

Anke Zühlsdorf, Achim Spiller

Zur Bedeutung verschiedener Kennzeichnungselemente auf Lebensmittelverpackungen

Auszug aus dem Ersten Zwischenbericht zum Projekt

„Repräsentative Verbraucherbefragungen im Projekt ‚Lebensmittelklarheit 2.0‘ “

Hinweis: Die Ergebnisdarstellung ist thematisch aufgebaut und entspricht nicht der Reihenfolge der Fragen im Fragebogen.

Inhalt

1. Untersuchungsgegenstand und Befragungsmerkmale

2. Ergebnisse der Befragung:

Zur Bedeutung des Hinweises „Serviervorschlag“ neben einer Produktabbildung

1. Untersuchungsgegenstand

- Die vorliegenden Ergebnisse sind Bestandteil der begleitenden wissenschaftlichen Verbraucherbefragung zum Internetportal www.lebensmittelklarheit.de, das als Gemeinschaftsprojekt vom Verbraucherzentrale Bundesverband (vzbv) und den Verbraucherzentralen betrieben und durch das Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) finanziell gefördert wird.
- Im Rahmen des Projektes „Lebensmittelklarheit 2.0“ werden im Jahr 2014 drei repräsentative Verbraucherbefragungen zu unterschiedlichen Fragestellungen der Lebensmittelkennzeichnung durchgeführt. Für eine erste Befragung wurden 750 Verbraucherinnen und Verbraucher auf repräsentativer Basis im Mai/Juni 2014 persönlich interviewt.
- Die vorliegende Studie untersucht anhand ausgewählter Beispiele unter anderem:
 - ✓ Inwieweit verändert der Aufdruck des Hinweises „Serviervorschlag“ die Wahrnehmung von Produktabbildungen?

Befragungsmerkmale im Überblick

Stichprobengröße	n = 750
Erhebungsmethode	Computergestützte persönliche Befragung (CAPI), standardisierte Interviews
Repräsentativität	Repräsentativbefragung deutscher Verbraucherinnen und Verbraucher ab 16 Jahre (Quotenvorgabe von Alter, Geschlecht, Einkommen, Bildung, Haushaltsgröße und Region)
Realisation	<ul style="list-style-type: none">• bundesweite Erhebung• Rekrutierung und Befragungsdurchführung durch das renommierte Marktforschungsinstitut Produkt + Markt• strikte Randomisierung von Fragereihenfolgen zur Vermeidung von Reihenfolgeeffekten• teilweise experimentelles Setting (split-sample design), wobei die Stichprobe je nach Fragestellung in 2-3 Subsamples geteilt wurde• Offene und geschlossene Fragen• Visualisierung von Produktbeispielen durch Dummies
Feldphase	Mai/Juni 2014

2. Ergebnisse der Befragungen: Zur Bedeutung des Hinweises „Serviervorschlag“ neben einer Produktabbildung

- Problemhintergrund und Untersuchungsziele
- Bekanntheit
- Verbraucherverständnis
- Einfluss auf die Verbraucherwahrnehmung
- Zwischenfazit

Befragung:

Problemhintergrund und Untersuchungsziele

- Der Aufdruck „Serviervorschlag“ auf Lebensmittelverpackungen soll darauf hinweisen, dass einige Bestandteile der Abbildung nicht in der abgebildeten Form in einer Verpackung enthalten sind.

- Zum Problemhintergrund:
 - ✓ Die visuelle Produktwahrnehmung spielt bei Einkaufsentscheidungen eine zentrale Rolle. Durch Produktabbildungen auf Lebensmittelverpackungen können Verbraucher direkt erkennen, welches Lebensmittel in der Verpackung enthalten ist.
 - ✓ Im Verbraucherportal www.lebensmittelklarheit.de werden immer wieder Produkte gemeldet, bei denen die Produktabbildung Erwartungen an die enthaltenen Zutaten weckt, die im Produkt gar nicht enthalten sind.
 - ✓ Die folgenden Fragen untersuchen, inwieweit der Hinweis „Serviervorschlag“ in Zusammenhang mit einer Produktabbildung dazu beiträgt, die Erwartungshaltung der Verbraucher zu verändern.

Bekanntheit des Hinweises „Serviervorschlag“

Frage­text:

Haben Sie auf einer Lebensmittelverpackung schon einmal den Aufdruck „Serviervorschlag“ bemerkt?

