

Anke Zühlsdorf, Kristin Jürkenbeck, Achim Spiller

Lebensmittelmarkt und Ernährungspolitik 2018:

Verbrauchereinstellungen zu zentralen lebensmittel- und ernährungspolitischen Themen

- Chartbook zur repräsentativen Umfrage -



Ein gemeinsames Projekt der Zühlsdorf + Partner Marketingberatung und
des Lehrstuhls „Marketing für Lebensmittel und Agrarprodukte“ der Universität Göttingen
im Auftrag des Verbraucherzentrale Bundesverbandes e.V. (vzbv)

Inhalt

1. Untersuchungsgegenstand und Befragungsmerkmale
2. Befragungsergebnisse
 - Allgemeine Einstellungen der Verbraucher zum Lebensmittelmarkt und zum Verbraucherschutz im Lebensmittelbereich
 - Qualitätsinteresse, Preisbereitschaft und Beurteilung des Lebensmittelangebots
 - Verbrauchervertrauen in Lebensmittelwirtschaft und Politik
 - Wahrgenommene Markttransparenz
 - Gesellschaftliche Relevanz
 - Verbraucherwahrnehmung der Qualitätsdifferenzierung im Lebensmittelmarkt
 - Lebensmittelüberwachung
 - Verantwortung für Lebensmittelsicherheit
 - Informationswahrnehmung und -verhalten bei Lebensmittelwarnungen
 - Internetportal lebensmittelwarnung.de: Bekanntheitsgrad und Nutzung
 - Verbrauchereinstellung Hygieneampel
 - Zuständigkeit für die Lebensmittelüberwachung
 - Ernährungspolitik
 - Allgemeine Einstellung zur staatlichen Regulierung des Ernährungshandelns
 - Akzeptanz verschiedener ernährungspolitischer Instrumente
3. Stichprobenbeschreibung

Kontaktinformationen und Zitationshinweis

Untersuchungsgegenstand

- Die vorliegende repräsentativen Verbraucherbefragung zielt zum Auftakt der neuen Legislaturperiode auf eine Status-Quo Erhebung von Verbraucherpräferenzen im Bereich aktueller lebensmittel- und ernährungspolitischer Themen.
- Die Untersuchung umfasst die folgenden Themengebiete:
 - ✓ Allgemeine Einstellungen der Verbraucher zum Lebensmittelmarkt und zum Verbraucherschutz im Lebensmittelbereich
 - ✓ Qualitätsdifferenzierung im Lebensmittelmarkt: Bedeutung und Erkennbarkeit unterschiedlicher Produkteigenschaften von Lebensmitteln
 - ✓ Lebensmittelüberwachung: Einstellungen zu Überwachungsleistungen, zur Krisenkommunikation und zum Informationsangebot
 - ✓ Ernährungspolitik: Einstellung zu staatlicher Regulierung und Akzeptanz verschiedener ernährungspolitischer Instrumente
- Hinweis: Die Ergebnisdarstellung orientiert sich an den thematisch zusammengehörigen Fragestellungen und entspricht nicht der Reihenfolge im Fragebogen. Soweit nicht anders dargestellt liegt der Befragung eine Datenbasis von 1.035 Probanden zugrunde.

Befragungsmerkmale im Überblick

Stichprobengröße	n = 1.035
Erhebungsmethode	• Online-Befragung • standardisierte Befragung zu den Verbraucherpräferenzen in verschiedenen lebensmittel- und ernährungspolitischen Themenfeldern • strikte Randomisierung zur Vermeidung von Reihenfolgeeffekten • Teilweise Nutzung eines Split Sample Designs
Zielgruppe	Verbraucherinnen und Verbraucher in Deutschland ab einem Alter von 16 Jahren (bevölkerungsrepräsentativ)
Auswahlverfahren	• Rekrutierung durch ein Online-Access-Panel • Quotenvorgabe von Alter, Geschlecht, Bildung, Region (repräsentativer Bevölkerungsquerschnitt)
Befragungsdauer	Dauer: ca. 20 Minuten
Feldphase	08. November 2017 – 15. November 2017
Feldarbeit	• ResponDi AG, Köln • zusätzlich: umfassende eigene Qualitätskontrolle durch eingestreute Testfragen, Exklusion von Straightlinern, bei zu kurzen Antwortzeiten, Plausibilitätskontrollen

Methodischer Hinweis: Die dargestellten Anteilswerte sind i. d. R. auf eine Dezimalstelle gerundet, insofern kann es vorkommen, dass sie sich nicht zu 100 % aufsummieren. Aus demselben Grund können sogenannte „Top-Boxes-Werte“ (durch Addition zusammengefasste Kategorien wie: „stimme voll und ganz zu“ + „stimme zu“) von der Summe der dargestellten Einzelkategorien abweichen.

Einkaufshäufigkeit

Frage: Wie häufig kaufen Sie selbst Lebensmittel ein?



Sehr häufig	Häufig	Manchmal	Selten	Nie
47,9%	40,9%	9,0%	2,0%	0,2%



Angaben in % aller gültigen Antworten

Persönliche Relevanz von Ernährung

Frage: Welche Bedeutung hat Ernährung in Ihrem Alltag?

Sehr wichtig	Wichtig	Teils / teils	Unwichtig	Sehr unwichtig
30,8%	49,7%	17,0%	1,6%	0,9%

