

Anke Zühlsdorf, Sina Nitzko, Achim Spiller

Aufmachung und Kennzeichnung von Lebensmitteln aus Sicht der Verbraucher: Empirische Untersuchungsbefunde



im Rahmen des Projekts „Fokusgruppen und Verbraucherbefragungen als begleitende Verbraucherbeforschung zum Internetportal www.lebenmittelklarheit.de der Verbraucherzentralen und des Verbraucherzentrale Bundesverbands“

Inhalt

1. Untersuchungsgegenstand und Befragungsziele
2. Studiendesign
3. Befragungsmerkmale und inhaltliche Schwerpunkte der repräsentativen Verbraucherbefragung
4. Ergebnisse der Verbraucherstudie



Diese Studie wurde erstellt im Auftrag des Verbraucherzentrale Bundesverbandes e.V. im Rahmen des Projektes Lebensmittelklarheit, welches im Rahmen der Initiative „Klarheit und Wahrheit bei der Kennzeichnung und Aufmachung von Lebensmitteln“ durch das Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz auf Grund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages gefördert wird.

Untersuchungsgegenstand

- Die vorliegende Studie geht anhand ausgewählter Beispiele der Frage nach, wie Produktbezeichnungen, beschreibende Claims und die visuelle Darstellung von Zutaten auf Lebensmittelverpackungen von Verbraucherinnen und Verbrauchern verstanden werden.
- Sie untersucht mit einem zweistufigen Untersuchungsdesign (erst qualitative Vorstudie, dann repräsentative Verbraucherbefragung) empirisch solche Aufmachungselemente, die in der Öffentlichkeit (vor allem im Internetportal lebensmittelklarheit.de) als problematisch diskutiert werden.
- Die für die deutschen Verbraucherinnen und Verbraucher repräsentative Erhebung analysiert die Bedeutung alternativer Auslegungsmöglichkeiten und ermittelt das vorherrschende Verbraucherverständnis.
- Die Untersuchung ist ein Bestandteil der begleitenden Verbraucherbeforschung zum Internetportal www.lebensmittelklarheit.de, das als Gemeinschaftsprojekt von den Verbraucherzentralen und dem Verbrauchzentrale Bundesverband (vzbv) betrieben und durch das Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (BMELV) finanziell gefördert wird.

Befragungsziele

- Es ist davon auszugehen, dass vor allem hoch motivierte Verbraucher Produktmeldungen in das Internetportal lebensmittelklarheit.de einbringen.
 - Die empirische Begleitforschung ermittelt deshalb auf repräsentativer Basis, wie ausgeprägt die Verständigungsprobleme zwischen Anbietern und Nachfragern auf dem deutschen Lebensmittelmarkt sind.
 - Sie zielt auf die Validierung der Diskussion im Rahmen des Portals und untersucht auf breiter Grundlage das Verbraucherverständnis der anhand von Anfragen und Produktmeldungen identifizierten Konfliktfelder.
- Kurz: Es geht um die Frage, inwieweit es sich bei den auf der Internetseite gezeigten und diskutierten Produktbeispielen um Einzelfälle oder um typische Fälle handelt und ob die kritischen Aufmachungselemente über den Kreis der Diskutanten hinaus als problematisch und täuschend wahrgenommen werden.

2. Studiendesign: Kopplung qualitativer und quantitativer Studienabschnitte



• **Qualitative Fokusgruppen-interviews mit Verbrauchern:**

- Thematische Eingrenzung des Untersuchungsfeldes aus Verbrauchersicht
- Detailorientierte Erfassung eines möglichst breiten Meinungsspektrums über Lebensmittelkennzeichnung und –aufmachung
- Identifikation alternativer Deutungsmuster bei strittigen Produktbezeichnungen, beschreibenden Claims und visuellen Darstellungselementen auf Lebensmittelverpackungen

Zwischenergebnis

- Thematische Eingrenzung des Untersuchungsfeldes aus Verbrauchersicht
- Festlegung der spezifischen Kennzeichnungsfelder zur quantitativen Abfrage
- Bildung von Untersuchungshypothesen zur weiteren Untersuchung

Verbraucherbefragung

- **Repräsentative Verbraucherbefragung**
- Computergestützte persönliche Befragung (CAPI) von 1021 deutschen Verbraucherinnen und Verbrauchern (ab 16 Jahren)
- Bevölkerungsrepräsentativ hinsichtlich: Alter, Geschlecht, Einkommen, Bildung, Haushaltsgröße und Ost-West-Verteilung
- Standardisierte Befragung mit geschlossenen Fragen zur generellen Problemwahrnehmung und zum Kennzeichnungsverständnis in öffentlich kontrovers diskutierten Kennzeichnungsfeldern

Noch ausstehende Projektschritte

- Eine ausführliche Darstellung des methodischen Hintergrunds der jeweiligen Studienabschnitte sowie eine Ergebniszusammenfassung der Fokusgruppenbefragung sind im schriftlichen Ergebnisbericht des Projektes zu finden (Veröffentlichung in Vorbereitung).

3. Befragungsmerkmale und inhaltliche Schwerpunkte der repräsentativen Verbraucherbefragung



Befragungsmerkmale und –themen im Überblick

Stichprobengröße	n = 1.021
Erhebungsmethode	Computergestützte persönliche Befragung (CAPI), standardisierte Interviews
Repräsentativität	Repräsentativbefragung deutscher Verbraucherinnen und Verbraucher ab 16 Jahren (Quotenvorgabe von Alter, Geschlecht, Einkommen, Bildung, Haushaltsgröße und Region)
Realisation	<ul style="list-style-type: none"> • bundesweite Erhebung • Rekrutierung und Befragungsdurchführung durch das Marktforschungsinstitut Produkt + Markt • strikte Randomisierung von Fragereihenfolgen zur Vermeidung von Reihenfolgeeffekten • Visualisierung von Produktbeispielen zur Illustration durch Dummies
Befragungszeitraum	November/Dezember 2012
Einkaufserfahrung	89 Prozent der Befragten kaufen selber häufig Lebensmittel ein
Inhaltliche Befragungsschwerpunkte	<ul style="list-style-type: none"> • generelle Problemwahrnehmung • Kennzeichnungsverständnis in den Kennzeichnungsfeldern: Tierartenkennzeichnung bei Wurst- und Fleischwaren, Ortsbezeichnungen auf Verpackungen, Verwendung von „sauberen Etiketten“ beziehungsweise der Formulierung „frei von ...“ auf Lebensmitteln, Darstellung von Frucht- und Zutatenabbildungen auf Produkten

4. Ergebnisse der Verbraucherbefragung

4.1 Zusammenfassender Ergebnisüberblick

4.2 Verbraucherverständnis:

- ✓ Tierartenkennzeichnung bei Wurst- und Fleischwaren
- ✓ Ortsbezeichnungen auf Verpackungen
- ✓ Verwendung von „sauberen Etiketten“ beziehungsweise der Formulierung „frei von ...“ auf Lebensmitteln
- ✓ Darstellung von Frucht- und Zutatenabbildungen auf Produkten

4.3 Einkaufsverhalten der Befragten und Einstellung zu Lebensmitteln

4.4 Fazit



4.1 Zusammenfassender Ergebnisüberblick (I)

Die Befragungsergebnisse zeigen deutliche Defizite in der Anbieter-Nachfrager-Kommunikation. Die Kennzeichnung und Aufmachung von Lebensmitteln löst in den untersuchten Kennzeichnungsfeldern bei einer Vielzahl von Verbrauchern Falschassoziationen aus und ruft Missverständnisse über die Produktbeschaffenheit hervor:

- Eine Produktbezeichnung, die eine Fleischart enthält, ruft die Erwartung hervor, dass für das Produkt ausschließlich Fleisch dieser Tierart verarbeitet wird. Kleinere Beimischungen anderer Fleischarten werden jedoch mehrheitlich akzeptiert. Die heutige Bezeichnungspraxis ist aber in hohem Maße verwirrend und wird mehrheitlich nicht verstanden.
- Ortsbezeichnungen sind für den Verbraucher keine unbestimmten Werbebegriffe, sondern stehen eindeutig für regionale Rezepturen/Produktidentitäten. Die Erwartung, dass auch Teile der Produktion in der angegebenen Region stattfinden, ist produktspezifisch sehr unterschiedlich ausgeprägt. Vornehmlich wird die Fertigung des Endproduktes in der Region erwartet, die Landwirtschaft nur in den Fällen (wie Allgäu), wo dies auch möglich und attraktiv erscheint (nicht aber zum Beispiel in Großstädten).

Zusammenfassender Ergebnisüberblick (II)

- Werbeaussagen, die auf die Abwesenheit bestimmter Inhaltsstoffe abheben, werden von den Kunden als relativ weitgehend interpretiert und sollten nur restriktiv verwendet werden. Die VerbraucherInnen stehen einer sehr engen Fassung des Werbeclaims kritisch gegenüber und lehnen den Einsatz von Substituten ab.
- Werden bestimmte Zutaten durch die Produktbezeichnung genannt und/oder durch Bilder angesprochen, so müssen sie aus Sicht der Verbraucher auch enthalten sein. Sind sie nur in kleinen Anteilen enthalten, so sollten relativierende Begriffe („mit...“) Verwendung finden.
- Wird ein Aroma eingesetzt, so sollte dies auf der Produktvorderseite klar erkennbar sein.
- Relevante Zutaten sollten ausnahmslos mit ihrem Mengenanteil im Zutatenverzeichnis angegeben werden.

➤ Insgesamt haben die VerbraucherInnen weitreichende Erwartungen an eine klare, mit dem Alltagswissen erfassbare Produktkennzeichnung und Produktaufmachung.

Verbraucherverständnis: Tierartenkennzeichnung bei Wurst- und Fleischwaren



Namensverständnis

Bitte sagen Sie mir, was Sie unter einer „Kalbswurst“ verstehen.

Angaben in % aller gültigen Antworten

Wurst, für die ausschließlich Kalbfleisch verarbeitet worden ist. (1)	Wurst, für die eine Mischung aus Schweine- und Kalbfleisch verarbeitet worden ist. (2)	Bin mir unsicher. (3)
66,4	30,3	3,3

n = 509

Bitte sagen Sie mir, was Sie unter einer „Geflügelwurst“ verstehen.

Angaben in % aller gültigen Antworten

Wurst, für die ausschließlich Geflügelfleisch verarbeitet worden ist. (1)	Wurst, für die eine Mischung aus Schweine- und Geflügelfleisch verarbeitet worden ist. (2)	Bin mir unsicher. (3)
73,6	22,7	3,7

n = 512

Kalbswurst: Erwarteter Kalbfleischanteil und Toleranzgrenze für einen Schweinefleischanteil

Einleitungstext für die Befragungsteilnehmer:

Einige Hersteller verarbeiten für eine Kalbswurst ausschließlich Kalbfleisch, andere verarbeiten Kalb- und Schweinefleisch. (Reihenfolge der Fragen randomisiert, n = 509)

1. Wie viel Kalbfleisch sollte Ihrer Meinung nach mindestens in einer Wurst mit dem Namen „Kalbswurst“ verarbeitet sein? Die Probanden haben mit Hilfe eines stufenlos einstellbaren Schiebereglers geantwortet, auf dem sie den Anteil in Prozent einstellen konnten.
 - ✓ Durchschnittlich geben die Befragten einen Kalbfleischanteil von 82,62% an.
 - ✓ 92,7% nennen einen Anteil von 50% und mehr.
 - ✓ 29,9% fordern 100% Kalbfleisch.
2. Wie viel Schweinefleisch dürfte Ihrer Ansicht nach in einer Wurst mit dem Namen „Kalbswurst“ höchstens verarbeitet sein? Die Probanden haben mit Hilfe eines stufenlos einstellbaren Schiebereglers geantwortet, auf dem sie den Anteil in Prozent einstellen konnten.
 - ✓ Im Durchschnitt „tolerieren“ die Verbraucher einen Schweinefleischanteil von 13,52%.
 - ✓ 98,2% der Befragten haben Angaben unter 50% genannt.
 - ✓ 33,0% fordern: Kein Schweinefleisch in Kalbswurst.

Geflügelwurst: Erwarteter Geflügelfleischanteil und Toleranzgrenze für einen Schweinefleischanteil

Einleitungstext für die Befragungsteilnehmer:

Einige Hersteller verarbeiten für eine Geflügelwurst ausschließlich Geflügelfleisch, andere verarbeiten Geflügel- und Schweinefleisch. (Reihenfolge der Fragen randomisiert, n = 512)

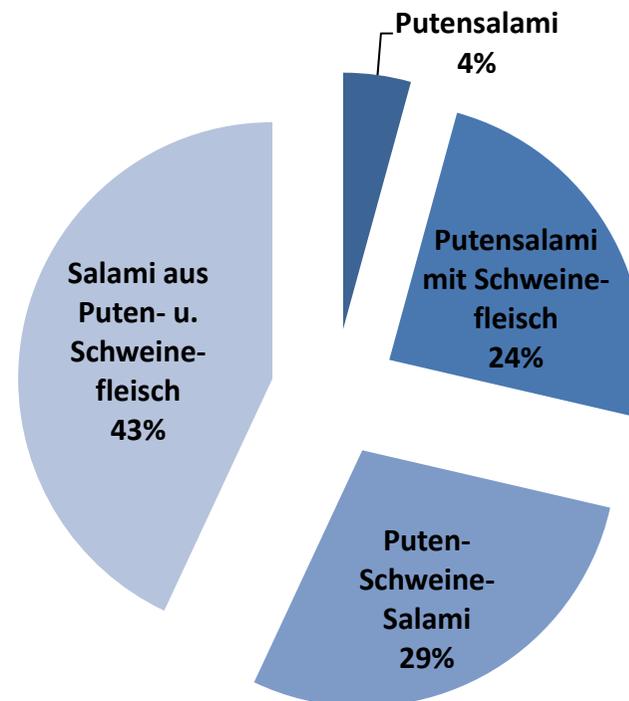
1. Wie viel Geflügelfleisch sollte Ihrer Meinung nach mindestens in einer Wurst mit dem Namen „Geflügelwurst“ verarbeitet sein? Die Probanden haben mit Hilfe eines stufenlos einstellbaren Schiebereglers geantwortet, auf dem sie den Anteil in Prozent einstellen konnten.
 - ✓ Durchschnittlich geben die Befragten einen Geflügelfleischanteil von 85,89% an.
 - ✓ 96,1% nennen einen Anteil von 50% und mehr.
 - ✓ 38,3% fordern 100% Geflügelfleisch.
2. Wie viel Schweinefleisch dürfte Ihrer Ansicht nach in einer Wurst mit dem Namen „Geflügelwurst“ höchstens verarbeitet sein? Die Probanden haben mit Hilfe eines stufenlos einstellbaren Schiebereglers geantwortet, auf dem sie den Anteil in Prozent einstellen konnten.
 - ✓ Im Durchschnitt tolerieren die Verbraucher einen Schweinefleischanteil von 10,39%.
 - ✓ 99% der Befragten haben Angaben unter 50% genannt.
 - ✓ 41,2% fordern: Kein Schweinefleisch in Geflügelwurst.

Verkehrsbezeichnung: Verbraucher plädieren für präzise Namen

Welche Bezeichnung passt Ihrer Ansicht nach am besten zu der Zutatenliste? Bitte wählen Sie die passendste Bezeichnung aus.

Zutaten: Putenfleisch (55%), Schweinefleisch (40%), Speisesalz, Maltodextrin, Dextrose, Gewürze, Kräuterextrakte, Antioxidationsmittel: Natriumascorbat, Konservierungsstoffe: Natriumnitrit, Kaliumnitrat, Fermente, Rauch

Namenspräferenzen



Angaben in % aller gültigen Antworten

Zwischenfazit (I)

- Ausgangslage: Für Kalbs- und Geflügelwürste darf heute das Fleisch verschiedener Tierarten in unterschiedlichen Mengen verarbeitet werden. Nach den Leitsätzen des Deutschen Lebensmittelbuches muss eine Kalbswurst einen Mindestanteil von 15 Prozent Kalbfleisch enthalten, für Geflügelwurst gibt es keine Vorgabe .
- Bei Nennung von Tierarten bei Lebensmitteln versteht die deutliche Mehrzahl der Verbraucher im ersten Zugriff, dass für das Produkt ausschließlich Fleisch dieser Tierart verarbeitet wurde.
- Konfrontiert mit der Marktrealität (Mischungen unterschiedlichen Fleisches für solche Würste) geben die meisten Probanden an, kleinere Anteile an „Fremdfleisch“ tolerieren zu können.
- Rund 30 Prozent der Befragten bei Kalbfleisch und zirka 40 Prozent bei Geflügel lehnen eine Mischung aber auch dann ab.

