

Anke Zühlsdorf, Achim Spiller

Herkunftsangaben auf Lebensmittelverpackungen



2. Zwischenbericht zum Projekt „Repräsentative Verbraucherbefragungen im Rahmen des Projektes ‚Lebensmittelklarheit 2.0‘ “

Die wichtigsten Ergebnisse im Überblick (I)

- Allgemeine Verbrauchereinstellung zu Herkunftsangaben (Kapitel 2.1):
 - ✓ Herkunftsangaben gelten als Bringschuld der Anbieter und werden als Vertrauensindikator und Qualitätssignal angesehen.
 - ✓ Das Image der Herkunftsländer beeinflusst die Qualitätserwartung der Verbraucher.
 - ✓ Herkunftsangaben werden durchgängig als wichtig empfunden, aber ein Teil der Verbraucher sieht „Platzprobleme“ auf dem Etikett.
 - ✓ Internationale Spezialitäten sind beliebt, gleichzeitig bestehen aber auch Präferenzen für nationale Produkte.
 - ✓ Grenzen des Herkunftsinteresses bei der Zutatenkennzeichnung und bei der Zahlungsbereitschaft (da Bringschuld der Hersteller).
 - ✓ Es bestehen ausgesprochen große Produktdifferenzen im Herkunftsinteresse.
- Herkunftsinteressen bei der Zutatenkennzeichnung (Kapitel 2.2):
 - ✓ Im Verbraucherkfokus stehen wertgebende und insbesondere tierische Zutaten.
- Kennzeichnungsinteressen in verschiedenen Wertschöpfungsstufen (Kapitel 2.3):
 - ✓ Wenn die Herkunftskennzeichnung allein auf den letzten Verarbeitungsschritt bezogen ist, werden wesentliche Verbraucherpräferenzen ignoriert.

Die wichtigsten Ergebnisse im Überblick (II)

- Verständnis von geschützten geographischen Herkunftsangaben (Kapitel 2.4):
 - ✓ Gestützter Bekanntheitsgrad des g. g. A.-Labels und objektives Verbraucherwissen über die Bedeutung sind gering.
 - ✓ Eine Positivkennzeichnung, die verbal erläutert, welche Stufe der Produktion in der benannten Region stattfindet, ist nicht sinnvoll, um Fehlerwartungen über die Rohstoffherkunft zu verhindern.
- Verbraucherpräferenzen beim räumlichen Detaillierungsgrad von Herkunftsangaben (Kapitel 2.5):
 - ✓ Grundsätzlich präferieren Verbraucher die Angabe des Ursprungslandes.
 - ✓ Die heute für einige Produktgruppen verpflichtende Angabe bei gemischter Herkunft „EU/Nicht-EU“ wird zu häufig falsch verstanden. Hier bedarf massiver Aufklärung und verständlicherer Informationen.
 - ✓ Am Beispiel Olivenöl: Der Detaillierungsgrad der Herkunftsangabe wirkt auf die Kaufwahrscheinlichkeit eines Produktes. Ausmaß und Richtung werden dabei durch die jeweiligen Länderimages bestimmt. Die Wirkung der Länder-Qualitätsimages ist sehr ausgeprägt (positiv: Italien und Spanien, negativ: Türkei und Tunesien). Das EU-Gesamtimage ist leicht positiv.

Die wichtigsten Ergebnisse im Überblick (III)

- Einfluss ländertypischer Aufmachungselemente auf die Verbraucherwartung und die Bedeutung von Herkunftsangaben (Kapitel 2.6):
 - ✓ Länderspezifische Aufmachungen beeinflussen das grundsätzliche Herkunftsinteresse der Verbraucher nicht, sehr wohl aber die Herkunftswahrnehmung.
 - ✓ Bereits wenige länderspezifische Symbole genügen, um Verbrauchererwartungen zu prägen.
 - ✓ Angesichts der hohen Täuschungsgefahr sollte die Nutzung solcher länderbezogenen Symbole reguliert werden.

Inhalt

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

1. Untersuchungsgegenstand und Befragungsmerkmale
2. Befragungsergebnisse
 - Verbrauchereinstellungen zur Lebensmittelherkunft
 - Herkunftsinteressen bei der Zutatenkennzeichnung
 - Kennzeichnungsinteresse in verschiedenen Wertschöpfungsstufen
 - Verständnis der geschützten geographischen Herkunftsangabe (g. g. A.)
 - Verbraucherpräferenzen beim räumlichen Detaillierungsgrad von Herkunftsangaben
 - Einfluss ländertypischer Aufmachungselemente auf die Verbraucherwartung und die Bedeutung von Herkunftsangaben
3. Beschreibung der Stichprobe: Einstellung zur Lebensmittelkennzeichnung und Informationsinteresse der Befragten, soziodemographische Angaben

1. Untersuchungsgegenstand

- Der vorliegende Zwischenbericht ist ein Bestandteil der begleitenden wissenschaftlichen Verbraucherforschung zum Internetportal www.lebensmittelklarheit.de, das als Gemeinschaftsprojekt von den Verbraucherzentralen und dem Verbrauchzentrale Bundesverband (vzbv) 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 die hier vorliegende zweite Befragung wurden 750 Verbraucherinnen und Verbraucher auf repräsentativer Basis im Juli/August 2014 persönlich interviewt.
- Im Mittelpunkt der vorliegende Studie stehen Herkunftsangaben auf Lebensmittelverpackungen. Untersuchungsinhalte sind u. a. :
 - ✓ Verbrauchereinstellung zu Herkunftsangaben,
 - ✓ Herkunftsinteressen bei der Zutatenkennzeichnung und in verschiedenen Wertschöpfungsstufen,
 - ✓ Verbraucherpräferenzen beim Detaillierungsgrad von Herkunftsangaben,
 - ✓ Einfluss ländertypischer Aufmachungselemente auf die Verbraucherwahrnehmung.

Befragungsmerkmale im Überblick

Stichprobengröße	n = 750
Erhebungsmethode	Computergestützte persönliche Befragung (CAPI), standardisierte Interviews
Repräsentativität	Repräsentativbefragung deutscher Verbraucherinnen u. Verbraucher ab 16 Jahren (Quotenvorgabe von Alter, Geschlecht, Einkommen, Bildung, Haushaltsgröße und Region)
Realisation	• 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	Juli/August 2014

2. Befragungsergebnisse

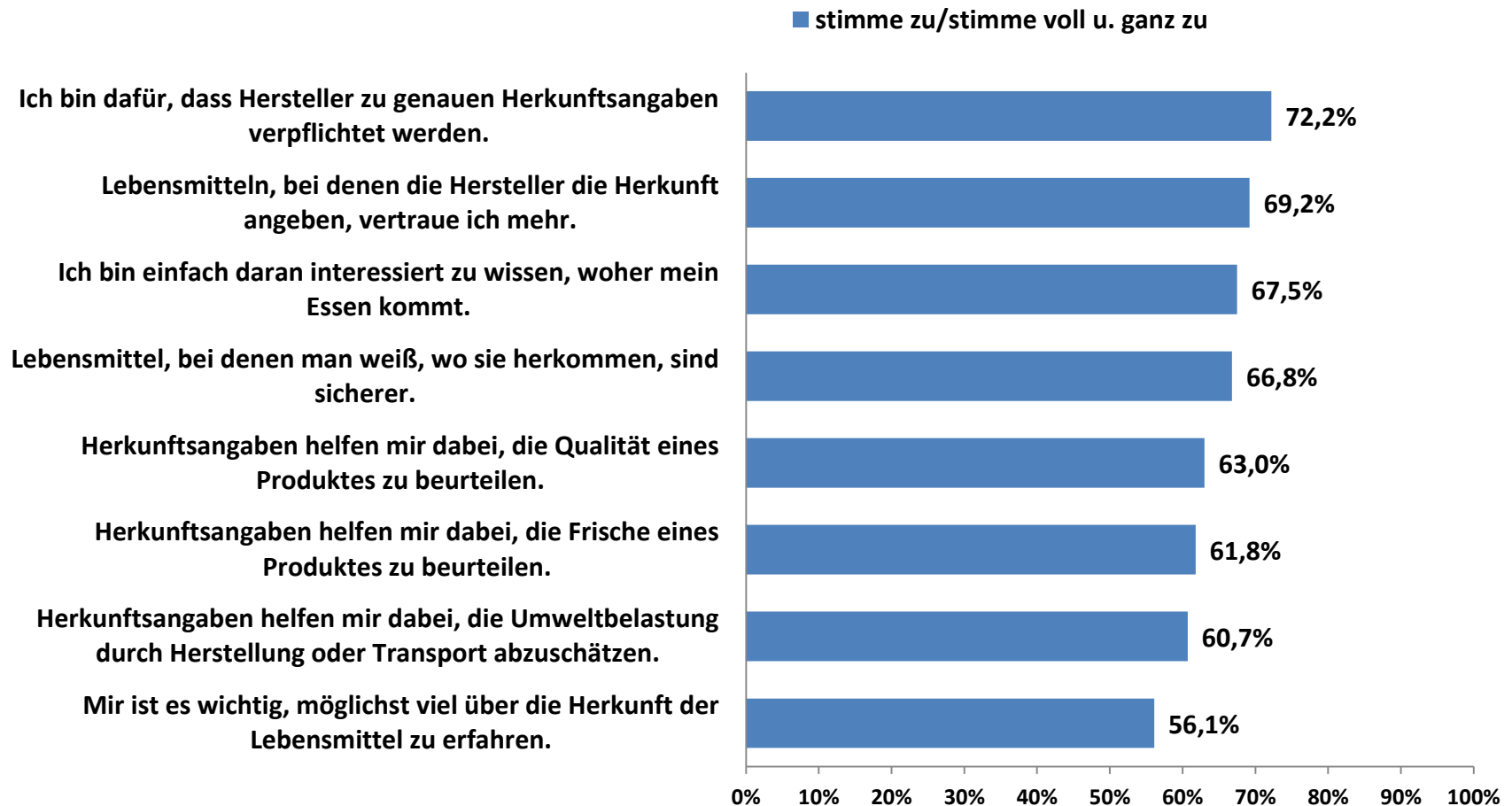


2.1 Verbrauchereinstellung zur Lebensmittelherkunft

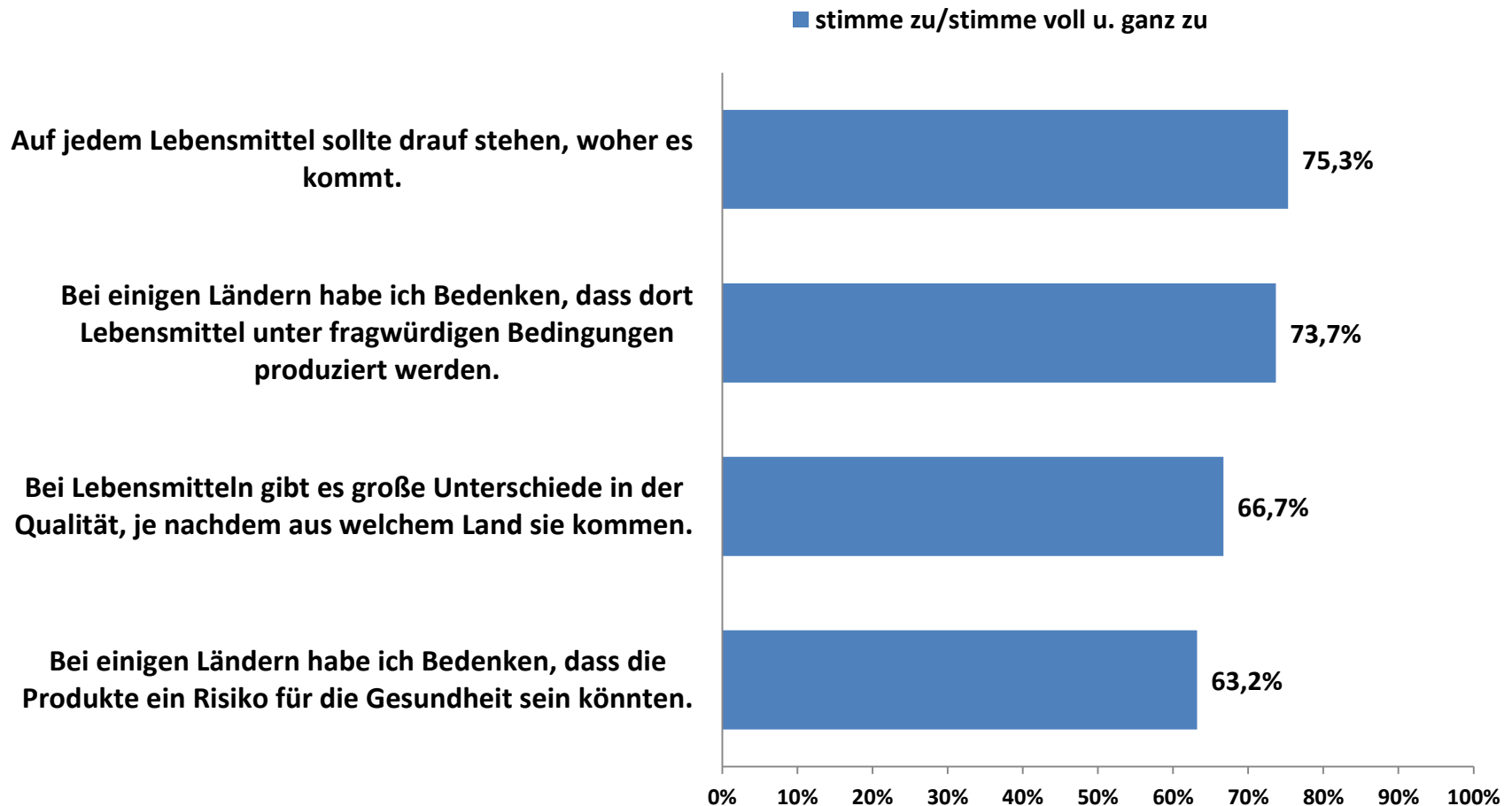
- Im Rahmen der Befragung wurde in mehreren Fragen die allgemeine Einstellung der Verbraucher zur Herkunft von Lebensmitteln und zur Herkunftskennzeichnung untersucht.
- In der nachfolgenden Darstellung (S. 10-14) sind die Ergebnisse jeweils nach inhaltlich zusammenhängenden Frageblöcken sortiert. Diese wurden durch das statistischen Verfahren der Faktorenanalyse gebildet. Im Ergebnis konnten fünf voneinander unabhängige Faktoren identifiziert werden:
 - ✓ Wichtigkeit von Herkunftsangaben (Faktor 1)
 - ✓ Länderspezifische Qualitätsunterschiede (Faktor 2)
 - ✓ Herkunftsdesinteresse (Faktor 3)
 - ✓ Ethnozentrismus (Faktor 4)
 - ✓ Zahlungsbereitschaft (Faktor 5)
- Neben der allgemeinen Verbrauchereinstellung wurde zudem nach der produktspezifischen Bedeutung von Herkunftsangaben gefragt. Die Ergebnisse sind auf S. 15 dargestellt.