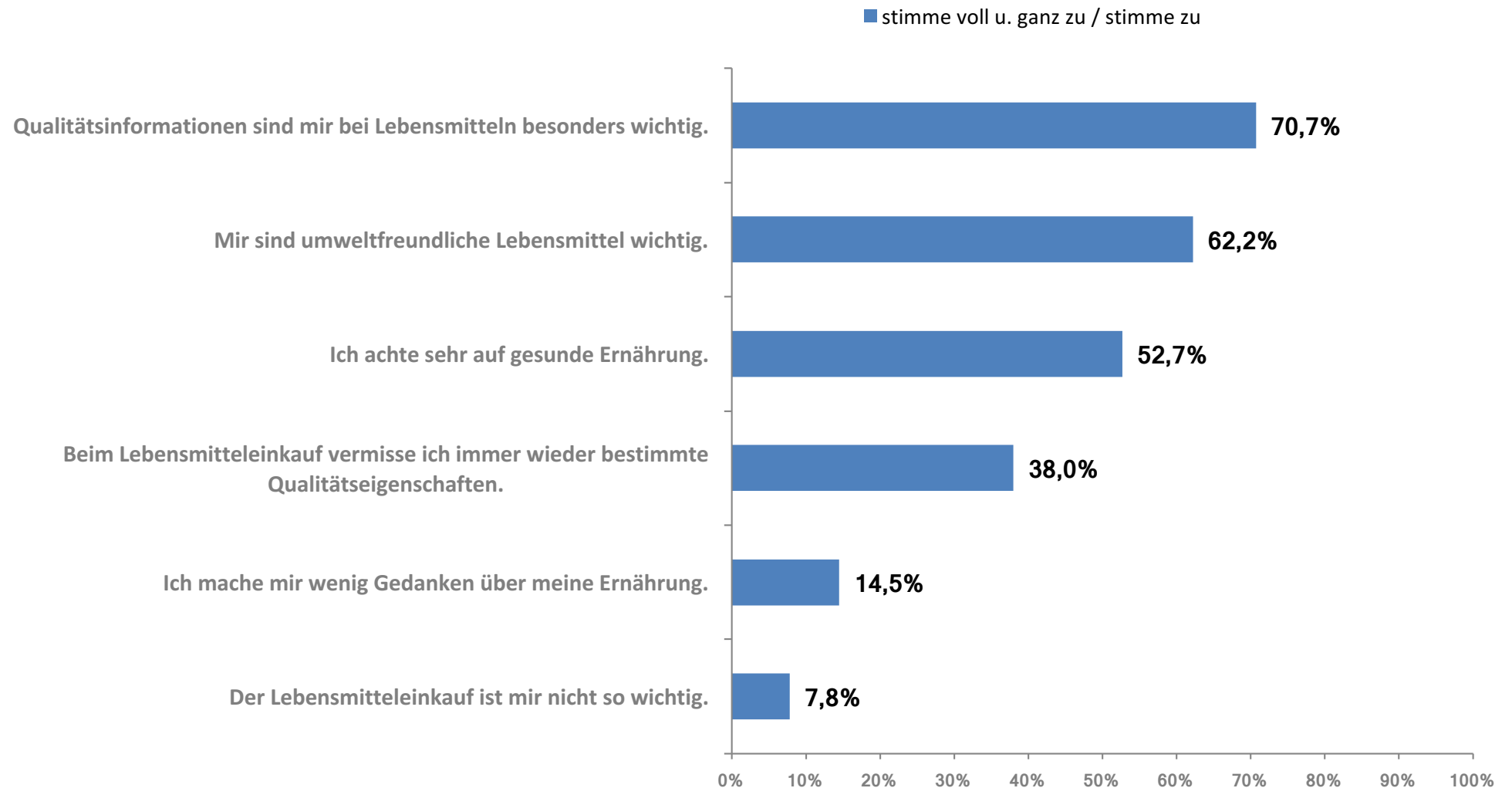


The background of the slide is a close-up photograph of a green apple. The apple's skin is a vibrant green with some natural texture and slight variations in color. The stem is visible in the center, and the lighting creates soft highlights and shadows, giving it a three-dimensional appearance.

