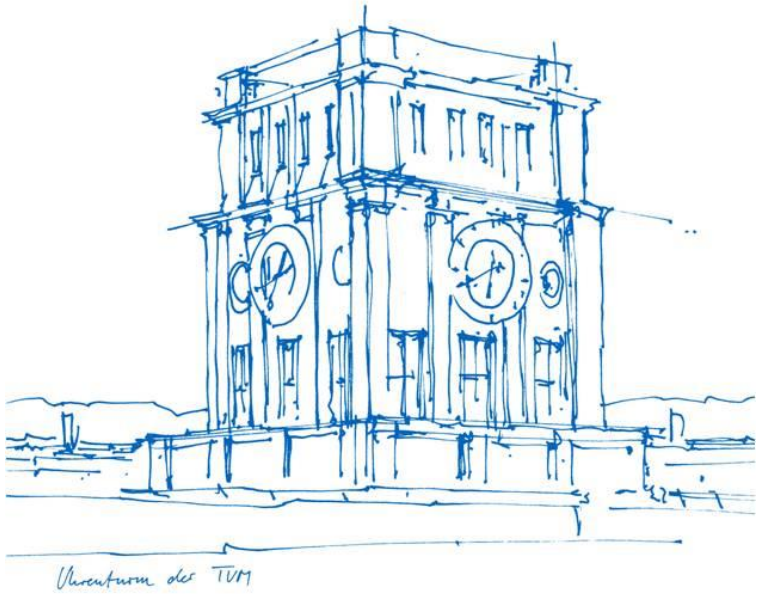
Kaufabsicht und Wahlverhalten

von Konsumenten für Biokunststoffe

Florian Klein, M. Sc. (TUM)



HOCHSCHULE
WEIHENSTEPHAN-TRIESDORF
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

CAMPUS
STRAUBING

Impact des Plastikproblems

- **marine-littering**
- **fossiles CO_2**
- **enthält toxische Additive, Umweltgifte mit teils hormoneller Wirkung**
- **lebensbedrohlich für Tiere aller Art**
- **bindet Bakterien und toxische Stoffe**
- **gelangt in jedes Ökosystem**
- **ästhetische Aspekte**