Zwischenfazit (II)

- Bei Geflügel wird aus verschiedenen Gründen (in den Fokusgruppen wurden zum Beispiel angeführt: Religion, wahrgenommener Gesundheitswert) von deutlich mehr Verbrauchern eine Konzentration auf dieses Fleisch erwartet.
- Bei Mischungen mit erheblichen Fleischanteilen mehrerer Tierarten sollte bei der Definition von Produktbezeichnungen eine differenzierte Bezeichnung gewählt werden.

➤ Insgesamt ist die heutige Bezeichnungspraxis in hohem Maße verwirrend und wird mehrheitlich nicht verstanden.

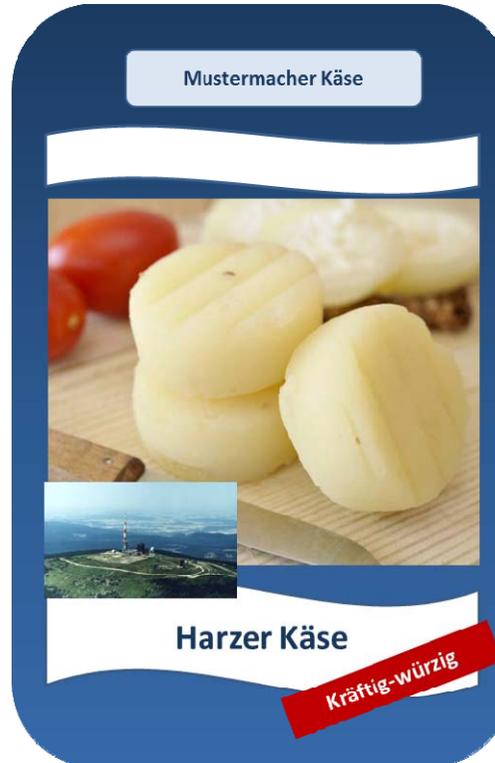
Verbraucherverständnis: Ortsbezeichnungen auf Verpackungen



Beispiel I: Ortsbezeichnungen bei Käsesorten



Phantasiebezeichnung (n=342)

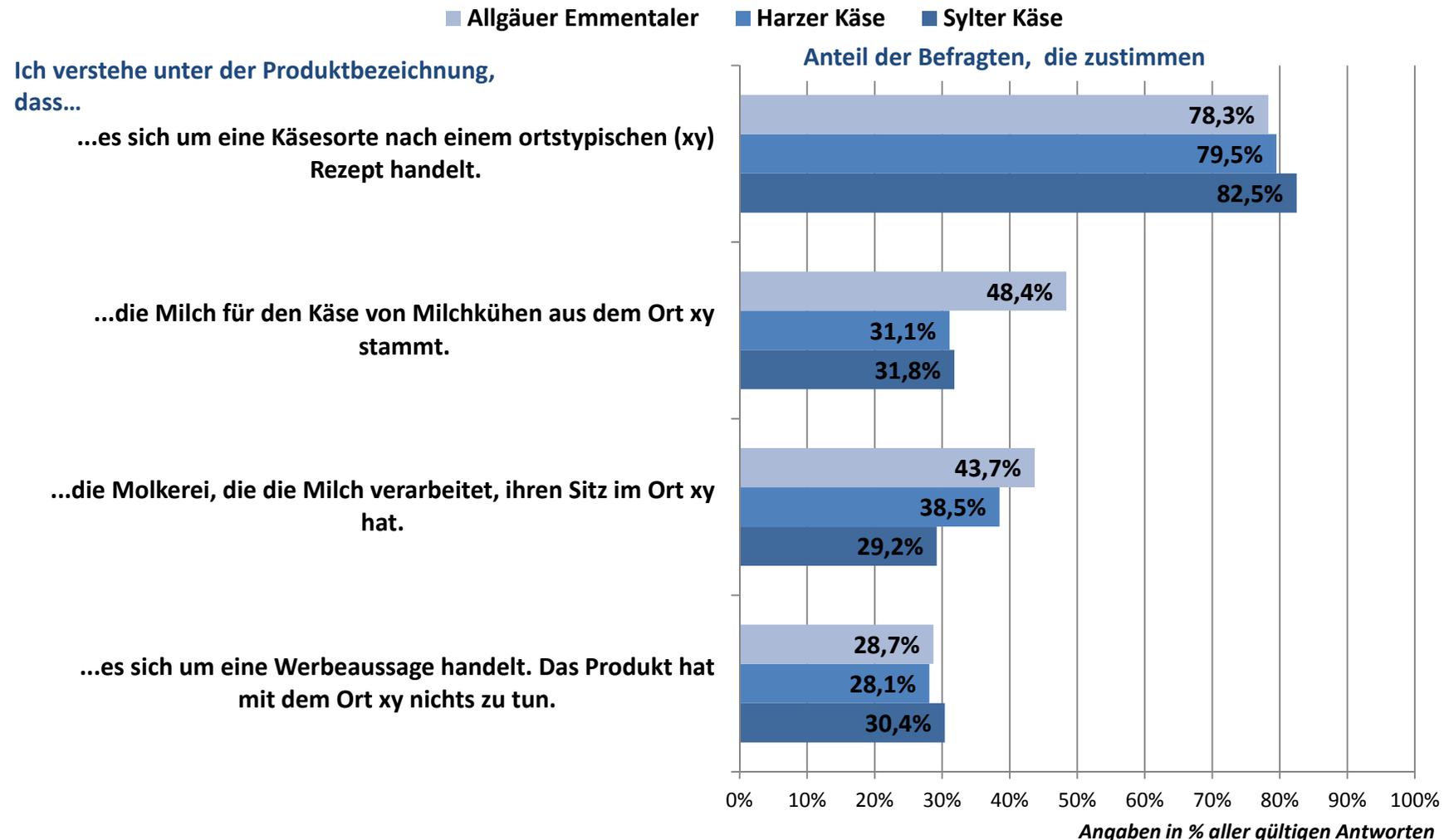


Traditionelle Bezeichnung, EU-rechtlich
bisher nicht geschützt (n=338)



Geschützte Ursprungsbezeichnung
nach EU-VO (n=341)

Bitte sagen Sie mir, wie Sie die folgende Produktbezeichnung verstehen? Sylter Käse, Harzer Käse, Allgäuer Emmentaler (g. U.)



Sylter Käse: Befragungsergebnisse im Detail

Ich verstehe unter der Bezeichnung „Sylter Käse“, dass...	Ja, auf jeden Fall (2)	Ja (1)	Bin mir unsicher (0)	Nein (-1)	Nein, auf keinen Fall (-2)	Mittelwert
...die Milch für den Käse von Sylter Milchkühen stammt.	10,5	21,3	25,7	32,5	9,9	-0,1
...die Molkerei, die die Milch verarbeitet, ihren Sitz auf der Insel Sylt hat.	7,9	21,3	24,9	35,1	10,8	-0,2
...es sich um eine Käsesorte nach einem typischen Sylter Rezept handelt.	28,1	54,4	12,6	4,4	0,6	1,05
...es sich um eine Werbeaussage handelt. Das Produkt hat mit Sylt nichts zu tun.	8,8	21,6	20,8	37,4	11,4	-0,21

Angaben in % aller gültigen Antworten, n=342

Harzer Käse: Befragungsergebnisse im Detail

Ich verstehe unter der Bezeichnung „Harzer Käse“, dass...	Ja, auf jeden Fall (2)	Ja (1)	Bin mir unsicher (0)	Nein (-1)	Nein, auf keinen Fall (-2)	Mittelwert
...die Milch für den Käse von Harzer Milchkühen stammt.	8,0	23,1	21,9	34,0	13,0	-0,21
...die Molkerei, die die Milch verarbeitet, ihren Sitz im Harz hat.	7,4	31,1	20,4	30,2	10,9	-0,06
...es sich um eine Käsesorte nach einem typischen Harzer Rezept handelt.	32,2	47,3	16,9	2,1	1,5	1,07
...es sich um eine Werbeaussage handelt. Das Produkt hat mit dem Harz nichts zu tun.	8,3	19,8	24,0	35,8	12,1	-0,24

Angaben in % aller gültigen Antworten, n=338

Allgäuer Emmentaler: Befragungsergebnisse im Detail

Ich verstehe unter der Bezeichnung „Allgäuer Emmentaler“, dass...	Ja, auf jeden Fall (2)	Ja (1)	Bin mir unsicher (0)	Nein (-1)	Nein, auf keinen Fall (-2)	Mittelwert
...die Milch für den Käse von Milchkühen aus dem Allgäu stammt.	9,4	39,0	24,9	22,6	4,1	0,27
...die Molkerei, die die Milch verarbeitet, ihren Sitz im Allgäu hat.	8,2	35,5	26,4	25,8	4,1	0,18
...es sich um eine Käsesorte nach einem typischen Allgäuer Rezept handelt.	33,1	45,2	15,0	6,2	0,6	1,04
...es sich um eine Werbeaussage handelt. Das Produkt hat mit dem Allgäu nichts zu tun.	8,5	20,2	23,2	38,4	9,7	-0,21

Angaben in % aller gültigen Antworten, n=341

Beispiel II: Ortsbezeichnungen bei Wurstsorten

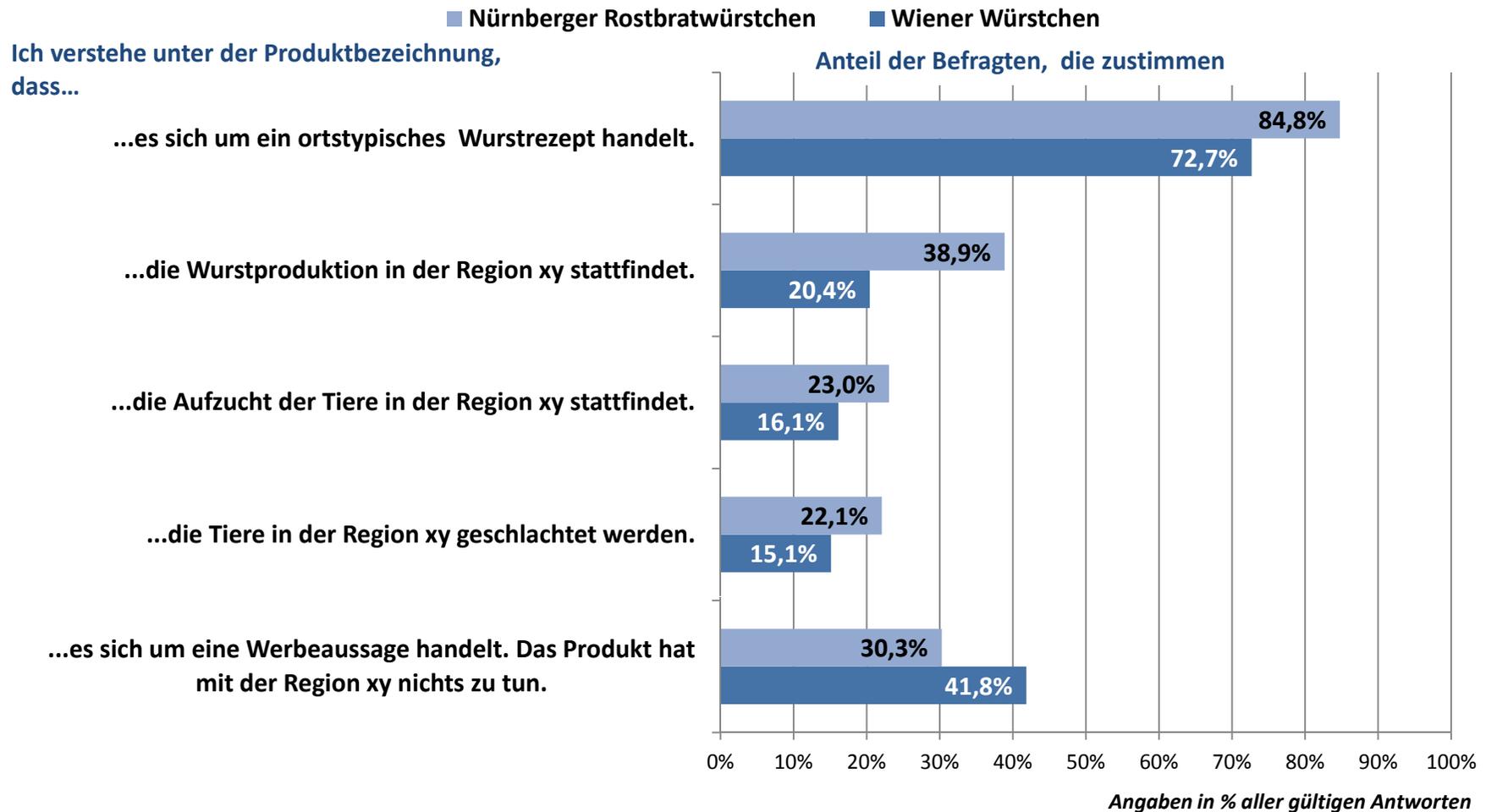


Brühwurstsorte ohne Herkunftsschutz
(n=509)



Geschützte geographische Angabe
nach EU-VO (n=512)

Bitte sagen Sie mir, wie Sie die folgende Produktbezeichnung verstehen? Wiener Würstchen, Nürnberger Rostbratwürstchen (g.g.A.)



Wiener Würstchen: Befragungsergebnisse im Detail

Ich verstehe unter der Bezeichnung „Wiener Würstchen“, dass...	Ja, auf jeden Fall (2)	Ja (1)	Bin mir unsicher (0)	Nein (-1)	Nein, auf keinen Fall (-2)	Mittelwert
...die Aufzucht der Tiere in der Region Wien stattfindet.	2,9	13,2	12,6	39,7	31,6	-0,84
...die Tiere in der Region Wien geschlachtet werden.	2,4	12,8	12,8	40,3	31,8	-0,86
...die Wurstproduktion in der Region Wien stattfindet.	3,5	16,9	15,3	37,7	26,5	-0,67
...es sich um ein typisches Wiener Wurstrezept handelt.	33,6	39,1	13,9	8,8	4,5	0,88
...es sich um eine Werbeaussage handelt. Das Produkt hat mit Wien nichts zu tun.	19,6	22,2	19,6	26,9	11,6	0,11

Angaben in % aller gültigen Antworten, n=509

Nürnberger Rostbratwürstchen: Befragungsergebnisse im Detail

Ich verstehe unter der Bezeichnung „Nürnberger Rostbratwürstchen“, dass...	Ja, auf jeden Fall (2)	Ja (1)	Bin mir unsicher (0)	Nein (-1)	Nein, auf keinen Fall (-2)	Mittelwert
...die Aufzucht der Tiere in der Region Nürnberg stattfindet.	3,3	19,7	19,9	38,3	18,8	-0,49
...die Tiere in der Region Nürnberg geschlachtet werden.	2,1	19,9	18,2	38,7	21,1	-0,57
...die Wurstproduktion in der Region Nürnberg stattfindet.	10,7	28,1	20,9	27,9	12,3	-0,03
...es sich um ein typisches Nürnberger Wurstrezept handelt.	41,6	43,2	12,7	2,0	0,6	1,23
...es sich um eine Werbeaussage handelt. Das Produkt hat mit Nürnberg nichts zu tun.	8,4	21,9	19,5	37,3	12,9	-0,24

Angaben in % aller gültigen Antworten, n=512

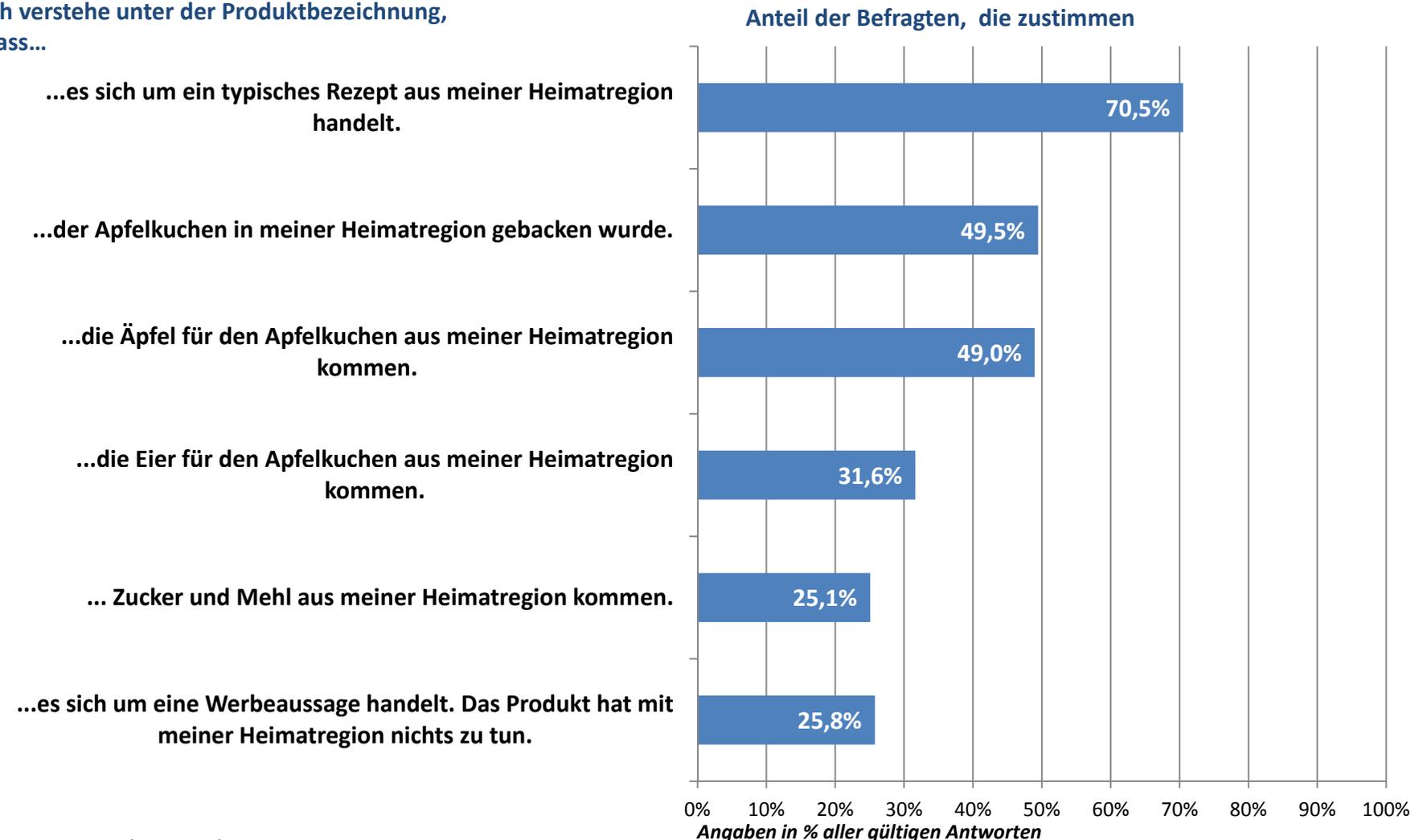
Beispiel III: Unbestimmte Ortsangabe „aus unserer Region“



**Exemplarisches Beispiel für ein
verarbeitetes Produkt mit mehreren
Zutaten (Ortsbezug zur
Heimatregion)**

Bitte sagen Sie mir, wie Sie die folgende Produktbezeichnung verstehen? Tiefkühl-Apfelkuchen „aus unserer Region“

Ich verstehe unter der Produktbezeichnung, dass...