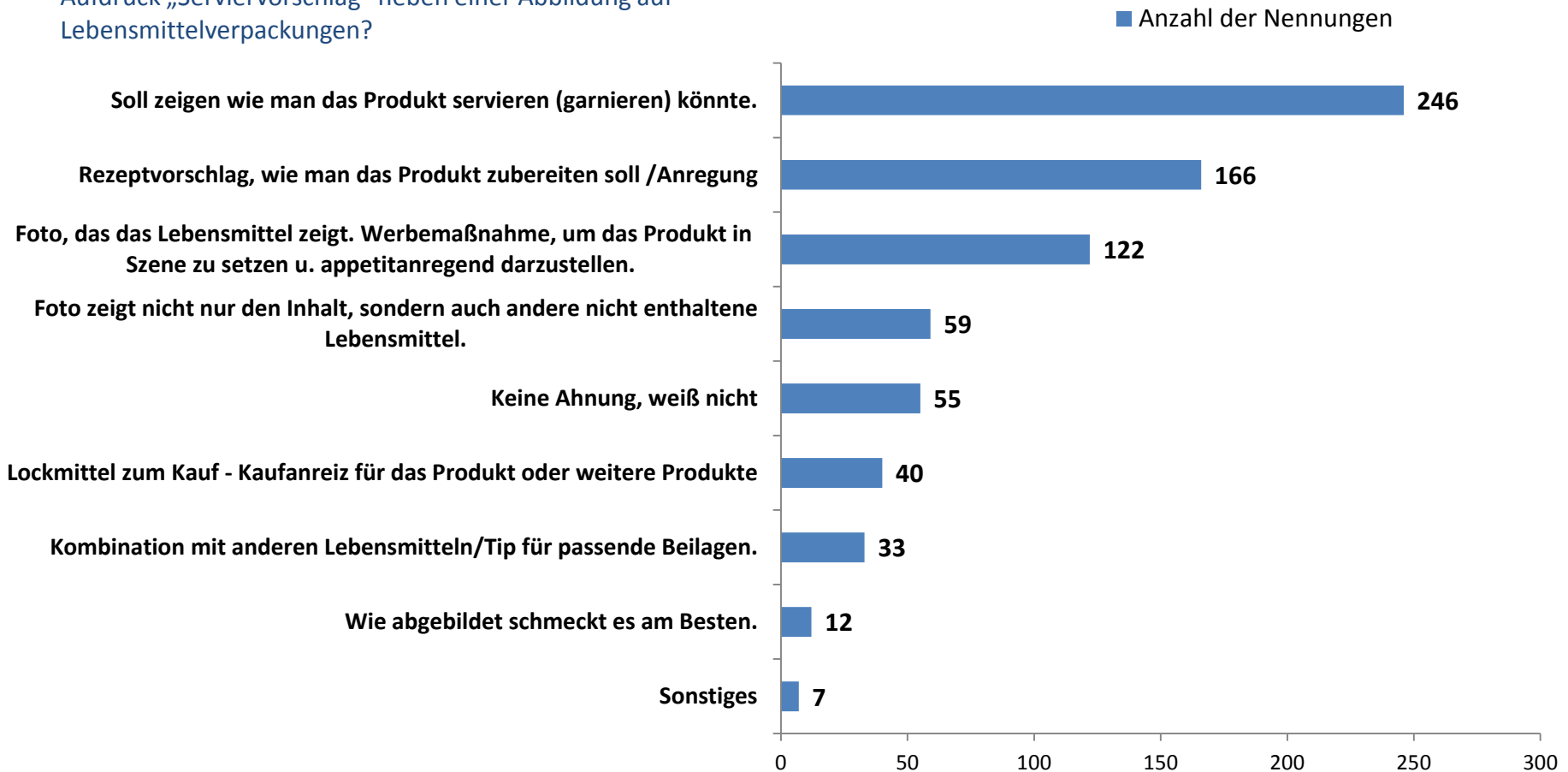
Ja, sehr häufig (+2)	Ja, häufig (+1)	Ja, habe ich schon mal gesehen (0)	Bin mir nicht sicher (-1)	Nein, habe ich noch nicht gesehen (-2)	\bar{x}
4,4	27,1	47,0	13,4	8,1	0,1

Angaben in Prozent aller gültigen Antworten; Mittelwert (\bar{x})

Verbraucherverständnis des Hinweises „Serviervorschlag“ (offene Abfrage, n=740)

Fragetext:

Welche Bedeutung hat Ihrer Meinung nach der
Aufdruck „Serviervorschlag“ neben einer Abbildung auf
Lebensmittelverpackungen?