Die Befragungsergebnisse bestätigen auf allgemeiner Ebene ein hohes Verbraucherinteresse an der Lebensmittelherkunft. Herkunftsangaben werden als Bringschuld der Anbieter gesehen und dienen als Vertrauensindikator und Qualitätssignal. Es gibt große Produktdifferenzen im Herkunftsinteresse.

Verbrauchereinstellung (I): Wichtigkeit von Herkunftsangaben

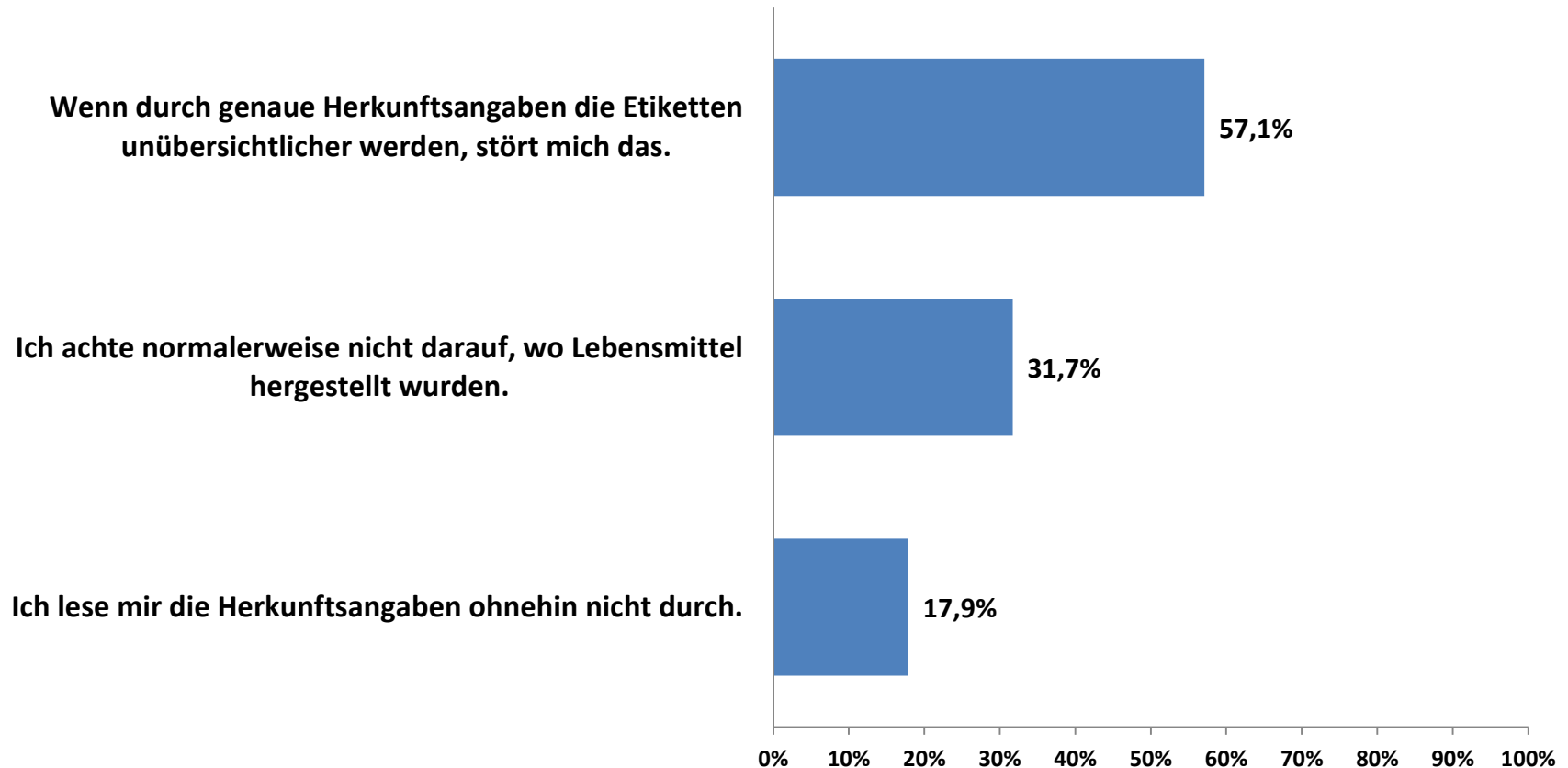


Verbrauchereinstellung (II): Länderspezifische Qualitätsunterschiede



Verbrauchereinstellung (III): Herkunftsdesinteresse

■ stimme zu/stimme voll u. ganz zu



Verbrauchereinstellung (IV): Ethnozentrismus

■ stimme zu/stimme voll u. ganz zu

Ich finde es gut, dass es bei uns auch viele Lebensmittel aus anderen Ländern gibt.

73,6%

Wir sollten in erster Linie Lebensmittel aus Deutschland kaufen.

49,6%

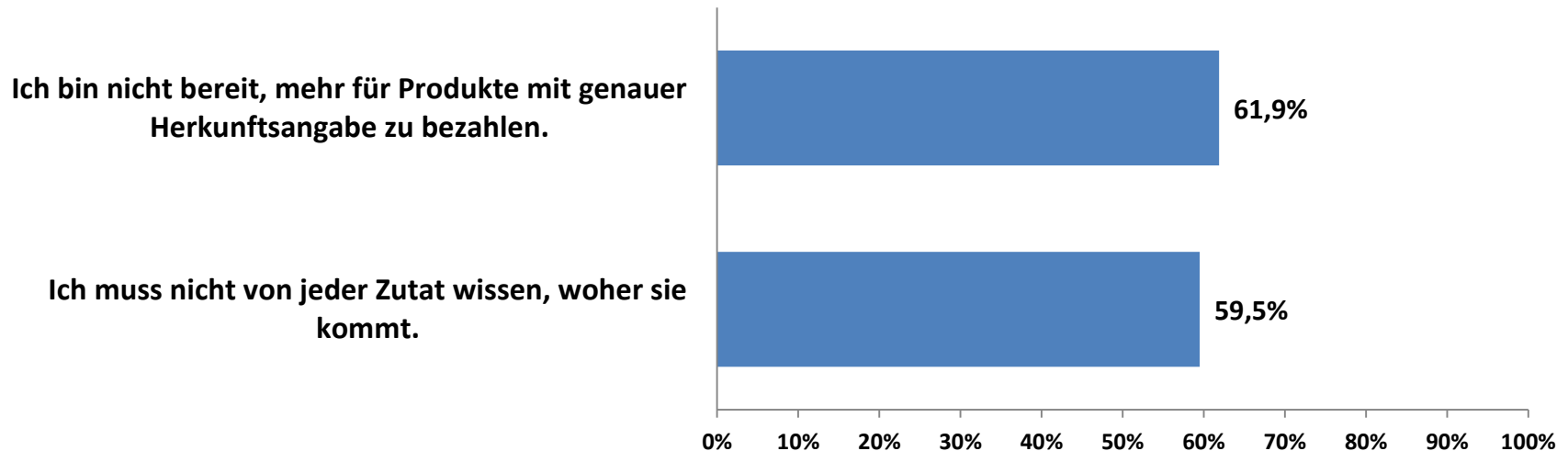
Es sollten nur solche Lebensmittel importiert werden, die nicht in Deutschland erhältlich sind.

42,6%

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

Verbrauchereinstellung (V): Zahlungsbereitschaft

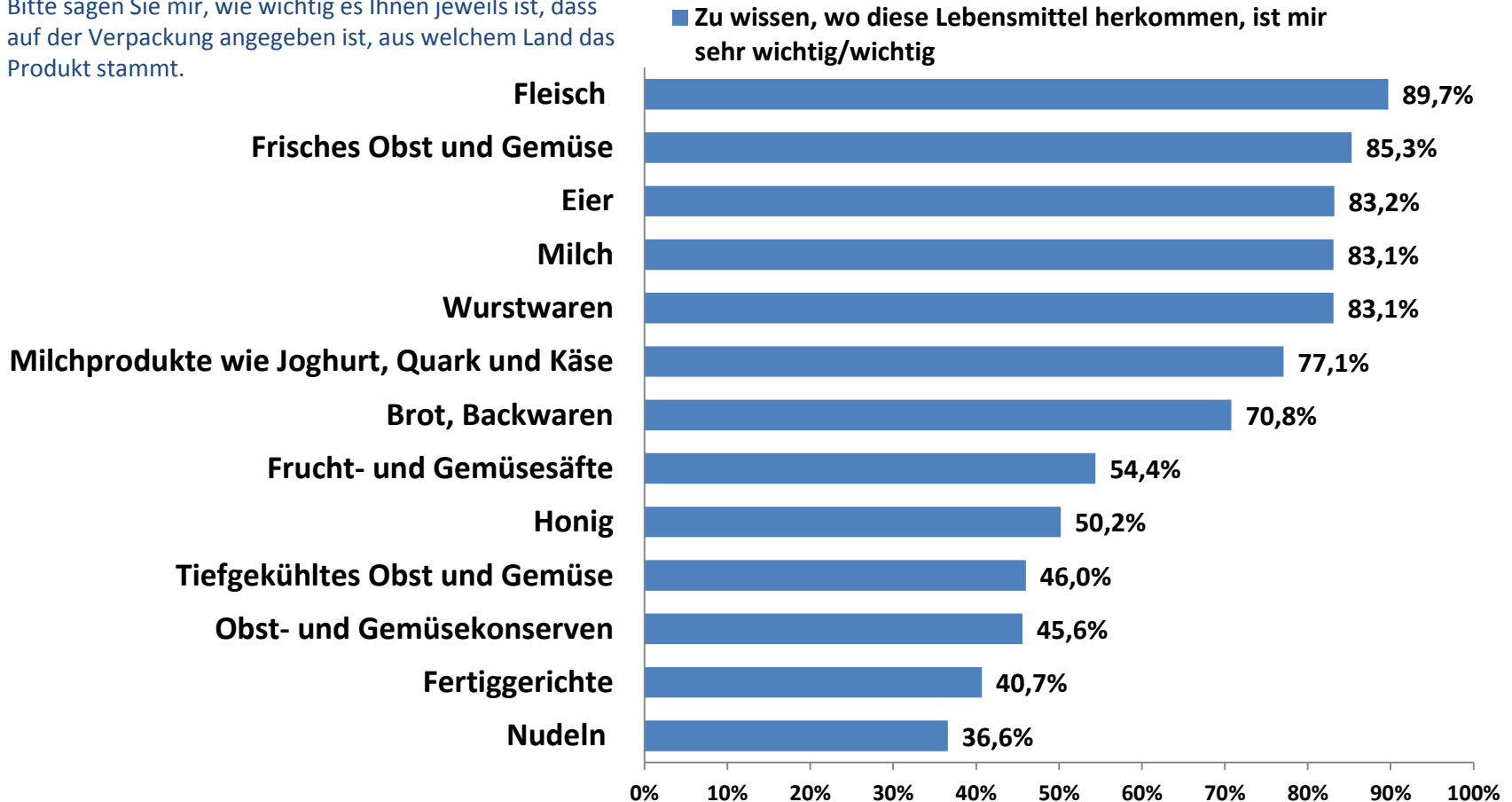
■ stimme zu/stimme voll u. ganz zu



Produktbezogene Bedeutung von Herkunftsangaben

Fragestext

Bitte sagen Sie mir, wie wichtig es Ihnen jeweils ist, dass auf der Verpackung angegeben ist, aus welchem Land das Produkt stammt.



2.2 Herkunftsinteressen bei der Zutatenkennzeichnung

- Bei Lebensmitteln, die aus mehreren Zutaten hergestellt werden, stellt sich die Frage, wie weitgehend das Herkunftsinteresse der Verbraucher ist. Bezieht sich der Wunsch nach Herkunftsinformationen auf sämtliche Zutaten eines Produktes oder beschränkt sich der Informationsbedarf auf einige wesentliche Zutaten?
- In mehreren Fragen wurden daher das Herkunftsinteresse bei der Zutatenkennzeichnung untersucht. Dabei wurden sowohl einfach verarbeitete Lebensmittel mit wenigen Zutaten als auch komplex verarbeitete Produkte mit zahlreichen Zutaten berücksichtigt:
 - ✓ In einem Fragekomplex wurden die Verbraucher nach konkreten Zutaten verschiedener Lebensmittel gefragt (Ergebnisse vgl. S. 17).
 - ✓ Bei einer zweiten Abfrageform wurden den Probanden Zutatenverzeichnisse für unterschiedlich komplex zusammengesetzte Produkte vorgelegt und sie jeweils nach ihrem Herkunftsinteresse für die einzelnen Zutaten gefragt (Ergebnisse vgl. S. 18-20).

Insgesamt zeigt sich, dass wertgebende und insbesondere tierische Zutaten bei der Zutatenkennzeichnung im Verbraucherkfokus stehen.

Verbraucherpräferenzen bei Herkunftskennzeichnung von Zutaten in verarbeiteten Produkten

Fragestext:

Bitte geben Sie jeweils an, inwieweit Sie an der Herkunft der genannten Zutat interessiert sind.

Wollen Sie bei einer Lasagne wissen, wo das Fleisch in der Lasagne herkommt?