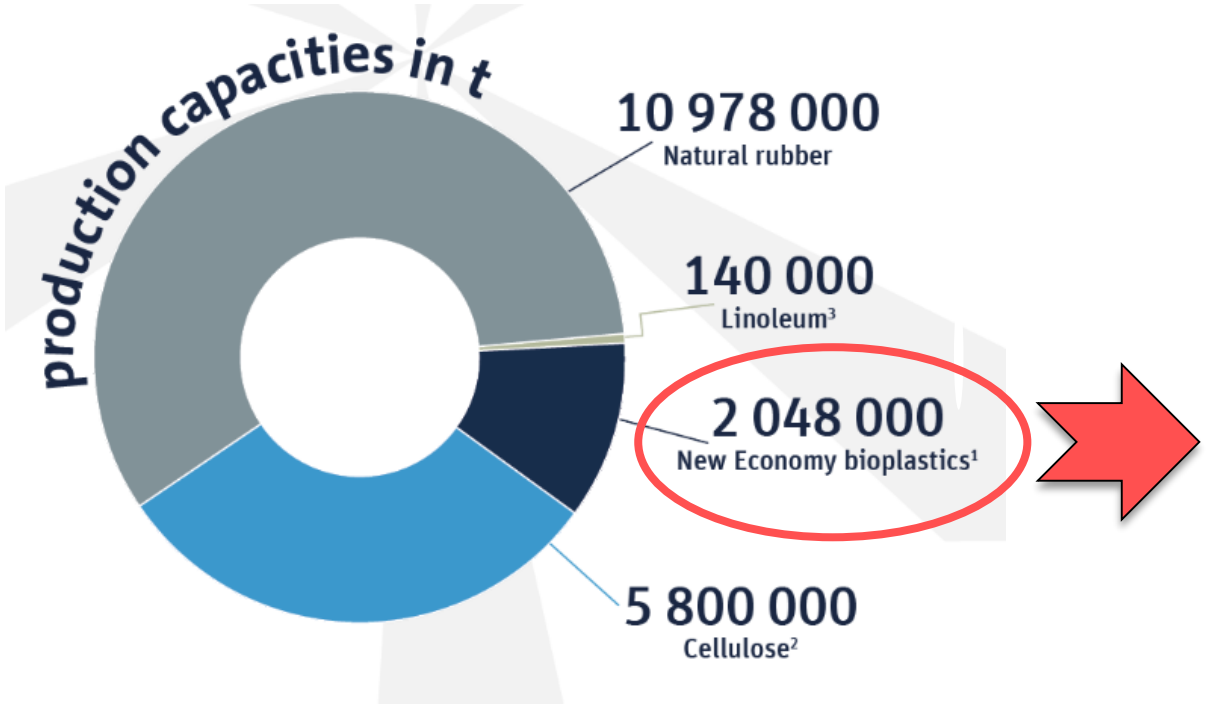
- **… etc.**

Bild: pixabay.com (2018)

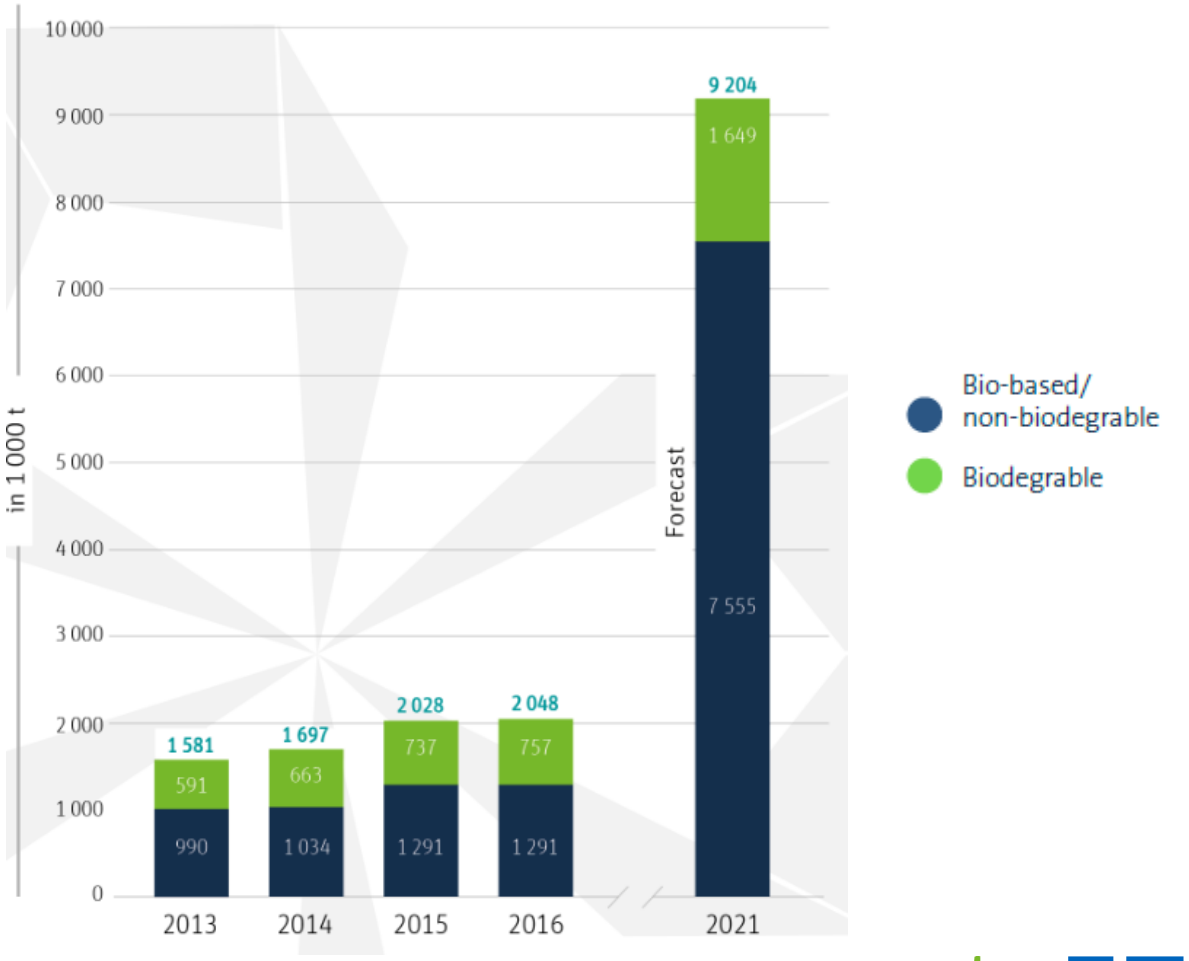
Bild: pixabay.com (2018)