Vergleichende Untersuchung der Zutatenerwartung von Produktabbildungen mit und ohne Hinweis „Serviervorschlag“

- Abbildungen auf Lebensmittelverpackungen zeigen ein Produkt häufig in servierfertigem Zustand. Neben dem in der Verpackung enthaltenen Produkt sind weitere Lebensmittel (etwa Kräuter zum Garnieren) oder Utensilien (Besteck, Schüssel) abgebildet, die im Zusammenhang mit dem Verzehr denkbar sind.
- Der Hinweis „Serviervorschlag“ neben der Produktabbildung soll in solchen Fällen kenntlich machen, dass die auf der Abbildung sichtbaren zusätzlichen Lebensmittel beziehungsweise Utensilien nicht in der Verkaufsverpackung enthalten sind, sondern durch den Endverbraucher während des Anrichteprozesses hinzugefügt werden können.
- Anhand von drei Produktbeispielen ist untersucht worden, inwieweit der Aufdruck „Serviervorschlag“ die Zutatenerwartung der Verbraucher bei Betrachtung von Produktabbildungen verändert.

Hierfür wurde die Stichprobe in drei Teilgruppen aufgeteilt:

- Einer Gruppe wurde ein Produktdummy mit dem deutlich sichtbaren Hinweis „Serviervorschlag“ vorgelegt.
- Einer zweiten Probandengruppe wurde der Dummy mit dem unauffällig platziertem Hinweis gezeigt.
- Einer dritten Gruppe wurde ein Produktdummy ohne den Hinweis „Serviervorschlag“ vorgelegt.
- Alle Gruppen wurden jeweils danach gefragt, welche Zutaten ihrer Einschätzung nach in dem Produkt enthalten sind.

Fallbeispiel 1: Schweinegeschnetzeltes (Abbildungen kleiner als im Original)

ohne Hinweis „Serviovorschlag“ (n=238)

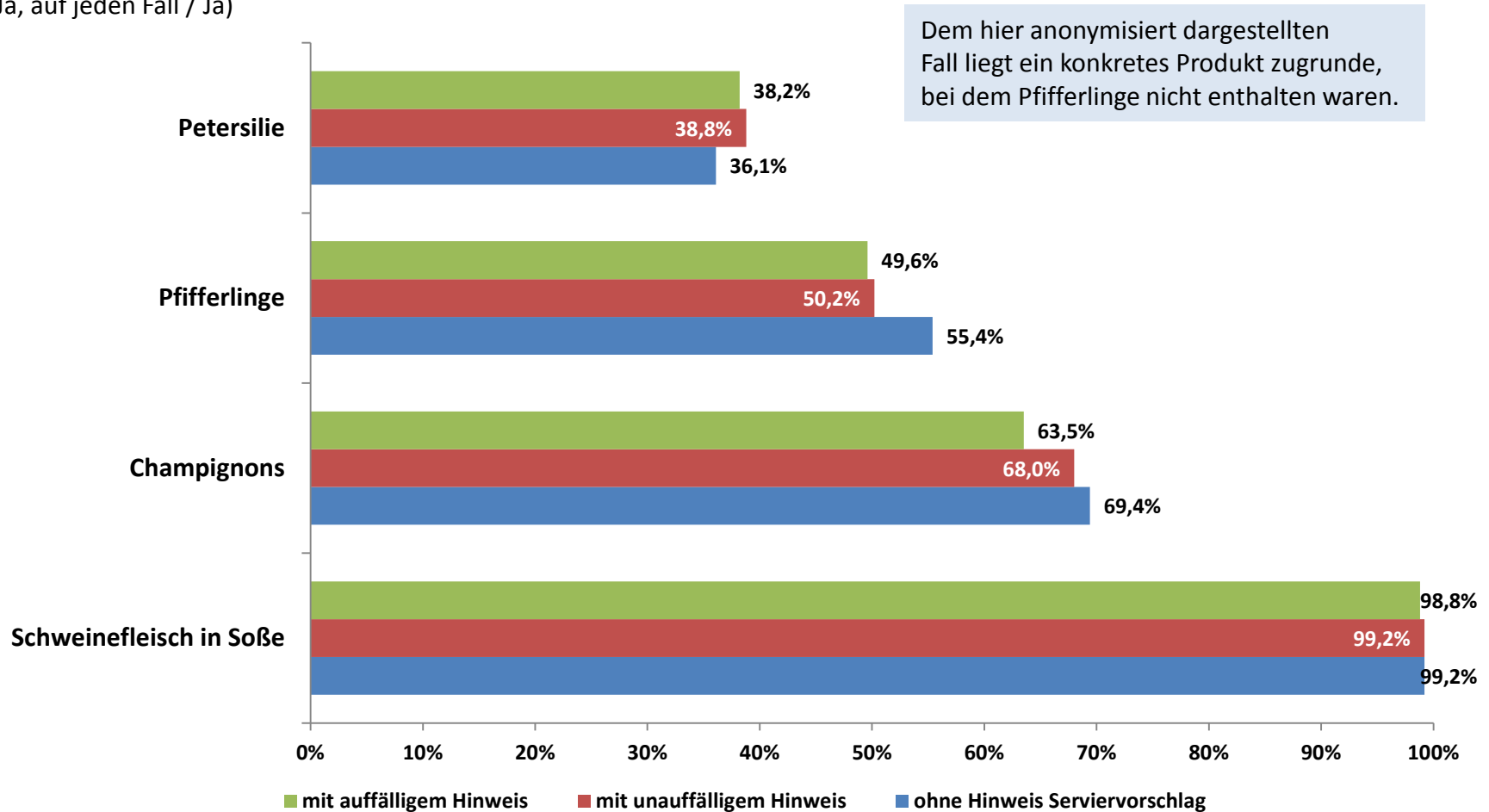
mit auffälligem Hinweis (n=252)