Allgemeine Einstellungen der Verbraucher zum Lebensmittelmarkt

Qualitätsinteresse der Verbraucher

Lebensmittelqualität und Ernährung sind für Verbraucher wichtige Themen

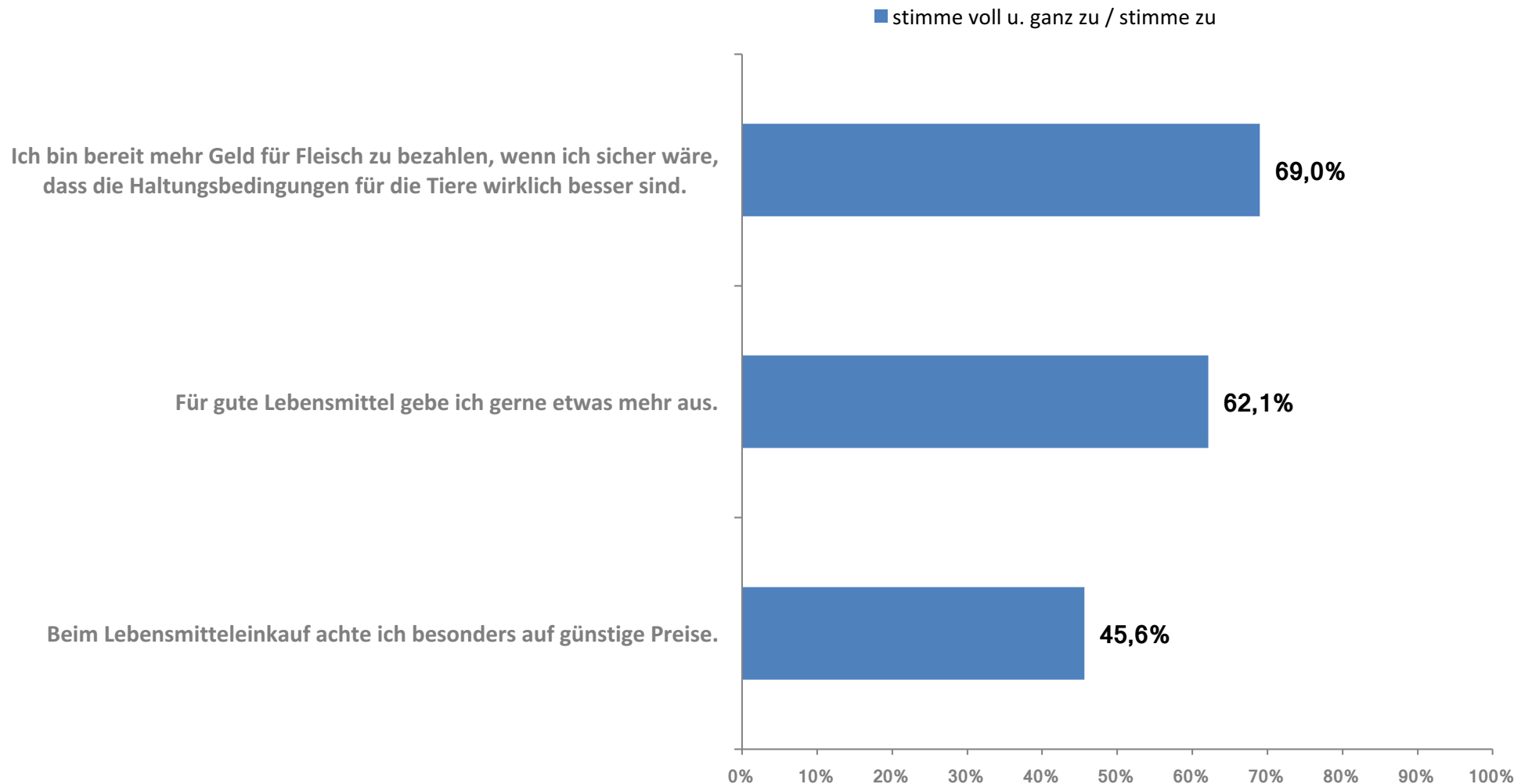


Angaben in % aller gültigen Antworten

5-stufige Skala von „stimme voll u. ganz zu“ bis „stimme überhaupt nicht zu“

Preisbereitschaft für Qualität

Höhere Zahlungsbereitschaft für Lebensmittel mit glaubwürdigem Qualitätsvorteil

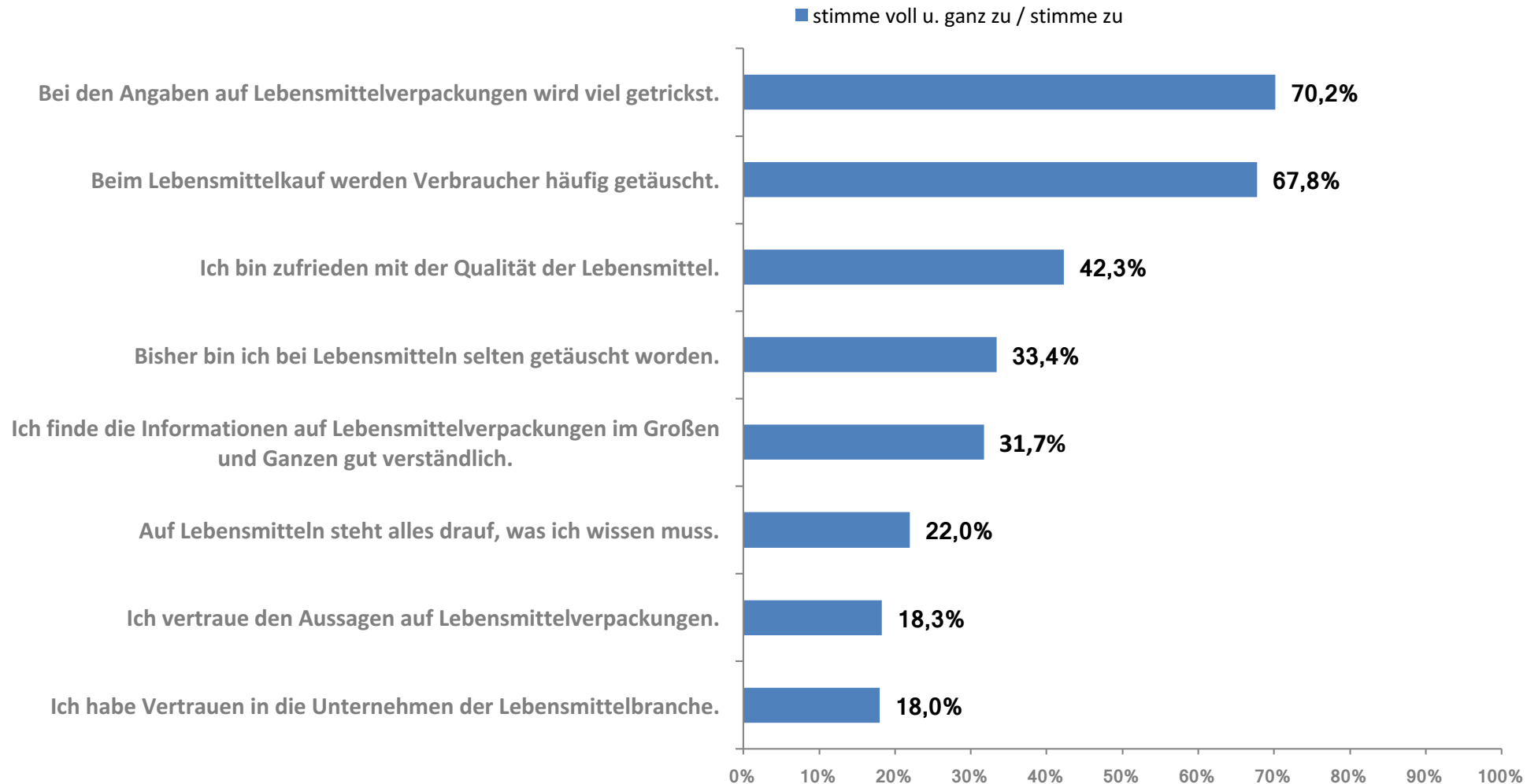


Angaben in % aller gültigen Antworten

5-stufige Skala von „stimme voll u. ganz zu“ bis „stimme überhaupt nicht zu“

Verbrauchervertrauen in die Lebensmittelwirtschaft

Skepsis gegenüber Herstellern und Angaben auf Lebensmittelverpackungen ist weit verbreitet

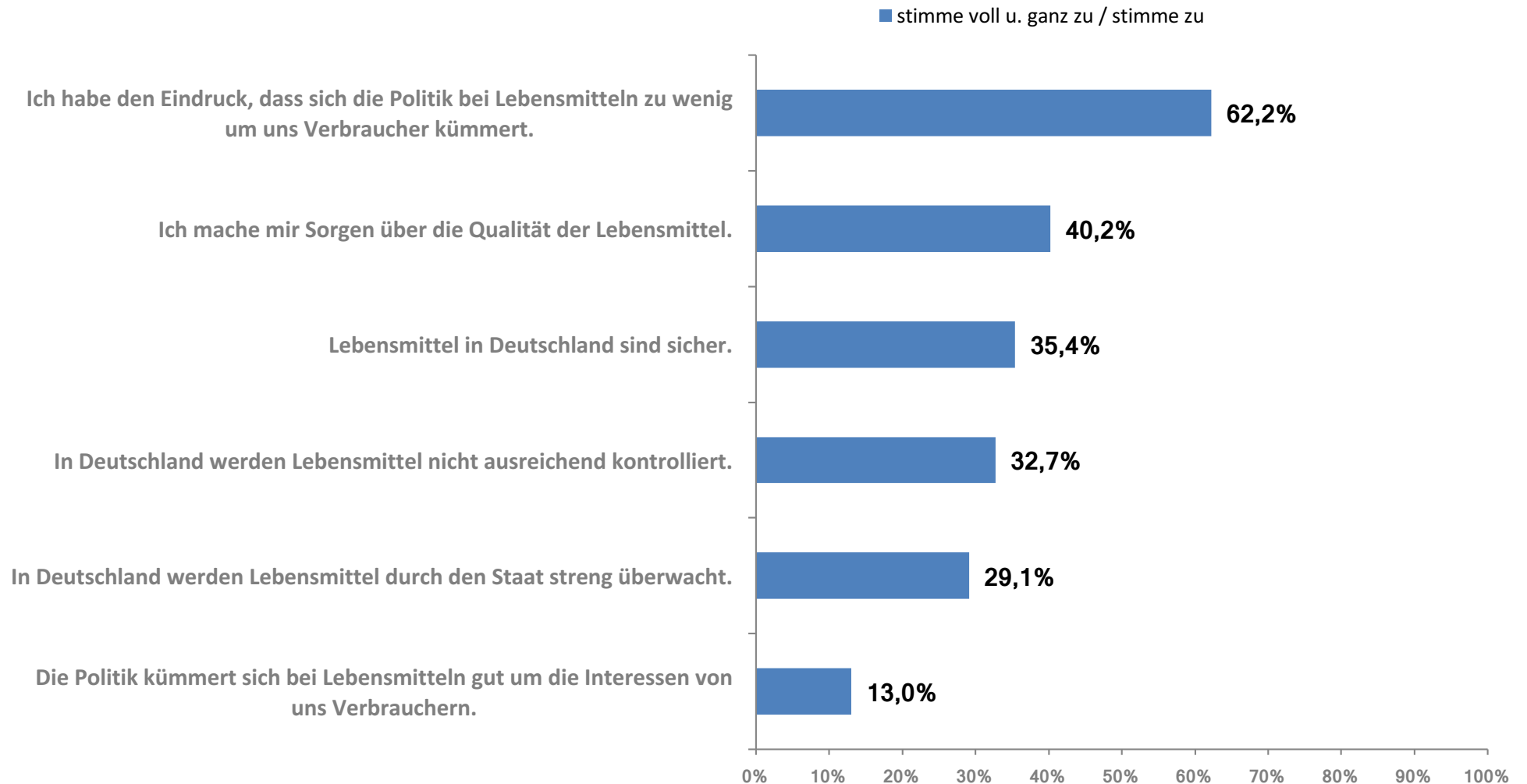


Angaben in % aller gültigen Antworten

5-stufige Skala von „stimme voll u. ganz zu“ bis „stimme überhaupt nicht zu“

Verbrauchervertrauen in die Lebensmittelpolitik und -kontrolle

Besorgnis über Lebensmittelsicherheit und Berücksichtigung des Verbraucherschutzes durch die Politik