Biokunststoffe – Produktionskapazitäten

„Old & New Economy“



„New Economy“



Quelle: IfBB (2017)

HOCHSCHULE WEIHENSTEPHAN-TRIESDORF UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
CAMPUS STRAUBING

Anwendungen - Biokunststoffe

Bilder: european-bioplastics.org (2018)

MNR & Biokunststoffe

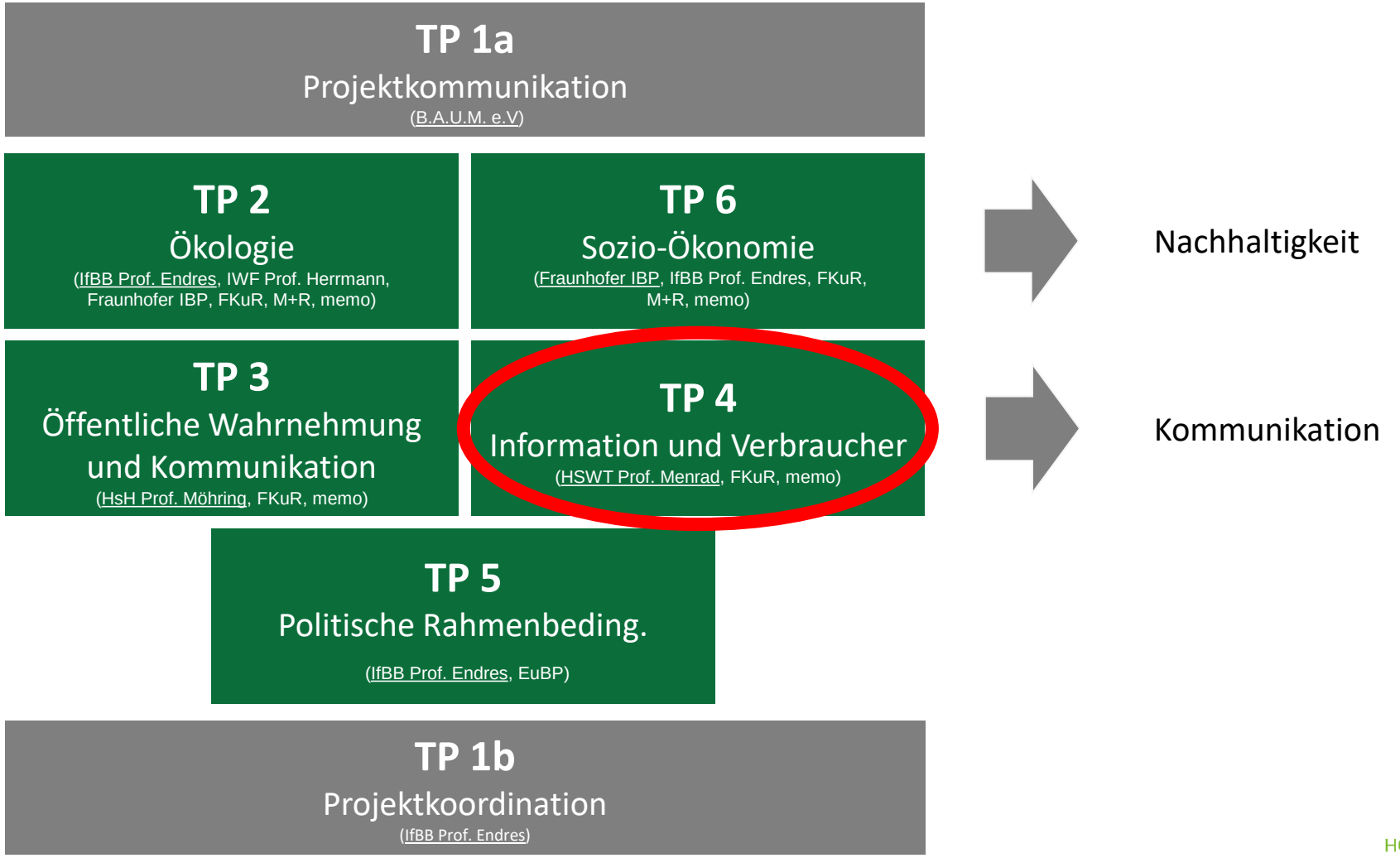
MARKETING UND MANAGEMENT NACHWACHSENDER ROHSTOFFE