mit unauffälligem Hinweis
(n=257)

Zutatenerwartung Fallbeispiel „Schweinegeschnetzeltes“

Ich denke, dass folgende Zutaten in dem Produkt enthalten sind :
 (Ja, auf jeden Fall / Ja)



Fallbeispiel 2: Tofu-Frikassee (Abbildungen kleiner als im Original)



ohne Hinweis „Serviervorschlag“
(n=253)



mit auffälligem Hinweis
(n=259)

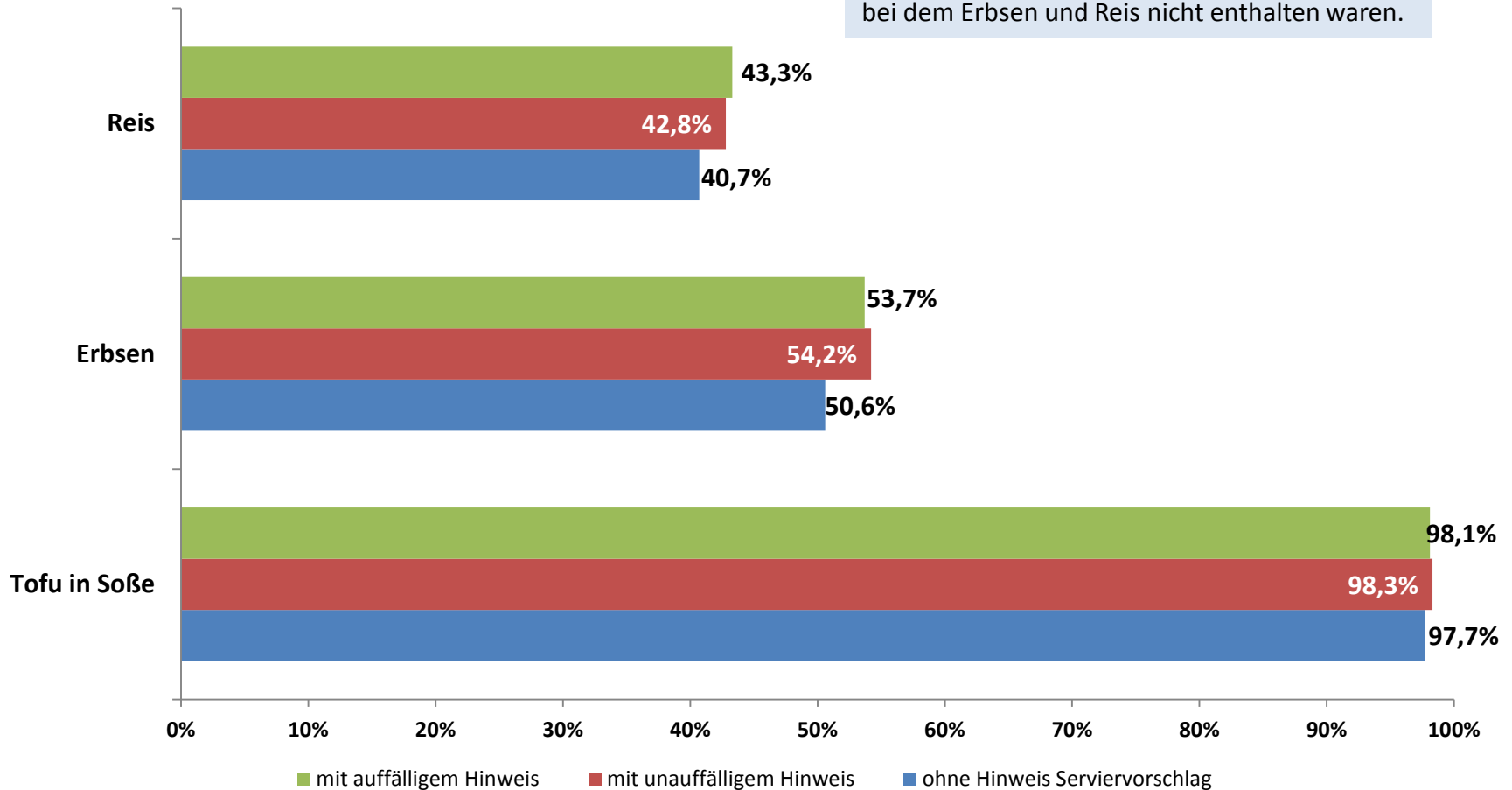


mit unauffälligem Hinweis
(n=238)

Zutatenerwartung Fallbeispiel „Tofu-Frikassee“