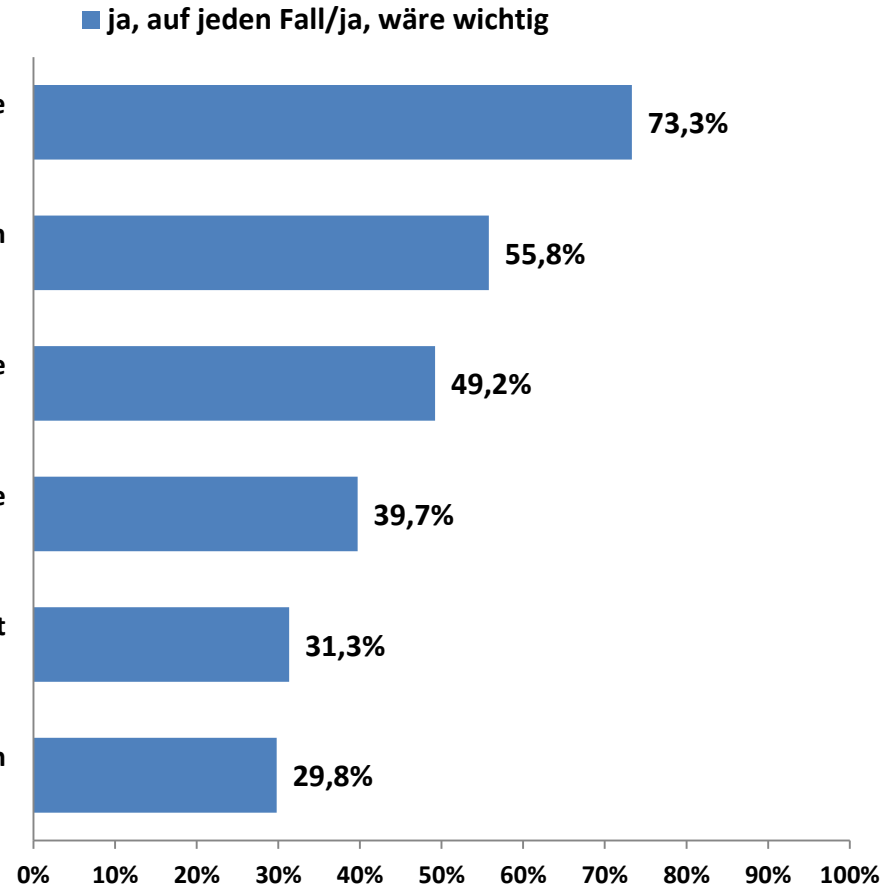
Wollen Sie bei einem Erdbeerjoghurt wissen, wo die Erdbeeren herkommen?

Wollen Sie bei einem Glas eingelegte Gurken wissen, wo die Gurken herkommen?

Wollen Sie bei Gulasch wissen, wo die Zutat Paprika (rote Gemüsepaprika) herkommt?

Wollen Sie bei einer Zwiebelmettwurst wissen, wo die Zutat Zwiebel herkommt?

Wollen Sie bei einem Kümmelkäse wissen, wo der Kümmel im Käse herkommt?



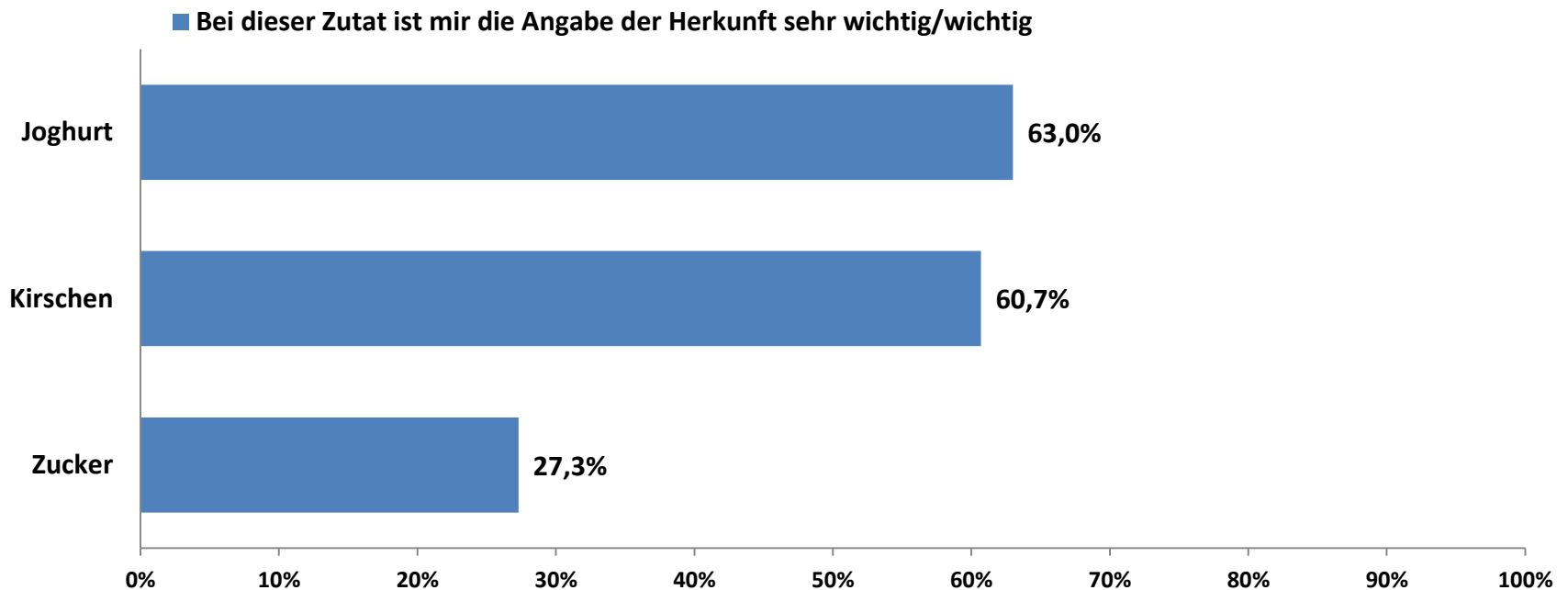
Fallbeispiel Kirschjoghurt

Fragetext:

Bei welchen Zutaten ist Ihnen die Angabe der Herkunft wichtig, bei welchen nicht?

Kirschjoghurt

Zutaten: Joghurt, Zucker, Kirschen (8%), modifizierte Stärke, färbendes Pflanzenkonzentrat (Rote Bete), natürliches Aroma



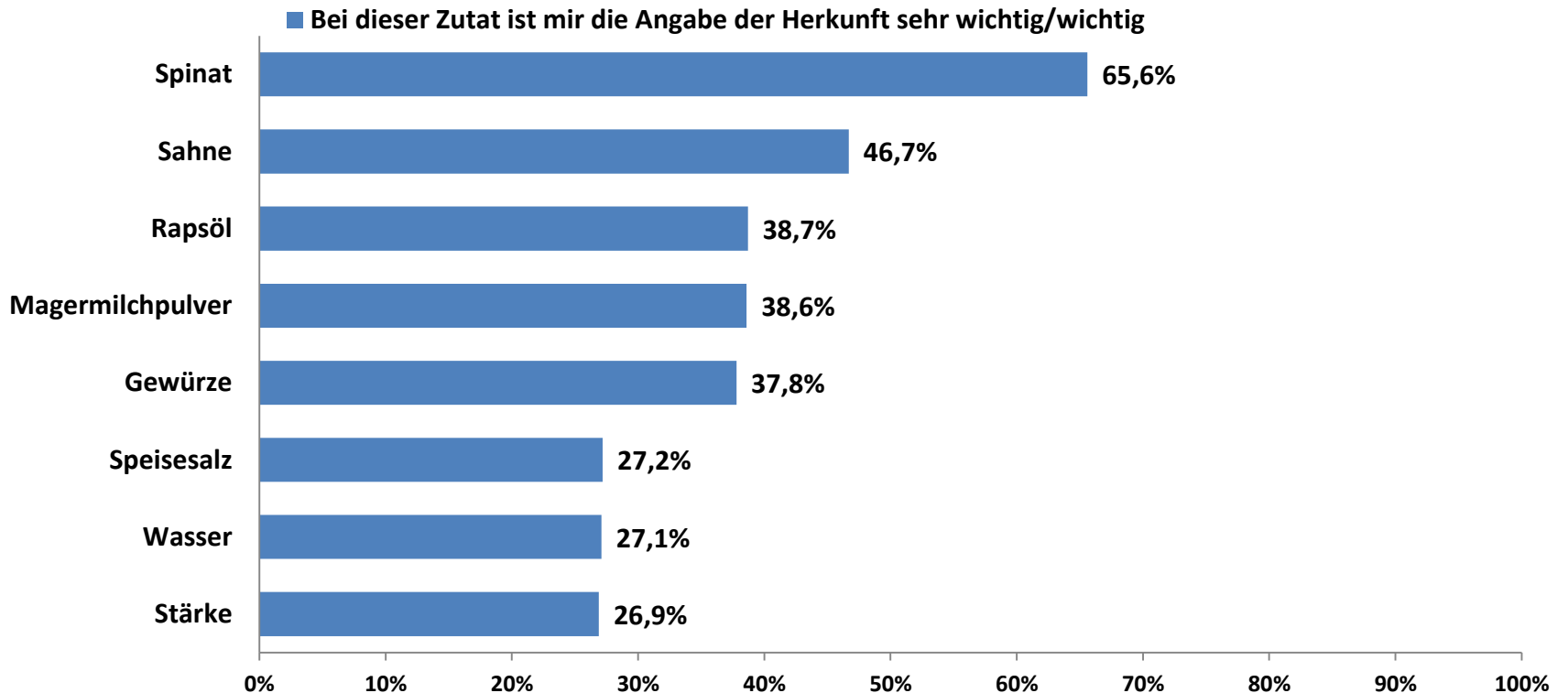
Fallbeispiel Rahmspinat (TK)

Fragestext:

Bei welchen Zutaten ist Ihnen die Angabe der Herkunft wichtig, bei welchen nicht?

Rahmspinat

Zutaten: Spinat (67%), Wasser, Sahne (9%), Stärke, Rapsöl, Magermilchpulver, Speisesalz, Gewürze, Verdickungsmittel, Guarkernmehl



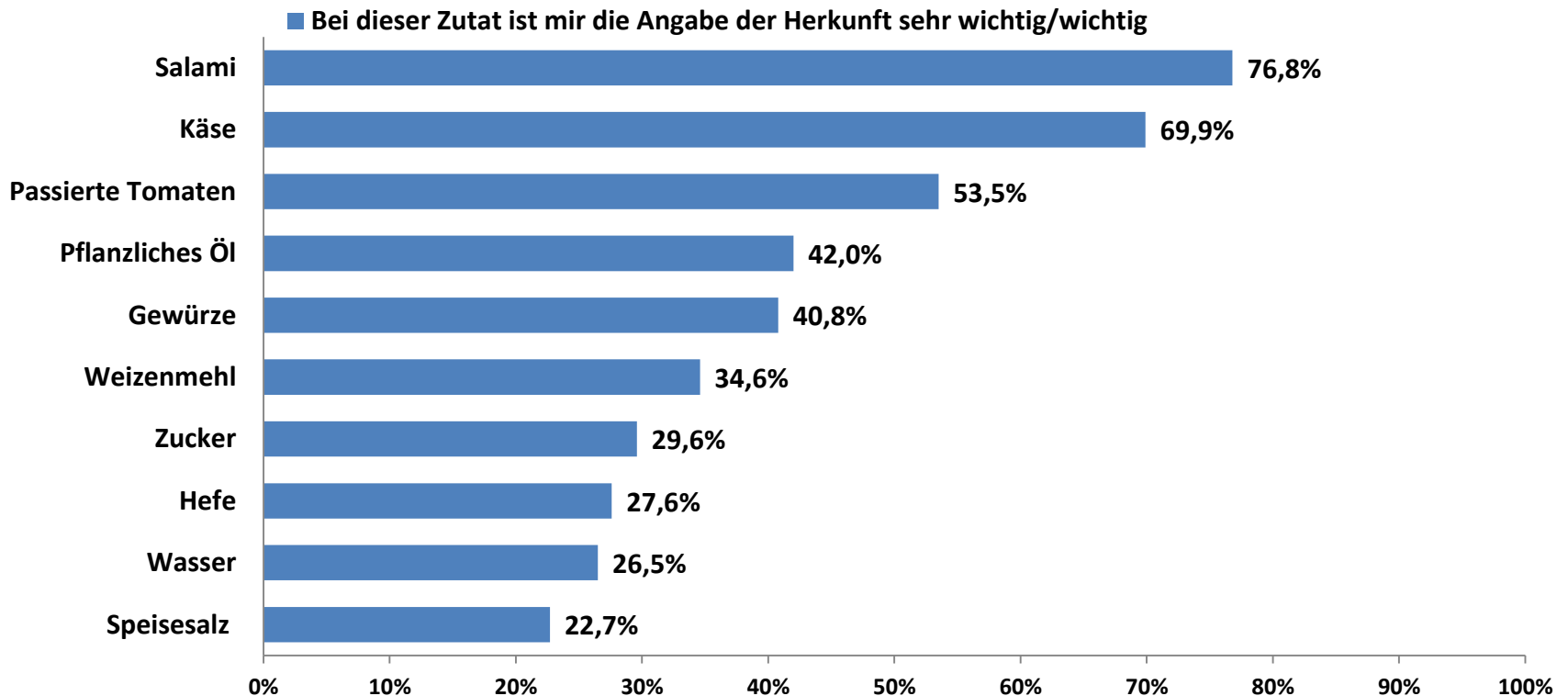
Fallbeispiel Salamipizza

Fragetext:

Bei welchen Zutaten ist Ihnen die Angabe der Herkunft wichtig, bei welchen nicht?

Pizza Salami

Zutaten: Weizenmehl, Wasser, passierte Tomaten (18%), Käse (17%), Salami (9%), pflanzliches Öl, Hefe, Speisesalz, Emulgator Sojalecithine, Zucker, Gewürze



2.3 Kennzeichnungsinteressen in verschiedenen Wertschöpfungsstufen

- Die Produktion von Lebensmitteln erfolgt heute meistens in mehreren Stufen von der landwirtschaftlichen Erzeugung über verschiedene Verarbeitungsschritte bis in die Regale des Lebensmitteleinzelhandels.
- Die nachfolgenden Fragen zielen auf das wertschöpfungskettenbezogene Kennzeichnungsinteresse der Verbraucher. Für mehrere exemplarische Produktkategorien wurden die Probanden danach gefragt, wie wichtig ihnen Herkunftsangaben über verschiedene Verarbeitungsstufen sind (Ergebnisdarstellung S. 22-26).