<u>Lehrstuhl Prof. Dr. Klaus Menrad:</u> *Fachgebiet Marketing & Management Nachwachsender Rohstoffe*

Fachspezifische Publikationen zu Biokunststoffen:

- Menrad et al. (2010): *„Consumer aspects and communication of bio-based products"*
- Zapilko et al. (2010): *„Consumer interests in bio-based products in the EU"*
- Kurka et al. (2010): *„Consumers' willingness-to-pay for bio-based products –an empirical study"*
- Kainz et al. (2013): *„Consumer-relevant Information about Bioplastics"*
- Rumm et al. (2013): *„Labelling for bio-based plastics"*
- Scherer et al. (2017): *„Biogenic product alternatives for children: Consumer preferences for a set of sand toys made of bio-based plastic"*
- Blesin et al (2018): *„Bevölkerungsrepräsentative Online-Befragung in Deutschland zu Biokunststoffen"*
- Scherer et al. (2018): *„Segmentation of interested and less interested consumers in sports equipment made of bio-based plastic"*
- Scherer et al. (2018): *„Consumer preferences for outdoor sporting equipment made of bio-based plastics: Results of a choice-based-conjoint experiment in Germany"*
- Klein et al. (2019): *„Influencing factors for the purchase intention of consumers choosing bioplastic products in Germany"*
- Klein et al. (geplant für 2019): Einflüsse auf Kaufentscheidung für Biokunststoffe, Indikatoren der Präferenzen für Biokunststoffe, Segmentierung der Konsumenten von Biokunststoffprodukten

BiNa Teilprojekte

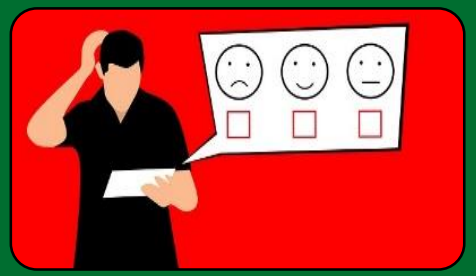


HOCHSCHULE WEIHENSTEPHAN-TRIESDORF UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
CAMPUS STRAUBING

Erhebungen im Rahmen von BiNa

Expertendiskussion Kommunikation zu Biokunststoffen

(n=8; 2015)



Ist-Analyse deutsche **Bevölkerung**sbefragung in Online Panel

(n=1.673; 2016)

Käuferbefragung mit Industriepartner

(n=178; 2017)

HOCHSCHULE WEIHENSTEPHAN-TRIESDORF UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

CAMPUS STRAUBING

Bilder: pixabay.com (2018)