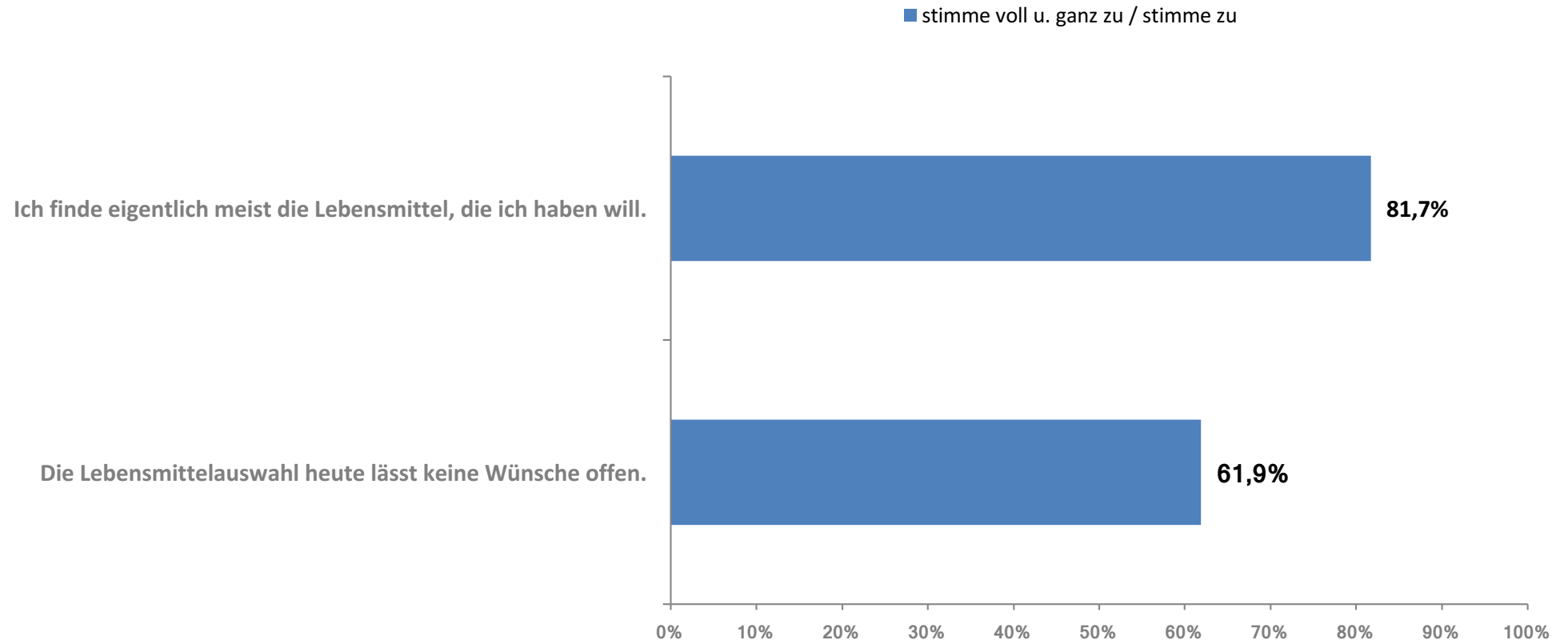


Angaben in % aller gültigen Antworten

5-stufige Skala von „stimme voll u. ganz zu“ bis „stimme überhaupt nicht zu“

Bewertung der Lebensmittelauswahl

Verbraucher sind mit der Auswahl an Lebensmitteln zufrieden

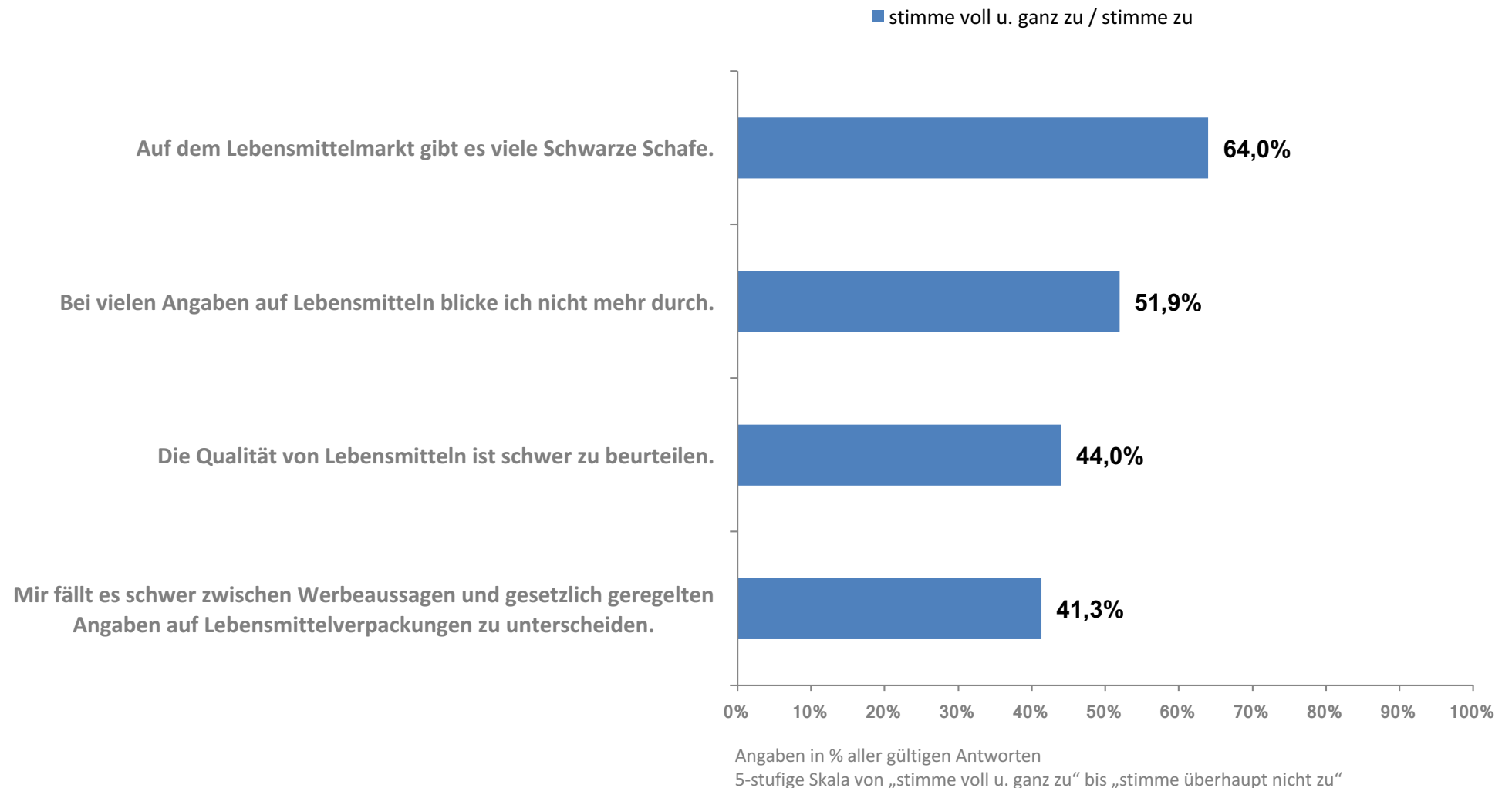


Angaben in % aller gültigen Antworten

5-stufige Skala von „stimme voll u. ganz zu“ bis „stimme überhaupt nicht zu“

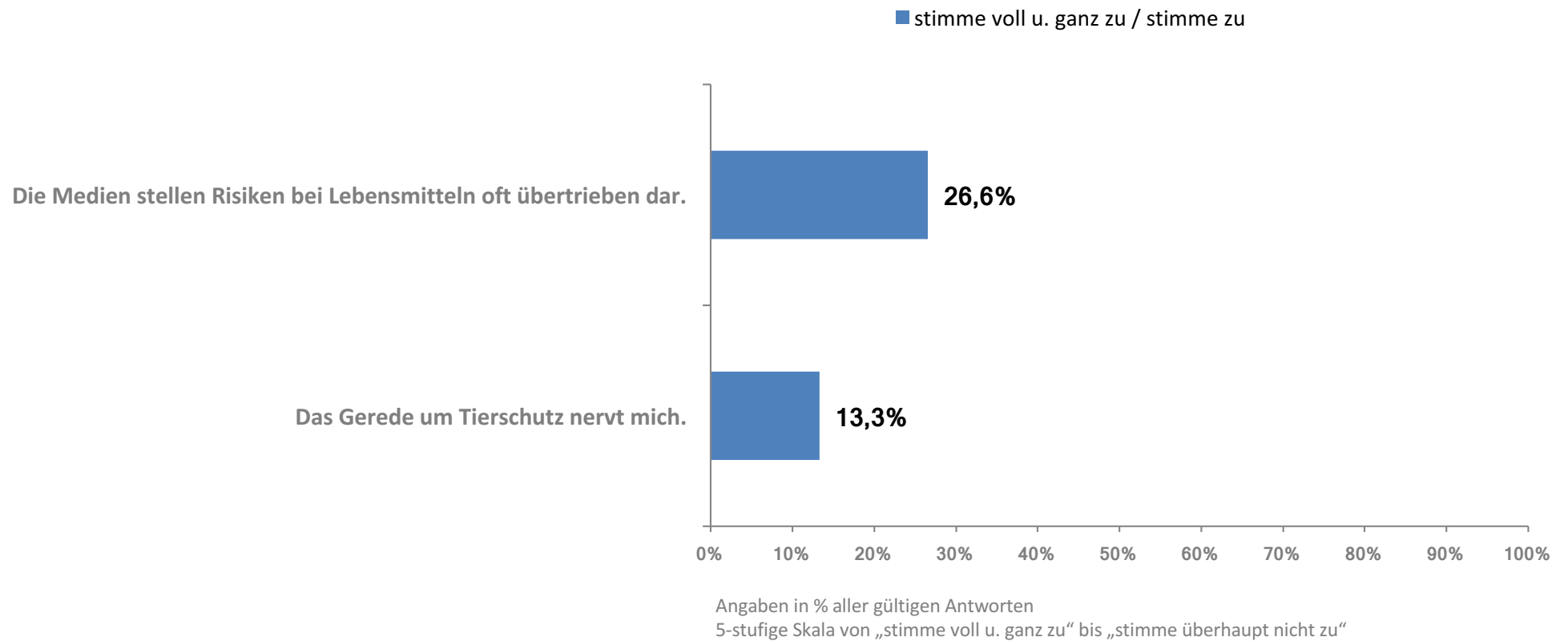
Wahrgenommene Markttransparenz

Verbraucher rechnen mit unlauteren Anbietern und haben vielfach Schwierigkeiten bei der Beurteilung des Lebensmittelangebots