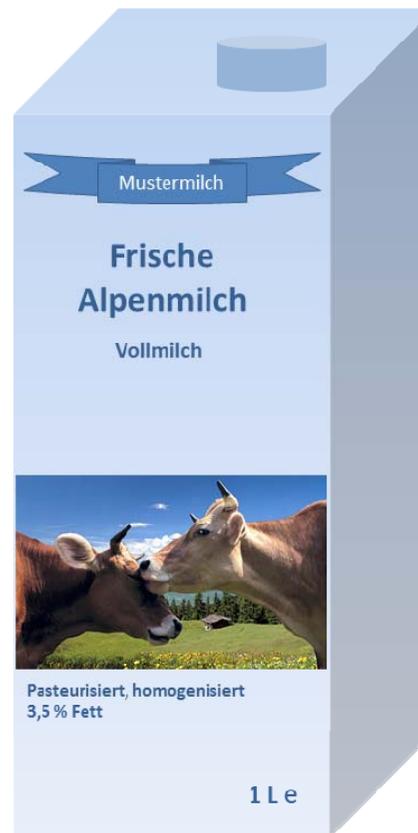


Tiefkühl-Apfelkuchen „aus unserer Region“: Befragungsergebnisse im Detail

Ich verstehe unter einem „Apfelkuchen aus unserer Region“, dass...	Ja, auf jeden Fall (2)	Ja (1)	Bin mir unsicher (0)	Nein (-1)	Nein, auf keinen Fall (-2)	Mittelwert
...es sich um ein typisches Rezept aus meiner Heimatregion handelt.	24,2	46,3	15,7	10,0	3,8	0,77
...die Äpfel für den Apfelkuchen aus meiner Heimatregion kommen.	14,0	35,0	21,0	22,2	7,8	0,25
...die Eier für den Apfelkuchen aus meiner Heimatregion kommen.	6,1	25,6	20,2	34,2	14,0	-0,24
... Zucker und Mehl aus meiner Heimatregion kommen.	4,6	20,5	18,3	39,1	17,5	-0,44
...der Apfelkuchen in meiner Heimatregion gebacken wurde.	14,6	34,9	21,7	21,4	7,4	0,28
...es sich um eine Werbeaussage handelt. Das Produkt hat mit meiner Heimatregion nichts zu tun.	8,2	17,5	24,0	35,3	15,0	-0,31

Angaben in % aller gültigen Antworten, n=1.021

Beispiel IV: Ortsbezug auf geographisches Gebiet



Ungeschützter Begriff mit Bezug auf ein natürliches geographisches Gebiet(n=512)

Alpenmilch (I): Herkunftsverständnis

Split 1: Sagen Sie mir doch bitte zunächst anhand der nachfolgenden Skala, woher Ihrem Verständnis nach eine deutsche Milch mit der Bezeichnung Alpenmilch **kommt**.

62%

Aus Deutschland (1)	Aus Süddeutschland (2)	Aus Bayern (3)	Aus den Alpen und dem Voralpenland (4)	Aus den Alpen (5)
9,8	12,0	16,1	36,1	25,9

Angaben in % aller gültigen Antworten, n=512

Split 2: Sagen Sie mir doch bitte zunächst anhand der nachfolgenden Skala, woher Ihrem Verständnis nach eine deutsche Milch mit der Bezeichnung Alpenmilch **kommen sollte**.

69,2%

Aus Deutschland (1)	Aus Süddeutschland (2)	Aus Bayern (3)	Aus den Alpen und dem Voralpenland (4)	Aus den Alpen (5)
7,4	11,1	12,3	39,5	29,7

Angaben in % aller gültigen Antworten, n=509

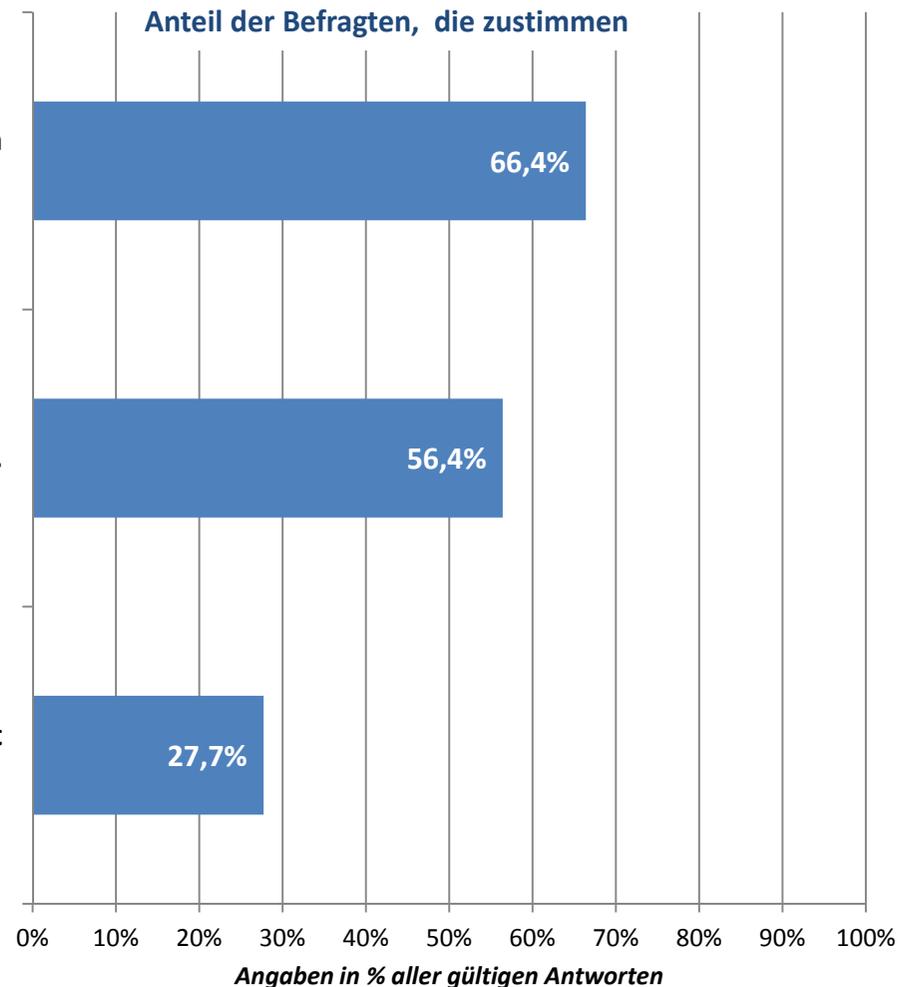
Alpenmilch (II): Prozesseigenschaften

Ich verstehe unter der Produktbezeichnung,
dass...

...die Molkerei, die die Milch verarbeitet, ihren Sitz im
Alpenraum hat.

...die Kühe regelmäßig auf die Weide kommen.

...es sich um eine Werbeaussage handelt. Das Produkt hat
mit den Alpen nichts zu tun.

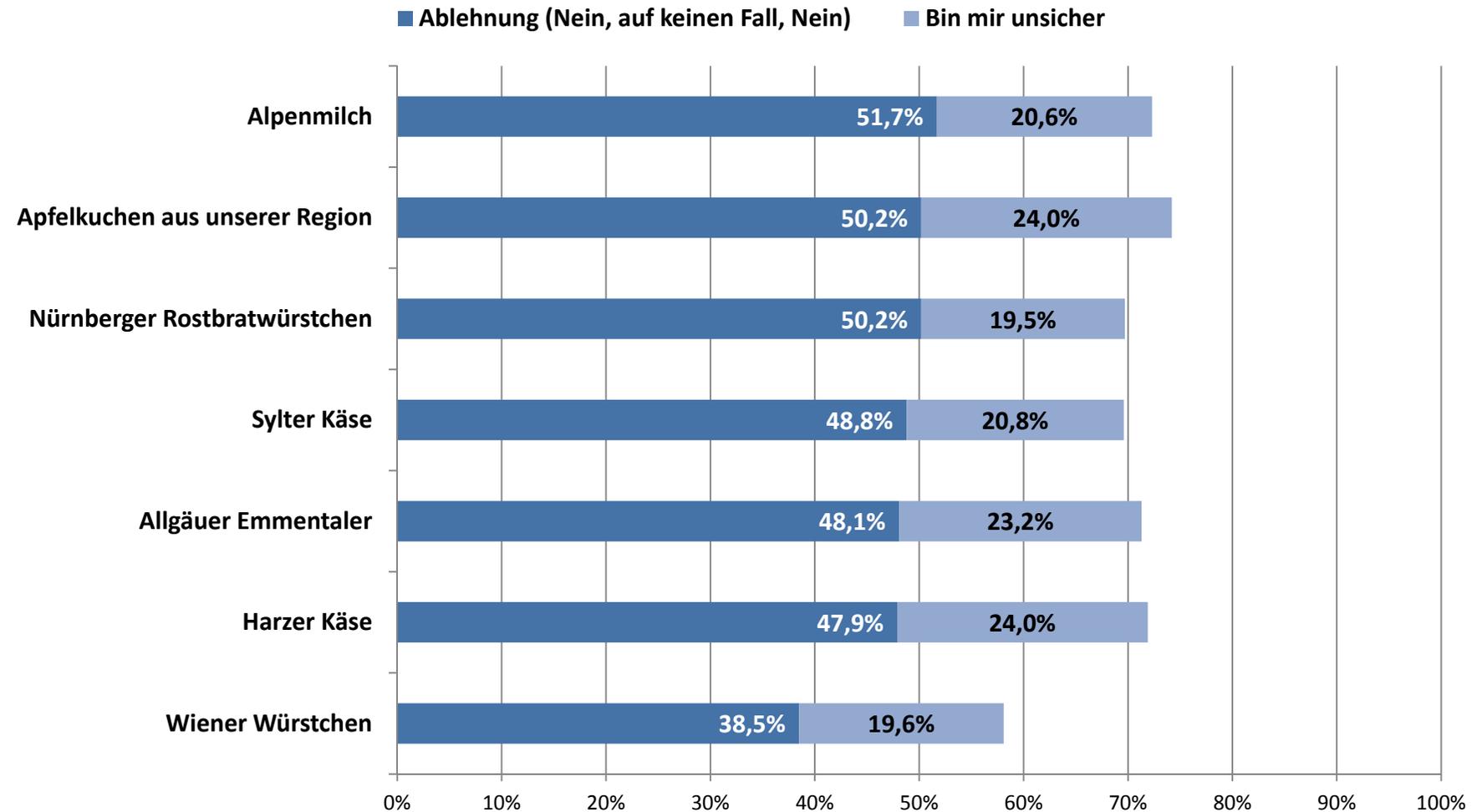


Alpenmilch (II): Befragungsergebnisse im Detail

Ich verstehe unter der Bezeichnung „Alpenmilch“, dass...	Ja, auf jeden Fall (2)	Ja (1)	Bin mir unsicher (0)	Nein (-1)	Nein, auf keinen Fall (-2)	Mittelwert
...die Kühe regelmäßig auf die Weide kommen.	14,7	41,7	21,7	16,8	5,0	0,44
...die Molkerei, die die Milch verarbeitet, ihren Sitz im Alpenraum hat.	18,3	48,1	17,6	13,3	2,6	0,66
...es sich um eine Werbeaussage handelt. Das Produkt hat mit den Alpen nichts zu tun.	8,0	19,7	20,6	38,4	13,3	-0,29

Angaben in % aller gültigen Antworten, n=1.021

Ablehnung der Aussage „Ich verstehe unter der Produktbezeichnung, dass es sich um eine Werbeaussage handelt. Das Produkt hat mit dem Ort nichts zu tun.“ im zusammenfassenden Überblick



Angaben in % aller gültigen Antworten
Januar 2013

65,2 Prozent der Verbraucher ist die Angabe des Herstellers und des Herstellungsortes wichtig

Einleitungstext für die Befragungsteilnehmer:

Bei einigen Lebensmitteln findet man auf der Verpackung die Angabe, für wen das Produkt hergestellt wurde, zum Beispiel „Hergestellt für Handelsunternehmen xy“.

Der Herstellungsort und der Hersteller müssen nicht zusätzlich genannt werden. Bitte geben Sie an, ob Ihnen diese zusätzliche Angabe wichtig oder unwichtig ist.

	...sehr wichtig (2)	...wichtig (1)	...egal (0)	...weniger wichtig (-1)	...unwichtig (-2)	Mittelwert
Die Angabe von Name und Anschrift des Herstellers ist mir...	14,4	50,8	21,5	9,2	4,0	0,62

Angaben in % aller gültigen Antworten, n=1.021

Zwischenfazit (I)

- Die Mehrheit der Verbraucherinnen und Verbraucher verstehen Produktbezeichnungen, die auf einen bestimmten Ort/eine Region verweisen, **nicht** als Phantasiebezeichnungen oder reine Werbebegriffe.
- Durchgängig über alle Beispiele verstehen sie, dass zumindest die Rezeptur authentisch/traditionell ist (entspricht dem Verständnis der Produktidentität im Sinne der EU-VO zu geschützten traditionellen Spezialitäten).
- Dies trifft auch zu auf:
 - ✓ relativ neue Bezeichnungen wie Sylter Käse, die erst seit Kurzem im Markt vertreten sind.
 - ✓ relativ breit genutzte Bezeichnungen wie Wiener Würstchen, die sich quasi als Gattungsbezeichnung für eine Sorte etabliert haben.
- Viele Verbraucher gehen bei einer Ortsbezeichnung nicht davon aus, dass die Rohstoffe aus dieser Region stammen beziehungsweise die Verarbeitung dort stattgefunden hat. Dies trifft zum Teil auch auf geschützte Herkunftsangaben (EU-VO) zu.

Zwischenfazit (II)

- Das Verständnis bzgl. der regionalen Produktionsschritte ist komplex:
 - ✓ Bei der landwirtschaftlichen Produktionsstufe reicht die Erwartung von 16,1 Prozent (Aufzucht der Schweine in der Region Wien) bis über 60 Prozent (Milchproduktion in den Alpen/Voralpen).
 - ✓ Bei der Verarbeitung erwarten die Verbraucher am stärksten die Fertigung des Endproduktes in der genannten Region (nicht zum Beispiel die Schlachtung).
 - ✓ Auffällig viele Befragte äußern Unsicherheit bezüglich der Rohstoffherkunft und Verarbeitung in der genannten Region.
- An die Auslobung „Aus unserer Region“ werden höhere Ansprüche gestellt. Knapp 50 Prozent verstehen im Fall eines Apfelkuchens jeweils, dass die Äpfel aus der Heimatregion kommen und die Verarbeitung dort erfolgt ist.