Einschätzungen der Experten

- Verunsicherung bzgl. **Marketingstrategien** bei Unternehmen
- **emotionale** Werbebotschaft (Strategie)
- erst **B2B** dann B2C (Strategie)
- Dialog mit **NGOs** (Strategie)
- **Presse**/Medien (Strategie)

- **Ehrlichkeit** wichtig (Kundenvertrauen erhöhen)
- **Fürsprecher**/Vorbilder (Kundenvertrauen erhöhen)
- **Informationen** an Verbraucher (Überzeugung der Verbraucher)
- keine **Schadstoffe** (wichtiges Attribut)
- **Kompostierbarkeit** (wichtiger Claim)

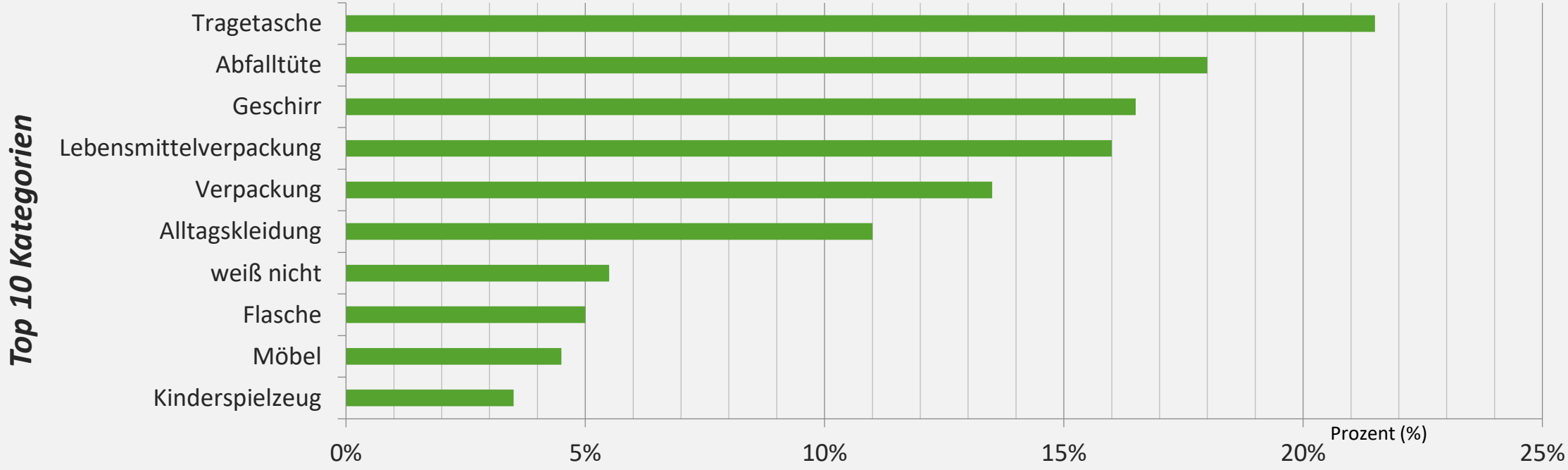
- *Kritik an Biokunststoffen:* Nahrungsmittelkonkurrenz!
- *offene Frage:* umweltfreundlicher? → LCAs erforderlich

Bevölkerung - begrenzte Produkterfahrung

Haben Sie sich schon einmal ganz bewusst für Produkte aus Biokunststoffen entschieden?

Ja = 12% **Nein = 88%** (n=1.673)

Für welche Produkte aus Biokunststoffen haben Sie sich schon einmal ganz bewusst entschieden?



