

Project *brief*

Thünen-Institut für Marktanalyse

2020/16

Präferenzen der Verbraucher für Geflügelfleisch in Ghana

Collins Asante-Addo¹, Daniela Weible¹, Janine Pelikan¹

- **Verbraucher in Ghana bevorzugen einheimisches Geflügelfleisch gegenüber Importware und sind bereit, für einheimisches Geflügelfleisch mehr zu zahlen.**
- **Importiertes Geflügelfleisch kann als (schwacher) Ersatz für einheimisches Geflügelfleisch gesehen werden.**
- **Die Höhe des Einkommens ist ein entscheidendes Kriterium für den Konsum von einheimischem Geflügelfleisch.**
- **Verbraucher in Ghana präferieren antibiotikafreies, küchenfertiges und frisches (gekühltes) Geflügelfleisch.**
- **Politische Entscheidungsträger sollten in Lebensmittelsicherheitsstandards investieren, um den Sicherheitsbedenken der Verbraucher Rechnung zu tragen.**

Hintergrund und Zielsetzung

Die Nachfrage nach höherwertigen Lebensmitteln wie Fleisch nimmt in Subsahara-Afrika (SSA) derzeit rasch zu. Der Großteil des steigenden Fleischkonsums geht in dieser Region auf Geflügelfleisch, insbesondere Hähnchenfleisch zurück, da es weit verbreitet und relativ preisgünstig ist. Die sich wandelnden Ernährungsweisen haben so zu steigenden Importen von Geflügelfleisch geführt, da der wachsende Bedarf durch einheimische Produkte nicht ausreichend gedeckt wird. Dies übt zusätzlichen Druck auf die inländische Produktion aus, was zu Kritik an den Importen und zu Handlungsbedarf zum Schutz der lokalen Geflügelindustrie führt. In Ghana zeigt sich dieses Dilemma besonders deutlich.

Die ghanaische Geflügelwirtschaft könnte auf mindestens zwei Wegen überleben. Eine Möglichkeit wäre der Einsatz protektionistischer Maßnahmen wie die Einführung höherer Einfuhrzölle. Eine andere Möglichkeit besteht darin, bestehende Lücken in den Nachfrageprofilen der Verbraucherinnen und Verbraucher zu schließen, indem wichtige Produktmerkmale und damit zusammenhängende Faktoren ermittelt werden, welche die Konsumententscheidungen bestimmen.

Das Projekt „Präferenzen für Geflügelfleisch in Afrika: Die Analyse der Verbrauchernachfrage in Ghana“ konzentriert sich daher auf letzteres und identifiziert diejenigen Faktoren, die die Nachfrage nach Geflügelfleisch beeinflussen, und schätzt die Zahlungsbereitschaft der Konsumentinnen und Konsumenten für wichtige Produkteigenschaften.

Vorgehensweise

Das Projekt verwendet einen sogenannten *mixed methods*-Ansatz, bei dem qualitative (Gruppendiskussionen) und quantitative Forschungsmethoden (standardisierte Befragung) kombiniert werden. An den Gruppendiskussionen haben 44 Personen aus Accra teilgenommen. Die Diskussionen wurden aufgenommen, anschließend transkribiert und mittels Inhaltsanalyse analysiert. Die standardisierte Befragung baut auf den Ergebnissen der Gruppendiskussionen auf und beinhaltet ein Discrete-Choice-Experiment (DCE). In persönlichen Interviews wurden insgesamt 500 Konsumenten in Accra und Kumasi befragt. Die Umfragedaten wurden mit statistischen Methoden wie explorativer Faktoranalyse, Ordered Probit, Random Parameter Logit und dem Latent Class-Logit-Modell analysiert.

Importiertes Geflügelfleisch auf einem lokalen Markt in Accra.



© Asante-Addo

Zentrale Ergebnisse

Die Ergebnisse der Gruppendiskussionen zeigen, dass für Verbraucherinnen und Verbraucher die Herkunft, der Preis und Geschmack, die Frische und Lebensmittelsicherheit sowie eine einfache Zubereitung (Convenience), die Gesundheit, Verfügbarkeit, Zartheit und Fleischfarbe die wichtigsten Faktoren beim Kauf von Geflügelfleisch sind.

Beim Vergleich von importiertem mit einheimischem Geflügelfleisch wird deutlich, dass die Befragten eine positivere Wahrnehmung von der Qualität des einheimischen Geflügelfleisches hinsichtlich Frische, Geschmack und Gesundheit haben. Im Gegensatz dazu bewerten die Teilnehmenden der Gruppendiskussionen den Preis, den Verarbeitungsgrad und die Verfügbarkeit von einheimischem Geflügelfleisch als weniger positiv im Vergleich zu importiertem Fleisch.

