

**Institut für Ernährungswissenschaft  
Prof. Dr. Ingrid-Ute Leonhäuser  
Institut für Agrarsoziologie und Beratungswesen  
Prof. Dr. Hermann Boland**

**Justus-Liebig-Universität Gießen**

**Wissenschaftliche Stellungnahme zur FSA-Studie:**

MALAM, SALLY; CLEGG, SUE; KIRWAN, SARAH; MCGINIGAL; STEPHEN  
(2009a): „Comprehension and use of UK nutrition signpost labeling  
schemes“

**Ausgearbeitet von:**

Dipl. oec. troph. Julia Lohscheidt, Wissenschaftliche Mitarbeiterin  
Institut für Agrarsoziologie und Beratungswesen in Zusammenarbeit  
mit: Lisa Jansen, MSc. Ernährungswissenschaften,  
Stephanie Hoy, MSc. Ernährungswissenschaften,  
Justus-Liebig-Universität Gießen

**Im Auftrag von foodwatch e.V. , Berlin**

**August 2009**



## Inhaltsverzeichnis

Glossar .....	3
1 Einleitung.....	4
2 Theoretischer Hintergrund.....	5
3 Methodisches Vorgehen.....	7
3.1 Qualitative Verfahrensschritte .....	8
3.2 Quantitative Verfahrensschritte .....	11
3.3 Quantitative und qualitative Verfahrensschritte .....	13
4 Nutzung der Ergebnisse für Deutschland .....	<b>Fehler! Textmarke nicht definiert.</b>
5 Literaturverzeichnis .....	17

## Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Konzept zur Modellierung der FOP-Kennzeichennutzung .....	5
Abbildung 2: Überblick: methodisches Design.....	8
Abbildung 3: Testdesign objektive Verständlichkeit.....	12

---

## Glossar

BOP	Back of Pack	Rückseite der Verpackung
% GDA	% Guideline Daily Amount	% Richtwerte für die Tageszufuhr
FOP	Front of Pack	Vorderseite der Verpackung
FOP labels	labels that signpost the level of key nutrients on the front of food packaging	Kennzeichnungen, die den Gehalt an Hauptnährstoffen auf der Vorderseite von Lebensmittelverpackungen angeben: FOP-Kennzeichen
TL	Traffic Light colours	Ampelfarben

# 1 Einleitung

Die zu bewertende FSA - Studie aus dem Vereinigten Königreich liefert **Ergebnisse aus Sicht des Verbrauchers** zur Nutzung und Verständlichkeit von bestehenden Nährwertkennzeichnungssystemen. Die betrachteten Nährwertkennzeichnungssysteme in der Studie sind (BMRB 2008: 1):

1. Einfarbige Systeme, die Informationen über die Höhe der prozentualen Tageszufuhr liefern (%GDA-Angaben),
2. Ampelfarbige Systeme, die den Nährwertgehalt anzeigen,
3. Systeme, die eine Kombination aus der Ampel und den %GDA-Angaben bilden.

Die detaillierten Ziele beziehen sich nicht nur auf die Nutzung und Verständlichkeit dieser drei Systeme, sondern auch auf die Kombination der enthaltenen Elemente, wie Farbe, Prozentangabe etc. und deren Einfluss auf die Verständlichkeit von Informationen auf der Vorderseite von Verpackungen. Die Studie zielt darauf ab, die Charakteristika eines Systems zu identifizieren, das den Verbraucher am besten befähigt eine geplante Kaufentscheidung in Bezug auf Fett, gesättigte Fettsäuren, Salz, Zucker und Kalorien zu treffen. Hinzu kommt, dass auch die sozioökonomischen Faktoren identifiziert werden, die die Interpretationsfähigkeit der Nährwertinformationen beeinflussen (ebd.: 2).

Die von **Foodwatch, Geschäftsführer Herr Dr. Thilo Bode**, in Auftrag gegebene wissenschaftliche Stellungnahme soll sich auf:

- **die Qualität der Studie und**
- **die Aussagen der Studie beziehen.**

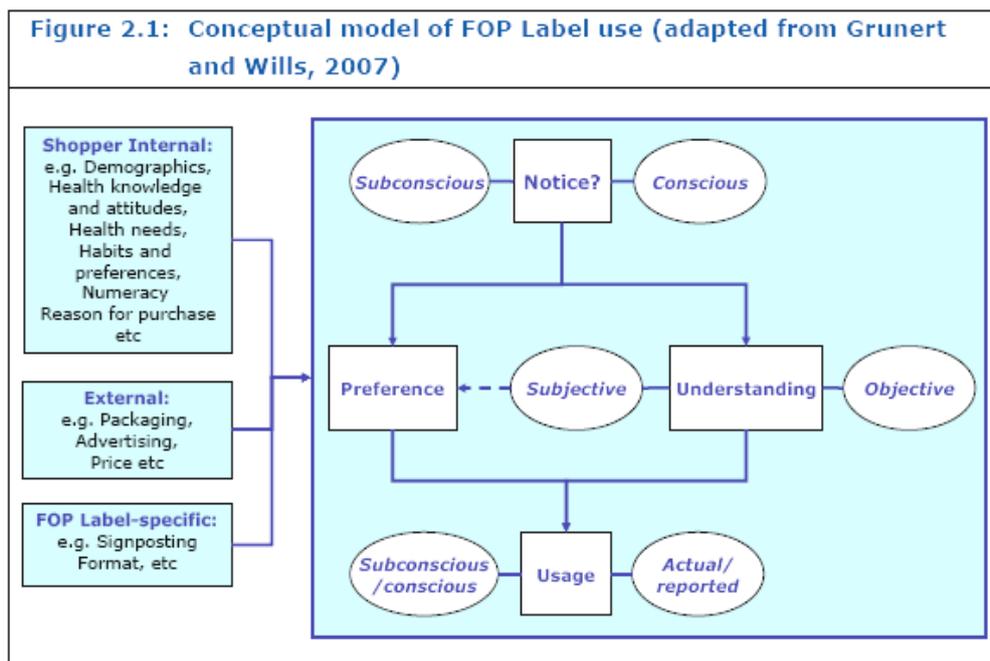
Zu den zwei Punkten sind folgende Bewertungen erforderlich, die in den nachfolgenden Kapiteln dargestellt werden:

- **Theoretischer Hintergrund:** Modell von GRUNERT & WILLS (2007) qualitative Vorstudie,
- **Methodischer Ansatz:** Dimensionen der Datenerhebung und der daraus resultierenden Ergebnisse,
- **Umfang der Studie:** Stichproben in den einzelnen methodischen Schritten.

## 2 Theoretischer Hintergrund

Das Modell von GRUNERT & WILLS (2007: 387) zur Modellierung der **objektiven Verständlichkeit** bildet das theoretische Gerüst der Vorüberlegungen der Studie, wie die folgende Abbildung zeigt. Das Modell geht davon aus, dass Faktoren wie Herkunft, Ernährungswissen etc. (interne Faktoren bzw. Verhaltensdeterminanten der Käufer), wie auch die Verpackung an sich, Preis oder Werbung (externe Faktoren) sowie spezifische Einflüsse der FOP-Kennzeichen selbst die Wahrnehmung, das Verstehen und die Nutzung von FOP-Kennzeichen beeinflussen. In der Studie soll die „objektive Verständlichkeit“ gemessen werden. Dazu sind im Vorfeld die Aussagen der FOP-Kennzeichen von verschiedenen Experten interpretiert worden. Es sind nur solche Kennzeichnungen verwendet worden, die eine Übereinstimmung von mehr als 70% zwischen den Antworten der Experten erzielten. Bevor das FOP-Kennzeichen von den Einkäufern genutzt werden kann, muss dieses zuerst wahrgenommen werden - entweder bewusst oder unbewusst, wie die Abbildung 1 aus der Studie zeigt. Davon hängt im nächsten Schritt ab, wie die Einkäufer die FOP- Kennzeichnung verstehen und welche FOP-Kennzeichen (Formate) Verbraucher bevorzugen. Die Nutzung der FOP-Kennzeichen wird in eine unbewusste und tatsächliche Nutzung eingeteilt. Um die korrekte objektive Nutzung von FOP-Kennzeichen zu fördern, ist es nötig, dass das angestrebte **objektive Verständnis** erreicht wird. Das bedeutet, dass das subjektive Verständnis der Einkäufer mit dem tatsächlichen objektiven Verständnis übereinstimmen muss, um die richtige Nutzung der FOP-Kennzeichen zu erzielen (MALAM et al. 2009a: 11f.)

**Abbildung 1: Konzept zur Modellierung der FOP-Kennzeichennutzung**



Quelle: MALAM et al. 2009a: 11.

Die Anpassung des **Modells von GRUNERT & WILLS** (2007) wird als **zutreffend bewertet**, da es sowohl die **Wahrnehmung, die Verständlichkeit und die Nutzung** von Verpackungsinformationen einschließt, aber auch die **internen und externen Einflussfaktoren** berücksichtigt. Die Kaufentscheidung wird daher als komplexer Prozess betrachtet und ist nicht nur von den FOP-Kennzeichen selbst abhängig. Das Modell basiert zum einen auf der Entscheidungsfindung und zum anderen auf der Einstellungsbildung der Konsumenten (ebd.: 386).