Gesellschaftliche Relevanz der Diskussion um Lebensmittel

Nur ein kleiner Anteil der Verbraucher bewertet die Debatte als überzogen

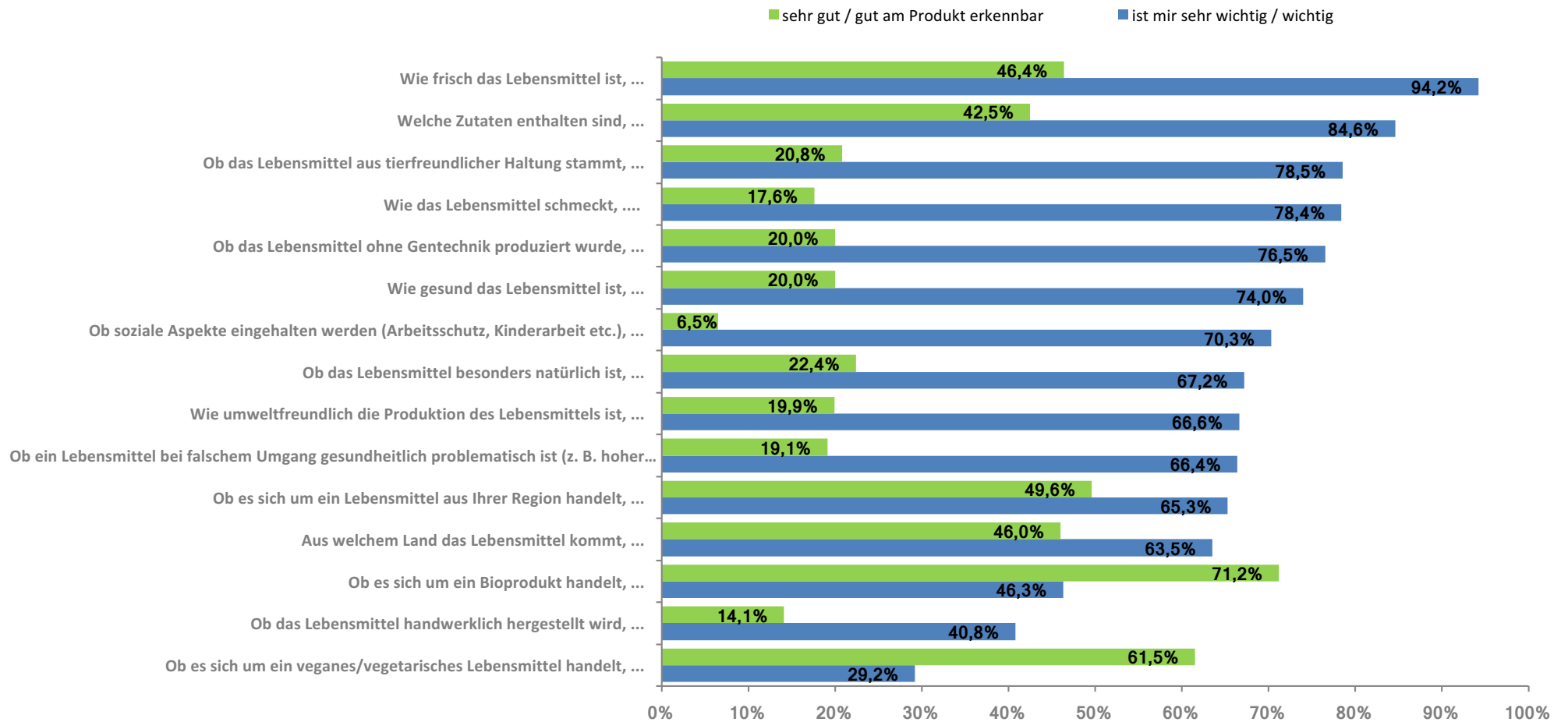


Verbraucherwahrnehmung der Qualitätsdifferenzierung im Lebensmittelmarkt



Bedeutung und Erkennbarkeit verschiedener Qualitätseigenschaften

Frage: Bei manchen Qualitätseigenschaften ist es leichter als bei anderen die wirkliche Qualität beim Einkaufen herauszufinden. Wie wichtig für Ihre Kaufentscheidung sind verlässliche Angaben auf dem Etikett jeweils bei den folgenden Themen? Können Sie diese Eigenschaft heute am Produkt erkennen?