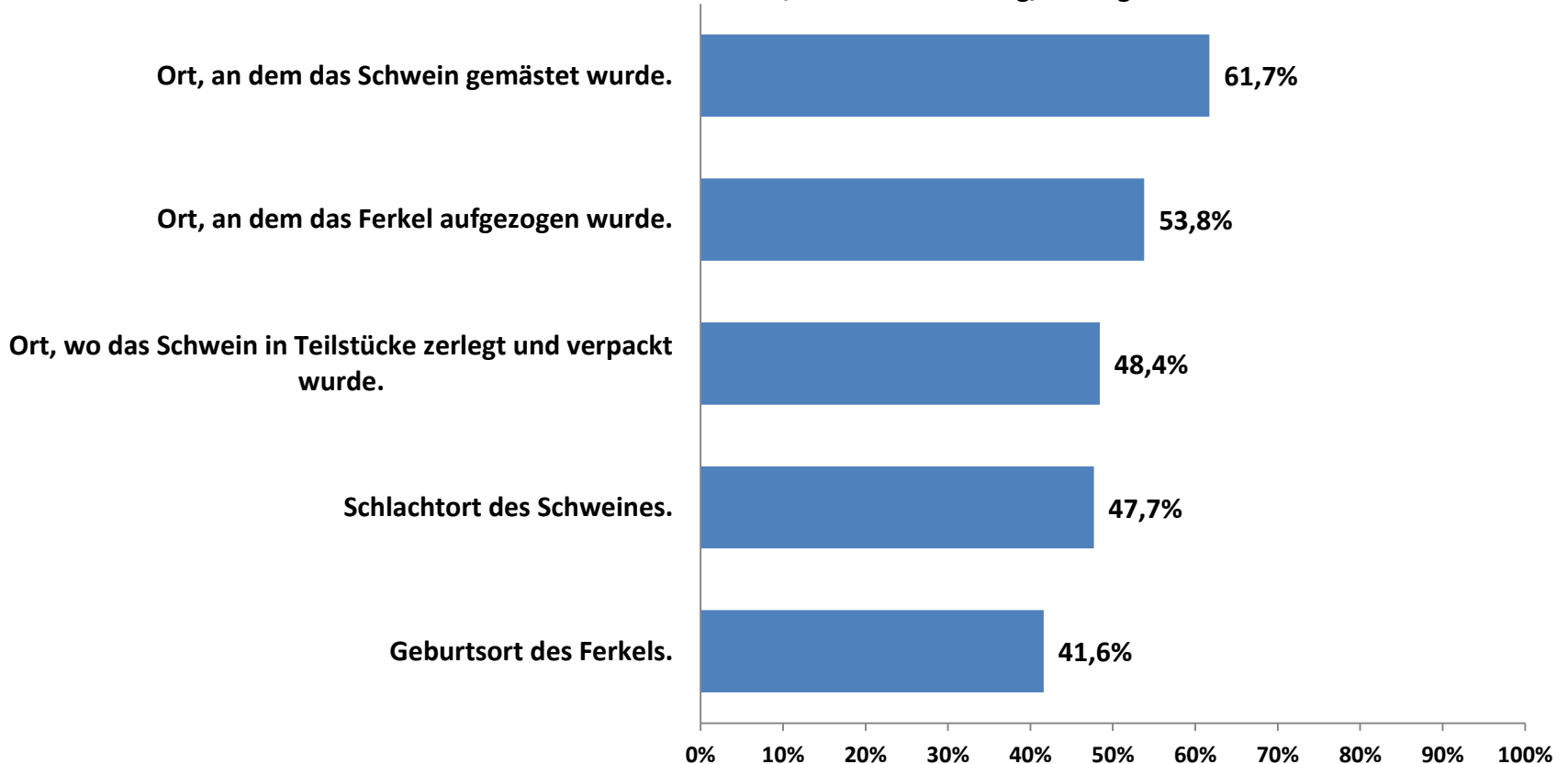
Im Ergebnis zeigt sich ein hohes Interesse der Verbraucher an Herkunftsinformationen über die landwirtschaftlichen Produktionsstufen. Mit Ausnahme der Produktkategorie „Brot“ haben Herkunftsangaben über die landwirtschaftliche Erzeugung für die Befragten einen noch höheren Stellenwert als Herkunftsinformationen zur Verarbeitung. Wenn die Herkunftskennzeichnung allein auf den letzten Verarbeitungsschritt bezogen ist, werden wesentliche Verbraucherpräferenzen ignoriert.

Produktkategorie I: Abgepacktes Schweinefleisch

Fragetext:

Bitte geben Sie jeweils an, wie wichtig Ihnen bei den folgenden Produktionsschritten eine Herkunftsangabe ist.

■ Dass diese Angabe auf einer Lebensmittelverpackung steht, ist mir sehr wichtig/wichtig

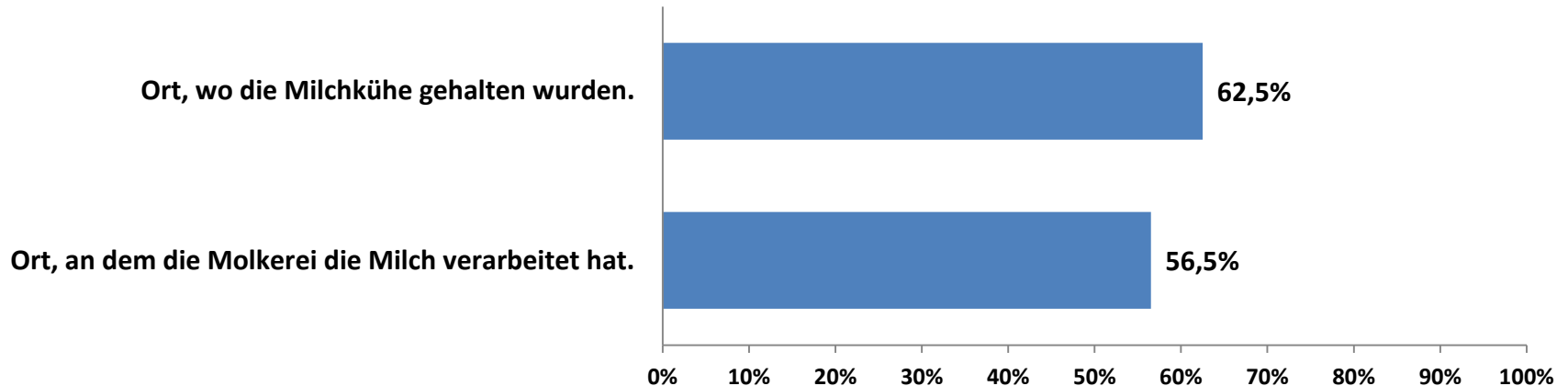


Produktkategorie II: Milchprodukte (z. B. Milch, Joghurt, Quark, Käse)

Fragetext:

Bitte geben Sie jeweils an, wie wichtig Ihnen bei den
folgenden Produktionsschritten eine Herkunftsangabe ist.

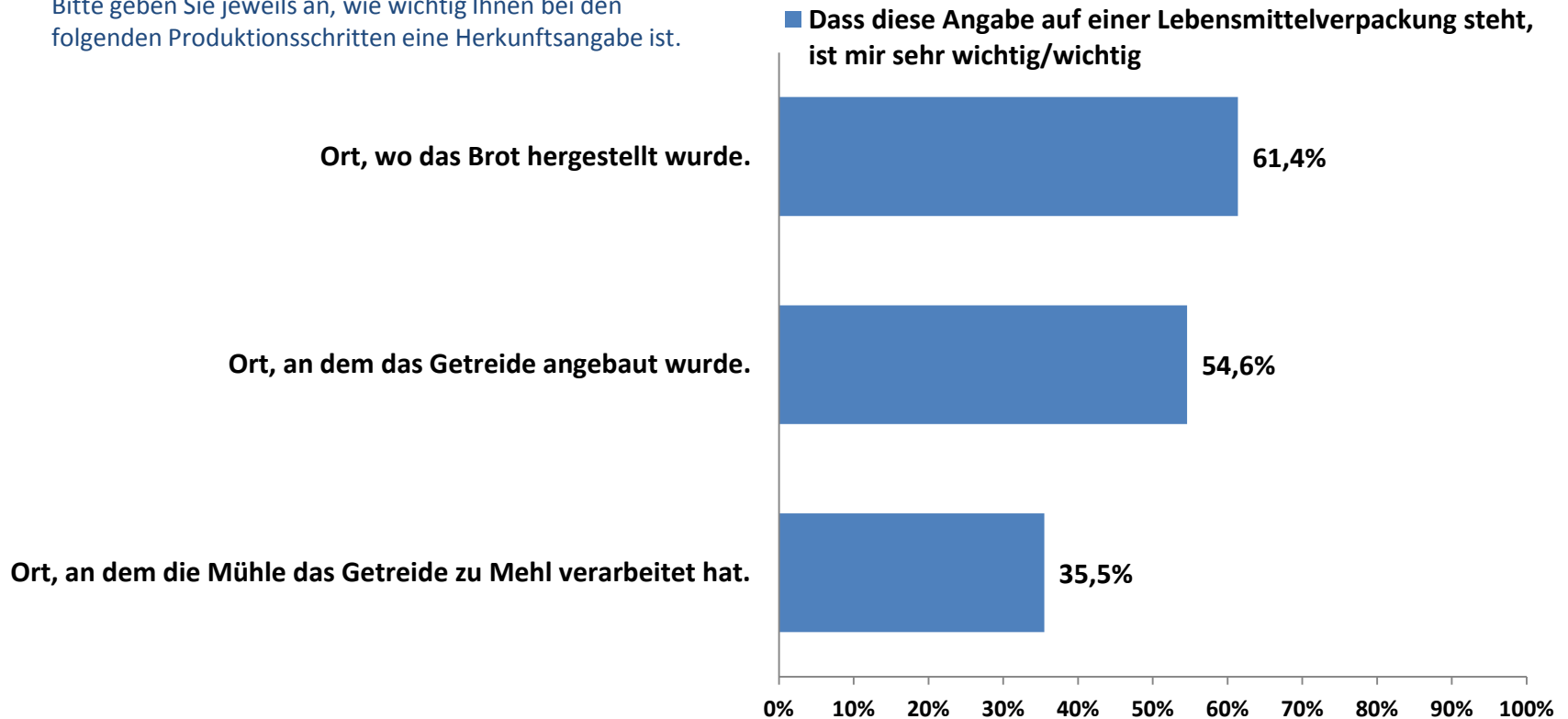
■ Dass diese Angabe auf einer Lebensmittelverpackung steht,
ist mir sehr wichtig/wichtig



Produktkategorie III: Brot

Fragetext:

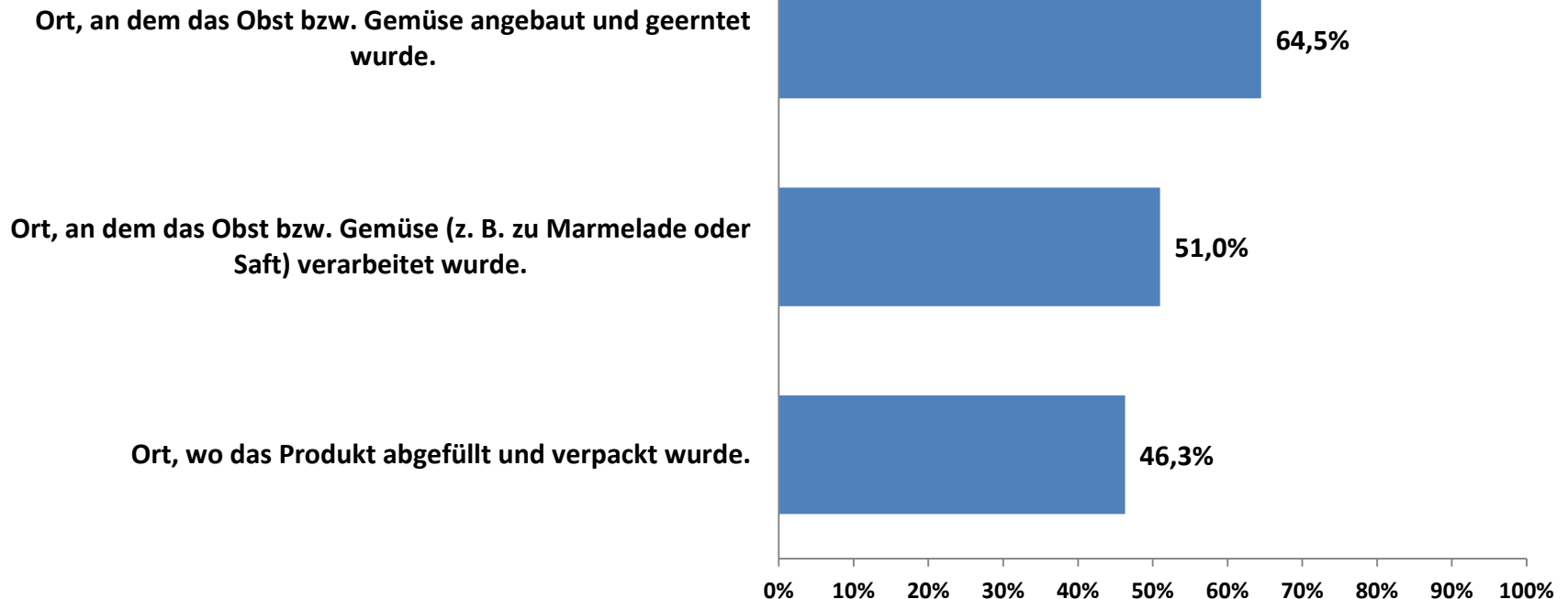
Bitte geben Sie jeweils an, wie wichtig Ihnen bei den folgenden Produktionsschritten eine Herkunftsangabe ist.