### 3 Methodisches Vorgehen

Das methodische Design ist in qualitative und quantitative Schritte unterteilt. Der Bericht über die Nutzung und Verständlichkeit der Nährwertkennzeichnungssysteme im Vereinigten Königreich ist auf der Homepage der Food Standard Agency unter der Kategorie „News Centre“ am 6. Mai 2009 zu finden (<http://www.food.gov.uk/news/newsarchive/2009/may/pmp>). Zusätzlich zu dem Bericht, der die Ergebnisse der Studie präsentiert, sind sowohl eine umfangreiche wissenschaftliche Herleitung des methodischen Designs sowie ein technischer Anhang verfügbar. In den beiden letztgenannten Dokumenten sind die qualitativen und quantitativen methodischen Schritte detailliert beschrieben. Die Transparenz der Vorgehensweise ist daher gegeben. Die Qualität der **Verfahrensdokumentation** wird als hoch bewertet.

Die Qualität der vorliegenden Studie wird durch das methodische Vorgehen und die daraus resultierenden Aussagen bewertet. Folglich wird das qualitative und quantitative Vorgehen kurz skizziert und die daraus abgeleiteten Aussagen der Studie beurteilt. Die **drei Forschungsfragen der Studie** sind (MALAM et al 2009a: 3):

1. Inwieweit befähigen einzelne Kennzeichnungssysteme (oder Elemente der Systeme) Konsumenten zu einer treffenden Interpretation des Gehalts (levels of key nutrients) der Hauptnährstoffe?
2. Wie nutzen Konsumenten Kennzeichnungssysteme auf Verpackungen im Alltag, während dem Einkauf im Lebensmitteleinzelhandel und zu Hause?
3. Wie beeinflusst die Koexistenz verschiedener Kennzeichnungssysteme auf Verpackungen deren richtige Interpretation?

Die Abbildung 2 aus der Studie gibt einen Überblick des methodischen Designs mit den Forschungsfragen und Zielen. Die ersten qualitativen Schritte beziehen sich auf die Forschungsfrage 1 und 2, die zweite qualitative Erhebung auf die Forschungsfrage 3. Das quantitative Vorgehen bezieht sich auf die Forschungsfrage 1, wie aus der der Abbildung 2 hervorgeht. Die einzelnen Schritte und Methoden werden erläutert. Die daran gebundenen Forschungsziele können auf Seite 10 der Studie nachgelesen werden (MALAM et al. 2009a: 10).

Abbildung 2: Überblick: methodisches Design

**Figure 2.2: Overview of project**

Stage	Qualitative work: Research questions 1 and 2			Quantita- tive work: Research question 1	Multiple signposting study: Research question 3	
Method	Accom- panied shops	In- store bag audits	In- home bag audits	Survey	Survey	Depth interviews
Research objectives	1.2-1.5 2.1-2.5, 2.7	1.2-1.5 2.1-2.5, 2.7	1.2-1.5 2.1-2.7	1.1-1.4	3.1	3.2
Number of interviews	113 shops	56 audits	56 audits	Pilot – 25 interviews; Cognitive testing - 100 interviews; Main survey - 2932 interviews	1602 interviews	50 depth interviews

Quelle: MALAM et al. 2009a: 13.

### 3.1 Qualitative Verfahrensschritte

Die Ergebnisse zur **Nutzung von Nährwertkennzeichnungssystemen** basieren auf qualitativen Verfahrensschritten. Dazu zählen die begleiteten Einkäufe, die Taschenprüfungen im Lebensmitteleinzelhandel und zu Hause. Ziel dieses ersten qualitativen Schrittes des methodischen Vorgehens ist es herauszufinden, inwieweit Verbraucher die Kennzeichnungssysteme im Alltag verwenden. Die Käufer wurden jeweils durch eine Quotenauswahl<sup>1</sup>, bezogen auf den Haupteinkäufer der Familie, die Volkszugehörigkeit, das Alter sowie unterschiedlicher sozioökonomischer Gruppen und deren geographische Lage zu den in der Studie einbezogenen Supermärkten, rekrutiert (MALAM et al. 2009b: 41ff.).

Im zweiten qualitativen Verfahrensschritt ist ein **Vergleich unterschiedlicher Nährwertkennzeichnungssysteme** vorgenommen worden. Die Ergebnisse verdeutlichen die Herausforderungen, die an die Koexistenz unterschiedlicher Kennzeichnungssysteme gebunden sind.