Fazit: Die derzeitige Kennzeichnung wird von den Verbrauchern nicht verstanden. Sie erkennen die bestehenden Schutzstufen nicht ausreichend und sind in hohem Maß verunsichert.

Verbraucherverständnis: Verwendung von „sauberen Etiketten“ und der Formulierung „frei von ...“ auf Lebensmitteln



Bier

alkoholfrei

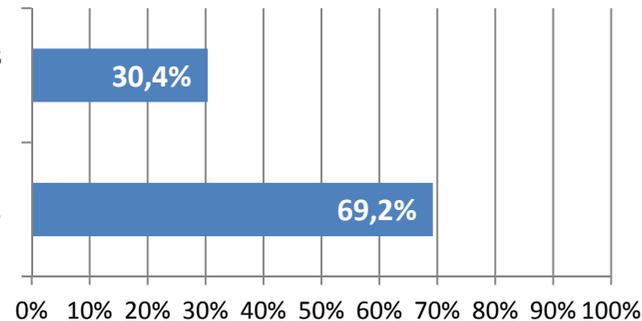
Wenn Sie auf einem Bier die Kennzeichnung „alkoholfrei“ sehen, was verstehen Sie darunter?

Ich verstehe unter der Bezeichnung „alkoholfreies Bier“, dass das Bier...

...geringe Mengen Alkohol enthält (bis 0,5 Prozent).

...keinen Alkohol enthält.

Anteil der Befragten, die zustimmen



Ich verstehe unter der Bezeichnung „alkoholfreies Bier“, dass das Bier...	Ja, auf jeden Fall (2)	Ja (1)	Bin mir unsicher (0)	Nein (-1)	Nein, auf keinen Fall (-2)	Mittelwert
...keinen Alkohol enthält.	42,9	26,3	10,6	16,2	4,0	0,88
...geringe Mengen Alkohol enthält (bis 0,5 Prozent).	8,9	21,4	16,7	31,6	21,4	-0,35

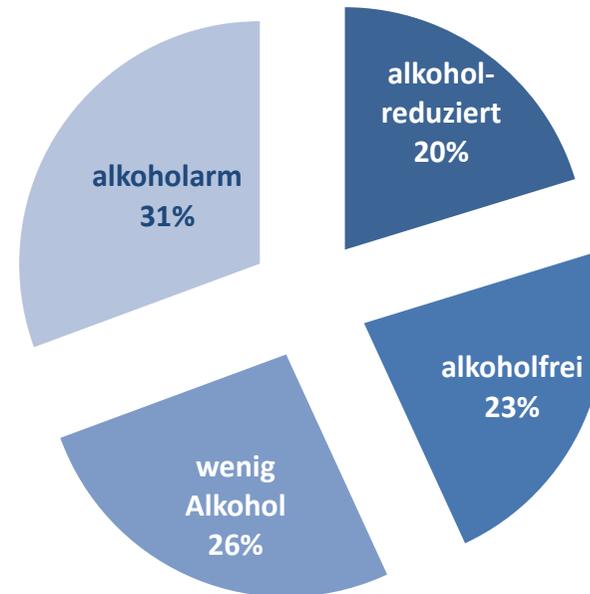
Angaben in % aller gültigen Antworten, n=1.021

Bier

alkoholfrei

Text für die Befragungsteilnehmer: Bier hat im Allgemeinen einen Alkoholgehalt zwischen 4,5 und 6 Prozent. Bitte geben Sie an, welche der nachfolgenden Kennzeichnungen für ein Bier mit einem Alkoholgehalt von 0,4 Prozent aus Ihrer Sicht verständlich wären (eine Antwortmöglichkeit).

Kennzeichnungswünsche



Sollte Ihrer Ansicht nach der noch enthaltene Alkoholgehalt (in %) angegeben werden?

Ja, auf jeden Fall (2)	Ja (1)	Bin mir unsicher (0)	Nein (-1)	Nein, auf keinen Fall (-2)	Mittelwert
40,5	41,5	15,9	1,7	0,4	1,2

Angaben in % aller gültigen Antworten, n=1.021

Cappuccino

✓ ungesüßt

Bitte geben Sie anhand der nachfolgenden Merkmale an, wie Sie diese Deklaration auf einem löslichen Kaffeepulver auffassen.

Ich verstehe unter dem Aufdruck „Cappuccino ungesüßt“, dass...

Anteil der Befragten, die zustimmen

...dem Produkt kein Zucker zugesetzt ist.

80,5%

...keine süßenden Zutaten (z.B. Süßstoff) zugesetzt sind.

74,8%

...das Produkt einen niedrigen Gesamtzuckergehalt aufweist.

54,4%

0% 10% 20% 30% 40% 50% 60% 70% 80% 90% 100%

Angaben in % aller gültigen Antworten

Cappuccino

✓ ungesüßt

Ich verstehe unter dem Aufdruck „ungesüßt“, dass...	Ja, auf jeden Fall (2)	Ja (1)	Bin mir unsicher (0)	Nein (-1)	Nein, auf keinen Fall (-2)	Mittelwert
...dem Produkt kein Zucker zugesetzt ist.	44,9	35,7	13,7	5,1	0,7	1,19
...das Produkt einen niedrigen Gesamtzuckeranteil aufweist.	18,2	36,1	16,3	21,1	8,3	0,35
...keine süßenden Zutaten (z. B. Süßstoff) zugesetzt sind.	37,3	37,5	15,6	8,7	0,9	1,02

Angaben in % aller gültigen Antworten, n=1.021

Erdbeerjoghurt

✓ ohne Farbstoffe

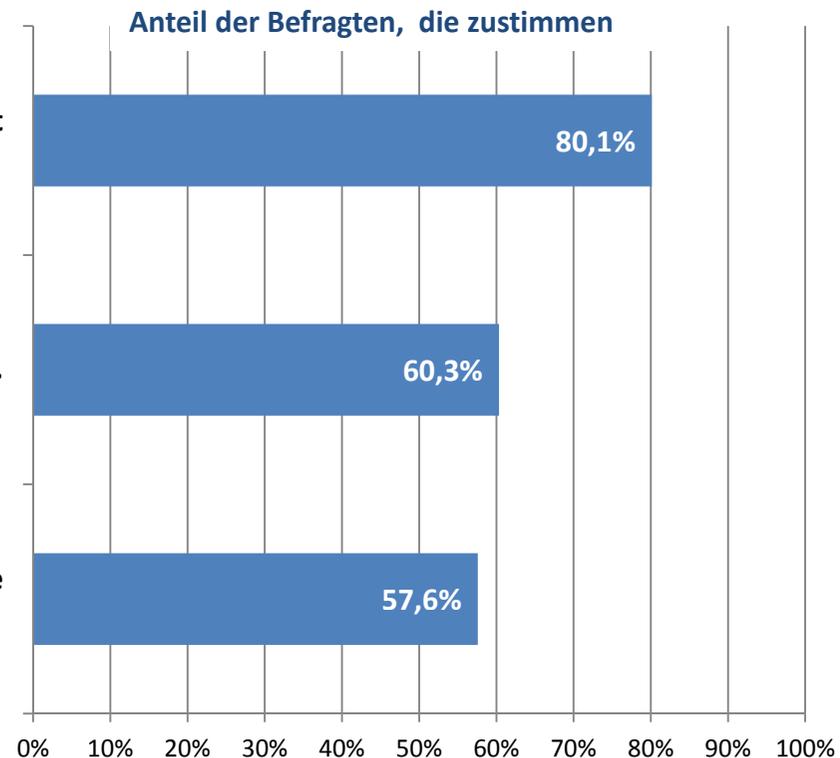
Bitte geben Sie anhand der nachfolgenden Merkmale an, wie Sie diese Deklaration auf einem Erdbeerjoghurt auffassen.

Ich verstehe unter dem Aufdruck „ohne Farbstoffe“, dass...

...dem Erdbeerjoghurt keine Farbstoffe zugesetzt wurden.

... die Farbe nur aus Erdbeeren stammt.

... keine färbenden Lebensmittel wie z. B. rote Beete Saft zur Färbung eingesetzt wurden.



Angaben in % aller gültigen Antworten

Erdbeerjoghurt

✓ ohne Farbstoffe

Ich verstehe unter dem Aufdruck „ohne Farbstoffe“, dass...	Ja, auf jeden Fall (2)	Ja (1)	Bin mir unsicher (0)	Nein (-1)	Nein, auf keinen Fall (-2)	Mittelwert
... dem Erdbeerjoghurt keine Farbstoffe zugesetzt wurden.	42,2	37,9	13,9	5,2	0,8	1,16
... keine färbenden Lebensmittel wie z. B. rote Beete Saft zur Färbung eingesetzt wurden.	22,0	35,6	25,0	15,0	2,4	0,6
... die Farbe nur aus Erdbeeren stammt.	25,2	35,2	21,9	15,3	2,4	0,65

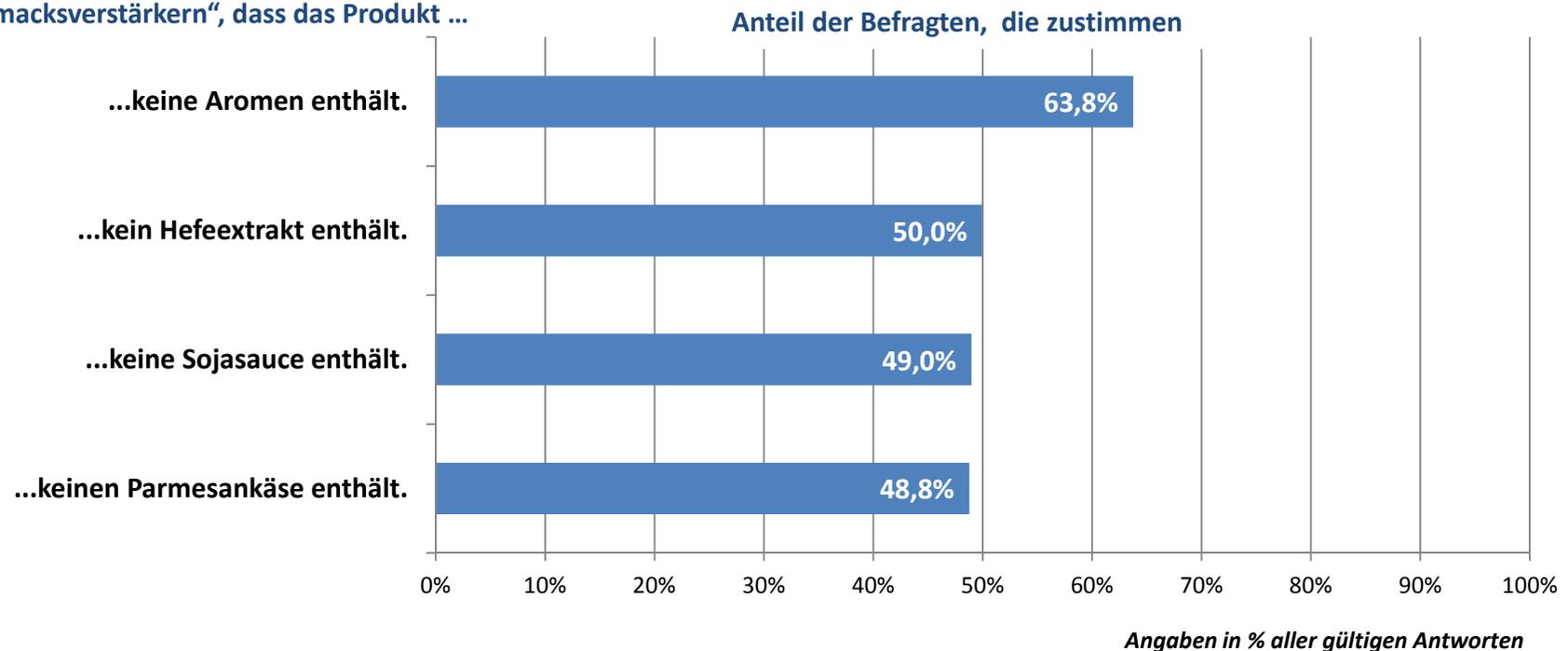
Angaben in % aller gültigen Antworten, n=1.021

✓ frei von
 Geschmacksverstärkern

Einleitungstext für die Befragungsteilnehmer: Für einen intensiven Geschmack wird bei der Herstellung von Lebensmitteln zum Teil der Zusatzstoff Glutamat als Geschmacksverstärker zugesetzt. Wenn mit dem Hinweis „frei von Geschmacksverstärkern“ geworben wird, verzichten die Hersteller auf Glutamat. Manchmal werden dann aber Zutaten eingesetzt, die natürlicherweise Glutamat enthalten (zum Beispiel Hefeextrakt, Sojasauce oder Parmesankäse) und damit auch für einen intensiven Geschmack sorgen. Für spezielle Geschmacksrichtungen werden Aromen als Zusatzstoffe eingesetzt.

Wie verstehen Sie die Aufschrift „frei von Geschmacksverstärkern“ auf einem Lebensmittel?

Ich verstehe unter dem Aufdruck „frei von Geschmacksverstärkern“, dass das Produkt ...



✓ frei von
 Geschmacksverstärkern

Ich verstehe unter dem Aufdruck „frei von Geschmacksverstärkern“, dass das Produkt...	Ja, auf jeden Fall (2)	Ja (1)	Bin mir unsicher (0)	Nein (-1)	Nein, auf keinen Fall (-2)	Mittelwert
...kein Hefeextrakt enthält.	18,8	31,1	30,0	17,0	3,0	0,46
...keine Sojasauce enthält.	17,5	31,4	30,0	17,3	3,7	0,42
...keine Aromen enthält.	28,8	35,0	18,5	13,4	4,3	0,71
...keinen Parmesankäse enthält.	17,4	31,3	27,8	19,4	4,0	0,39

Angaben in % aller gültigen Antworten, n=1.021

Zwischenfazit

- Werbeaussagen, die auf die Abwesenheit bestimmter Inhaltsstoffe abheben, werden von den Kunden als relativ weitgehend interpretiert.
- Auch die Verwendung von Ersatzstoffen wird mehrheitlich abgelehnt.
- Dies trifft auch auf ansonsten breit akzeptierte Lebensmittel wie Parmesankäse oder Sojasauce zu.
- In der Befragung wurden die Probanden über den Substitutionscharakter aufgeklärt. In der Einkaufsrealität werden die meisten Konsumenten diese Zusammenhänge nicht kennen und reagieren mit Enttäuschung, wenn Ihnen dieses bewusst wird.
- Aus der Vorstudie ist bekannt, dass Lebensmittel zur Färbung im Vergleich zu anderen Fallgruppen etwas weniger als Täuschung wahrgenommen werden – gleichwohl werden diese Praktiken aber (wie die Ergebnisse hier zeigen) abgelehnt.

Fazit: Verbraucher sehen in Clean Labels wahrhaftige Bemühungen um Reinheit und stehen einem sehr engen Verständnis des Werbeclaims kritisch gegenüber. Clean Label sollten daher nur restriktiv verwendet werden und sich am Alltagsverständnis der Verbraucher orientieren.

Verbraucherverständnis: Darstellung von Frucht- und Zutatenabbildungen auf Produkten

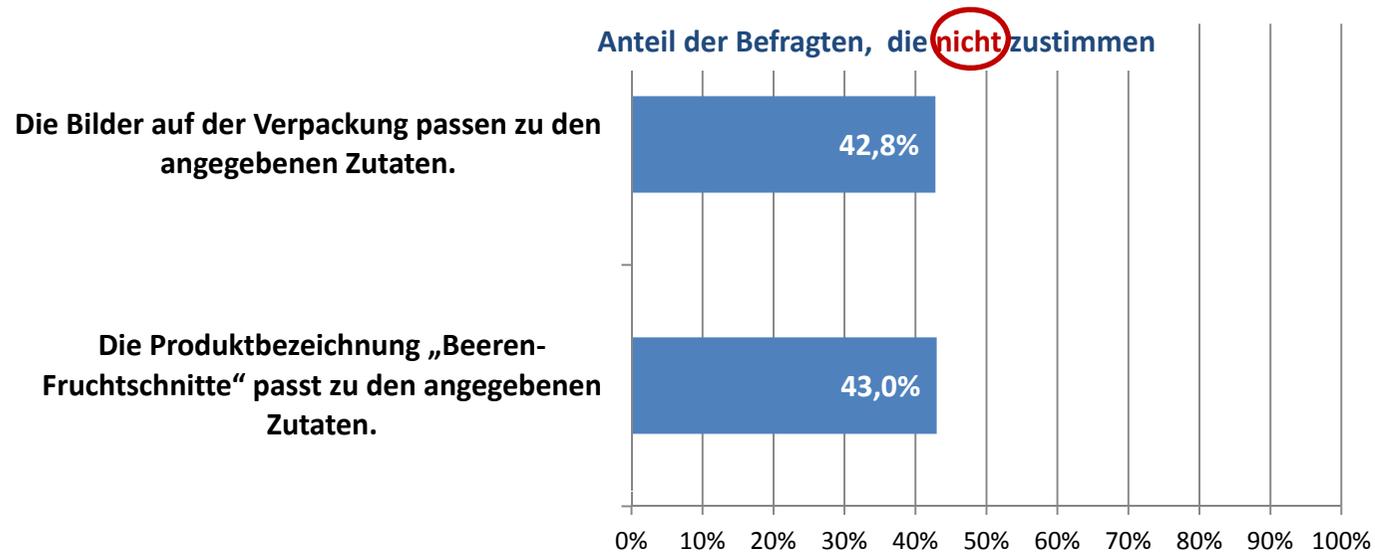


Beeren-Fruchtschnitte



Zutaten: Apfelpulver, Mehrfruchtsaftkonzentrat, Weizenflocken, Rohrzucker, Honig, Mandeln, Rosinen, Korinthen, Oblaten, ungehärtetes Palmfett

Wenn Sie sich diese Verpackung anschauen, was denken Sie: Passt die nachfolgende Zutatenliste zu den Abbildungen auf der Verpackung?