Die Ergebnisse der standardisierten Befragung zeigen, dass ca. 45% der Befragten mindestens wöchentlich oder öfter Geflügelfleisch konsumieren. Allerdings wird einheimisches im Vergleich zu importiertem Geflügelfleisch weniger häufig verzehrt. Eine Regressionsanalyse verdeutlicht, dass diese beiden Produkte nur als schwache Substitute bezeichnet werden können.

Einheimisches Geflügelfleisch auf einem lokalen Markt in Accra.



© Asante-Addo

Die Ergebnisse zeigen ferner, dass die Einstellungen und Wahrnehmungen der Verbraucherinnen und Verbraucher in Bezug auf die Lebensmittelsicherheit, den höheren Preis und den geringeren Verarbeitungsgrad den regelmäßigen Konsum von ghanaischem Geflügelfleisch verringern, während die wahrgenommene Qualität und Ethnozentrismus sowie ein höheres Einkommen den regelmäßigen Verzehr erhöhen. Auf

der anderen Seite wird der häufige Verzehr von importiertem Geflügelfleisch von der Einstellung gegenüber dem Preis, der Verfügbarkeit und Bequemlichkeit bestimmt.

Schließlich deuten die Ergebnisse darauf hin, dass die Befragten einheimisches gegenüber importiertem Geflügelfleisch bevorzugen und bereit sind, für einheimisches Fleisch mehr zu zahlen. Darüber hinaus bevorzugen sie antibiotikafreies, frisches Fleisch und küchenfertige Teilstücke, und sind bereit, für diese Produktattribute auch mehr zu bezahlen, wobei das Attribut „antibiotikafrei“ den größten Einfluss auf die Entscheidung hat.

Basierend auf den individuellen Präferenzen für die einzelnen Produktattribute haben wir zudem vier unterschiedliche Gruppen von Konsumenten identifiziert: (1) *Fürsprecher von einheimischem Geflügel*, (2) *Liebhaber von importiertem Geflügel*, (3) *Kennzeichnungs- bzw. sicherheitsbewusste* und (4) *zufällig Wählende*. Die Fürsprecher von einheimischem Geflügel haben im Vergleich zum Durchschnitt der Gesamtstichprobe eine doppelt so hohe Zahlungsbereitschaft. Dies lässt den Schluss zu, dass es für die einheimische Geflügelindustrie Hoffnung gibt.

Empfehlungen für politische Entscheidungsträger

Um die Wettbewerbsfähigkeit der ghanaischen Geflügelindustrie zu verbessern und ihr Überleben zu sichern, könnten politische Entscheidungsträger folgende Aspekte in den Blick nehmen:

- Es müssen günstige Bedingungen für Investitionen des Privatsektors in die Infrastruktur (Verarbeitung, Lagerung) und Vermarktung geschaffen werden.
- Investitionen zur Produktionssteigerung müssen umsichtig, d.h. entsprechend der Kapazitäten der verarbeitenden Industrien, getätigt werden.
- Die Bedenken der Verbraucherinnen und Verbraucher hinsichtlich der Lebensmittelsicherheit erfordern das Eingreifen des Staates. Freiwillige oder verpflichtende Lebensmittelsicherheitsstandards sind zu empfehlen.
- Letztendlich müssen bestehende Qualitätskontrollsysteme umgesetzt und Kommunikationsstrategien etabliert werden. Dies könnte dazu führen, dass das Wissen um und die Wahrnehmung von Sicherheitsrisiken verändert und positive Einstellungen gefördert werden. Besser informierte Konsumenten könnten so eine zusätzliche Nachfrage nach ghanaischem Geflügel erzeugen.

Weitere Informationen

Kontakt

¹ Thünen-Institut für Marktanalyse
daniela.weible@thuenen.de

www.thuenen.de/de/ma/projekte/praeferenzen-der-verbraucher-fuer-gefluegelfleisch-in-ghana

DOI:10.3220/PB1594196155000

Laufzeit

01.2017-07.2020

Projekt-ID

1808

Veröffentlichungen

Asante-Addo, C., & Weible, D. (2019, September). "Everybody likes chicken" – A focus group study of consumers in Ghana. Selected paper presented at the 59th Annual Conference of the German Association of Agricultural Economists (GEWISOLA), Braunschweig, Germany.

Asante-Addo, C., & Weible, D. (2020). Imported versus domestic chicken consumption in Ghana: Do attitudes and perceptions matter? *Journal of International Food & Agribusiness Marketing*. DOI:10.1080/08974438.2020.1751767

Asante-Addo, C., & Weible, D. (2020). Is there hope for domestically produced poultry meat? A choice experiment of consumers in Ghana. *Agribusiness*, 36(2), 281–298.

Gefördert durch