#### Begleitete Einkäufe, Taschenprüfungen im LEH und zu Hause

Ziel der insgesamt 113 **begleiteten Einkäufe** war es, die Einflussfaktoren auf die Kaufentscheidung zu identifizieren. Die begleiteten Kunden sind vorher nicht über das detaillierte Ziel der Studie - der Nutzung von FOP-Kennzeichnungen - aufgeklärt worden,

<sup>1</sup> Die technischen Details der qualitativen Verfahrensschritte für die begleiteten Einkäufe und die Taschenprüfung im LEH und zu Hause sind im technischen Anhang dokumentiert (MALAM et al. 2009b: 41ff.).

sondern ihnen wurde mitgeteilt, dass es generell um ihre Kaufentscheidung geht. So wird ein Einfluss auf die Nutzung von FOP-Kennzeichen im Vorfeld verhindert. Die Einkäufe dauerten zwischen 30 und 120 Minuten. Dabei haben die Beobachter mit einem Protokoll: Produkt, Marke, ob die FOP-Kennzeichen genutzt wurde oder nicht sowie die laut formulierten Gedanken zur Kaufentscheidung der Käufer notiert (MALAM et al. 2009b: 53). Um die Käufer zum „lauten Denken“ zu motivieren wurden Fragen, wie „Sagen Sie mir nach was sie schauen? Denken Sie noch an etwas? Gibt es noch andere Gründe für die Kaufentscheidung“ gestellt (ebd.: 51).

Die **beobachtete Nutzung von FOP-Kennzeichen** fällt geringer aus als die Selbstausskunft der Käufer bei den Taschenprüfungen. Dies wird darauf zurückgeführt, dass Kaufentscheidungen oft automatisch erfolgen und im Nachhinein zu rational bewertet werden (MALAM et al. 2009a: 33).

Ziel der **56 Taschenprüfungen im LEH** war es, auch nach der Nutzung von FOP-Kennzeichen direkt nach dem Einkaufen zu fragen. Voraussetzung für die Auswahl der Untersuchungsteilnehmer war eine Mindestzahl von fünf gekauften Produkten mit FOP-Kennzeichen zusätzlich zu den Kriterien der Stichprobenquote. Der Interviewertext und die Fragen beziehen sich zunächst auf die Gedanken bei der Kaufentscheidung. Im zweiten Teil des Interviews wird dann nach der Nutzung der FOP-Kennzeichnungen gefragt (MALAM 2009b: S. 54f.)

Die **Ergebnisse der Nutzung von FOP- Kennzeichnungen** im LEH zeigen zwei Hauptgründe. Zum einen um den Gesundheitswert von Produkten zu vergleichen und zum anderen um ein einzelnes Produkt zu bewerten (MALAM et al 2009a: 34). FOP-Kennzeichnungen werden vor allem dann genutzt, wenn eine Erkrankung vorliegt (Diabetes, hoher Cholesterinwert etc.) oder eine Gewichtsreduktion erfolgen soll (ebd.: 36ff.).

Ziel der **56 Taschenprüfungen im Haushalt** der Untersuchungsteilnehmer war es, die Nutzung von FOP- Kennzeichnungen im häuslichen Umfeld zu überprüfen. Die Personen sind dafür im LEH eine Woche vor dem Interview angesprochen worden. Die Auswahl der Personen hing davon ab, ob sie FOP-Kennzeichnen nutzen. Dazu wurde ein Test durchgeführt, in dem FOP-Kennzeichen identifiziert werden mussten. Nur Personen, die FOP-Kennzeichen nutzen und diese auch identifizieren können, sind für diesen Verfahrensschritt ausgewählt worden (MALAM 2009b: 45).

Die Durchführung und **Verfahrensdokumentation** der aufgeführten **qualitativen Schritte** ist als **transparent und angemessen** einzustufen. Die daraus gewonnenen Ergebnisse werden in drei Punkten zusammengefasst, die den Einfluss auf die Nutzung von FOP-Kennzeichnungen darstellen (MALAM 2009a: 31):

1. **Interne Einflussfaktoren des Käufers**, wie:
  - a. gesundheitsbewusste Einstellungen führen z.B. zu einer Nichtnutzung von FOP-Kennzeichen, weil Käufer ihr Wissen als ausreichend einschätzen oder sich nicht dafür interessieren,
  - b. fehlendes Vertrauen in FOP-Kennzeichnungen,
  - c. der Grad des Ernährungswissens beeinflusst wie gut und inwieweit FOP-Kennzeichen überhaupt genutzt werden können,
  - d. Faktoren, wie persönlicher Geschmack, Gewohnheiten oder Vorlieben, wirken stärker als die FOP-Kennzeichen.
  
2. **Externe Einflussfaktoren auf die FOP-Kennzeichnung**, wie:
  - a. andere Informationen auf der Verpackung,
  - b. das Aussehen des Produktes steht oft im Vordergrund,
  - c. die Kosten werden eher als die FOP-Kennzeichen in die Kaufentscheidung einbezogen,
  - d. die Angabe der Portionsgröße kann nur schwierig in Relation zu den FOP-Kennzeichen gesetzt werden.
  
3. **Externe Faktoren**, die die **Käufer** und die **FOP-Kennzeichnungen** betreffen, wie:
  - a. die Interpretation von Ampelfarben,
  - b. die Interpretation von Farben bei den %GDA-Angaben,
  - c. insgesamt scheint die Berücksichtigung von Ampelfarben, %GDA-Angaben und Textangaben (hoch/mittel/niedrig) die beste Lösung für eine FOP-Kennzeichnung zu sein. Einige Käufer hatten allerdings Probleme, überhaupt irgendein FOP-Kennzeichen zu interpretieren.