Angaben in % aller gültigen Antworten

Beeren-Fruchtschnitte: Befragungsergebnisse im Detail



Zutaten: Apfelpulver, Mehrfruchtsaftkonzentrat, Weizenflocken, Rohrzucker, Honig, Mandeln, Rosinen, Korinthen, Oblaten, ungehärtetes Palmfett

Wenn Sie sich diese Verpackung anschauen, was denken Sie: Passt die nachfolgende Zutatenliste zu den Abbildungen auf der Verpackung?

	Ja, auf jeden Fall (2)	Ja (1)	Bin mir unsicher (0)	Nein (-1)	Nein, auf keinen Fall (-2)	Mittelwert
Die Bilder auf der Verpackung passen zu den angegebenen Zutaten.	5,2	37,6	14,4	26,0	16,8	-0,12
Die Produktbezeichnung „Beeren-Fruchtschnitte“ passt zu den angegebenen Zutaten.	11,9	26,8	18,2	27,8	15,2	-0,07

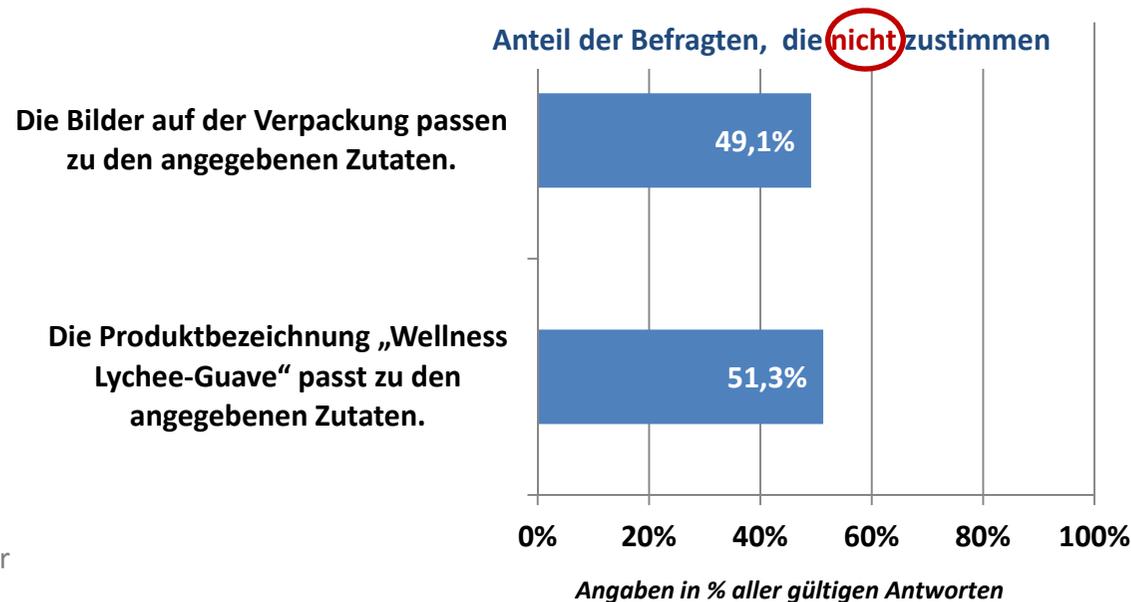
Angaben in % aller gültigen Antworten, n=1.021

Wellness Wasser



Zutaten: Mineralwasser, Fruktose, Säuerungsmittel Milchsäure, Traubensaftkonzentrat, Traubenkonzentrat, Konservierungsstoff Kaliumsorbat, natürliches Aroma, Vitaminmischung (Vitamin B6, Folsäure, Vitamin B12)

Wenn Sie sich diese Verpackung anschauen, was denken Sie: Passt die nachfolgende Zutatenliste zu den Abbildungen auf der Verpackung?



Wellness Wasser: Befragungsergebnisse im Detail



Zutaten: Mineralwasser, Fruktose, Säuerungsmittel Milchsäure, Traubensaftkonzentrat, Traubenkonzentrat, Konservierungsstoff Kaliumsorbat, natürliches Aroma, Vitaminmischung (Vitamin B6, Folsäure, Vitamin B12)

Wenn Sie sich diese Verpackung anschauen, was denken Sie: Passt die nachfolgende Zutatenliste zu den Abbildungen auf der Verpackung?

	Ja, auf jeden Fall (2)	Ja (1)	Bin mir unsicher (0)	Nein (-1)	Nein, auf keinen Fall (-2)	Mittelwert
Die Bilder auf der Verpackung passen zu den angegebenen Zutaten.	4,4	31,0	15,6	30,0	19,1	-0,28
Die Produktbezeichnung „Wellness Lychee-Guave“ passt zu den angegebenen Zutaten.	7,5	24,7	16,5	29,5	21,8	-0,33

Angaben in % aller gültigen Antworten, n=1.021

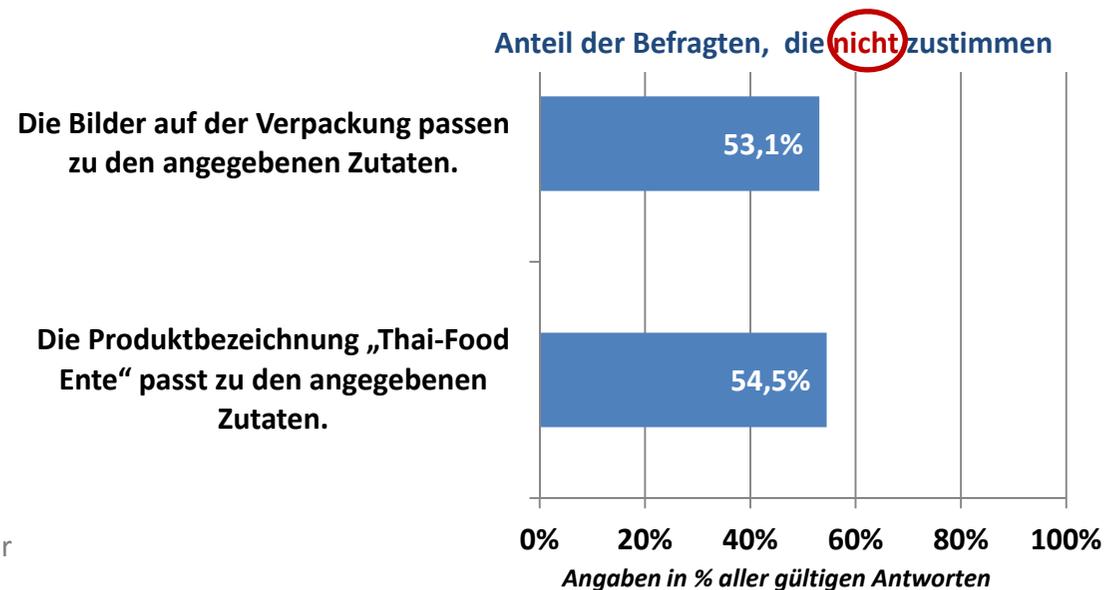
Instant Nudelsuppe



Zutaten:

Weizenmehl, Palmöl, Zucker, Salz, Geschmacksverstärker E621, Sojasaucenpulver (Sojabohnen, Weizen, Salz, Maltodextrin), Gewürze, Farbstoff E150a, Aroma, Lauch, Verdickungsmittel E466, Säuerungsmittel Citronensäure.

Wenn Sie sich diese Verpackung anschauen, was denken Sie: Passt die nachfolgende Zutatenliste zu den Abbildungen auf der Verpackung?



Instant Nudelsuppe: Befragungsergebnisse im Detail



Zutaten:

Weizenmehl, Palmöl, Zucker, Salz, Geschmacksverstärker E621, Sojasaucenpulver (Sojabohnen, Weizen, Salz, Maltodextrin), Gewürze, Farbstoff E150a, Aroma, Lauch, Verdickungsmittel E466, Säuerungsmittel Citronensäure.

Wenn Sie sich diese Verpackung anschauen, was denken Sie: Passt die nachfolgende Zutatenliste zu den Abbildungen auf der Verpackung?

	Ja, auf jeden Fall (2)	Ja (1)	Bin mir unsicher (0)	Nein (-1)	Nein, auf keinen Fall (-2)	Mittelwert
Die Bilder auf der Verpackung passen zu den angegebenen Zutaten.	3,3	30,2	13,3	26,8	26,3	-0,43
Die Produktbezeichnung „Thai-Food Ente“ passt zu den angegebenen Zutaten.	6,1	20,4	19,0	26,9	27,6	-0,5

Angaben in % aller gültigen Antworten, , n=1.021

Frischkäse

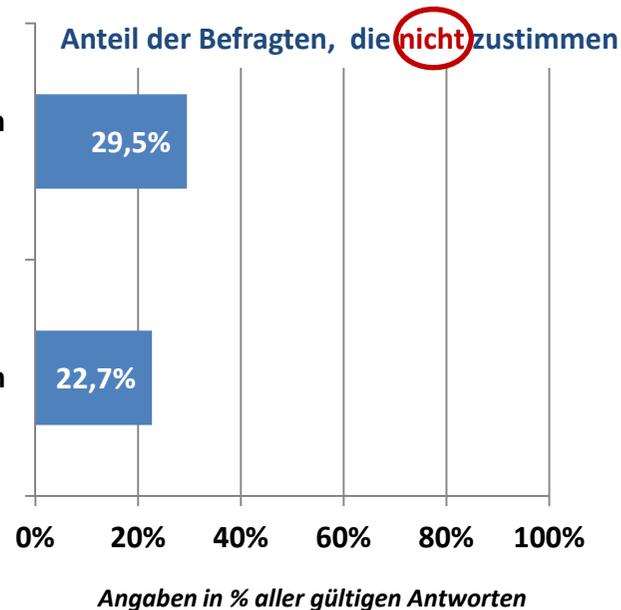


Zutaten: 92% Frischkäse (aus Kuhmilch), 5% Ziegenfrischkäse, natürliches Aroma, Speisesalz.

Wenn Sie sich diese Verpackung anschauen, was denken Sie: Passt die nachfolgende Zutatenliste zu den Abbildungen auf der Verpackung?

Die Bilder auf der Verpackung passen zu den angegebenen Zutaten.

Die Produktbezeichnung „Frischkäse mit mildem Ziegenkäse“ passt zu den angegebenen Zutaten.



Frischkäse: Befragungsergebnisse im Detail



Zutaten: 92% Frischkäse (aus Kuhmilch), 5% Ziegenfrischkäse, natürliches Aroma, Speisesalz.

Wenn Sie sich diese Verpackung anschauen, was denken Sie: Passt die nachfolgende Zutatenliste zu den Abbildungen auf der Verpackung?

	Ja, auf jeden Fall (2)	Ja (1)	Bin mir unsicher (0)	Nein (-1)	Nein, auf keinen Fall (-2)	Mittelwert
Die Bilder auf der Verpackung passen zu den angegebenen Zutaten.	11,9	49,0	9,7	20,2	9,3	0,34
Die Produktbezeichnung „Frischkäse mit mildem Ziegenkäse“ passt zu den angegebenen Zutaten.	19,6	42,1	15,7	16,5	6,2	0,52

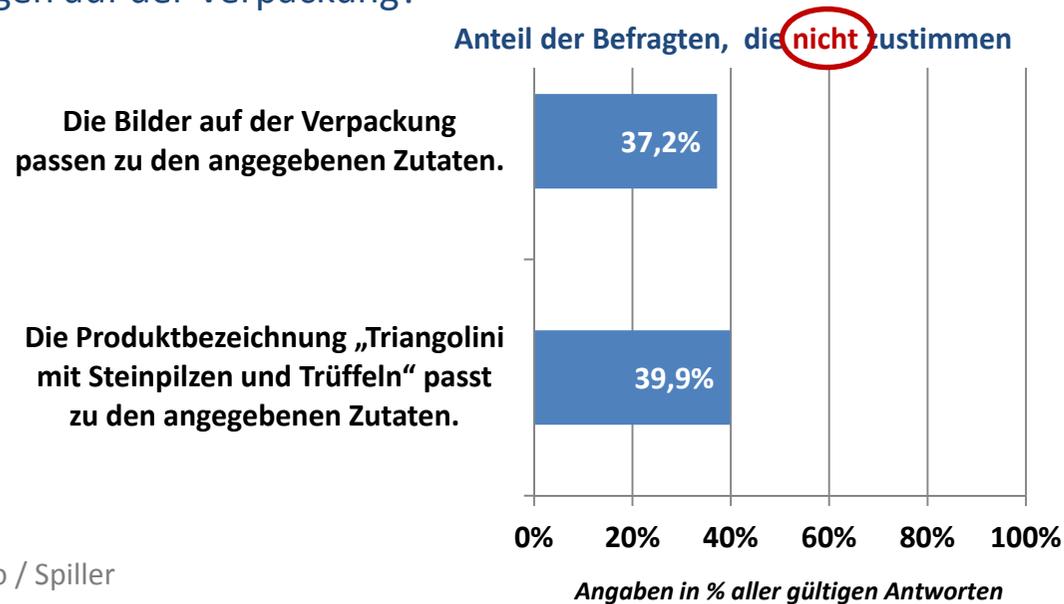
Angaben in % aller gültigen Antworten, n=1.021

Gefüllte Frischnudeln



Zutaten:
Teig (45%): Weizenmehl, Vollei (28,5 %), Hartweizengrieß.
Füllung (55%): Ricotta Käse, Pilze, Butter, Weizenmehl, Käse, Steinpilze 3%, Salz, Gewürze, Trüffel (0,0006%), Aroma.

Wenn Sie sich diese Verpackung anschauen, was denken Sie: Passt die nachfolgende Zutatenliste zu den Abbildungen auf der Verpackung?



Gefüllte Frischnudeln: Befragungsergebnisse im Detail



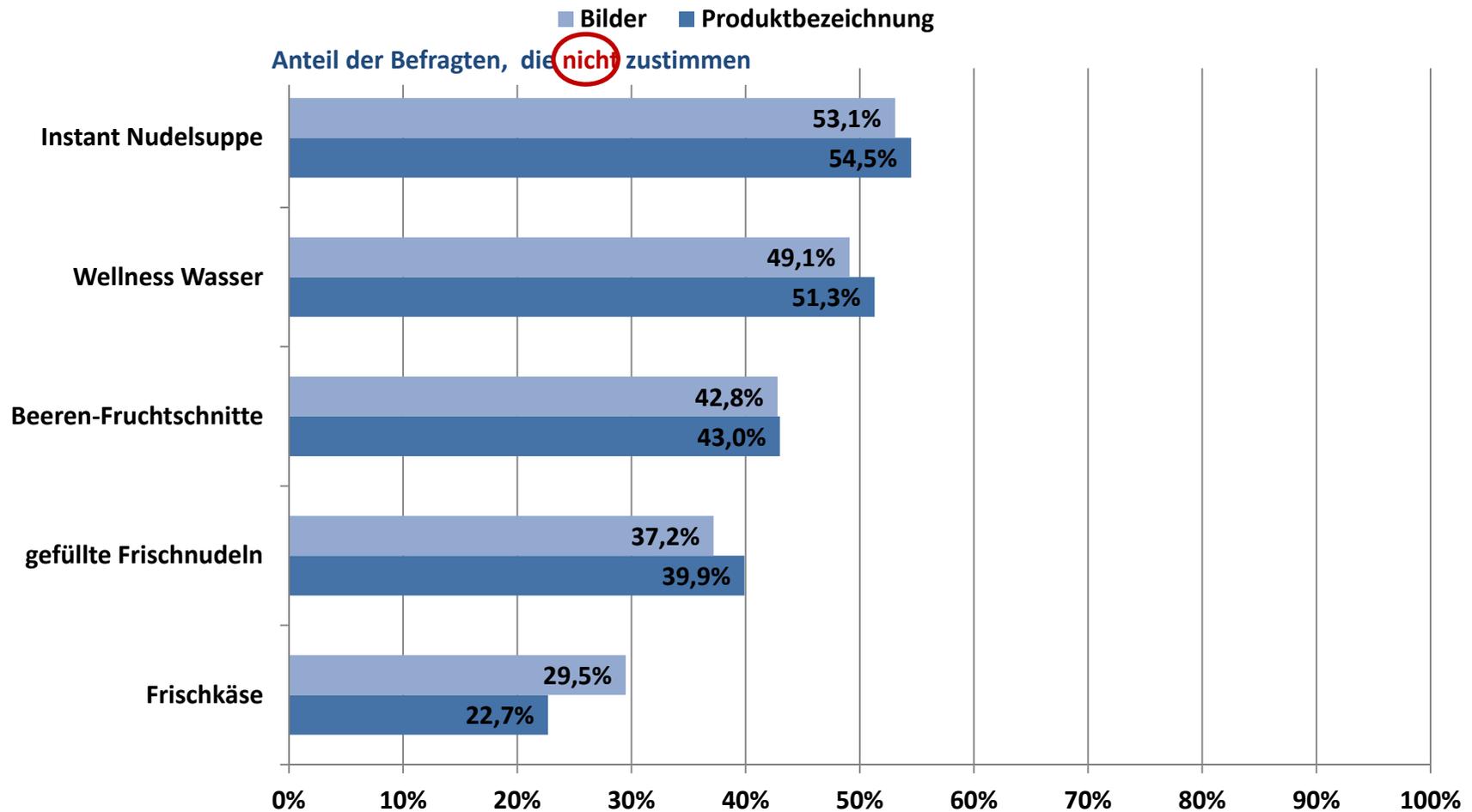
Zutaten:
Teig (45%): Weizenmehl, Vollei (28,5 %), Hartweizengrieß.
Füllung (55%): Ricotta Käse, Pilze, Butter, Weizenmehl, Käse, Steinpilze 3%, Salz, Gewürze, Trüffel (0,0006%), Aroma.