Ich denke, dass folgende Zutaten in dem Produkt enthalten sind :
 (Ja, auf jeden Fall / Ja)

Dem hier anonymisiert dargestellten Fall liegt ein konkretes Produkt zugrunde, bei dem Erbsen und Reis nicht enthalten waren.



Fallbeispiel 3: Kräuter-Frischkäse (Abbildungen kleiner als im Original)



ohne Hinweis „Serviervorschlag“
(n=257)



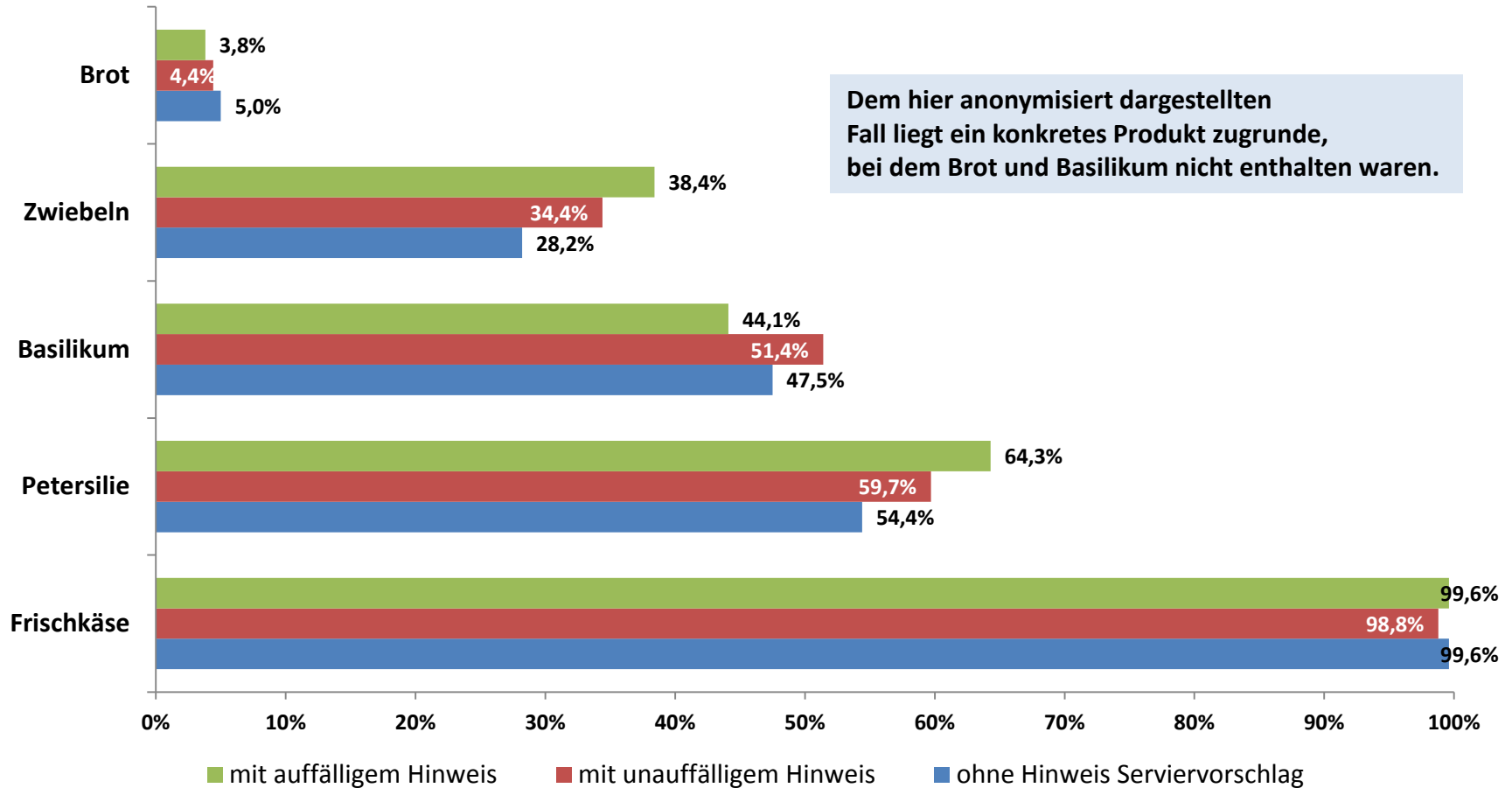
mit auffälligem Hinweis
(n=238)