Die **Aussagen**, die aus dem **qualitativen Vorgehen** abgeleitet werden, sind als **relevant** für die **befragten Käufer im Vereinigten Königreich** einzuordnen. Die FOP-Kennzeichnungssysteme sind jedoch nicht der primäre Entscheidungsfaktor für den Kauf, sondern Geschmack, Gewohnheiten oder der Preis.

Die Ergebnisse können nicht einfach für **deutsche Käufer** übernommen werden, denn bisher existieren die FOP-Kennzeichnungssysteme nicht äquivalent zum Vereinigten Königreich. Allerdings treffen die **Hinweise zu den internen und externen Einflussfaktoren** auf die Nutzung von FOP-Kennzeichnungssystemen im gewissen Maß auch auf Käufer in Deutschland zu, was jedoch durch wissenschaftliche Untersuchungen zu überprüfen ist.

Die Studie zur Nutzung und Verständlichkeit von FOP-Kennzeichen im Vereinigten Königreich berücksichtigt bei der Erfassung den **alltagsnahen Kontext**, in dem der Verbraucher auch über die Nutzung von Lebensmitteln entscheidet. Die **Datenerfassung findet sowohl im**

**LEH-Umfeld als auch in den Privathaushalten** statt. Es wird ausdrücklich darauf verwiesen, dass die Selbstauskunft zur Nutzung von FOP-Kennzeichnungssystemen höher ausfällt als in der Beobachtungsstudie. Dieser Effekt ist bereits in Studien zur Nutzung von FOP-Kennzeichnungssystemen identifiziert worden. GRUNERT & WILLS (2007) haben in ihrer Metaanalyse zu der „Reaktion von Verbrauchern auf Ernährungsinformationen auf Lebensmittelkennzeichnungen in Europa“ diese Studien zusammengestellt (GRUNERT / WILLS 2007: 396). Dieses Ergebnis verweist darauf, dass eine Befragung zur Nutzung von FOP-Kennzeichnungssystemen immer ein verzerrtes Ergebnis der tatsächlichen Nutzung liefert.

### **3.2 Quantitative Verfahrensschritte**

Die Erfassung der **subjektiven Verständlichkeit** erfolgte in **künstlichen Testsituationen** und nicht während des Alltagshandelns der Verbraucher. Elemente, wie Grammangaben, Verpackungsdesign etc, können so in allen Tests konstant gehalten werden. Die Ergebnisse der qualitativen Forschung können genutzt werden, um die Interpretationsleistung auf den Alltag zu übertragen. Die subjektive Verständlichkeit wird dann gegen die objektive Verständlichkeit in richtig oder falsch bewertet. Es werden drei Verständlichkeitstests der unterschiedlichen FOP- Kennzeichnungssysteme und deren Elemente durchgeführt:

- Test 1: Bewertung des Nährstoffgehaltes in einem Produkt (für 2 Nährstoffe)**
- Test 2: Bewertung des Gesundheitswertes eines Produktes und**
- Test 3: Vergleich des Gesundheitswertes von zwei Produkten (mit unterschiedlichen FOP-Kennzeichen)**

Diese Tests werden bezogen auf die **unterschiedlichen Kennzeichnungskombinationen** durchgeführt. Es ergeben sich daraus insgesamt 92 unterschiedliche zu testende Kennzeichnungskombinationen, wie die folgende Abbildung zeigt: Die Label 1-10 kennzeichnen die einbezogenen Elemente, z.B. besteht Label 1 aus den Ampelfarben, dem Text: hoch/mittel/niedrig und den %GDA-Angaben, während Label 4 nur aus den Ampelfarben besteht, wie aus der ersten Spalte der Abbildung zu entnehmen ist. Die Tests werden in vier Gruppen unterteilt. Jede Testperson in Gruppe 1, bezogen auf Produkt 1 (Hauptgerichte, wie Fertiggericht, Suppe oder Sandwich) und Produkt 2 (Snacks, wie Joghurt, Cornflakes) muss 32 Labelkombinationen bewerten. Hier müssen sogar zwei Nährstoffe, wie Salz, Fett etc. bewertet werden. Label 9 und 10 werden hier ausgeschlossen, denn es handelt sich hier um die speziellen Formate: Kreisdiagramm und dem %GDA von Tesco, das nur schwarz-weiß abgebildet ist.

