



Was ist Qualität?

Markus Schermer

Universität Innsbruck

Institut für Soziologie

Forschungszentrum Berglandwirtschaft

Was ist Qualität?

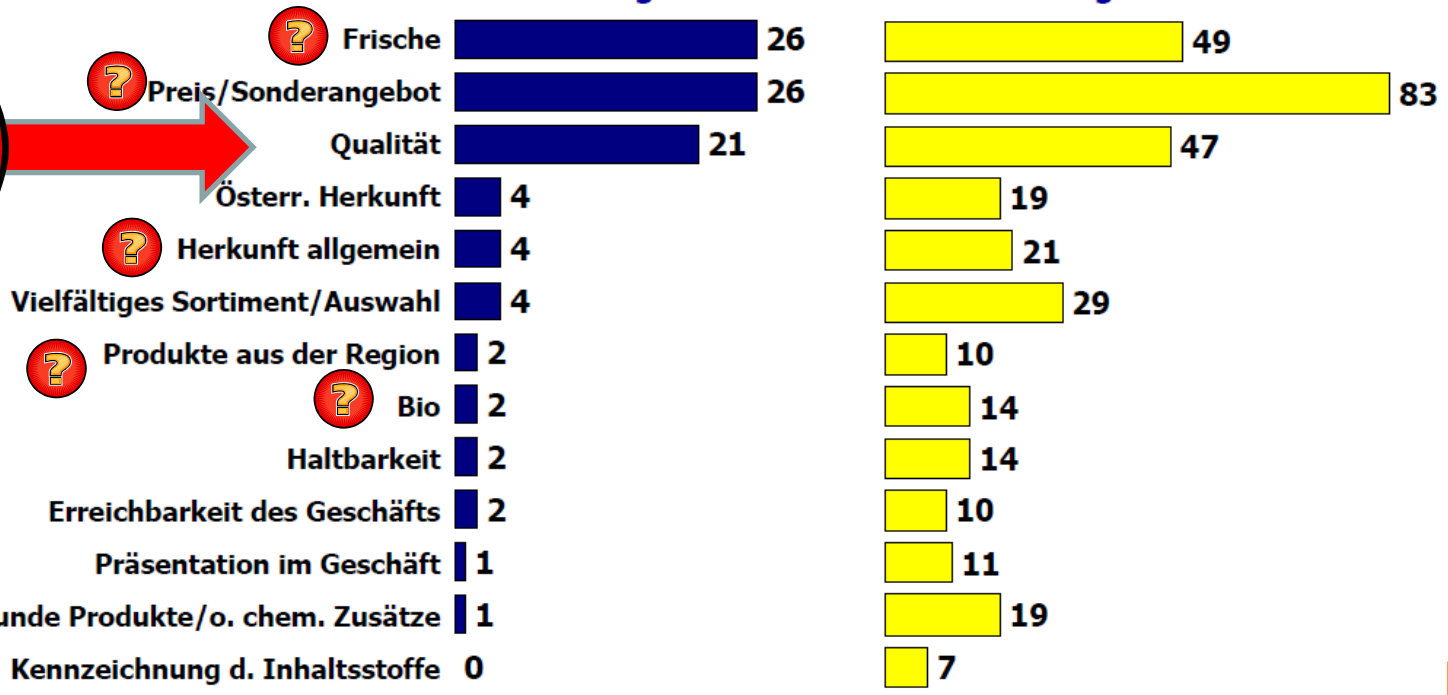
Kaufentscheidungsfaktoren - spontan

Frage: Was ist Ihnen beim Einkauf von Lebensmitteln des täglichen Bedarfs wichtig?

Beim Einkauf ist wichtig -

1. Nennung

Alle Nennungen



Quelle: RollAMA Motivanalyse März 2010/ AMA Marketing

Angaben in %, n=1297 Befragte

GfK

Der Begriff der Lebensmittelqualität

Unterschiedliche Definitionen und Einteilungen:

- ISO definiert Qualität als
 - ➔ “The totality of features and characteristics of a product that bear on its ability to satisfy a given need.”
 - Jedes Lebensmittel hat verschiedene **Werte**:
 - ➔ Gesundheitswert,
 - ➔ Genusswert,
 - ➔ Eignungswert,
 - ➔ psychologischen oder soziokulturellen Wert,
 - ➔ ökologischen Wert,
 - ➔ ökonomischen Wert und
 - ➔ politischen Wert
- (www.umweltberatung.at)



Der Begriff der Lebensmittelqualität

- Produktqualität
 - ernährungsphysiologischer Wert
 - Genuss- und Gebrauchswert
 - Eignungswert,
...durch Produkte**eigenschaften** bestimmt
- Prozessqualität
 - ökologischen Wert,
 - politischen Wert
 - psychologischen oder soziokulturellen Wert,
...durch Produktions**verfahren** bestimmt