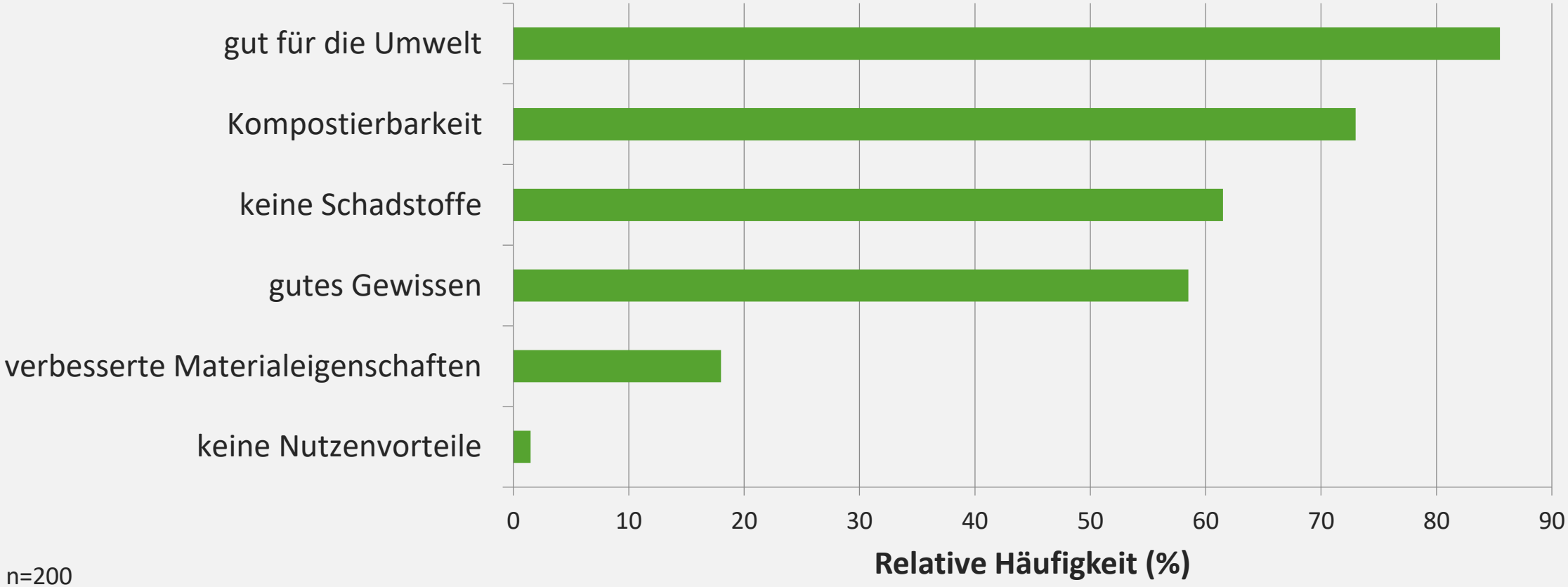
n=200

HOCHSCHULE WEIHENSTEPHAN-TRIESDORF UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

CAMPUS STRAUBING

Bevölkerung - Nutzenerwartungen

Welchen Nutzen haben die von Ihnen genannten Produkte nach Ihrer Einschätzung im Vergleich zum konventionellen Produkt? (Mehrfachnennungen möglich)



n=200

HOCHSCHULE WEIHENSTEPHAN-TRIESDORF UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
CAMPUS STRAUBING

Deskriptive Ergebnisse

- Weitere deskriptive Ergebnisse sind relevant für Publikationen und können deshalb hier nicht abgebildet werden, wir bitten um Verständnis, dies sind Richtlinien der Wissenschaftsjournale

- Bei Interesse möchten wir Ihnen die Publikationen von Prof. Dr. Klaus Menrad (s.o.), Florian Klein (s.o.) und Christoph Scherer (s.o.) empfehlen

Bevölkerung - Präferenzmessung mit Conjoint-Analyse

Was ist eine „Choice-based Conjoint Analyse“ (CBC)?