Angaben in % aller gültigen Antworten

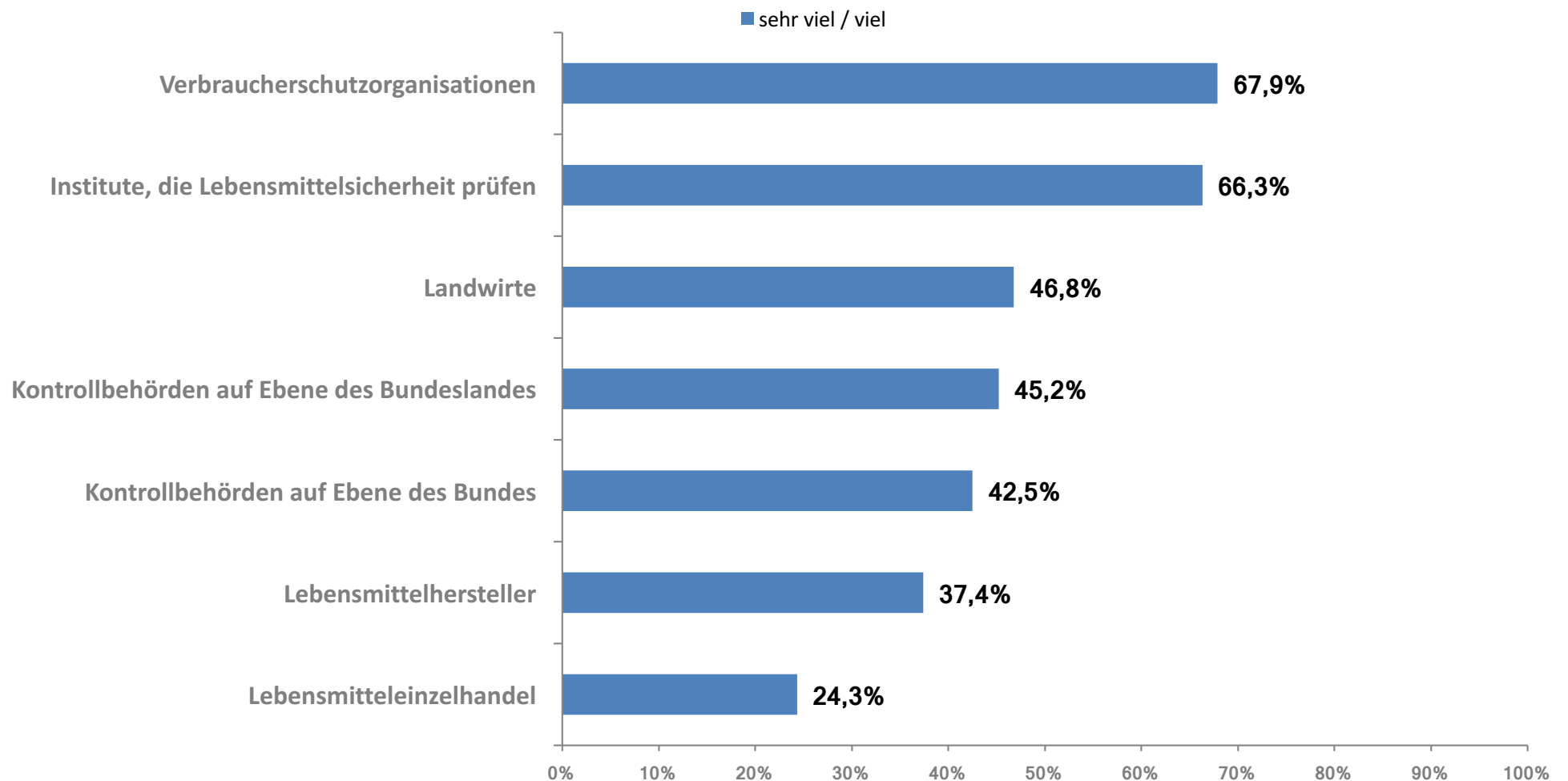
5-stufige Skala von „sehr wichtig“ / „sehr gut erkennbar“ bis „sehr unwichtig“ / „gar nicht gut erkennbar“

The background of the slide is a close-up photograph of several brown, speckled eggs. A semi-transparent grey rectangle is centered over the image, containing the title text.

Lebensmittelüberwachung

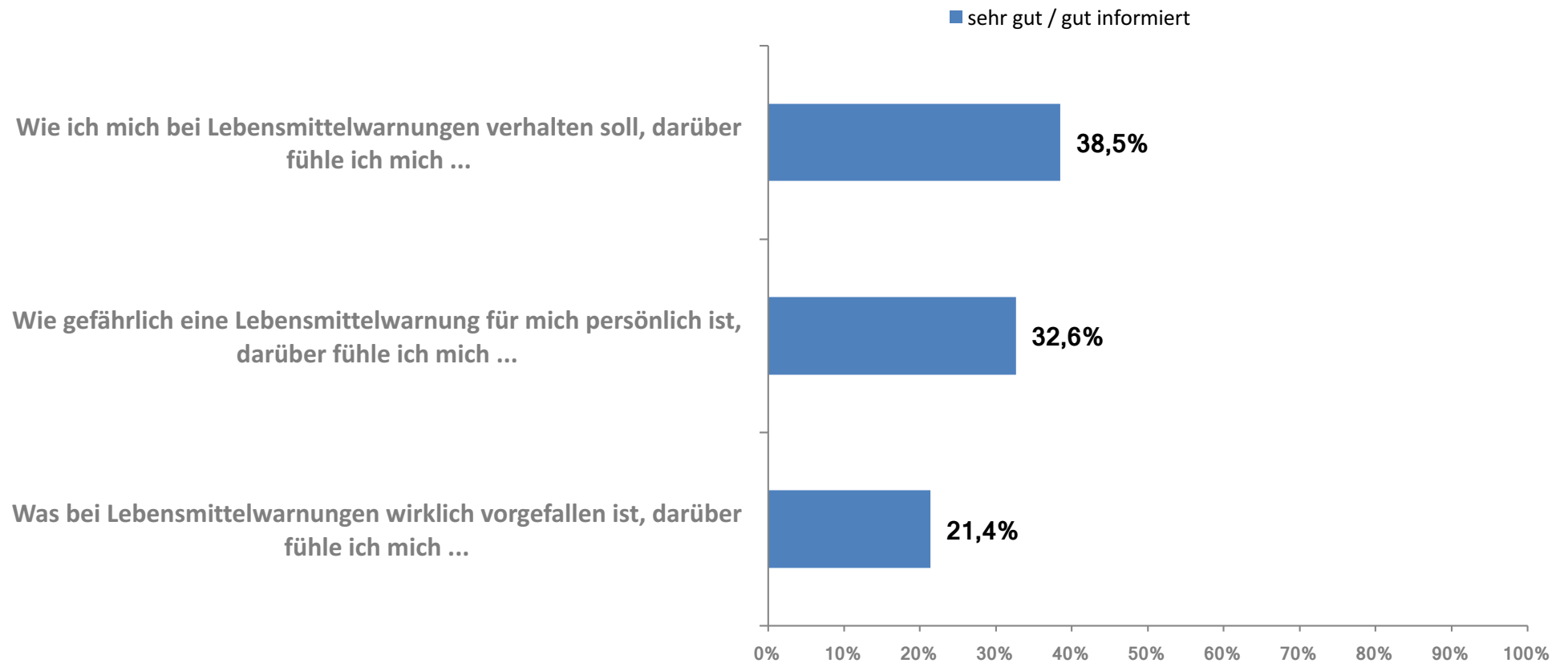
Beiträge zur Lebensmittelsicherheit in Deutschland

Frage: Wer trägt nach Ihrer Meinung in Deutschland am meisten zur Lebensmittelsicherheit bei?