Produktkategorie IV: Lebensmittel aus verarbeitetem Obst oder Gemüse (z. B. Tiefkühlobst u. -gemüse, Konserven, Saft)

Fragetext:

Bitte geben Sie jeweils an, wie wichtig Ihnen bei den folgenden Produktionsschritten eine Herkunftsangabe ist.



Produktkategorie V: Fischkonserven

Fragetext:

Bitte geben Sie jeweils an, wie wichtig Ihnen bei den
folgenden Produktionsschritten eine Herkunftsangabe ist.

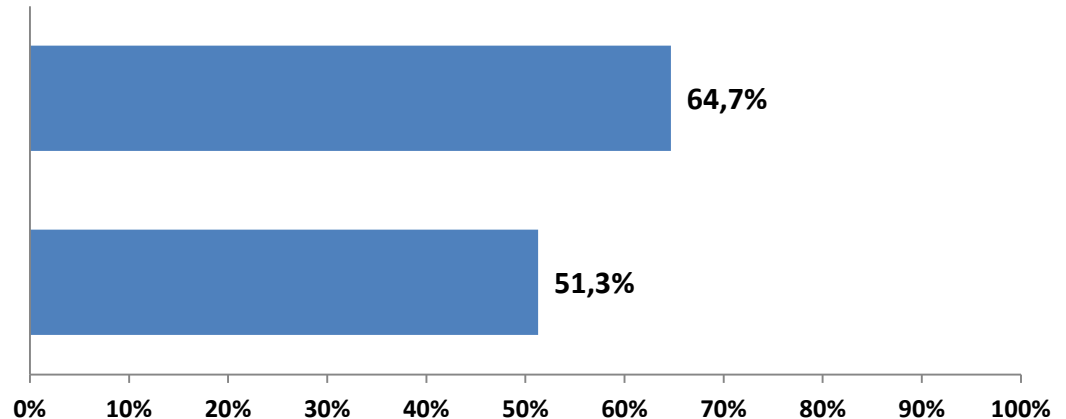
■ Dass diese Angabe auf einer Lebensmittelverpackung steht,
ist mir sehr wichtig/wichtig

Ort, wo der Fisch gefangen wurde (Fanggebiet).

64,7%

Ort, wo die Fischkonserve hergestellt wurde.

51,3%



2.4 Verständnis von geschützten geographischen Herkunftsangaben

- Zum Untersuchungshintergrund:
 - ✓ Qualifizierte Herkunftsangaben koppeln Herkunft und Qualitätsaussagen. Die EU-Verordnung Nr. 1151/2012 regelt die gemeinschaftliche Nutzung einer Bezeichnung und die Vergabe von drei Gemeinschaftszeichen für Lebensmittelspezialitäten. Umfrageergebnisse (z. B. Spezial Eurobarometer 389, März 2012) zeigen allerdings, dass nur eine kleine Minderheit die drei EU-Gütezeichen kennt.
 - ✓ Die geschützte geographische Angabe (g. g. A.) wird in Deutschland am häufigsten genutzt. Sie ist eine Herkunftsangabe für traditionelle Agrarerzeugnisse und Lebensmittel. Eine Stufe der Produktion muss im genannten geografischen Gebiet stattfinden. Häufig ist das die Herstellung, die Rohstoffe können von überall stammen. Bei der geschützten Ursprungsbezeichnung (g. U.) muss die Erzeugung vollständig in der genannten Region stattfinden.
- In den folgenden Fragen (S. 28-29) wurden der gestützte Bekanntheitsgrad des g. g. A.-Labels, das inhaltliche Verständnis des Labels und die Kaufrelevanz untersucht. Daran schließt sich die Ergebnisdarstellung zu der Frage an, welche konkreten Produkterwartungen mit dem Label assoziiert werden und inwieweit eine ergänzende Positivkennzeichnung Fehlerwartungen verringern kann (S. 30-36).

Bekanntheitsgrad des g. g. A.-Labels (gestützt)



n=118

Frage text:

Haben Sie dieses Zeichen auf einem Lebensmittel schon einmal gesehen?

Ja	Nein	Bin mir nicht sicher
15,7	61,1	23,2

Angaben in % aller gültigen Antworten, n=750

Frage text:

Wissen Sie vielleicht, was dieses Zeichen bedeutet?

Der Aufdruck bedeutet...	Weiß nicht, was mit dem Aufdruck gemeint ist.
74,6% (n=88)* • Lebensmittel kommt der aus der genannten Region (38) • Garantierte Herkunft (24) • Regionale Spezialität (11) • Zutaten aus der benannten Region (3) • Teil der Verarbeitung in der Region (3) • Bio-Siegel (2) • „Originales“ Produkt (2) Sonstige Einzelnennungen (10)	48% (n=30)

*Probanden haben z. T. mehrere Aspekte genannt, Gesamtzahl der Nennungen: n=93

Zühlsdorf / Spiller

September 2014

Kaufhäufigkeit (n=118; nur diejenigen, die das Zeichen schon einmal gesehen haben)



Fragetext:

Wie häufig kaufen Sie Produkte mit diesem Siegel

Sehr häufig	Häufig	Manchmal	Selten	Nie
0,0	14,4	46,6	35,6	3,4

Angaben in % aller gültigen Antworten, n=118

Labelverständnis im Vergleich: Inwieweit kann eine erklärende Legende das Labelverständnis verbessern?

- Die vorhergehenden Fragen bestätigen die Ergebnisse bereits vorliegender Studien: Das Label für geschützte geographischen Angaben hat für Verbraucher eine geringe Bedeutung. Nur 15,7% haben das Label überhaupt schon einmal auf einem Lebensmittel bemerkt. Angaben zur Bedeutung des Zeichens können lediglich knapp 12% der Befragten machen.
- Anhand drei exemplarischer Produktbeispiele ist zudem untersucht worden, welche Produkterwartungen das Label auslöst. Zudem wurde analysiert, inwieweit eine erklärende Legende, die verbal erläutert, welche Stufe der Produktion in der bezeichneten Region stattfindet, dazu beiträgt, bei Verbrauchern falsche Erwartungen über die Herkunft der Rohstoffe zu verringern.
- Hierfür wurde die Stichprobe in zwei Gruppen geteilt. Einer Gruppe (Split 1) wurden Produktdummies gezeigt, die mit dem g. g. A.-Label gekennzeichnet waren. Für die zweite Gruppe (Split 2) wurden die Dummies zusätzlich mit einer erklärenden Legende versehen.

Im Ergebnis zeigt sich, dass eine erklärende Legende die Erwartung, dass die Verarbeitung in der Region stattgefunden hat, signifikant erhöht und damit die korrekte Interpretation des Labels verbessert. Gleichzeitig jedoch verändert die Legende in der vorliegenden Formulierung (Positivkennzeichnung) den Anteil von Falscherwartungen über die Rohstoffherkunft nicht.

Fallbeispiel Hessischer Handkäs (Abbildungen verkleinert)



Split 1:
Dummy mit g. g. A. Label (n=375)



Split 2:
Dummy mit g. g. A. Label + erklärender
Legende „Käse: verarbeitet und gereift in
Hessen“ (n=375)

Fallbeispiel Hessischer Handkäs: Erwartete Eigenschaften

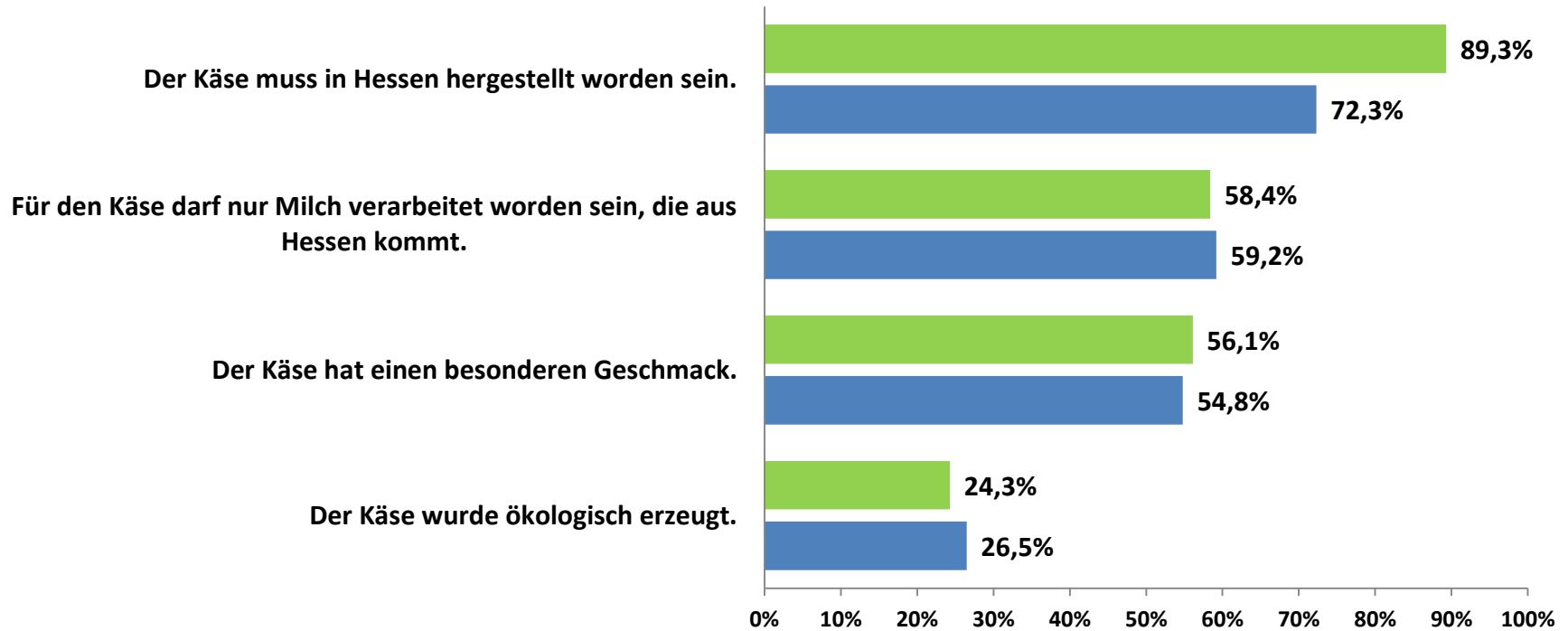
Frage text:

Können Sie sagen, welche der nachfolgenden Eigenschaften jeweils auf die Produkte zutreffen?

Trifft auf jeden Fall zu/trifft zu

mit Label + Legende

mit g.g.A. Label



Fallbeispiel Thüringer Rostbratwurst (Abbildungen verkleinert)



Split 1(n=375):
Dummy mit g. g. A. Label (n=375)



Split 2 (n=375):
Dummy mit g. g. A. Label + erklärender
Legende „Fleisch: verarbeitet in Thüringen“

Fallbeispiel Thüringer Rostbratwurst: Erwartete Eigenschaften

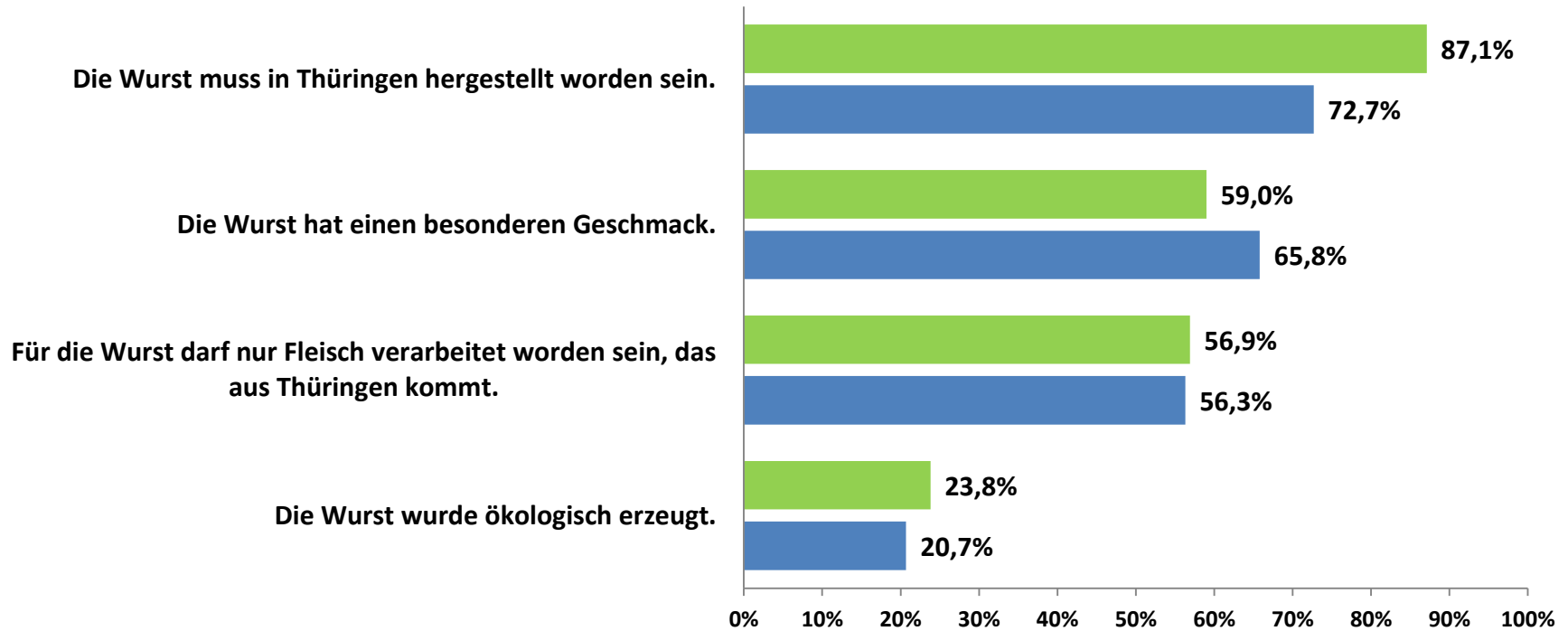
Frage text:

Können Sie sagen, welche der nachfolgenden Eigenschaften jeweils auf die Produkte zutreffen?