Argumentation von Qualität: Die „Convention Theory“ (Boltanski & Thevenot 1991)

- Ausgangspunkt: mit welchen Argumenten rechtfertigen Individuen ihr Handeln und ihre Meinung?
- Argumente basieren auf
 - ➔ verschiedene Werte und Prinzipien innerhalb Gesellschaft,
 - ➔ „gute, wertvolle und richtige“ Handlungen
 - ➔ Beispiele: freie Marktwirtschaft, Umweltschutz, Gerechtigkeit etc.
- Menschen und Objekten werden mit Bezug auf solche Prinzipien „Wertigkeiten“ zuerkannt
- Die Rechtfertigungsweisen werden als *Wertigkeitsordnungen* oder *Konventionen* bezeichnet

Beispiele von Qualitätswahrnehmung zu Bergprodukten (aus EuroMARC)

Welten	Beispiele für Indikatoren
Welt des Marktes	Wirtschaft, Erreichbarkeit, Produktionsvolumen, Preis, konkurrenzfähiger Preis, Preis- Leistungs- Verhältnis, Preiswürdigkeit, Kosten.
Industrielle Welt	technische Effizienz, technische Standards, Professionalität, Erfahrung, Hygiene, Lebensmittelsicherheit, Uniformität, Nährwert, Inhaltsstoffe.
Staatsbürgerliche Welt	Wohlfahrt, soziale Gerechtigkeit, gerechter Preis, ländliche Entwicklung, regionale Wertschöpfung, Unterstützung kleiner bäuerlicher Betriebe.
Häusliche Welt	Regionalität, Vertrautheit, Vertrauensbeziehungen, Geschmack, Tradition, handwerkliche Produktion.
Welt der Inspiration/ Emotion (Wellness)	Kreativität, Selbstverwirklichung, persönliche Bereicherung, Wohlbefinden, Gesundheit, Natürlichkeit, Authentizität, Reinheit, Harmonie, Kultur.
Welt der Meinung	Ruf, Name, Prestige, Rarität, hoher Bekanntheitsgrad, Spezialität,
Welt des Umwelt-Bewusstseins	Umweltfreundlichkeit, ökologische Produktion, Nachhaltigkeit, Saisonalität, Landschaftspflege, Tiergerechtigkeit, Gentechnikfreifreiheit.

Die Qualität in der Welt des Marktes

- Argumentation basiert auf Preis bzw. Wirtschaftlichkeit.

- Charakteristika:

- Kurzfristige Koordination
- Fokus auf niedrigsten Preis
- Economies of scale

- Formen

- Großbetriebe produzieren ‚Commodities‘
- Börsenhandel



Die Qualität in der industriellen Welt

- Argumentation basiert auf (technischer) Effizienz, Professionalität und Fachkenntnissen, Planung und langfristigem Wachstum
- Charakteristika:
 - ➔ Langfristige Koordination der Kette
 - ➔ Effizienz, Rationalisierung und Standardisierung
 - ➔ Hygiene und Haltbarkeit
- Formen
 - ➔ Vertragslandwirtschaft
 - ➔ Fast food, convenience



Qualität in der zivilgesellschaftlich organisierten Welt

- Argumentation zielt auf
 - gerechter Preis, Fairness,



- Charakteristika
 - Beziehungen basieren auf Solidarität
 - langfristig



- Formen
 - Fairtrade Genossenschaft
 - Erzeuger-Verbrauchergemeinschaft, CSA

Qualität in der häuslichen Welt

- Argumentation baut auf persönlichen Beziehungen und Vertrauen

- Charakteristika:
 - ➔ räumliche Nähe
 - ➔ Loyalität,
 - ➔ Tradition



- Formen

- ➔ Regionalvermarktung
- ➔ Direktvermarktung in allen Formen



Qualität in der Welt der Wellness

- Argumentation basiert auf
 - ➔ Reinheit, Harmonie,
 - ➔ Geschmack, Gesundheit
 - ➔ Erlebnis,
- Charakteristika
 - ➔ Functional food
 - ➔ probiotisch
- Formen
 - ➔ Reformhaus
 - ➔ Vollwert



Wenig Süßes



Getreide, Getreideprodukte, Reis, Nudeln, ein Glas Wein oder Bier



Milchprodukte, Fisch, Fleisch, Geflügel, Eier, Tofu, Hülsenfrüchte, Pilze



Qualität in der Welt der Meinung

- Argumentation baut auf Bekanntheit, Ruf, Marke, sozialer Status
- Charakteristika
 - Essen zur sozialen Distinktion, Spezialitäten
 - Markenhörigkeit, Weinkultur
 - Erhaltung der lokalen food culture, (Essen als regionaler Identitätsmarker)
 - Alte Rassen und Sorten
- Formen
 - Gourmetrestaurants
 - Slow food