Informationswahrnehmung bei Lebensmittelwarnungen

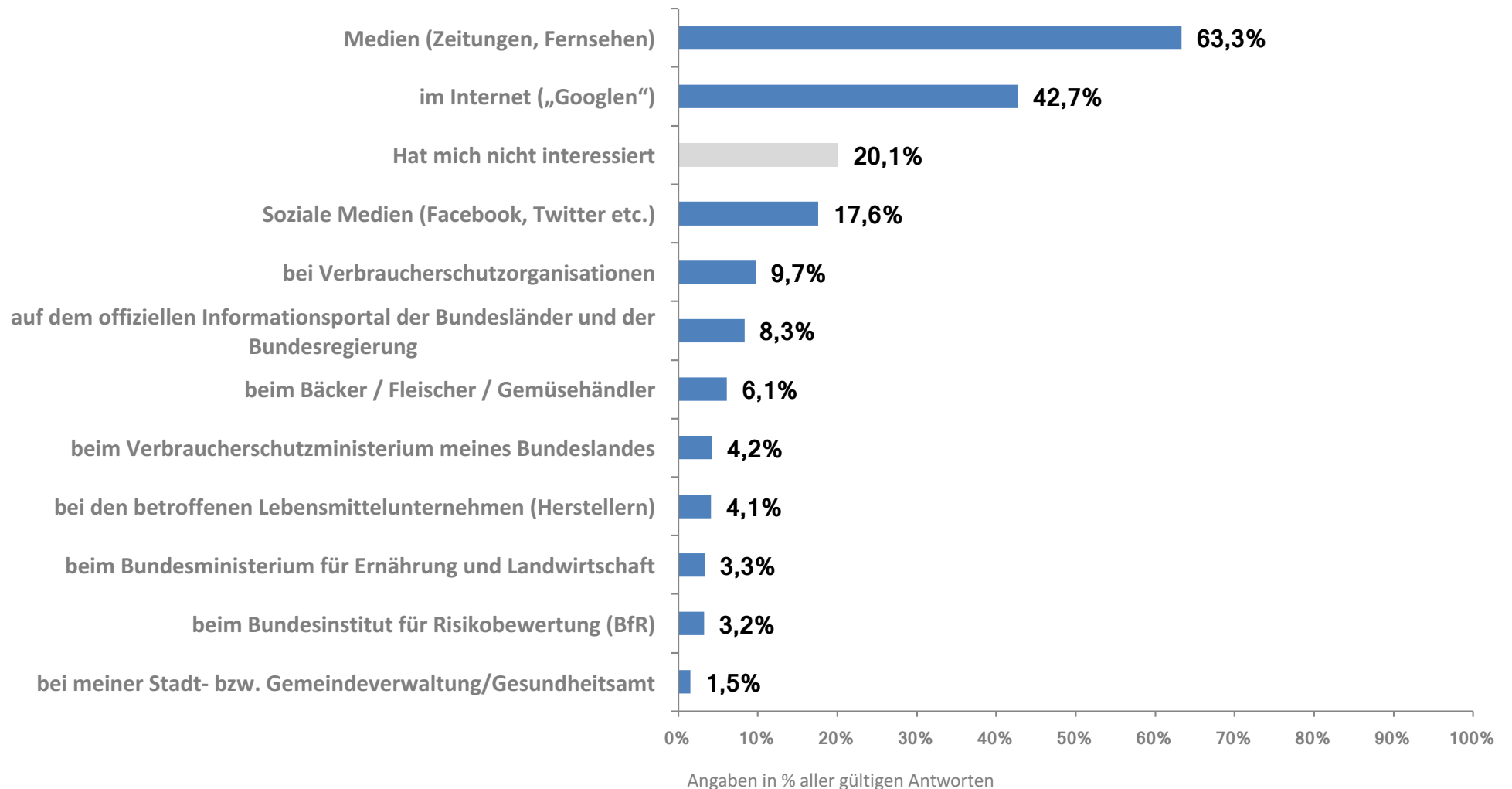
Frage: Manchmal geht bei der Herstellung von Lebensmitteln etwas schief. Fühlen Sie sich im Allgemeinen gut informiert, wenn Lebensmittelwarnungen (Schadstoffe, Rückstände, Gesundheitsgefahren etc.) bekannt werden?



Angaben in % aller gültigen Antworten
5-stufige Skala von „sehr gut informiert“ bis „sehr schlecht informiert“

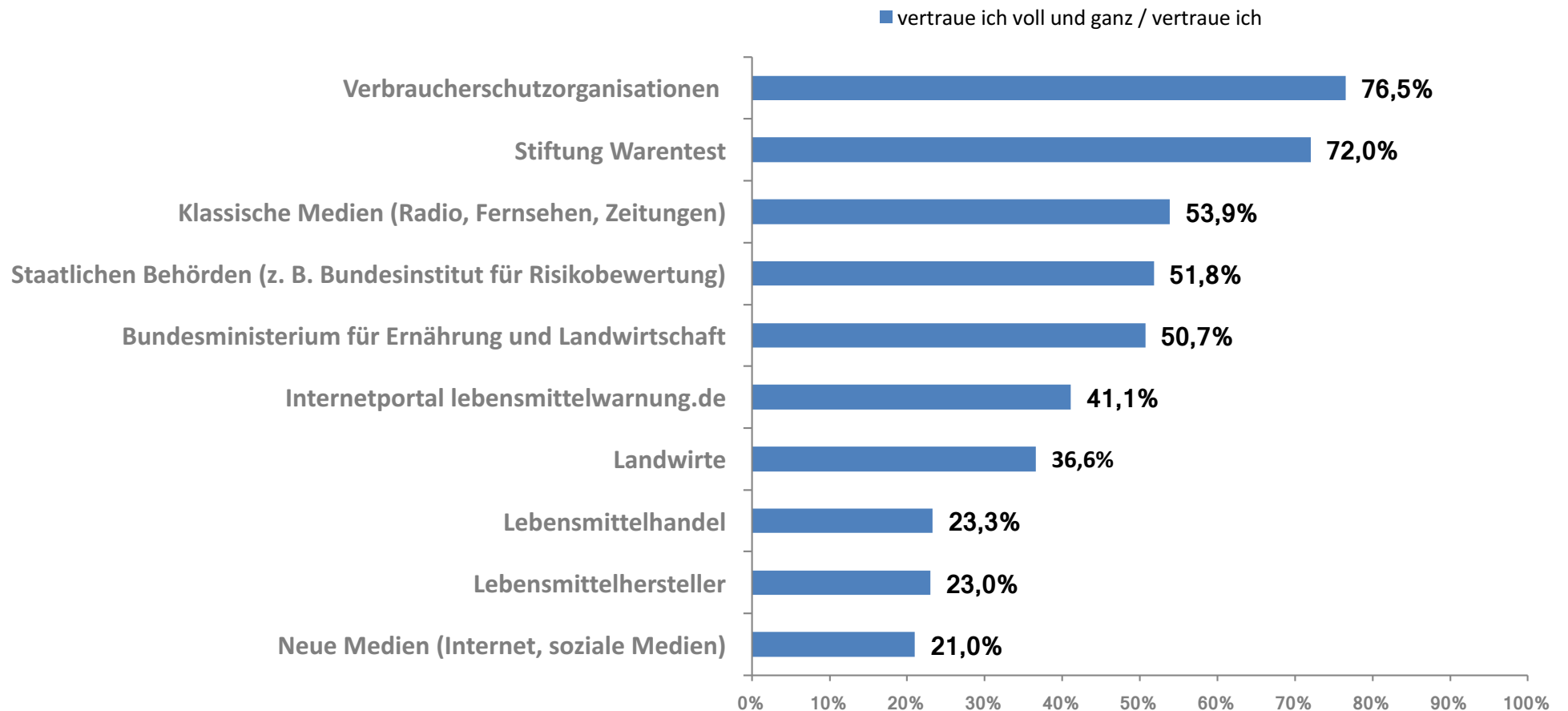
Informationsquellen im Fall eines Lebensmittelskandals

Frage: Vor einigen Wochen gab es ja eine Verunreinigung von Eiern. Wo haben Sie sich im Fall eines Lebensmittelskandals wie z. B. zuletzt bei Eiern oder damals bei Ehec informiert? (Mehrfachantworten möglich)



Vertrauen in die verschiedenen Informationsquellen

Frage: Angenommen, Sie hören Aussagen über mögliche gesundheitliche Gefahren, die von Lebensmitteln ausgehen. Wem vertrauen Sie und wem nicht?