Trifft auf jeden Fall zu/trifft zu

mit Label + Legende

mit g.g.A. Label



Fallbeispiel Ammerländer Schinken (Abbildungen verkleinert)



Split 1 (n=375):
Dummy mit g.g.A. Label (n=375)



Split 2 (n=375):
Dummy mit g.g.A. Label + erklärender
Legende „Schinken: verarbeitet und
geräuchert im Landkreis Ammerland“

Fallbeispiel Ammerländer Schinken: Erwartete Eigenschaften

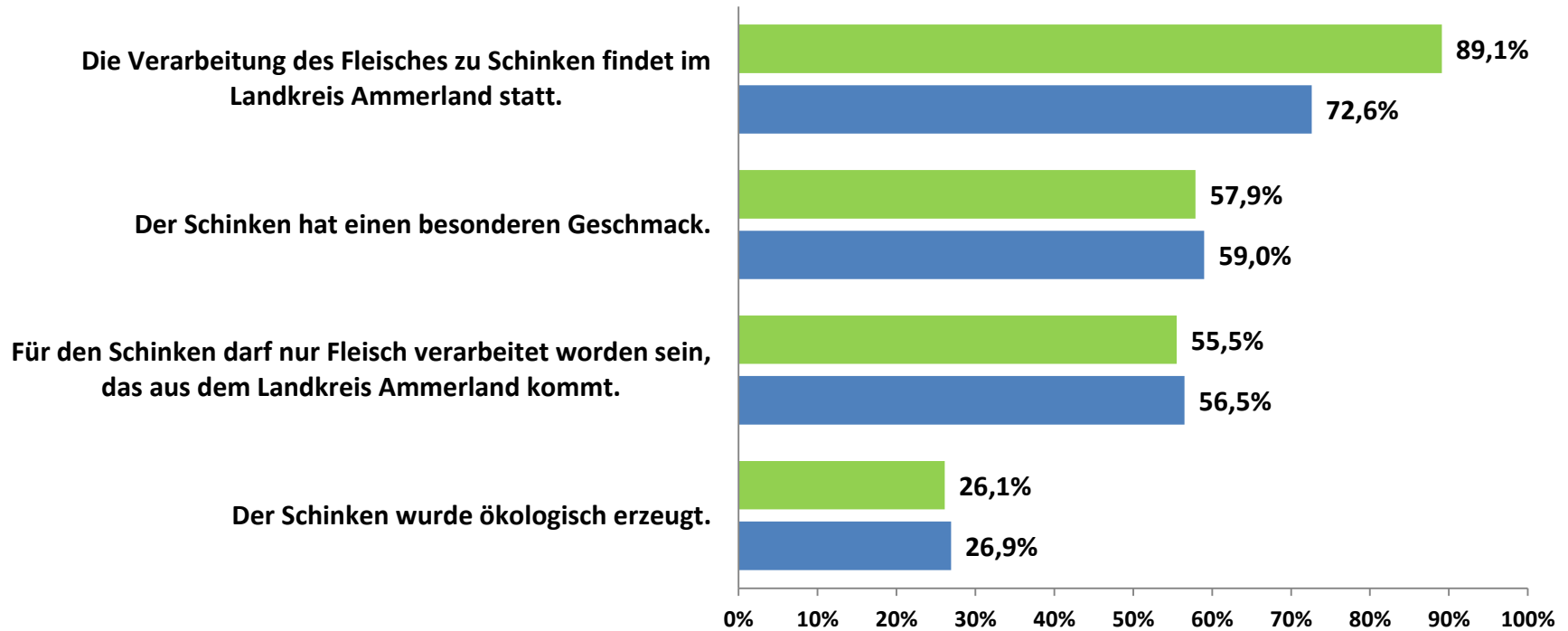
Frage text:

Können Sie sagen, welche der nachfolgenden Eigenschaften jeweils auf die Produkte zutreffen?

Trifft auf jeden Fall zu/trifft zu

mit Label + Legende

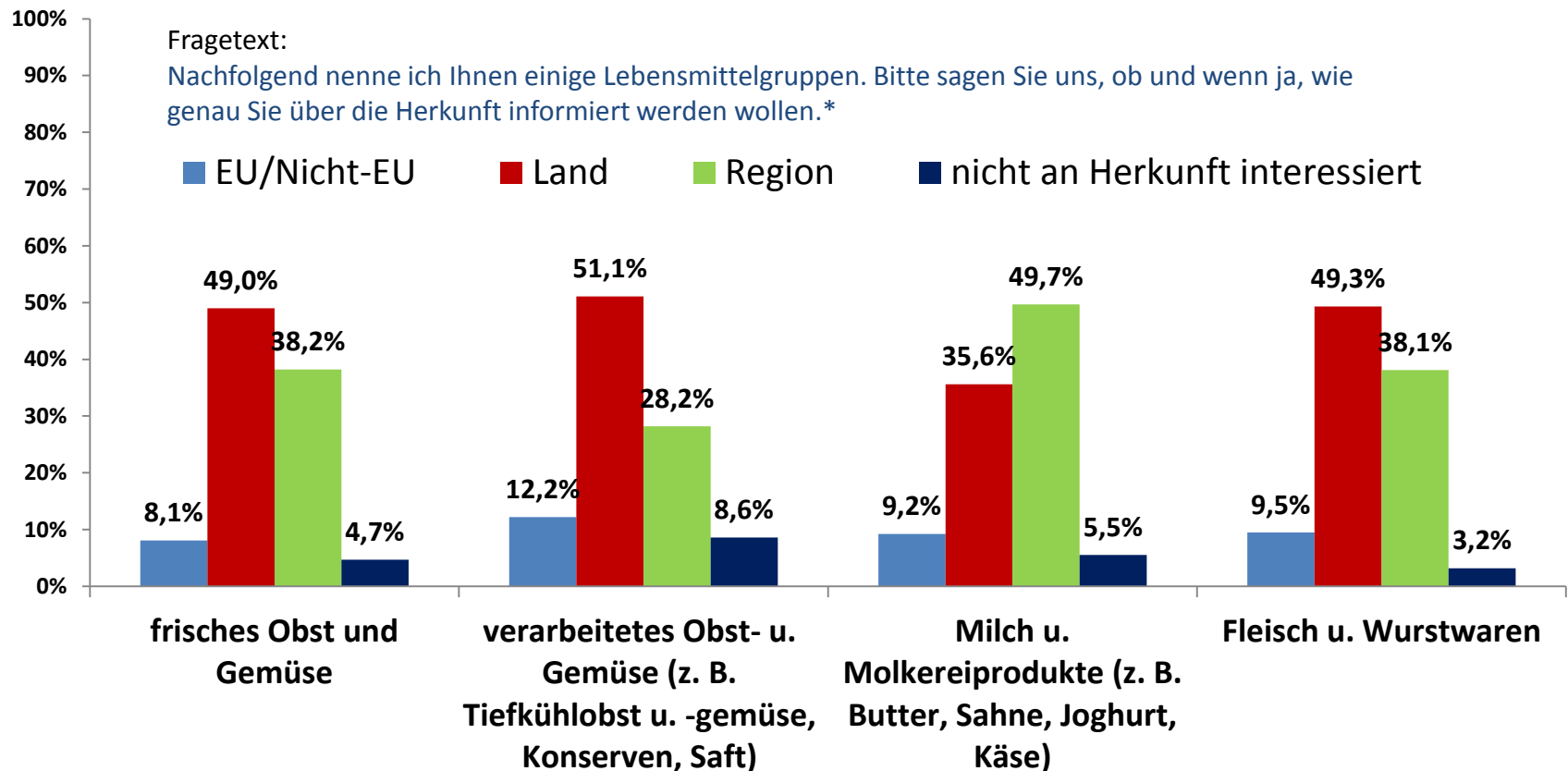
mit g.g.A. Label



2.5 Verbraucherpräferenzen beim räumlichen Detaillierungsgrad von Herkunftsangaben

- Angaben zur Herkunft von Lebensmitteln können im Hinblick auf die räumliche Zuordnung unterschiedlich detailliert sein. Grundsätzlich finden sich im Lebensmittelmarkt folgende Kennzeichnungsebenen:
 - ✓ Angabe, ob das Produkt aus EU- oder Nicht-EU-Ländern stammt oder gemischter Herkunft ist (verpflichtend z. B. bei Zutaten für Bio-Produkte, Olivenöl- u. Honig),
 - ✓ Angabe des Herkunftslandes (verpflichtend bei den meisten Obst- und Gemüsearten),
 - ✓ Angabe der Herkunftsregion.
- Auf den nachfolgenden Seiten (S. 38-43) sind die Befragungsergebnisse dargestellt, die sich mit den Verbraucherpräferenzen zum räumlichen Detaillierungsgrad von Herkunftsangaben beschäftigen.
 - Es zeigt sich, dass Verbraucher in erster Linie die Angabe des Ursprungslandes präferieren. Ob die Produkte aus einem Mitgliedsland der EU stammen oder nicht, ist für die Mehrzahl der herkunftsinteressierten Verbraucher nicht detailliert genug.
 - Die unspezifische Angabe für eine gemischte Herkunft „EU-/Nicht-EU“ ist wenig bekannt und wird häufig falsch interpretiert.
 - Am Beispiel Olivenöl: Der Detaillierungsgrad der Herkunftsangabe wirkt sich grundsätzlich auf die Kaufwahrscheinlichkeit aus. Ausmaß und Richtung werden dabei durch die jeweiligen Länderimages bestimmt. Die Wirkung der Länder-Qualitätsimages ist sehr ausgeprägt (positiv: Italien und Spanien, negativ: Türkei und Tunesien). Das EU-Gesamtimage ist leicht positiv.

Räumlicher Detaillierungsgrad: Kennzeichnungspräferenzen bei unterschiedlichen Lebensmittelgruppen



* Vorgabe von Antwortoptionen z. B.: Bei Milch und Molkereiprodukten möchte ich wissen, ...

- ☐ ob die Milch aus der EU kommt,
- ☐ aus welchem Land die Milch kommt,

- ☐ aus welcher Region die Milch kommt
- ☐ Mich interessiert nicht, woher die Milch kommt.

Bekanntheit der Herkunftsangabe „EU-/Nicht-EU-Landwirtschaft“



Frage-
text:

Hier sehen Sie ein Produktbeispiel, auf dem die Angabe „EU-/Nicht-EU-Landwirtschaft“ steht. Haben Sie diese Angabe auf Lebensmitteln schon einmal gesehen?

Ja	Nein	Weiß nicht
29,7	55,3	14,9

Angaben in % aller gültigen Antworten

Frage-
text:

Haben Sie eine Idee, was mit der Angabe „EU-/Nicht-EU-Landwirtschaft“ gemeint ist?

Der Aufdruck bedeutet...(vgl. nächste Seite)	Weiß nicht, was mit dem Aufdruck gemeint ist.
52,0 (n=390)	48,0 (n=360)

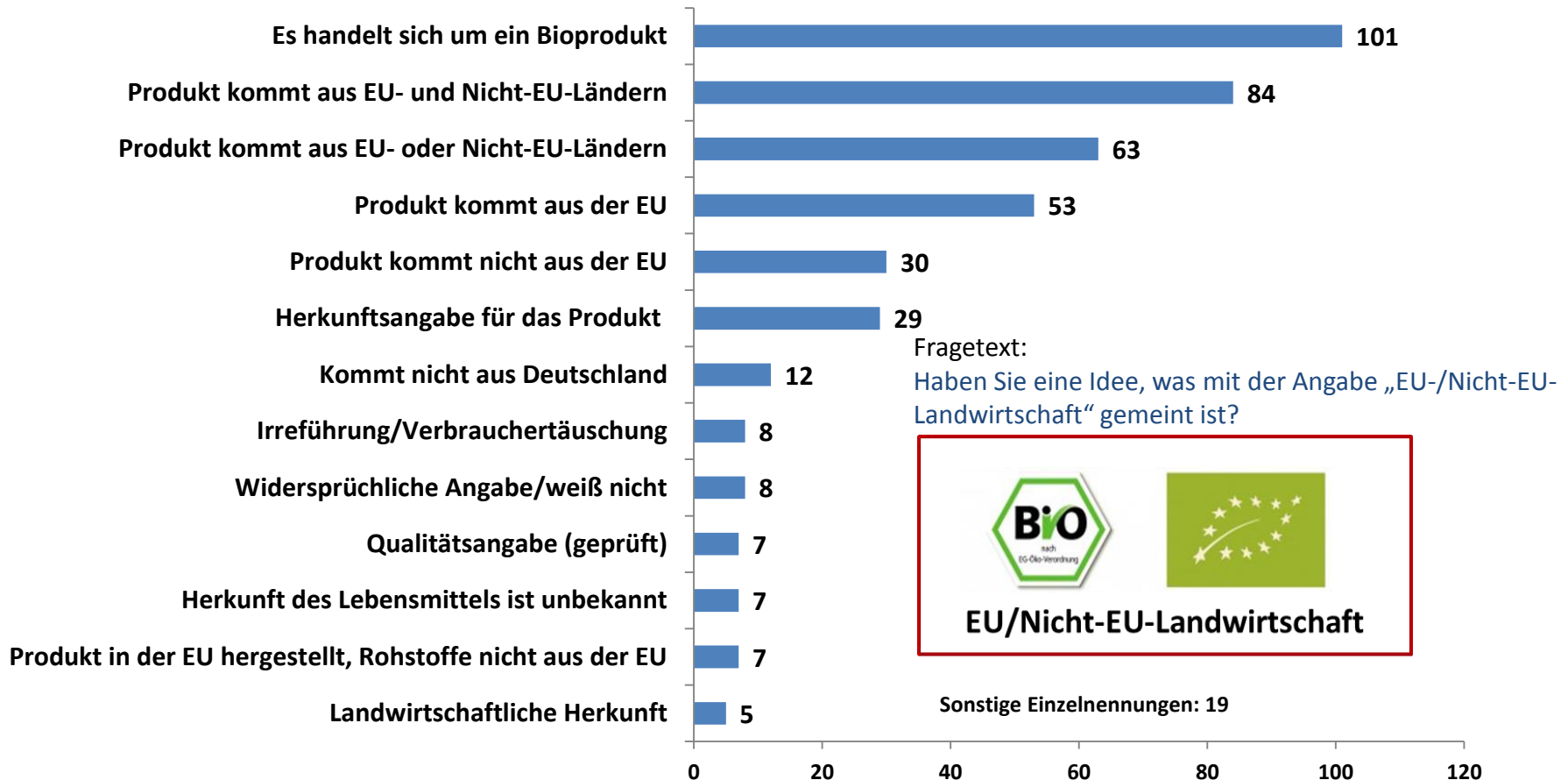
Angaben in % aller gültigen Antworten

Der Aufdruck bedeutet ...