- Multivariate Methode zur Analyse der Präferenzen bzw. Nutzenstrukturen von Personen bezogen auf Produkte mit festgelegten Attributen und Leveln

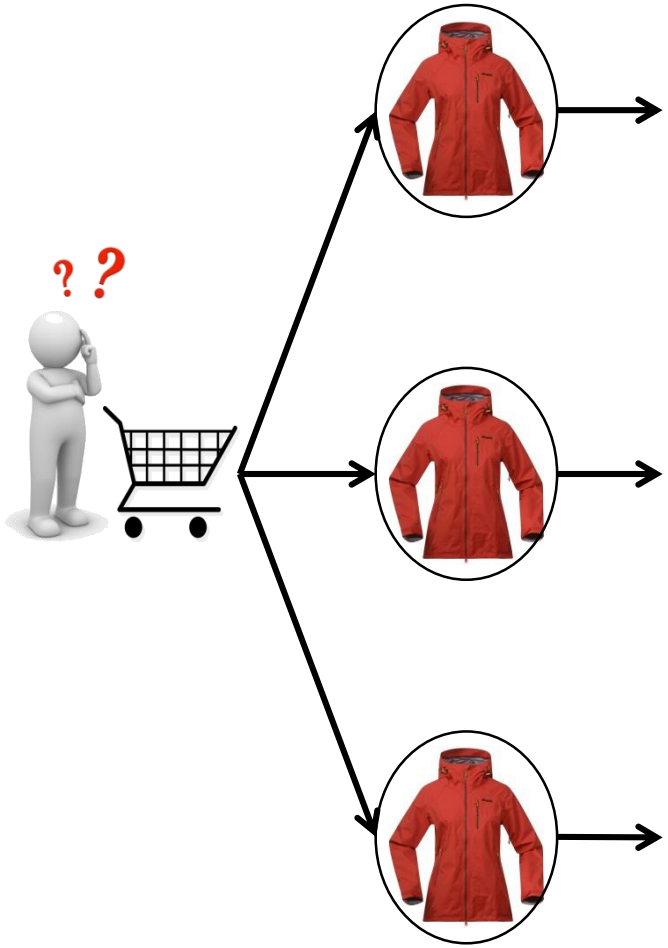
- Simulation von möglichst realitätsnahen Auswahlentscheidungen

- Ergebnisse, ganzheitliche Präferenzbeurteilung:
  - Wichtigkeit der Attribute
  - Teilnutzen der Ausprägungen der Attribute

- CBC-HB = Choice Based Conjoint Analyse mit hierarchischer Bayes-Schätzung
  - hierarchische Bayes-Schätzung = spezielles statistisches Schätzverfahren

Bild: Wikipedia (2018)

Bevölkerung - Präferenzmessung mit Conjoint-Analyse



Produkte	Attribute	Ausprägungen
A	Material	50% Biokunststoff
	Herstellungsort	EU
	Preis	239,- €

Relative Wichtigkeit?

Teilnutzenwert?

Bilder: Pixabay.com & Bergans.com (2016)

Ergebnisse des CBC

- Die CBC-Ergebnisse sind relevant für Publikationen und können deshalb hier nicht abgebildet werden, wir bitten um Verständnis, dies sind Richtlinien der Wissenschaftsjournale

- Bei Interesse möchten wir Ihnen die Publikationen von Prof. Dr. Klaus Menrad (s.o.), Florian Klein (s.o.) und Christoph Scherer (s.o.) empfehlen

Fazit Bevölkerung & Käufer

- Eingeschränkte Wahrnehmung von Biokunststoffen
- Begrenzte Produkterfahrung
- Verzerrtes Wissen & Unsicherheit
- Moderate Kaufabsicht
- Positive Verbraucherpräferenzen
- Einflussfaktoren für Konsumabsicht und Präferenzen sind vor allem „grüne“ Einstellungen
- Käufer haben mehr Erfahrung und höheres Wissen zu Biokunststoffen

Bild: pixabay.com (2018)

Florian Klein, M. Sc. (TUM)

TUM Campus Straubing

Hochschule Weihenstephan-Triesdorf

Fachgebiet Marketing & Management Nachwachsender Rohstoffe, Prof. Dr. Klaus Menrad

Petersgasse 18, 94315 Straubing

Mail: florian.klein@hswt.de

florian.klein@tum.de

Web: www.cs.tum.de

HOCHSCHULE WEIHENSTEPHAN-TRIESDORF UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

CAMPUS STRAUBING