Wenn Sie sich diese Verpackung anschauen, was denken Sie: Passt die nachfolgende Zutatenliste zu den Abbildungen auf der Verpackung?

	Ja, auf jeden Fall (2)	Ja (1)	Bin mir unsicher (0)	Nein (-1)	Nein, auf keinen Fall (-2)	Mittelwert
Die Bilder auf der Verpackung passen zu den angegebenen Zutaten.	5,5	38,0	19,3	29,0	8,2	0,04
Die Produktbezeichnung „Triangolini mit Steinpilzen und Trüffeln“ passt zu den angegebenen Zutaten.	7,9	33,9	18,3	29,8	10,1	0,00

Angaben in % aller gültigen Antworten, n=1.021

Wenn Sie sich diese Verpackung anschauen, was denken Sie: Passt die nachfolgende Zutatenliste zu den Abbildungen auf der Verpackung? – Zusammenfassender Ergebnisüberblick



Angaben in % aller gültigen Antworten
Januar 2013

Zwischenfazit

- In den Fallbeispielen geht es jeweils um das Verständnis, das sich aus der Kombination von Produktabbildung und Produktbezeichnung ergibt.
- Ausgangsfrage ist der jeweils geringe Anteil der namensgebenden und abgebildeten Zutat im Produkt – was den Verbrauchern durch die Präsentation des Zutatenverzeichnisses aufgezeigt wurde.
- Die höchste Akzeptanz erzielt das Produkt Frischkäse **mit** Ziegenkäse, wahrscheinlich, weil hier durch die Verwendung der Präposition „mit“ die Nutzung anderer Zutaten zumindest angedeutet wird.
- Die stärkste Ablehnung erfahren Fälle, in denen statt der abgebildeten Zutat der Geschmack über Aromen hergestellt wird.
- Dazwischen liegen Produkte, in denen nur sehr geringe Anteile (Frischnudeln) oder Zutaten in nicht erwarteter Form (Obstsaft anstelle von Früchten) Verwendung finden. Hier polarisieren die Antworten relativ deutlich.

Fazit: Werden Zutaten bildlich hervorgehoben, erwarten viele Verbraucher, dass die abgebildete Zutat auch im Produkt enthalten ist. Dient die Abbildung allein zur Darstellung einer Geschmacksrichtung sollte dies verbal deutlich gemacht werden.

Verbraucherverständnis unterschiedlicher Fruchtabbildungen im Vergleich

**Naturgetreue
Fruchtabbildung (n=342)**



**Stilisierte
Fruchtabbildung (n=338)**



**Ohne Fruchtabbildung
(n=341)**



Aromatisierter Früchtetee: Verbraucherverständnis unterschiedlicher Aufmachungsvarianten im Vergleich



■ ohne Fruchttabb. ■ stilisierte Fruchttabb. ■ naturgetreue Fruchttabb.

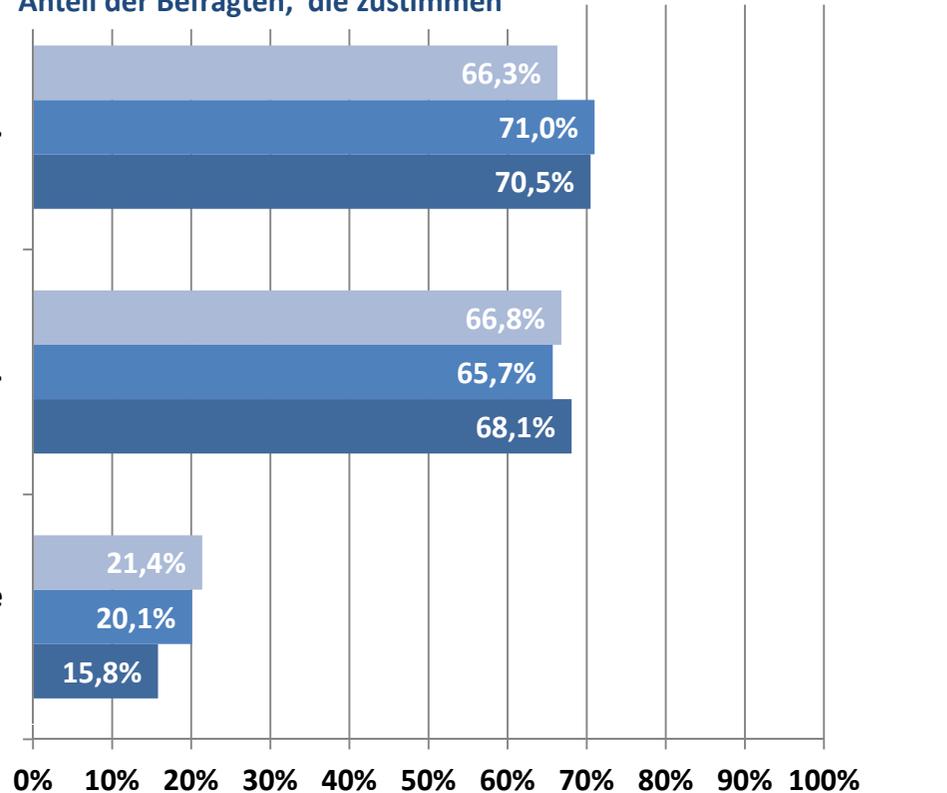
Ich verstehe die Verpackungsaufmachung so, dass ...

... der Tee Brombeer- und Granatapfel-Aroma enthält.

...der Tee Brombeeren und Granatapfel als Zutaten enthält.

...der Tee hauptsächlich andere Früchte wie Hagebutte oder Apfel enthält.

Anteil der Befragten, die zustimmen



Angaben in % aller gültigen Antw.

Januar 2013

Aromatisierter Früchtetee Aufmachungsvariante I (naturgetreue Fruchtabbildung)



Wenn Sie diese Verpackung anschauen, gehen Sie dann davon aus, dass der Früchtetee folgende Zutaten enthält?

Ich verstehe die Verpackungsaufmachung so, dass...	Ja, auf jeden Fall (2)	Ja (1)	Bin mir unsicher (0)	Nein (-1)	Nein, auf keinen Fall (-2)	Mittelwert
...der Tee Brombeeren und Granatapfel als Zutaten enthält.	25,7	42,4	18,4	10,8	2,6	0,78
... der Tee Brombeer- und Granatapfel-Aroma enthält.	20,2	50,3	20,2	8,8	0,6	0,81
...der Tee hauptsächlich andere Früchte wie Hagebutte oder Apfel enthält.	3,8	12,0	17,5	39,2	27,5	-0,75

Angaben in % aller gültigen Antworten, n=342

Aromatisierter Früchtetee Aufmachungsvariante II (stilisierte Fruchtabbildung)



Wenn Sie diese Verpackung anschauen, gehen Sie dann davon aus, dass der Früchtetee folgende Zutaten enthält?

Ich verstehe die Verpackungsaufmachung so, dass...	Ja, auf jeden Fall (2)	Ja (1)	Bin mir unsicher (0)	Nein (-1)	Nein, auf keinen Fall (-2)	Mittelwert
...der Tee Brombeeren und Granatapfel als Zutaten enthält.	24,6	41,1	20,1	11,2	3,0	0,73
... der Tee Brombeer- und Granatapfel-Aroma enthält.	20,1	50,9	19,8	8,0	1,2	0,81
...der Tee hauptsächlich andere Früchte wie Hagebutte oder Apfel enthält.	3,8	16,3	19,2	35,2	25,4	-0,62

Angaben in % aller gültigen Antworten n=338

Aromatisierter Früchtetee Aufmachungsvariante III (ohne Fruchtabbildung)



Wenn Sie diese Verpackung anschauen, gehen Sie dann davon aus, dass der Früchtetee folgende Zutaten enthält?

Ich verstehe die Verpackungsaufmachung so, dass...	Ja, auf jeden Fall (2)	Ja (1)	Bin mir unsicher (0)	Nein (-1)	Nein, auf keinen Fall (-2)	Mittelwert
...der Tee Brombeeren und Granatapfel als Zutaten enthält.	24,9	41,9	19,4	12,0	1,8	0,76
... der Tee Brombeer- und Granatapfel-Aroma enthält.	26,4	39,9	20,8	12,3	0,6	0,79
...der Tee hauptsächlich andere Früchte wie Hagebutte oder Apfel enthält.	4,7	16,7	17,6	37,8	23,2	-0,58

Angaben in % aller gültigen Antworten, n=341

Zwischenfazit

- In diesem Fallbeispiel geht es um die Frage, inwieweit die Art einer Fruchtdarstellung das Verbraucherverständnis beeinflusst. Am Beispiel aromatisierter Tee wurden drei Aufmachungsvarianten getestet: eine naturgetreue Fruchtabbildung, eine stilisierte Fruchtabbildung sowie eine Variante ohne Fruchtdarstellung.
- Im Ergebnis erkennen die Verbraucher anhand des Hinweises „Früchtetee aromatisiert“ bei allen drei Darstellungsvarianten mehrheitlich, dass es sich um einen aromatisierten Tee handelt.
- Sie gehen auch davon aus, dass die in der Produktbezeichnung genannten Zutaten (Granatapfel + Brombeere) enthalten sind. Die Unterschiede zwischen den Aufmachungsvarianten sind gering.
- Die Mehrzahl der Verbraucher erwarten bei allen drei Aufmachungsvarianten keine anderen Früchte als Hauptzutaten als die in der Produktbezeichnung genannten.
- Im Fall der naturgetreuen Fruchtabbildung erwarten noch etwas mehr Verbraucher (66,7 Prozent) keine anderen Früchte als Hauptzutaten im Tee (stilisierte Früchte: 60,6 Prozent / ohne Fruchtdarstellung: 61 Prozent).

Fazit: Die Ergebnisse deuten darauf hin, dass die verbalen Aufmachungselemente (Produktname und Verkehrsbezeichnung) das Produktverständnis hier wesentlich geprägt haben.

Verbraucherverständnis beschreibender Produktbezeichnungen im Vergleich:

„Erdbeerjoghurt“



„Joghurt mit Erdbeergeschmack“



„Erdbeerjoghurt mit Aroma“



Anmerkungen zur Abfrage:

- ✓ Die Probanden haben keinen Hinweis erhalten, dass es darum geht, welche Produktbezeichnung am verständlichsten auf den Zusatz von Aroma eingeht.
- ✓ Vielmehr haben sie nacheinander die drei Varianten und die Bewertungsskala präsentiert bekommen.
- ✓ Weiterhin war die Reihenfolge streng randomisiert, das heißt ein Drittel der Probanden hat jeweils Variante 1 zuerst erhalten, ein weiteres Drittel Variante 2 und so fort – Reihenfolgeeffekte sind dadurch ausgeschlossen.

Erdbeerjoghurt Aufmachungsvariante I

Nun zeige ich Ihnen nacheinander drei Kennzeichnungsmöglichkeiten für einen Erdbeerjoghurt. Die Zutatenliste auf der Produktrückseite bleibt jeweils gleich. Bitte geben Sie jeweils an, wie deutlich die Etiketten auf der Vorderseite jeweils die verwendeten Zutaten widerspiegeln.



	...auf jeden Fall klar erkennen (2)	...klar erkennen (1)	Bin mir unsicher (0)	...nicht klar erkennen (-1)	...auf keinen Fall klar erkennen (-2)	Mittelwert
Aus dieser Verpackungsaufmachung kann ich die tatsächlichen Zutaten...	9,6	46,3	17,1	21,2	5,8	0,33

Angaben in % aller gültigen Antworten, n=1.021

Erdbeerjoghurt Aufmachungsvariante II („mit Erdbeergeschmack“)

Nun zeige ich Ihnen nacheinander drei Kennzeichnungsmöglichkeiten für einen Erdbeerjoghurt. Die Zutatenliste auf der Produktrückseite bleibt jeweils gleich. Bitte geben Sie jeweils an, wie deutlich die Etiketten auf der Vorderseite jeweils die verwendeten Zutaten widerspiegeln.



	...auf jeden Fall klar erkennen (2)	...klar erkennen (1)	Bin mir unsicher (0)	...nicht klar erkennen (-1)	...auf keinen Fall klar erkennen (-2)	Mittelwert
Aus dieser Verpackungsaufmachung kann ich die tatsächlichen Zutaten...	14,0	52,2	17,0	14,9	1,9	0,62

Angaben in % aller gültigen Antworten, n=1.021

Erdbeerjoghurt Aufmachungsvariante III („mit Aroma“)

Nun zeige ich Ihnen nacheinander drei Kennzeichnungsmöglichkeiten für einen Erdbeerjoghurt. Die Zutatenliste auf der Produktrückseite bleibt jeweils gleich. Bitte geben Sie jeweils an, wie deutlich die Etiketten auf der Vorderseite jeweils die verwendeten Zutaten widerspiegeln.



	...auf jeden Fall klar erkennen (2)	...klar erkennen (1)	Bin mir unsicher (0)	...nicht klar erkennen (-1)	...auf keinen Fall klar erkennen (-2)	Mittelwert
Aus dieser Verpackungsaufmachung kann ich die tatsächlichen Zutaten...	19,6	54,8	14,1	9,6	2,0	0,8

Angaben in % aller gültigen Antworten, n=1.021

Unterschiedliche Produktbezeichnungen für Erdbeerjoghurt im Vergleich

■ Aus dieser Verpackungsaufmachung kann ich die tatsächlichen Zutaten auf jeden Fall klar / klar erkennen...