Abbildung 3: Testdesign objektive Verständlichkeit

Table 2.1: Final testing design: main stage

Group of shoppers			Group 1		Group 2		Group 3		Group 4		Total	
Test			Test 1		Test 2		Test 2		Test 3			
Product category			P1	P2	P1	P2	E <sup>§</sup> (P1)	E <sup>§</sup> (P2)	P1	P2		
TL	Text	%GDA	L1	2	2	1	1	1	1	1	1	10
		no %GDA	L2	2	2	1	1	1	1	1	1	10
	no text	%GDA	L3	2	2	1	1	1	1	1	1	10
		no %GDA	L4	2	2	1	1	1	1	1	1	10
No TL	Text	%GDA	L5	2	2	1	1	1	1	1	1	10
		no %GDA	L6	2	2	1	1	1	1	1	1	10
	no text	%GDA	L7	2	2	1	1	1	1	1	1	10
		no %GDA	L8	2	2	1	1	1	1	1	1	10
No TL	no text	%GDA	L9*			1	1	1	1	1	1	6
TL	no text	no %GDA	L10 <sup>#</sup>			1	1	1	1	1	1	6
TOTAL				16	16	10	10	10	10	10	10	92

\* - has non-signposting colour – label approximates to that used by Tesco

<sup>#</sup> - has circular presentation – label approximates to that used by Sainsbury’s

<sup>§</sup> - E indicates energy is NOT included on the label. Energy will be present on other labels.

Quelle: MALAM et al. 2009a: 24.

Dieses **Testdesign** ist, aufgeteilt auf die vier Gruppen, an **2.932 Testpersonen** durchgeführt worden. Die Tests sind computergestützt in den Privathaushalten erhoben worden. Vor den Tests ist zusätzlich nach der Nutzung der FOP-Kennzeichnungen gefragt worden, die nach Selbsteinschätzung um fast 20% höher lag als die beobachtet Nutzung (MALAM 2009a: 52).

Die Ergebnisse des **ersten Verständlichkeitstests** (Bewertung des Nährstoffgehaltes in einem Produkt) zeigen, dass **Label 1 und Label 2 mit 70%** insgesamt am **besten verständlich sind**. Die Ergebnisse sind differenziert nach Alter, Bildung, Herkunft (ethnische Minderheiten) und Geschlecht dargestellt, so dass Unterschiede der Verständlichkeit nachvollzogen werden können (ebd.: 64).

Im **Test zwei wurde der Gesundheitswert eines Produktes** ermittelt. Der Einsatz von Text verhilft zu einer besseren Verständlichkeit. Auch hier sind **Label 1 und Label 2 am besten verständlich** (ebd.: 74).

In **Test drei** wird der **Gesundheitswert von zwei Produkten verglichen**. Es werden nur die Labels einbezogen, die unter den Experten eine Übereinstimmung von 70% erzielten. Der Test erzielt über alle Labels und Charakteristika der Versuchsteilnehmer richtige Antworten und somit hohe Werte von 87% bis 93% (ebd.: 88).

Die Label 9 und 10 sind auf Grund ihrer Formate besonders einzustufen: das Kreisdiagramm und das schwarz-weiße %GDA-System. Beide FOP-Kennzeichen werden im Vereinigten Königreich häufig eingesetzt. Der Einsatz des %GDA-Systems ohne Farbe hat keinen Einfluss

auf die Verständlichkeit; auch das Kreisdiagramm zeigt keinen Einfluss. Allerdings wird das Kreisdiagramm im Vergleich zu den anderen am schlechtesten verstanden (ebd.: 107).

Auch hier ist ein **geeignetes Verfahren** zur **Messung der objektiven Verständlichkeit** eingesetzt worden, das detailliert erklärt wird. Es wird auf die Schwachstellen der Messung der Verständlichkeit verwiesen und so für den Leser nachvollziehbare Ergebnisse dargestellt. Die **repräsentative Wahl der Stichprobe** durch eine Quotenauswahl bezogen auf Alter, Bildung, Herkunft und Geschlecht kann in Kapitel 7 des „Scientific Rationale and design“ nachgelesen werden (BMRB 2008:68ff.).

### **3.3 Quantitative und qualitative Verfahrensschritte**

Im letzten Schritt der Studie wird die **Bewertung des Gesundheitswertes** von zwei Produkten mit unterschiedlichen FOP-Kennzeichen durchgeführt. Hierzu werden sowohl qualitative als auch quantitative Methoden eingesetzt. Die **qualitativen Ergebnisse** zeigen, dass ein Vergleich eingefärbter GDA-Systeme (Farbe hat hier keine Bedeutung) mit dem Ampelsystem dazu führt, dass der Farbe der %GDA-Systeme eine Bedeutung zugeschrieben wird und so falsche Vergleiche durchgeführt werden. Ein anderes Problem war, dass die Grammzahl als zusätzliche Information zum Vergleich zwischen zwei Systemen nicht beachtet wurde. Viele Einkäufer sagten, dass es ihnen zu lange dauern würde solch einen Vergleich durchzuführen (MALAM 2009a: 117).

