug Administration (FDA)

Bindende Regelung seit 90ern. FDA Kriterien für Markteingriff:

1. Fairer Wettbewerb zwischen Herstellern (Hersteller-Lobby).
2. Bessere Information für Konsumenten (Verbraucher-Lobby).
3. Konsumenten-Gesundheitsrisiko senken (Versicherer-Lobby).

Labeling-Vorschriften (viele Ausnahmeregelungen)

- ▶ Bezeichnung des Lebensmittels, Menge, Hersteller, Zutaten.
- ▶ Allergene: Milch, Ei, Fisch, Nüsse, Weizen, Sojabohnen.
- ▶ Nährwerte: Mengen, Kalorien etc.
- ▶ %RDA: Gesättigte & Trans-Fette, Cholesterin, Natrium, Kohlehydrate, Protein, Vitamin & Mineralanteil.

2014 Änderungsvorschläge der Nährwert- & Kaloriendarstellung, separater Ausweis von beigefügtem Zucker & Portionierung. Unklar wann Regelung bzw. Umsetzung erfolgen wird.

Fehlend in geplanter Neuregelung: z.B. %RDA für Zucker.

Labeling in der EU

Während Lebensmittel in den USA seit den frühen 90er Jahren einer bindenden Kennzeichnungspflicht unterliegen, gibt es ein vergleichbares, allgemeines System in Europa erst seit kurzem.

Davor waren EU-Nährwertdarstellungen 'freiwillig.' Dieser Freiraum wurde in Europa zum Teil durch private Labels aufgefüllt und zur Segmentierung genutzt.

Ab Dezember 2016 gelten in der EU neue, strengere Regeln die dann mit dem derzeitigen US-System vergleichbar sein werden.

Während US-Konsumenten der FDA viel Vertrauen entgegen bringen, ist dies in Europa in Bezug auf nationale Standards (und Industrie-Labels) nicht der Fall. Private Verbände genießen in Europa höhere Reputation als öffentliche Siegel!

Beispiel Bio: Kernelemente einer ökonomischen Analyse

1. Asymmetrische Information Hersteller & Konsument:
(gesetzliche) Kennzeichnung.
2. Vertrauensgüter: öffentliche Kontrolle, Standards, Reputation.
3. Externe Effekte: Umwelt, Gesundheit, Verhaltensänderungen.
4. Verschiedene Wertvorstellungen der Konsumenten:
Private Clubs, Labels & Vereine.

Wettbewerb lässt sich nicht ohne Information organisieren!

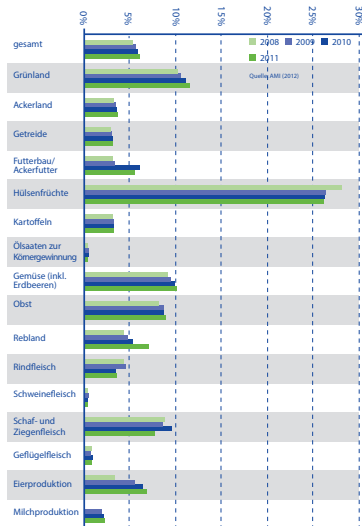
Alternative ist reiner Schönheitswettbewerb → Werbeausgaben.

Über die Präferenzen & Wertvorstellungen der Konsumenten – also darüber wie sie ihr Leben gestalten wollen – können und sollen Konsumenten aber sehr wohl informiert entscheiden.

Bioprodukt-Marktanteile Lebensmittelmarkt (2007–11)

Land	%GU	Land	%GU
Belgien	2,0%	Niederlande	1,9%
Dänemark	2,5%	Österreich	6,0%
Deutschland	3,9%	Schweden	1,5%
Frankreich	1,3%	Schweiz	3,5%
Italien	1,3%	USA	2,3%
Japan	0,5%	UK	1,8%
Kanada	1,8%		

Quelle: Europäische Kommission, 2007; GU=Gesamtumsatz



Bioprodukt-Ökobilanz, England & Wales (2006)

Produkt	Energie	Erwärmung	Nährstoffe	Versauerung	Pestizide	Schwermetall	Fläche	Wasser
Brotweizen	70%	98%	300%	106%	0%	87%	314%	–
Raps	75%	95%	176%	62%	0%	88%	273%	–
Kartoffel	102%	93%	109%	42%	20%	122%	264%	22%
Bio-Tomaten	188%	191%	423%	301%	60%	189%	190%	129%
Rindfleisch	65%	115%	208%	152%	0%	86%	183%	–
Schweinefleisch	87%	89%	57%	33%	0%	94%	183%	–
Geflügelfleisch	132%	146%	176%	153%	8%	341%	183%	–
Schaffleisch	80%	58%	305%	411%	0%	70%	183%	–
Eier	114%	127%	132%	112%	1%	113%	183%	–
Milch	62%	116%	163%	163%	0%	50%	183%	–

Quelle: Cranfield University und Defra, 2006; Konventionell = 100%

Die Frage nach externen Effekten (z.B. Umwelteinfluss) der Bioproduktion kann nicht klar in eine Richtung beantwortet werden.

Wer stellt Bioprodukt-Information zur Verfügung?

1. Öffentliche Agenturen:

- ▶ Nationale & EU Produktioninformation.
- ▶ EU Bio-Siegel & Logo 
- ▶ Deutscher Blaue Engel , Österr. Bio-Siegel , ...

2. Private Labels (etwa 300 Verbände):

- ▶ , , , , ,  ...
- ▶ Öko-Test , Stiftung Warentest  ...
- ▶ vgl. Rating Agenturen: AAA, AA, A, BBB...

Rolle von Reputation für Privatunternehmen: Standards (Reihung).

Was ist besser? Und für wen? Antwort abhängig vom Teilbereich!

Labels: Eine ökonomische Bilanz

1. Labels & Kennzeichnung reduzieren asymmetrische Info.
2. Labels ohne Kontrolle (Haftung) sind 'cheap-talk' Werbung.
3. Reputationseffekte sind ein Resultat dieser Kontrolle; 'Labelflut' zerstört Reputationsmöglichkeit.
4. Ein 'zynischer' Konsument von Vertrauensgütern vermutet das Schlimmste: Label-Konkurrenz verbessert Transparenz.
5. Labels erlauben Konsumenten Identitätsäußerung.
6. Label-Propaganda beeinflusst die öffentliche Meinung.
7. Labels sind eine Wettbewerbsbarriere.

Labels: Eine ökonomische Bewertung

Beispiele von Labeling-Kampagnen dienen einer Bewertung in welchen Bereichen Labels erfolgreich waren und in welchen nicht.

- ▶ Präferenzen (Fokuspunkt): Bio, Fair Trade, Tierschutz 
Asymmetrische Information, privates Vertrauensgut.
- ▶ Bewusstsein (Information): Zucker, Kohlehydrate, Abgase 
Asymmetrische Information, privates/öffentliches Vertrauensgut.
- ▶ Volksgesundheit (Meinungsbildung): Fettsucht, Rauchen 
Symmetrische Information, öffentliches Gut, Suchtverhalten.

Ich danke für Ihre Aufmerksamkeit!