Erdbeerjoghurt mit Aroma

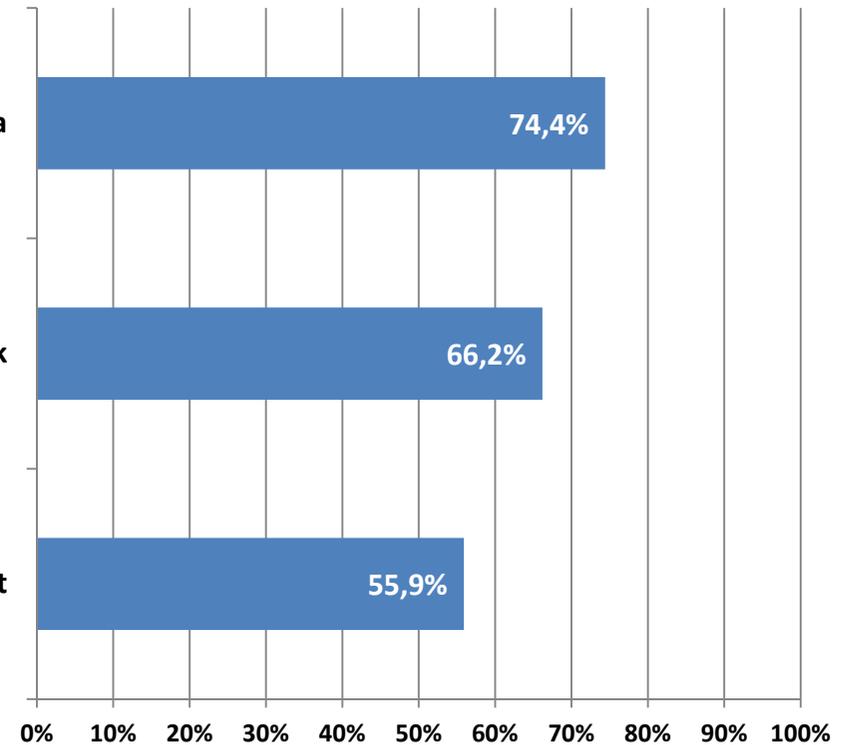
74,4%

Joghurt mit Erdbeergeschmack

66,2%

Erdbeerjoghurt

55,9%



Angaben in % aller gültigen Antworten

Zwischenfazit

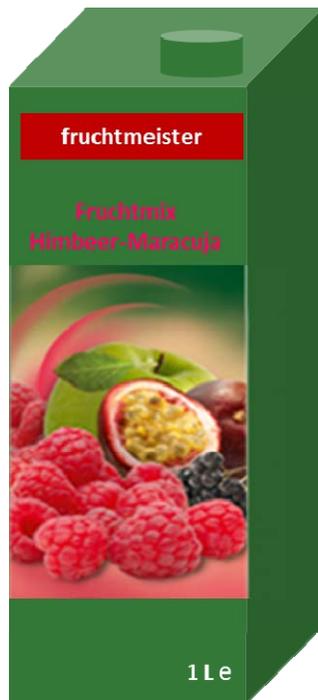
- Für sich genommen werden alle drei Varianten mehrheitlich akzeptiert.
- Die Bewertungen zwischen den drei Optionen unterscheiden sich aber höchst signifikant.
- Die Kennzeichnung „mit Aroma“ wird eindeutig als klarer eingeschätzt.
- Der Anteil derjenigen, die dies für eine sehr klare Angabe halten („Aus dieser Verpackungsaufmachung kann ich die tatsächlichen Zutaten auf jeden Fall klar erkennen“), verdoppelt sich gegenüber der Variante „ohne Aroma Hinweis“.
- Die Verwendung von „mit Erdbeergeschmack“ steigert die Akzeptanz etwas und liegt zwischen den beiden anderen Optionen

Fazit: Die verbale Präzisierung von Zutaten und Zusatzstoffen auf der Produktvorderseite steigert die Verständlichkeit der Kennzeichnung und erhöht die Klarheit über die Produktbeschaffenheit.

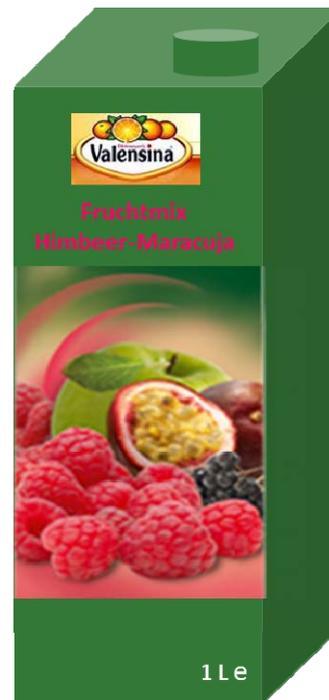
Verbraucherverständnis Fruchtabbildungen bei Fruchtsaft: Geschmacksrichtung oder Zutat?

Split zum Test von Überlagerungseffekten durch Bio oder Marke

Unmarkiert (n=342)

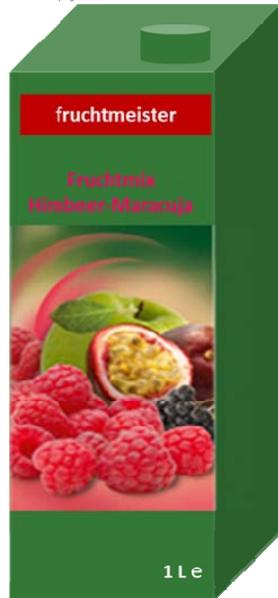


Marke (n=338)



Bio (n=341)

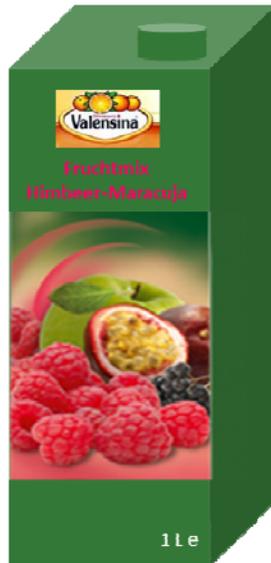




Detailergebnisse Variante I: Unmarkiert

Wie verstehen Sie die Verpackungsaufmachung für das folgende Beispiel?
Bitte schauen Sie sich zunächst die Fruchtsaftverpackung an.

Ich verstehe die Verpackungsaufmachung so, dass der Saft...	Ja, auf jeden Fall (2)	Ja (1)	Bin mir unsicher (0)	Nein (-1)	Nein, auf keinen Fall (-2)	Mittelwert
...hauptsächlich aus Apfelsaft hergestellt wird.	1,2	8,2	14,3	49,1	27,2	-0,93
...hauptsächlich aus Himbeer- und Maracujasaft besteht.	21,6	51,2	15,5	11,1	0,6	0,82
...zu gleichen Teilen aus Apfel-, Himbeer- und Maracujasaft besteht.	10,5	27,8	26,0	29,5	6,1	0,07



Detailergebnisse Variante II: Marke

Wie verstehen Sie die Verpackungsaufmachung für das folgende Beispiel?
Bitte schauen Sie sich zunächst die Fruchtsaftverpackung an.

Ich verstehe die Verpackungsaufmachung so, dass der Saft...	Ja, auf jeden Fall (2)	Ja (1)	Bin mir unsicher (0)	Nein (-1)	Nein, auf keinen Fall (-2)	Mittelwert
...hauptsächlich aus Apfelsaft hergestellt wird.	1,5	9,5	18,6	44,7	25,7	-0,84
...hauptsächlich aus Himbeer- und Maracujasaft besteht.	27,5	49,1	16,9	5,6	0,9	0,97
...zu gleichen Teilen aus Apfel-, Himbeer- und Maracujasaft besteht.	8,9	33,1	29,0	22,2	6,8	0,15

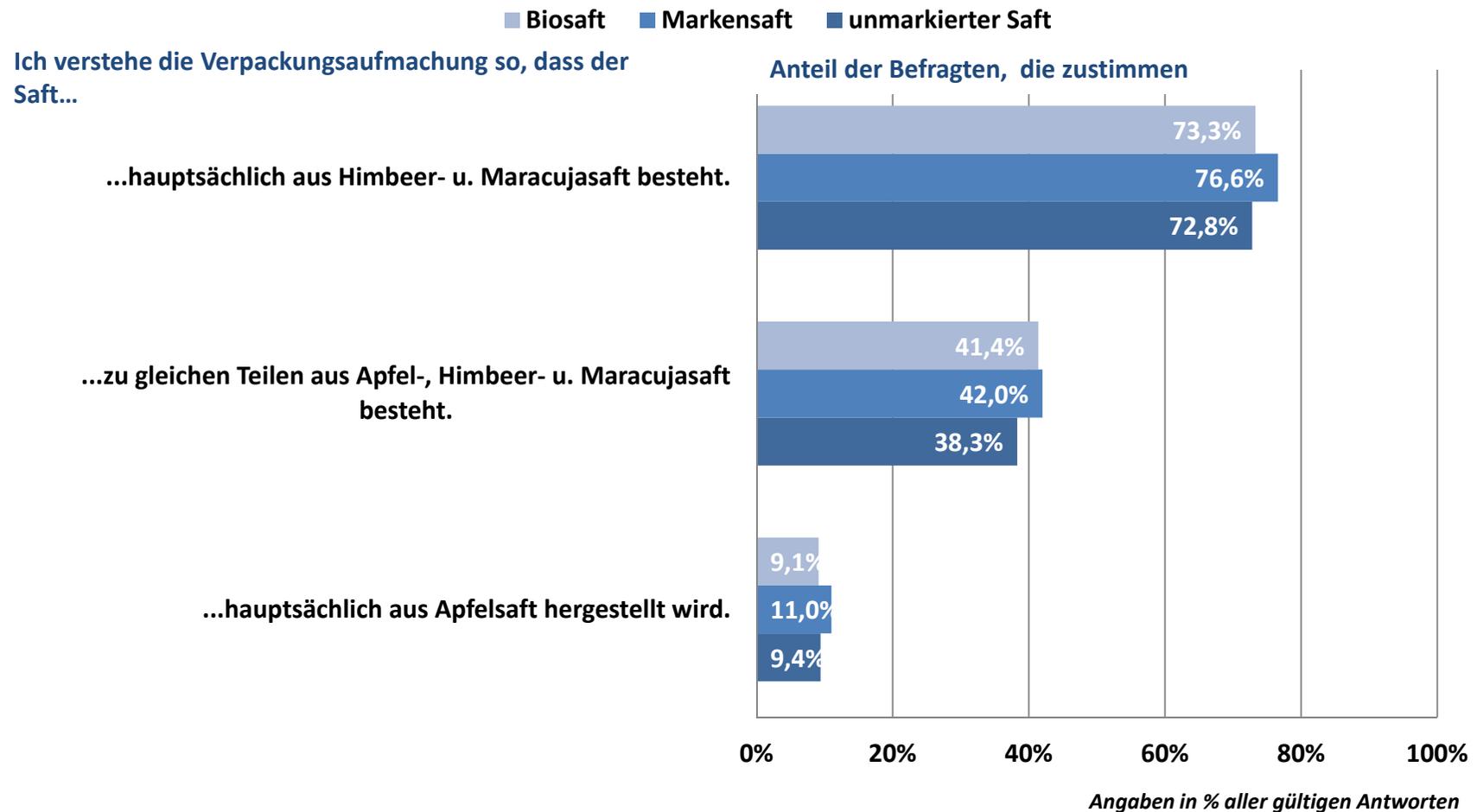


Detailergebnisse Variante III: Bio

Wie verstehen Sie die Verpackungsaufmachung für das folgende Beispiel?
Bitte schauen Sie sich zunächst die Fruchtsaftverpackung an.

Ich verstehe die Verpackungsaufmachung so, dass der Saft...	Ja, auf jeden Fall (2)	Ja (1)	Bin mir unsicher (0)	Nein (-1)	Nein, auf keinen Fall (-2)	Mittelwert
...hauptsächlich aus Apfelsaft hergestellt wird.	1,5	7,6	20,2	43,7	27,0	-0,87
...hauptsächlich aus Himbeer- und Maracujasaft besteht.	24,3	49,0	19,9	6,5	0,3	0,91
...zu gleichen Teilen aus Apfel-, Himbeer- und Maracujasaft besteht.	10,3	31,1	28,4	24,6	5,6	0,16

Fruchtabbildungen bei Fruchtsaft: Verbraucherverständnis unterschiedlicher Aufmachungsvarianten im Vergleich



Zwischenfazit

- Hintergrund des Beispiels sind Fälle, in denen teure, im Bild im Vordergrund stehende und namensgebende Zutaten (hier: Himbeeren, Maracuja) nur in einem verhältnismäßig geringen Anteil enthalten sind (zum Beispiel jeweils weniger als 5 Prozent).
 - Der Hauptbestandteil Apfelsaft ist anhand der Bezeichnung nicht erkennbar, im Bild sind Äpfel im Hintergrund bei genauer Betrachtung vorhanden.
 - Zusätzlich wurde an diesem Beispiel überprüft, ob eine bekannte Marke oder ein Bioprodukt als Absender Einfluss auf das Verständnis der Aufmachung nehmen. In den Fokusgruppen hatte sich gezeigt, dass bei Marken- und Bioprodukten die Erwartungshaltung an eine verlässliche Aufmachung besonders hoch war.
- In allen drei Fällen wird eine solche Produktaufmachung eindeutig abgelehnt.
 - ✓ Die Verbraucherinnen und Verbraucher gehen mehrheitlich davon aus, dass bei dieser Aufmachung Himbeere und Maracuja die Hauptzutaten bilden.
 - ✓ Ein gleichgewichtiger Zusatz von Apfel wird im Ausgangsfall (unmarkiertes Produkt) von 38 Prozent akzeptiert, 26 Prozent sind unsicher, 36 Prozent lehnen dies ab.
 - Im getesteten Fallbeispiel sind die Unterschiede durch Marke oder Bioprodukt eher gering. Im Hinblick auf solche Überlagerungseffekte besteht weiterer Forschungsbedarf.

Zutatenliste: Kennzeichnungswünsche der Verbraucher bei geringfügigen Zutatenanteilen



Verbraucher votieren für die Angabe des genauen Anteils von Zutaten, die in geringer Menge enthalten sind

Wenn Sie das nachfolgende Etikett und die Zutatenliste für einen Schoko-Birnenjoghurt betrachten, wie wichtig sind Ihnen folgende Angaben im Zutatenverzeichnis?

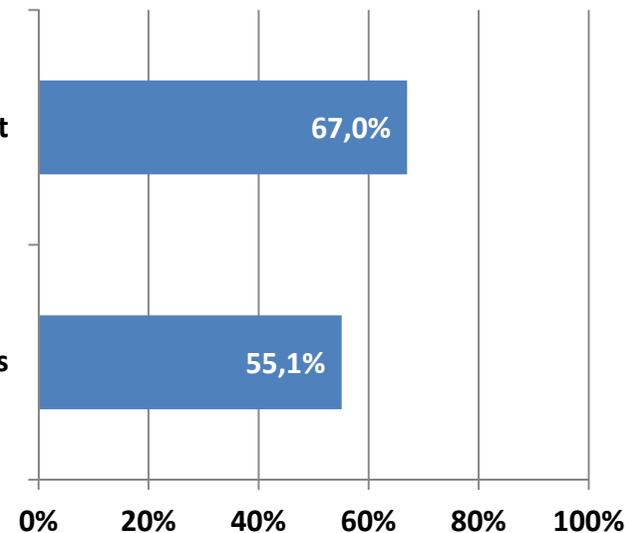


Zutaten: Joghurt mild, Zucker, 6% Birnen, Schokoraspeln, modifizierte Stärke, Verdickungsmittel Pektin und Guarkernmehl, Aroma

■ ... sehr wichtig / wichtig

Dass der genaue Anteil Zucker im Zutatenverzeichnis angegeben wird, ist mir...

Dass der genauen Anteil der Schokoraspeln im Zutatenverzeichnis angegeben wird, ist mir ...



Angaben in % aller gültigen Antworten

Wichtigkeit genauer Mengenangaben: Verbrauchervorstellungen am Beispiel Schoko-Birnen Joghurt im Detail

Wenn Sie das nachfolgende Etikett und die Zutatenliste für einen Schoko-Birnenjoghurt betrachten, wie wichtig sind Ihnen folgende Angaben im Zutatenverzeichnis?