Die **quantitativen Ergebnisse** aus den Tests verdeutlichen, dass der Vergleich von zwei FOP-Kennzeichnungssystemen zur Ermittlung des Gesundheitswerts eines Produktes am besten mit einer Kombination aus Text, %GDA-Angaben und Ampelfarben erfolgen kann. Hier kann der Verbraucher das System, das er am besten versteht, nutzen. Der Text, niedrig/mittel/hoch ermöglicht eine besser Interpretation der Ampelfarben (ebd.: 118).

Die **Triangulation der Methoden** ermöglichen unterschiedliche Perspektiven auf die Verständlichkeit. Auch dieses Vorgehen wird als relevant und passend eingestuft, um den Gesundheitswert von zwei Produkten durch FOP-Kennzeichen zu vergleichen.

## **4 Zusammenfassung und Nutzung der Ergebnisse für Deutschland und andere Mitgliedsstaaten**

Der Auftrag für die wissenschaftliche Stellungnahme beinhaltet eine Bewertung der Qualität sowie die Darstellung der wichtigsten Erkenntnisse der „FSA-Studie“. Darüber hinaus ergeben sich aus der Analyse der FSA-Studie Schlussfolgerungen für die Einführung einer Nährwertkennzeichnung in Deutschland und anderen Mitgliedsstaaten.

### **Qualität und Ergebnisse der FSA-Studie:**

1. Die FSA-Studie ist durch den theoretischen Rahmen, die Triangulation der Methoden und aufgrund der kritischen Reflexion der Ergebnisse als eine hervorragende Leistung einzustufen. In der ausführlichen Untersuchung werden erstmals umfassende Ergebnisse zur Nutzung von FOP-Kennzeichnungen (front of packages) im Lebensmitteleinzelhandel und im privaten Haushalt erfasst. Die umfassende und repräsentative Studie liefert wichtige Hinweise zur Verständlichkeit und Nutzung von FOP-Kennzeichnungssystemen, die als hilfreich für die Debatte in Deutschland sowie in anderen Mitgliedsstaaten angesehen werden können.
2. Die FSA-Studie ergibt, dass zwei Kennzeichnungssysteme am besten von den Verbrauchern verstanden werden: eine Kombination von Text (hoch/mittel/niedrig) und Ampelfarben (rot/gelb/grün) oder eine Kombination von Text (hoch/mittel/niedrig), Ampelfarben sowie den GDA-Angaben. Derart gestaltete Nährwertkennzeichnungen sind signifikant verständlicher als GDA Systeme ohne Farben und Text oder Ampelsysteme ohne Text.
3. Da diese beiden Kennzeichnungssysteme sich in der Verständlichkeit kaum unterscheiden, gehen die Autoren der FSA Studie davon aus, dass eine Kennzeichnung mit der Kombination von Text, Ampelfarben und der Angabe von Richtwerten für die Tageszufuhr die verständlichste Darstellung von Nährwertkennzeichen ist. Sie gehört bei den Verbrauchern zu den beliebtesten Kennzeichnungen und befähigt die Einkäufer, die zur Verfügung stehenden Informationen in dem für sie verständlichsten Weg zu nutzen. Darüber hinaus hilft die zusätzliche Angabe der Richtwerte für die Tageszufuhr den Verbrauchern ihren

persönlichen Bedarf an Nährstoffen zu identifizieren und sich bereits im Supermarkt ein Bild davon zu machen, ob der Einkauf diesen Anforderungen gerecht wird.

4. Für die Zielgruppe von 65 +, für bildungsferne Schichten und Migranten sind – so zeigt die Studie – besondere Kommunikationsstrategien erforderlich, damit sie durch FOP-Kennzeichen angesprochen werden.
5. Die Größe des Kennzeichens und eine klare Farbgebung sind bedeutend für eine treffende Interpretation enthaltener Informationen.
6. Die FSA-Studie beschreibt auch Hemmnisse für die Kennzeichennutzung und Probleme der Verständlichkeit. Hieraus können Ansatzpunkte abgeleitet werden, die für die Hypothesenbildung und Hypothesentestung bei deutschen Käufern genutzt werden können.
7. Die Präferenz für besondere Formate oder Elemente von Kennzeichnungssystemen der Verbraucher kann nicht mit einer zutreffenden Interpretation gleichgesetzt werden. Ein differenziertes methodisches Vorgehen mit qualitativen und quantitativen Verfahren ist hierfür einzusetzen. Die Studie aus dem Vereinigten Königreich liefert hierfür eine passende Vorlage.

### **Nutzung der FSA-Ergebnisse für Deutschland und andere Mitgliedsstaaten:**

Um zu einer wissenschaftlich fundierten Entscheidung über das beste Kennzeichnungssystem in Deutschland zu kommen, müssten die folgenden Aspekte, die die Studie für das Vereinigte Königreich untersucht hat, behandelt werden. Zu berücksichtigen ist hierbei, dass die Studie aus dem Vereinigten Königreich auf eine Situation, in der bereits drei wesentliche Informationselemente im Markt (Textelemente hoch/mittel/niedrig, Ampelfarben sowie das GDA-System) bestehen, zurückgreifen kann.