(offene Abfrage, n=390*)

*Probanden haben z. T. mehrere Aspekte genannt, Gesamtzahl der Nennungen: n=433

■ Anzahl der Nennungen



Kaufwahrscheinlichkeiten bei unterschiedlichen Kennzeichnungsvarianten (n=546; nur Probanden, die zuvor angegeben haben, zumindest gelegentlich Olivenöl zu kaufen)

- Bei nativem Olivenöl und nativem Olivenöl extra sind Herkunftsangaben verpflichtend:
 - ✓ Bei Olivenölen, die aus einem EU-Mitgliedstaat oder einem Drittland stammen, erfolgt i. Allg. die Länderangabe. Die Ursprungsangabe „Europäische Union“ ist ebenfalls zulässig.
 - ✓ Mischungen von Olivenölen werden als "Mischung von Olivenölen aus der Europäischen Union", "Mischung von Olivenölen aus Drittländern" oder "Mischung von Olivenölen aus der Europäischen Union und aus Drittländern" gekennzeichnet.
- Am Beispiel Olivenöl haben wir untersucht, inwieweit die Angabe eines konkreten Ursprungslandes die Kaufwahrscheinlichkeit beeinflusst. Hierfür wurden den Probanden 7 Produktdummies mit unterschiedlichen Herkunftsangaben zur Auswahl vorgelegt. Dabei wurden einerseits unterschiedliche Länderimages berücksichtigt und andererseits der Detaillierungsgrad der Herkunftsangaben variiert (zu den Varianten vgl. nächste Seite).
- Die Probanden wurden zunächst gebeten, die verschiedenen Olivenöle in die Rangfolge ihrer persönlichen Kaufwahrscheinlichkeit zu bringen. Um Präferenzabstände zu ermitteln, sollten sie dann ausgehend von dem Ankerpreis 2,99€ für das letztplatzierte Produkt im nächsten Schritt jeweils ihre Mehrzahlungsbereitschaft für die weiteren Kennzeichnungsoptionen angeben.

Im Ergebnis zeigt sich eine sehr ausgeprägte Wirkung der Länder-Qualitätsimages (positiv: Italien und Spanien, negativ: Türkei und Tunesien) auf die Kaufwahrscheinlichkeit. Das EU-Gesamtimage ist leicht positiv. Herkunftsangaben werden bei positiver Qualitätserwartung mit einer höheren Zahlungsbereitschaft honoriert.

Kennzeichnungsvarianten und Befragungstext

7 Dummies mit folgenden Etiketten:



Mischung von Olivenölen
aus der EU und
Drittländern

Mischung von Olivenölen
aus der Türkei und
Tunesien

aus Tunesien

Mischung von Olivenölen
aus der EU

Mischung von Olivenölen
aus Italien und Spanien

aus Italien

Ohne Herkunfts-
kennzeichnung

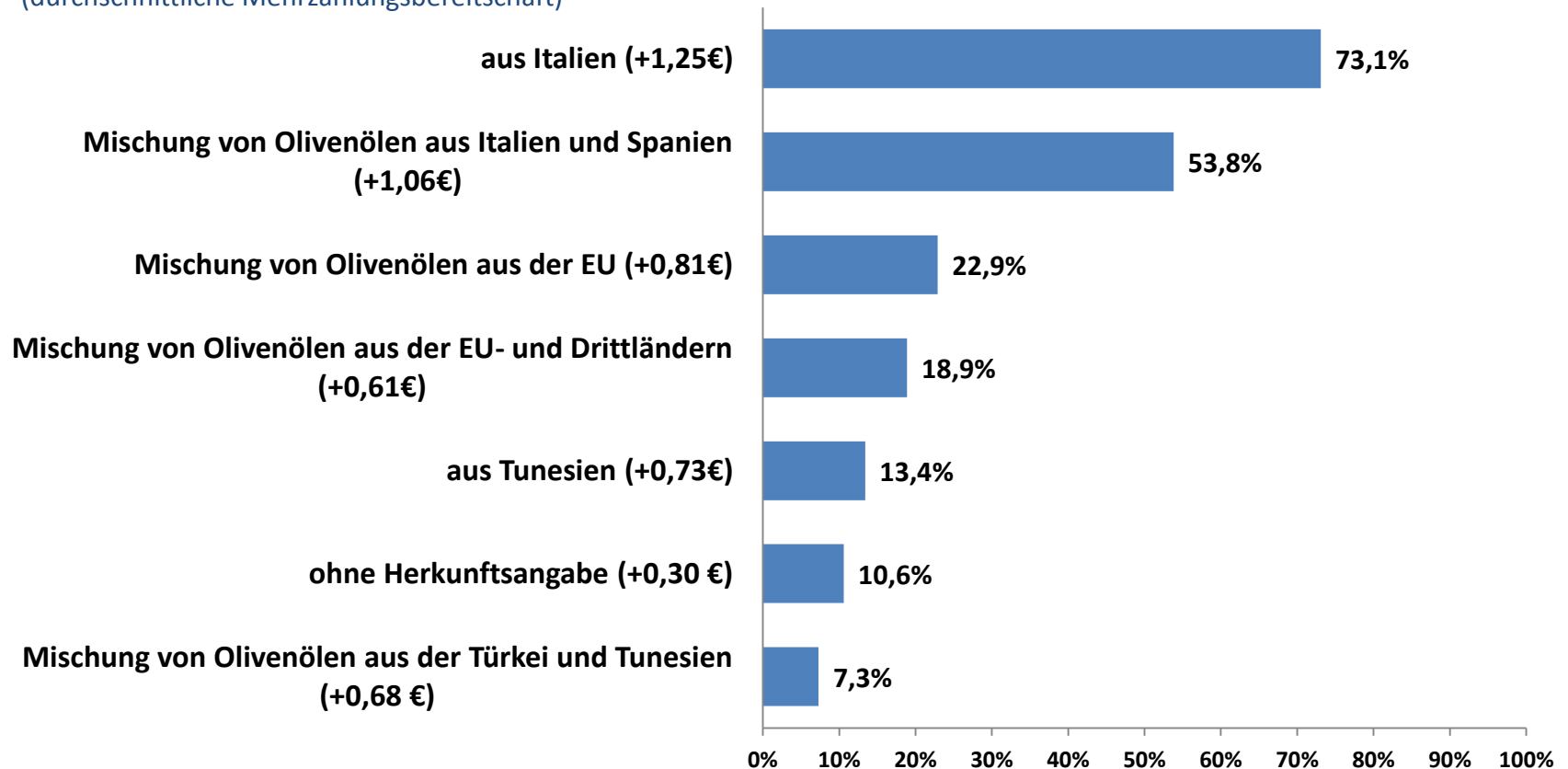
Fragetext :

1. Stellen Sie sich vor, Sie wollen Olivenöl kaufen. Hier sehen Sie verschiedene Olivenöle mit unterschiedlichen Herkunftsangaben zur Auswahl. Welches Olivenöl würden Sie kaufen? Sortieren Sie die Produkte bitte nach der Wahrscheinlichkeit, mit der Sie das Produkt kaufen würden: Zuerst das Öl, für das Sie sich am ehesten entscheiden würden, dann das Zweitwahrscheinlichste... und das Unwahrscheinlichste zuletzt.
2. Hier sehen Sie Ihre Auswahl noch einmal. Wenn das von Ihnen an letzter Stelle platzierte Olivenöl 2,99€ kosten würde, wieviel würden Sie dann für die anderen Olivenöle jeweils mehr bezahlen?

Rangliste nach Kaufwahrscheinlichkeit

Dummy mit der Kennzeichnungsvariante
(durchschnittliche Mehrzahlungsbereitschaft)

■ Nennung von Rang 1 oder 2



2.6 Einfluss ländertypischer Aufmachungselemente auf die Verbraucherwartung und die Bedeutung von Herkunftsangaben

- Lebensmittelspezialitäten aus dem Ausland erfreuen sich seit Jahren wachsender Beliebtheit bei den Verbrauchern und haben Eingang in die deutschen Küchen gefunden. Auch heimische Anbieter greifen solche Produktideen auf und passen die Produkte z. T. in der Rezeptur an den deutschen Geschmack und die verfügbare Rohstoffbasis an. Bei der Vermarktung ist der Bezug auf landestypische Motive und Farben verbreitet.
- Die nachfolgenden Fragen untersuchen anhand von Produktdummies,
 - ✓ inwieweit eine länderspezifische Aufmachung die Erwartung weckt, dass das Produkt aus dem betreffenden Land kommt (S. 45-47), und
 - ✓ inwieweit eine ländertypische Verpackungsaufmachung das Interesse an Herkunftsangaben beeinflusst (S. 48-53).
- Zur Untersuchung dieser Fragestellungen wurde die Stichprobe in 2 bzw. 3 Untergruppen geteilt. Die jeweiligen Aufmachungsvarianten und Befragungsergebnisse sind auf den folgenden Seiten dargestellt.

Im Ergebnis zeigt sich, dass eine ländertypische Aufmachung die Verbrauchererwartung, woher ein Lebensmittel stammt, deutlich beeinflusst. Das Interesse an Herkunftsangaben über die verschiedenen Produktionsschritte wird durch den Länderbezug auf der Verpackung dagegen nicht verändert.

Fallbeispiel Pesto: Aufmachungsvarianten



Split 1 (n=242):
Länderneutrale Aufmachung



Split 2 (n=260): wie 1 +
italienische Flagge u.
ländertypische Farbgebung



Split 3 (n=248): wie 2 +
italienischer Claim u.
ländertypisches Symbol

Fallbeispiel Pesto: Herkunftserwartung (I)



Frage text:

Stellen Sie sich vor, Sie sind im Supermarkt und sehen dieses Produkt. Können Sie bei diesem Produkt erkennen, wo es herkommt?

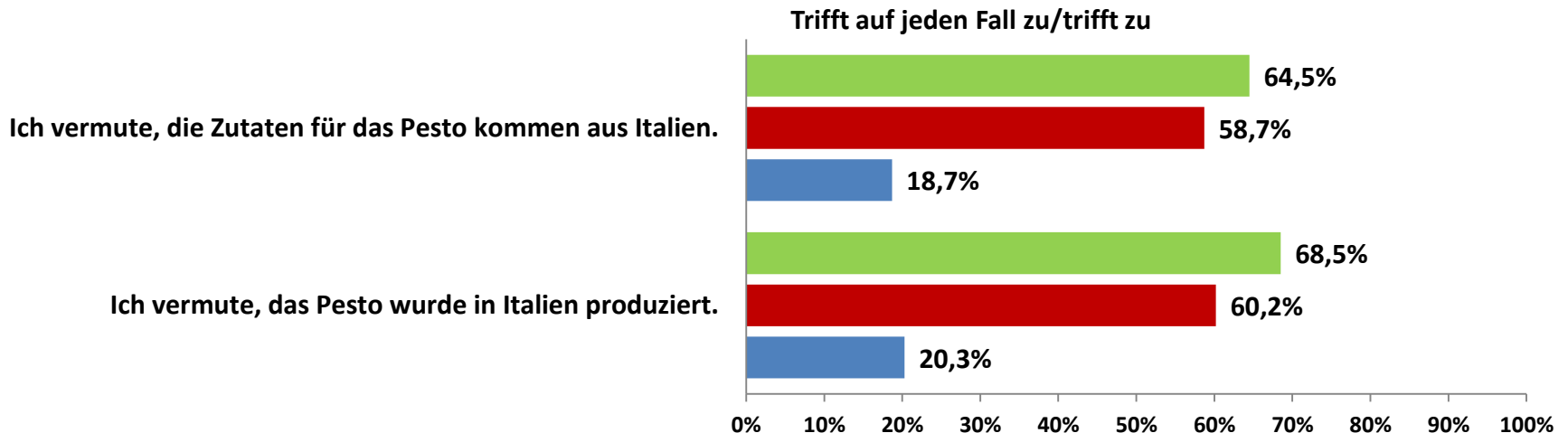
	aus...	weiß nicht	kann man nicht erkennen
Split 1	5,8% Italien (6), Spanien (1), Deutschland (7)	19,4%	74,8%
Split 2	65,4% Italien (168), Deutschland (2)	13,8%	20,8%
Split 3	72,6% Italien (177), Spanien (2), Deutschland (1)	12,9%	14,5%

Fallbeispiel Pesto: Herkunftserwartung (II)

Fragetext:

Was denken Sie, inwieweit die folgenden Vermutungen zutreffen?

■ italienische Flagge, Farbgebung, Claim und Symbol ■ italienische Flagge und Farbgebung ■ länderneutrale Aufmachung



Im Ergebnis zeigen sich deutliche Unterschiede in den Herkunftserwartungen der Verbraucher. Signifikante Unterschiede bestehen zwischen der länderneutralen Aufmachung und beiden italienisch anmutenden Varianten. Das betrifft die Zutatenherkunft ebenso wie den erwarteten Produktionsort. Wie ausgeprägt der Italienbezug ist, führt dann nur noch zu geringfügigen Unterschieden (statistisch nicht signifikant).