Zutaten: Joghurt mild, Zucker, 6% Birnen, Schokoraspeln, modifizierte Stärke, Verdickungsmittel Pektin und Guarkernmehl, Aroma

Angaben in % aller gültigen Antworten, n=1.021

	Sehr wichtig (2)	Wichtig (1)	Egal (0)	Weniger wichtig (-1)	Unwichtig (-2)	Mittelwert
Dass der genaue Anteil der Schokoraspeln im Zutatenverzeichnis angegeben wird, ist mir ...	10,0	45,1	26,1	13,3	5,6	0,41
Dass der genaue Anteil Zucker im Zutatenverzeichnis angegeben wird, ist mir...	23,8	43,2	18,2	10,2	4,6	0,71

Zwischenfazit

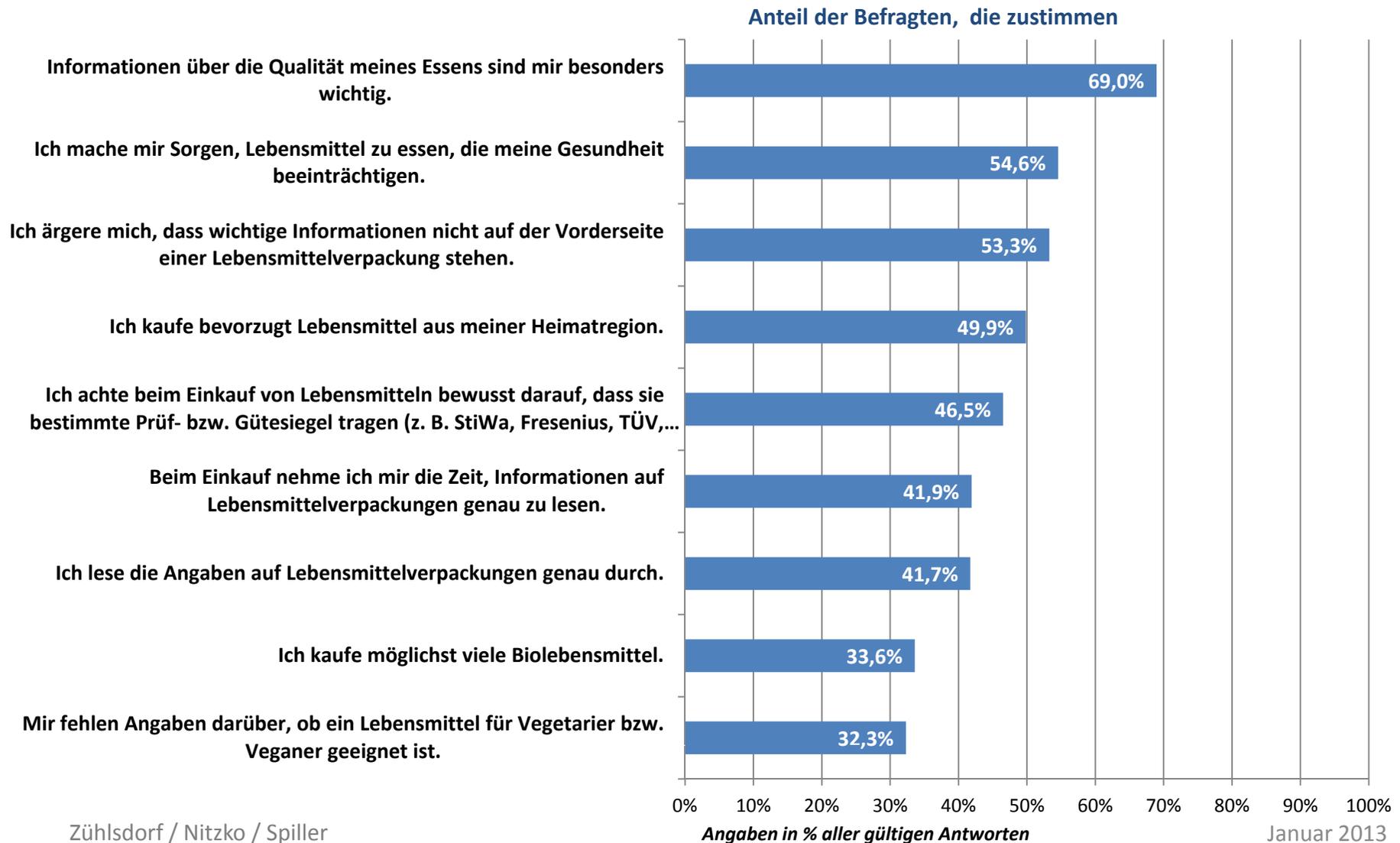
- Hintergrund des Fallbeispiels ist die QUID-Regelung (Quantitative Ingredient Declaration) für Lebensmittel in Fertigpackungen. Sie besagt, dass der prozentuale Mengenanteil einer Zutat anzugeben ist, wenn diese Teil der Verkehrsbezeichnung ist oder durch Bilder und Worte auf der Verpackung besonders hervorgehoben wird.
 - ✓ Im vorliegenden Fall ist die Angabe von Zucker nicht verpflichtend.
 - ✓ Auch wenn nur geringe Mengen an Zutaten zur Geschmacksgebung eingesetzt werden oder wenn die Menge der hervorgehobenen Zutat für den Verbraucher nicht kaufentscheidend ist, kann die Prozentangabe entfallen. Dies trifft gegebenenfalls hier auf die Schokolade zu.

- Ergebnis:
 - ✓ In beiden Fällen würde die Mehrheit der Verbraucher gerne den genauen Anteil erkennen können.
 - ✓ Die Forderung ist beim Zuckeranteil mit zwei Dritteln der Befragten signifikant größer.

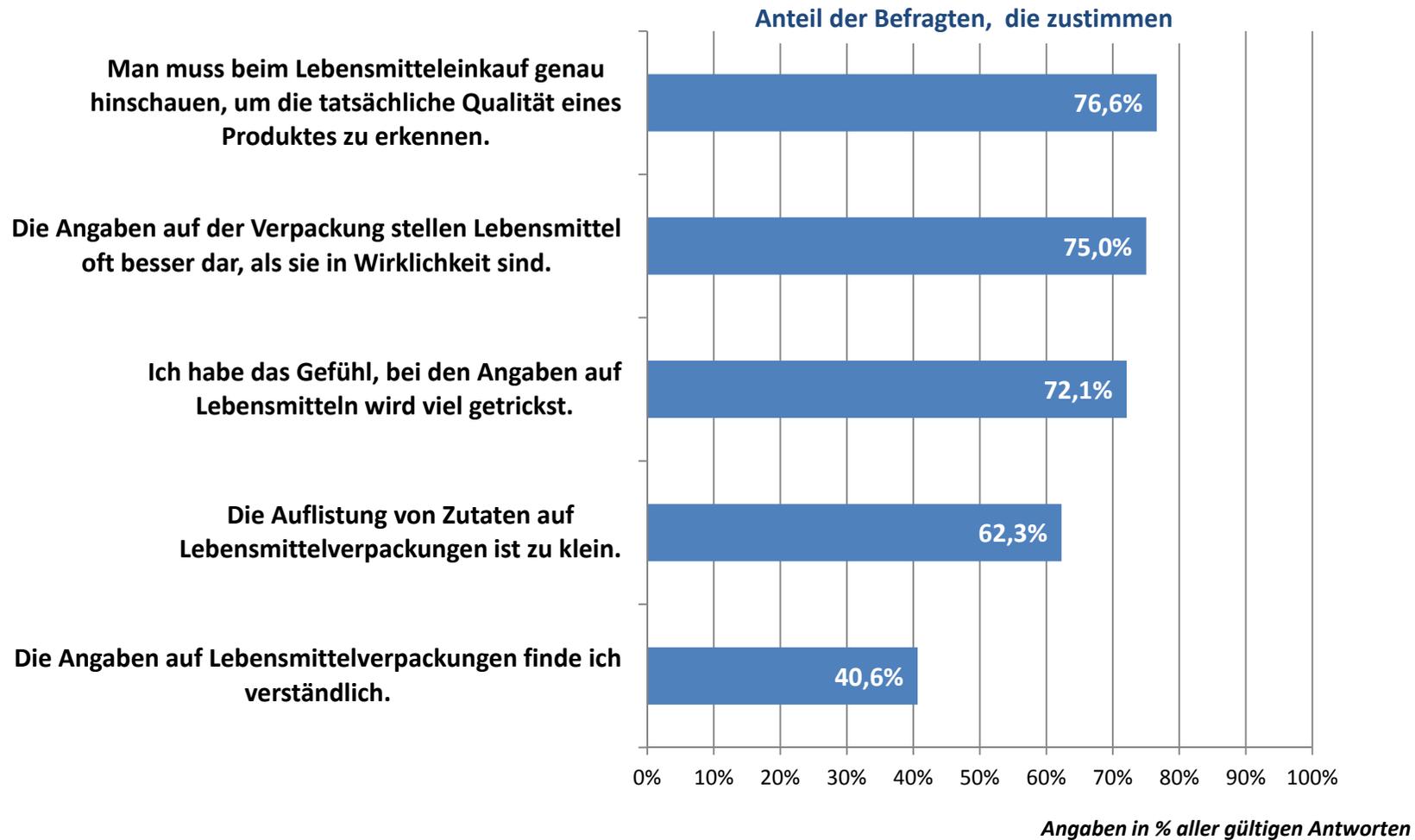
Einkaufsverhalten der Befragten und Einstellung zu Lebensmitteln



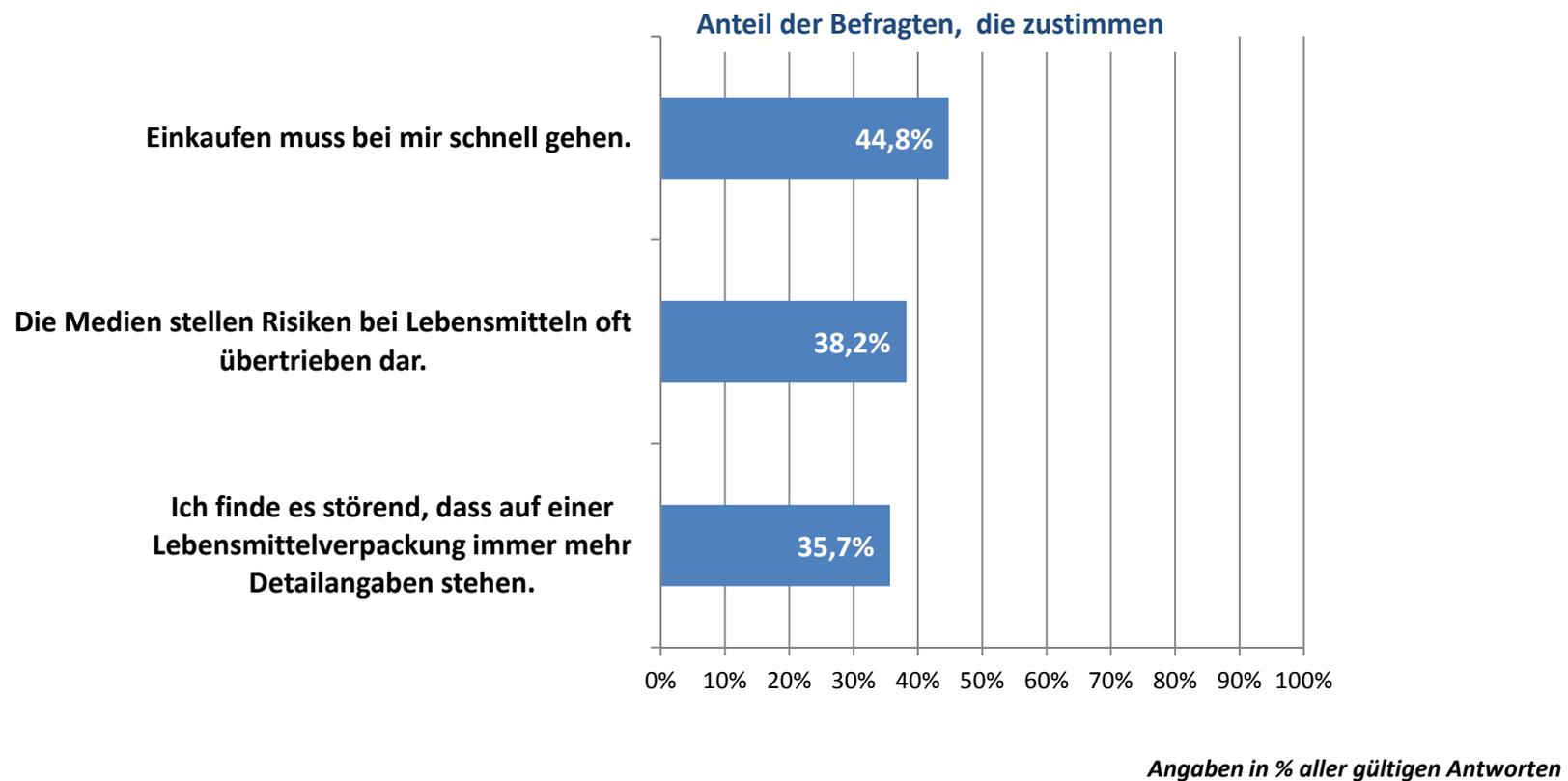
Qualitätsinvolvement der Befragten



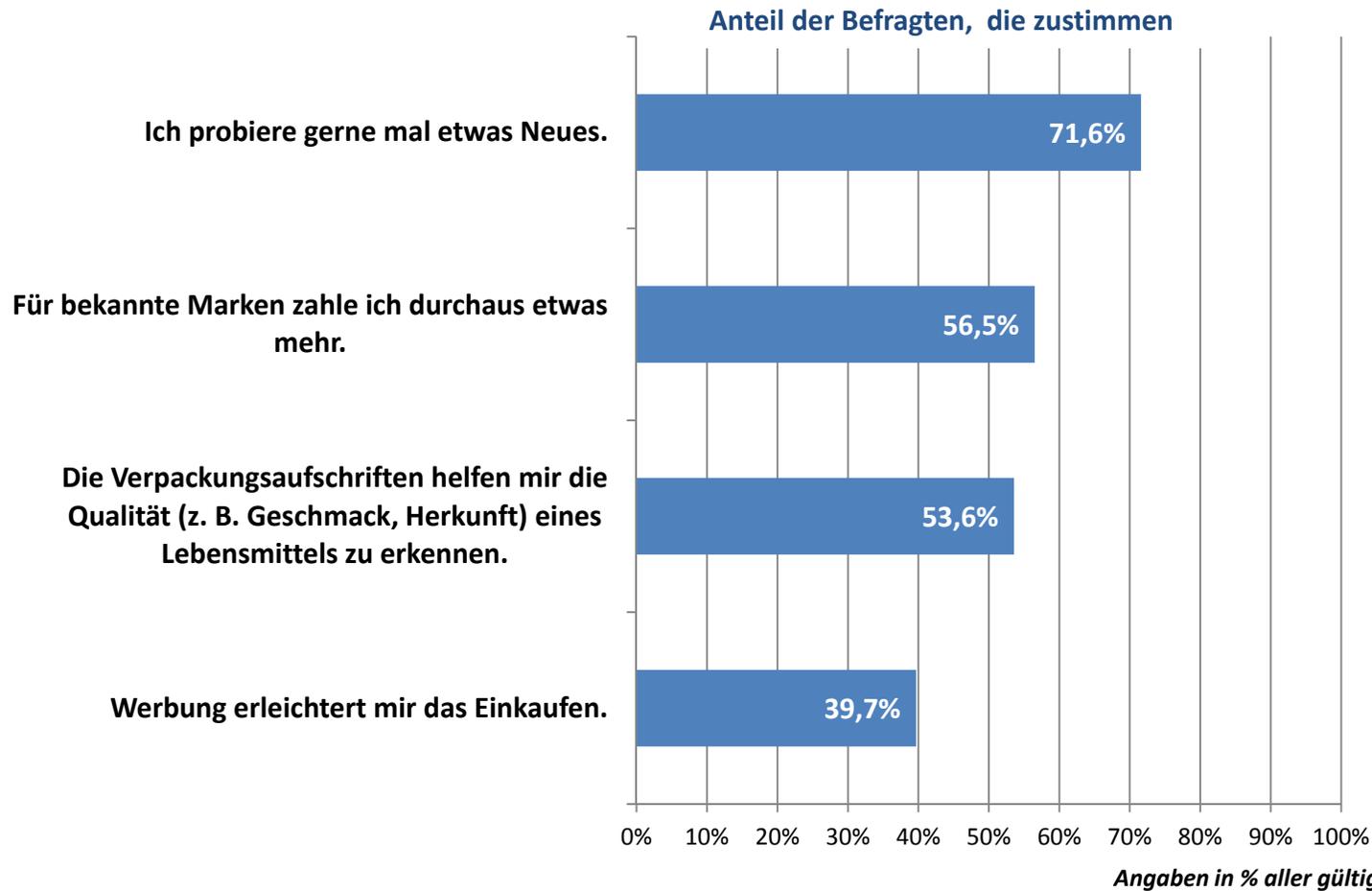
Wahrgenommene Täuschung



Convenience-Orientierung und Informationsdesinteresse



Variety Seeking* und Herstellervertrauen



* Variety Seeking: = Marketingbegriff, der den Wunsch der Kunden nach Abwechslung beschreibt.

Fazit



Fazit

- Eine Grundvoraussetzung für ein Vertrauensverhältnis zwischen Anbietern und Nachfragern ist derzeit nicht ausreichend gegeben: und zwar ein gemeinsames Verständnis von grundlegenden Sprachregelungen und Schlüsselsignalen in der Qualitätskommunikation.
- Das Alltagsverständnis der Verbraucher weicht bei wichtigen wertsteigernden Merkmalen vom Fachverständnis der Anbieter ab.
- Zahlreiche Verbraucher verstehen die Kennzeichnung und Aufmachung von Lebensmitteln in vielen Fällen nicht, wie es der tatsächlichen Produktbeschaffenheit entspricht.



Die vorliegenden repräsentativen Befragungsergebnisse belegen insgesamt den grundsätzlichen Problemcharakter der im Verbraucherportal Lebensmittelklarheit angesprochenen Themen.

Kontakt



Dr. Anke Zühlsdorf
Gründungsgesellschafterin

Spiller, Zühlsdorf + Voss Agrifood Consulting
GmbH

Weender Landstr. 6
37073 Göttingen

Fon: 0551-79 77 45-16

Mail: 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

Prof. Dr. Achim Spiller

Dr. Sina Nitzko

Georg-August-Universität Göttingen

Lehrstuhl Marketing für Lebensmittel- und
Agrarprodukte

Platz der Göttinger Sieben 5

37073 Göttingen

Fon: 0551-39-9897

Mail: a.spiller@agr.uni-goettingen.de

www.agrarmarketing.uni-goettingen.de



Bitte zitieren als:

Zühlsdorf, Anke; Nitzko, Sina; Spiller, Achim (2013):
Aufmachung und Kennzeichnung von Lebensmitteln aus Sicht der Verbraucher:
Empirische Untersuchungsbefunde, Göttingen.