Zu klärende Aspekte für Deutschland:

1. Die in der Studie enthaltenen Hinweise für interne und externe Einflüsse auf die Kaufentscheidung aus dem theoretischen Rahmenkonzept sind für den deutschen

Käufer zu überprüfen.

2. Es ist nicht geklärt, inwieweit einzelne Kennzeichnungssysteme oder Elemente der Systeme, Konsumenten zu einer treffenden Interpretation des Gehalts (levels of key nutrients) der Hauptnährstoffe befähigen. Hierzu besteht Forschungsbedarf.
3. Die Nutzung von Kennzeichnungssystemen auf Verpackungen im Alltag, wie zum Beispiel beim Einkauf im Lebensmitteleinzelhandel oder zu Hause ist für deutsche Konsumenten noch nicht erforscht.
4. Der Einfluss der Koexistenz verschiedener Kennzeichnungssysteme in Bezug auf deren richtige Interpretation ist für den deutschen Konsumenten nicht beantwortet.

Daraus ergibt sich, dass für Deutschland noch eine fundierte Grundlagenforschung zum Thema Nährwertkennzeichnennutzung nötig ist, um eine Entscheidung für ein geeignetes Kennzeichnungssystem zu treffen. Eine wissenschaftlich systematische und empirische Auseinandersetzung mit dem Verbraucherverhalten und insbesondere mit der Verbraucherwahrnehmungsfähigkeit in komplexen Kaufentscheidungssituationen ist im Kontext der Diskussion zur Nährwertkennzeichnung in Deutschland bisher nicht erfolgt. Dies ist im Hinblick auf ihre Nutzung und Verständlichkeit unverzichtbar. Dabei sind die unterschiedliche Einkommenssituation sowie unterschiedlich ausgeprägte Verbraucherbildungs- und Ernährungskompetenzen unter den Verbrauchern zu berücksichtigen. Denn nur ein allgemein bzw. ein für alle verständliches Kennzeichnungssystem ist auch im Alltag umsetzbar. Ziel der Forschungsaufgaben ist es, eine verlässliche Basis für die Etablierung eines harmonisierten und standardisierten Kennzeichnungssystems, dessen Informationsbestandteile bzw. Aussagen von den Verbrauchern verstanden werden und das ihnen eine echte und bedarfsgerechte Entscheidungshilfe anbietet (BMELV 2008; BMVEL 2005).

Nationale Studien können sich methodisch an der im Vereinigten Königreich durchgeführten Erhebung orientieren. Eine objektive und harmonisierte Nährwertkennzeichnung auf Verpackungsvorderseiten kann nur dann eine Hilfe für Verbraucher sein, Ernährungsinformationen richtig zu deuten, wenn sie mit einer zielgruppenspezifischen Ernährungs- und Verbraucherbildung einhergeht.

## 5 Literaturverzeichnis

BMELV (2008): Verbraucherkompetenz für einen persönlich erfolgreichen und gesellschaftlich verantwortlichen Konsum. Stellungnahme des Wissenschaftlichen Beirats Verbraucher- und Ernährungspolitik beim BMELV; Federführung: Michael-Burkhard Piorkowsky.

BMRB SOCIAL RESEARCH (2008): „Comprehension and use of UK nutrition signpost labeling schemes – Scientific rationale and design“. Unter: <http://www.food.gov.uk/news/newsarchive/2009/may/pmp>. Besucht am 6. Juni 2009.

BMVEL (2005): Grundsatzpapier Ernährungspolitik. Stellungnahme des Wissenschaftlichen Beirats Verbraucher- und Ernährungspolitik beim BMVEL; Federführung: Angelika Meier-Ploeger.

GRUNERT, KLAUS & JOSEPHINE WILLS (2007): A review of European research on consumer response to nutrition information on food labels. *Journal of Public Health*, 15, pp 385-399.

MALAM, SALLY; CLEGG, SUE; KIRWAN, SARAH; MCGINIGAL; STEPHEN (2009a): „Comprehension and use of UK nutrition signpost labeling schemes“. Unter: <http://www.food.gov.uk/news/newsarchive/2009/may/pmp>. Besucht am: 6. Juni 2009.

MALAM, SALLY; CLEGG, SUE; KIRWAN, SARAH; LAWLESS, SINEAD & STEPHEN MCGINIGAL (2009b): „Comprehension and use of UK nutrition signpost labeling schemes – Technical Annex“. Unter: <http://www.food.gov.uk/news/newsarchive/2009/may/pmp>. Besucht am 6. Juni 2009.