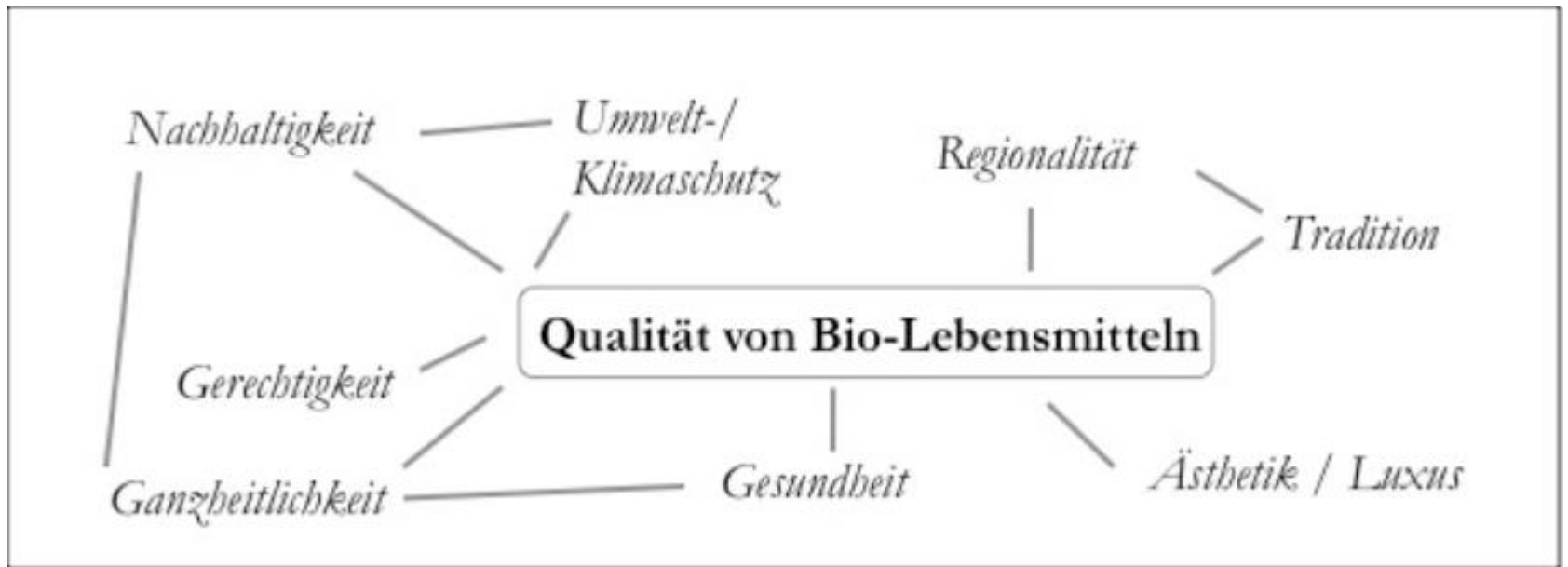


Qualität in der Welt des Umweltbewußseins

- Argumentation basiert auf Umwelt- und Klimagerechtigkeit, Schadstoff- und Rückstandsfreiheit
- Charakteristika
 - Foodmiles
 - GVO-Frei
 - CO2 Footprint
- Formen
 - Bioprodukte



Überlappungen von Qualitätsbegriffen bei Bio-Produkten (Haas 2006)



Qualitätsdefinition auf Akteursebene (Bsp.: Bio vom Berg, At)

Actor World	Market	Industrial	Civic	Domestic	Emotion	Opinion	Green
Farmer		ingredients		silage-free local breed ("Grauvieh")			
Processor/ Cheesemaker				regionality silage-free, small scale			
Processor/ President Bioalpin		skills of the cheese maker		animal husbandry local feeding			closed nutrient cycle (organic)
Processor/ Manager Bioalpin				artisanal, traditional			
Retailer local Supermarket				handmade	with love and care taste		

Zusammenfassung

- Qualität ist ein Konstrukt mit vielen Gesichtern
 - ➔ abhängig von
 - Produkt
 - Verarbeitungs- bzw. Handelsstufe
 - Akteur
- Zunächst muss definiert werden was in einem bestimmten Kontext unter Qualität verstanden wird, sonst redet man aneinander vorbei
- Für ein erfolgreiches Marketing sollte entlang der Wertschöpfungskette die gleiche Qualitätsauffassung herrschen

Vielen Dank für die Aufmerksamkeit