mit unauffälligem Hinweis
(n=252)

Zutatenerwartung Fallbeispiel „Kräuter-Frischkäse“

Ich denke, dass folgende Zutaten in dem Produkt enthalten sind :
(ja, auf jeden Fall / ja)



Fazit

- Den Hinweis „Serviervorschlag“ auf einer Lebensmittelverpackung kennen knapp 80 Prozent der Verbraucher. Die offene Abfrage fördert zahlreiche unterschiedliche Interpretationen zutage.
- Die Befragungsergebnisse zeigen, dass die Wahrnehmung von Produktabbildungen durch den Aufdruck „Serviervorschlag“ nahezu unbeeinflusst bleibt und sich die Erwartungen an das Vorhandensein der abgebildeten Lebensmittel nicht wesentlich ändern.
- Auch die Auffälligkeit des Hinweises „Serviervorschlag“ auf einer Verpackung verändert die Zutatenerwartung nicht.

Schlussfolgerung des vzbv:

Die vom vzbv und den Verbraucherzentralen aufgestellte Forderung, dass Zutatendarstellungen auf Verpackungen und in der Werbung der Wirklichkeit entsprechen müssen, wird damit erneut belegt. Der Hinweis „Serviervorschlag“ ändert an der Zutatenerwartung nichts, er ist also faktisch überflüssig.

Kontakt



Dr. Anke Zühlsdorf
Gründungsgesellschafterin

Spiller, Zühlsdorf + Voss Agrifood Consulting GmbH
Weender Landstr. 6
37073 Göttingen
T: 0551-79 77 45-16
azu@agrifood-consulting.de
www.agrifood-consulting.de

Privates Forschungsinstitut und Unternehmensberatung mit dem
Themenfokus Marketing, Vertrieb und Marktforschung für Kunden
aus der Agrar- und Ernährungswirtschaft

Bitte zitieren als: Zühlsdorf, Anke; Spiller, Achim (2014): Zur Bedeutung verschiedener Kennzeichnungselemente auf
Lebensmittelverpackungen. Auszug aus Ergebnischarts zum Ersten Zwischenbericht des Projekts „Repräsentative
Verbraucherbefragungen im Rahmen des Projektes ‚Lebensmittelklarheit 2.0‘ “ im Auftrag des Verbraucherzentrale Bundesverband
e. V. (vzby), Göttingen

Zühlsdorf / Spiller

Prof. Dr. Achim Spiller

Georg-August-Universität Göttingen
Lehrstuhl Marketing für Lebensmittel- und Agrarprodukte
Platz der Göttinger Sieben 5
37073 Göttingen
T: 0551-39-9897
a.spiller@agr.uni-goettingen.de
www.agrarmarketing.uni-goettingen.de