Fallbeispiel Spaghetti: Aufmachungsvarianten



Split 1 (n=375):
Länderneutrale Aufmachung



Split 2 (n=375):
Länderbezug Italien

Fallbeispiel Spaghetti: Herkunftsinteresse

Fragetext:

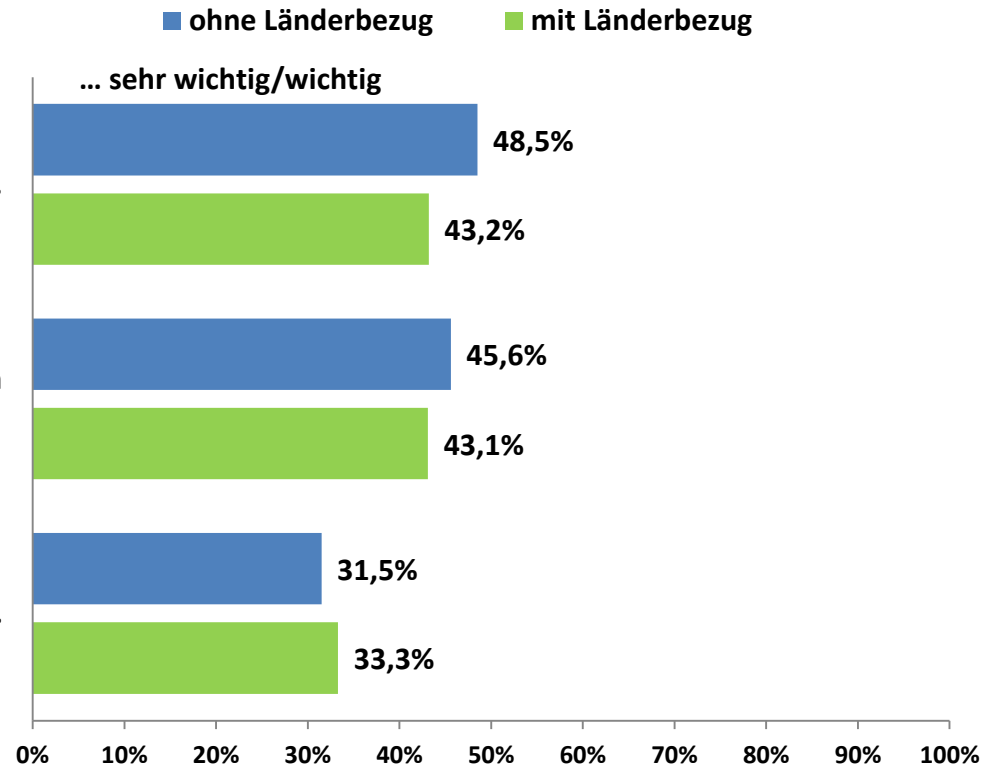
Wie wichtig ist Ihnen bei diesem Produkt die Angabe folgender Herkunftsangaben?

Zu wissen,

wo die Nudeln hergestellt wurden, ist mir ...

wo die Rohstoffe (z. B. Hartweizengrieß) für die Nudeln
herkommen, ist mir ...

woher das Nudelrezept stammt, ist mir ...



Fallbeispiel Baguette: Aufmachungsvarianten



Split 1(n=375):
Länderneutrale Aufmachung



Split 2(n=375):
Länderbezug Frankreich

Fallbeispiel Baguette: Herkunftsinteresse

Fragetext:

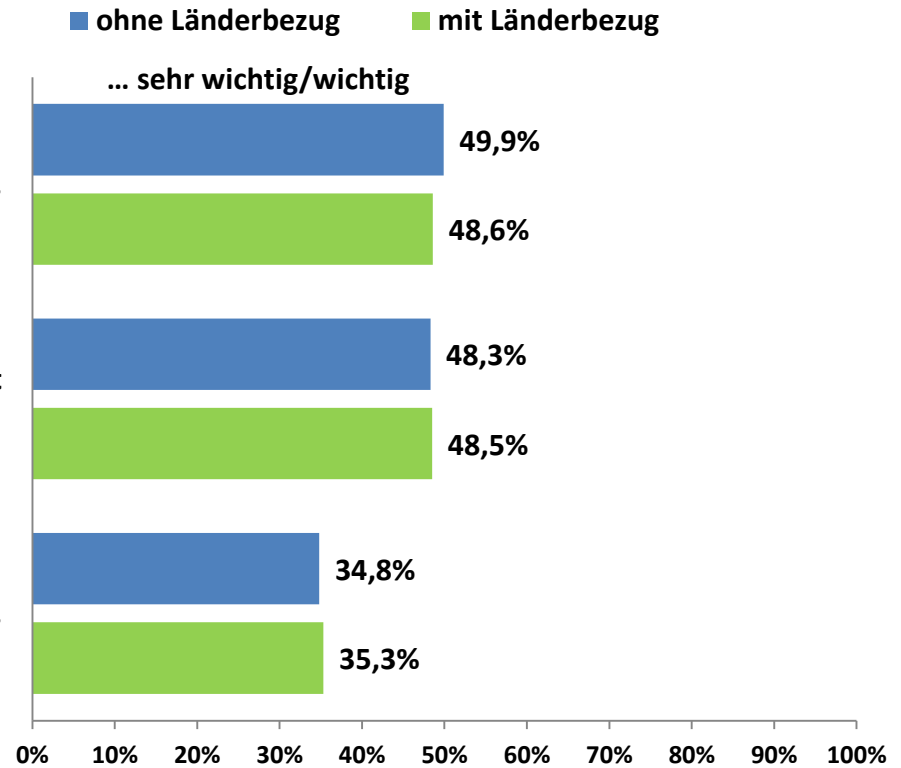
Wie wichtig ist Ihnen bei diesem Produkt die
Angabe folgender Herkunftsangaben?

Zu wissen,

wo das Baguette hergestellt wurde, ist mir ...

wo die Rohstoffe (z. B. Mehl) für das Baguette herkommen, ist
mir ...

woher das Rezept für das Baguette stammt, ist mir ...



Fallbeispiel Chorizo: Aufmachungsvarianten



Split 1 (n=375):
Länderneutrale Aufmachung



Split 2 (n=375):
Länderbezug Spanien

Fallbeispiel Chorizo: Herkunftsinteresse

Fragetext:

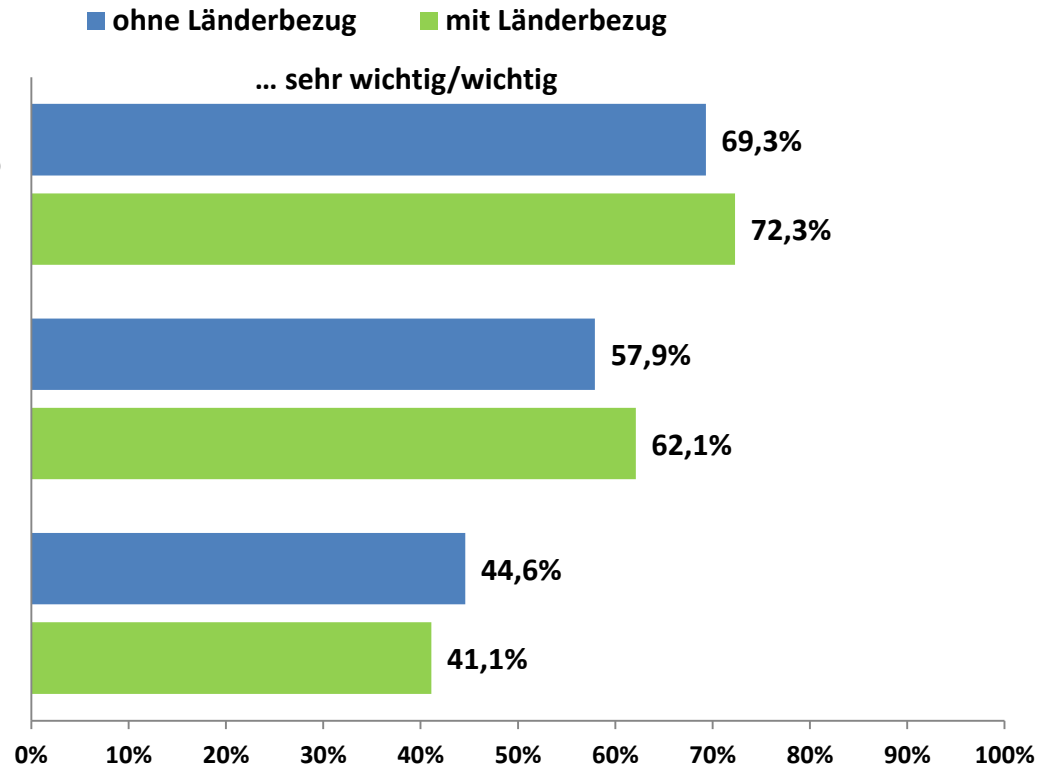
Wie wichtig ist Ihnen bei diesem Produkt die
Angabe folgender Herkunftsangaben?

Zu wissen,

wo die Rohstoffe (z. B. das Fleisch) für die Chorizo
herkommen, ist mir ...

wo die Chorizo hergestellt wurde, ist mir ...

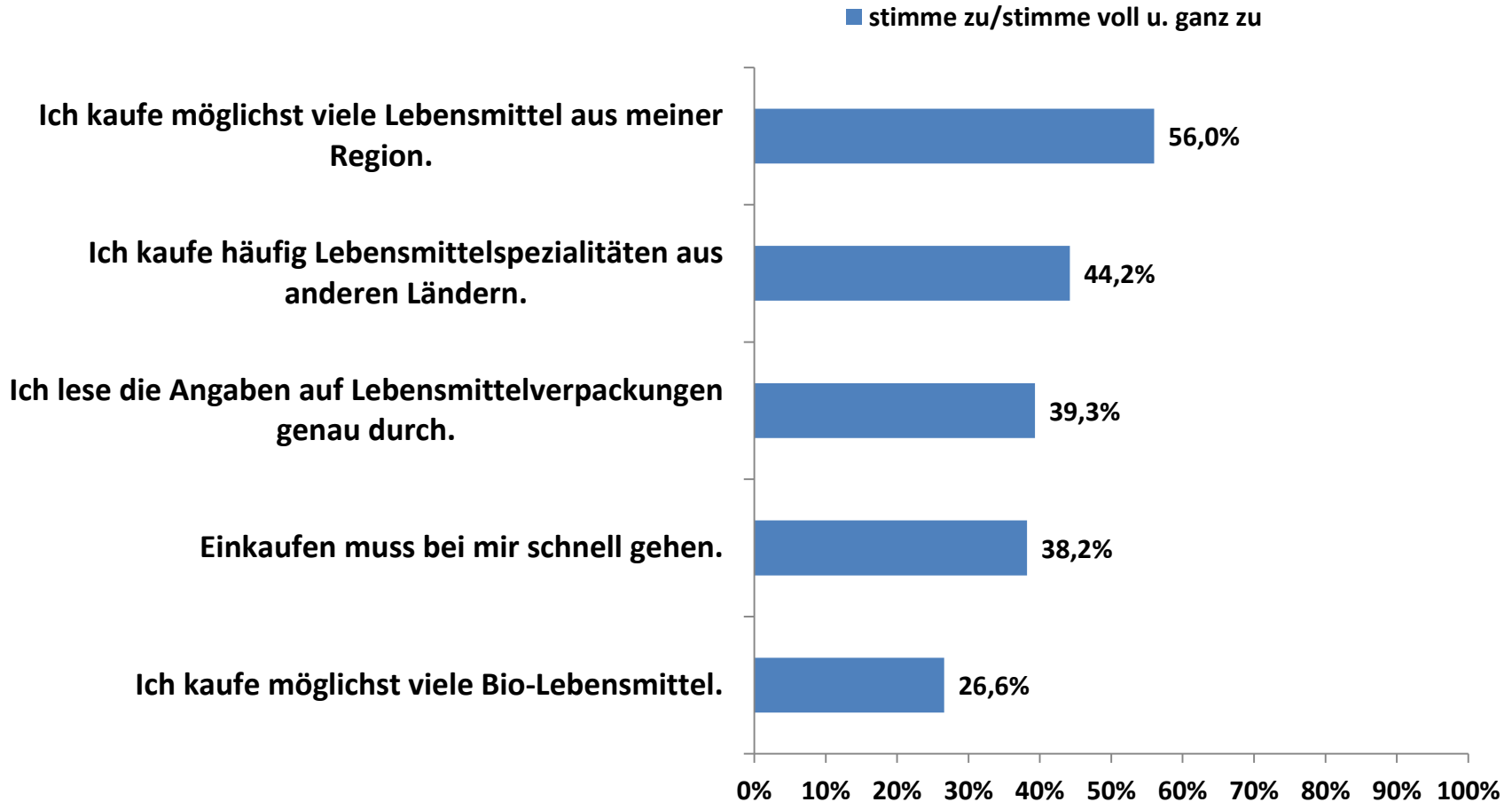
woher das Rezept für die Chorizo stammt, ist mir ...



5. Beschreibung der Stichprobe

- Persönliches Einkaufsverhalten
- soziodemographische Angaben

Persönliches Einkaufsverhalten



Soziodemographische Merkmale der Stichprobe

Alter in Jahren	Altersdurchschnitt in Jahren: 46 (Altersgruppen: 16-29 (18,7%), 30-49 (33,3%), 50 und älter (48,0%))
Geschlecht	Männlich (48,8%), weiblich (51,2%)
Wohnort (Region)	Nord (16,3%), Mitte (35,0%), Süd (28,5%), Ost (20,1%)
Haushaltsgröße (Anzahl Personen)	1 (40,0%), 2 (34,5%), 3 (12,7%), 4 (9,3%), 5 (3,2%), 6 (0,3%)
Lebenssituation	Bei den Eltern (3,6%); in einer WG (0,9%); mit Partner, Kinder ausgezogen (13,1%); mit Partner, ohne Kinder (18,3%); mit Partner u. Kindern (22,0%); allein erziehend mit Kindern (2,0%); bei den Kindern (0,3%); allein (39,9%)
Einkommensklassen	unter 500 € (2,4%), 500-899 € (10,4%), 900-1.499 € (22,7%), 1.500-1.999 € (16,5%), 2.000-2.599 € (15,3%), 2.600-3.199 € (10,3%), 3.200 € und mehr (21,1%), keine Angabe (1,3%)
Bildungsgrad	Volks-/Hauptschule (35,6%), mittlere Reife/weiterbildende Schule ohne Abitur (29,3%), Abitur/Hochschulreife/Fachhochschulreife (12,9%), abgeschlossenes Studium (14,9%), keine Schulabschluss/noch in der Ausbildung (7,2%)

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

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; Spiller, Achim (2014): Herkunftsangaben auf Lebensmittelverpackungen. Ergebnischarts zum 2. Zwischenbericht des Projekts „Repräsentative Verbraucherbefragungen im Rahmen des Projektes ‚Lebensmittelklarheit 2.0‘ “ im Auftrag des Verbraucherzentrale Bundesverband e. V. (vzbv), Göttingen.