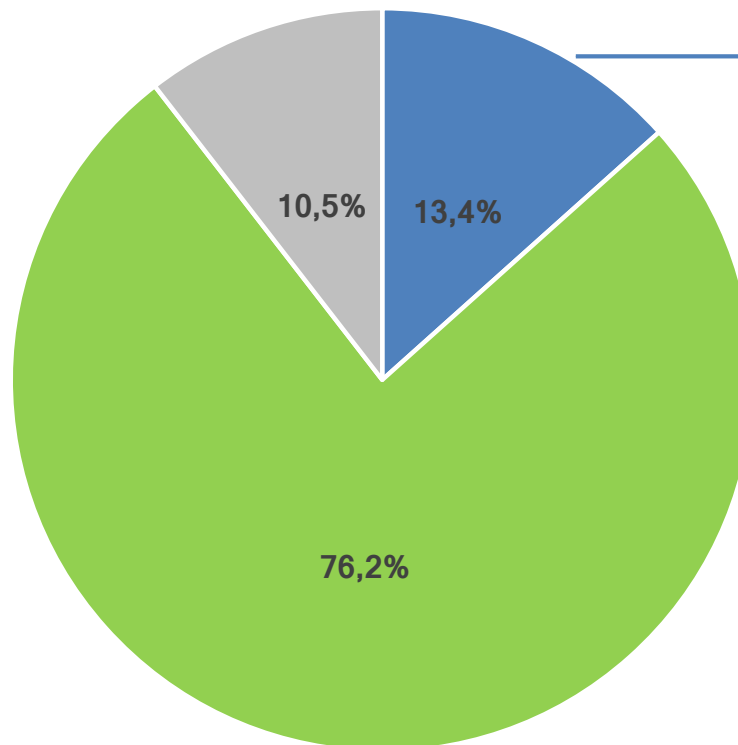


Angaben in % aller gültigen Antworten

5-stufige Skala von „vertraue ich voll und ganz“ bis „vertraue ich überhaupt nicht“

Internetportal lebensmittelwarnung.de: Bekanntheitsgrad

Frage: Haben Sie schon einmal etwas von dem Internetportal lebensmittelwarnung.de gehört?



■ Ja ■ Nein ■ Bin mir nicht sicher

Angaben in % aller gültigen Antworten

Frage: Haben Sie in den letzten 6 Monaten das Internetportal lebensmittelwarnung.de genutzt?

Nutzungshäufigkeit in den letzten 6 Monaten
(Probanden, die das Portal kennen, n = 137):

- Häufig: 1% aller Befragten (n = 10)
- Manchmal: 3,2% aller Befragten (n = 33)
- Selten: 2,4% aller Befragten (n = 25)
- Einmal: 1,9% aller Befragten (n = 20)
- Nie: 4,7% aller Befragten (n = 49)

Hygienebarometer: Erläuterungstext für die Probanden

Erläuterungstext für die Probanden: In anderen Ländern gibt es zum Teil Systeme, an denen Sie beim Betreten eines Supermarkts oder eines Restaurants durch einen Aushang erkennen können, wie hygienisch in dem Restaurant oder Supermarkt gearbeitet wird. Auch in Nordrhein-Westfalen ist ein solches System getestet worden. Unten sehen Sie, wie die Veröffentlichung der Prüfergebnisse der amtlichen Lebensmittelüberwachung aussehen könnte. Schauen Sie sich das bitte einmal genau an.

Anlage 5
(zu § 6 Absatz 2)

**Information über Ergebnisse von Betriebskontrollen
der amtlichen Lebensmittelüberwachung**

Anschrift zuständige Behörde

Anschrift Betrieb

verantwortl. Lebensmittelunternehmer:

Kontrollbarometer

letztes Kontrollergebnis vom: 15.08.2016

■ Anforderungen erfüllt
 ■ Anforderungen teilweise erfüllt
 ■ Anforderungen unzureichend erfüllt



Zuverlässigkeit des Unternehmers	zufriedenstellend
Verlässlichkeit der Eigenkontrollen	gut
Hygienemanagement	gut

Kontrollergebnis vom: 03.02.2016



Kontrollergebnis vom: 15.09.2015



Kontrollergebnis vom: 27.03.2015



Siegel Behörde

Informationen zur Hygieneampel finden Sie auch www.Hygiene-Netzwerk.de

Verbrauchereinstellung zur Einführung eines Hygienebarometers

Frage: Wie wichtig oder unwichtig wäre Ihnen die Einführung eines solchen Systems, das die Prüfergebnisse der amtlichen Lebensmittelkontrollen am Eingang eines Restaurants/Geschäfts sichtbar macht, in Deutschland? (nach vorheriger Erläuterung des Systems; vgl. vorherige Seite)

So einen Aushang

Anlage 5
(zu § 6 Absatz 2)

Information über Ergebnisse von Betriebskontrollen
der amtlichen Lebensmittelüberwachung

Anschrift zuständige Behörde:

Anschrift Betrieb:

Vorname/Name:

Kontrollbarometer

letztes Kontrollergebnis vom: 15.08.2016

↓

Kontrollergebnis vom: 03.02.2016

↓

Kontrollergebnis vom: 15.09.2015

↓

Kontrollergebnis vom: 27.03.2015

↓

Stempel Behörde

Informationen zur Hygieneampel finden Sie auch www.Hygiene-Netzwerk.de

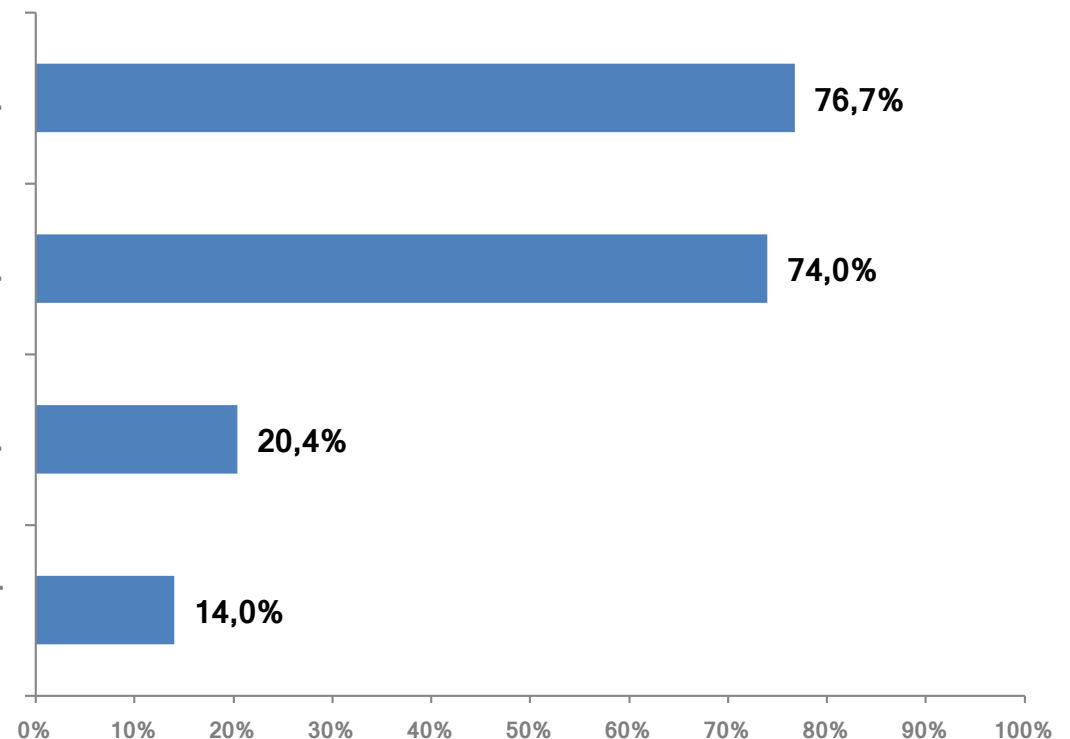
...würde ich beachten.

...finde ich wichtig.

...finde ich problematisch.

...finde ich überflüssig. Die Hygiene kann ich auch selber beurteilen.

■ stimme voll und ganz zu / stimme zu

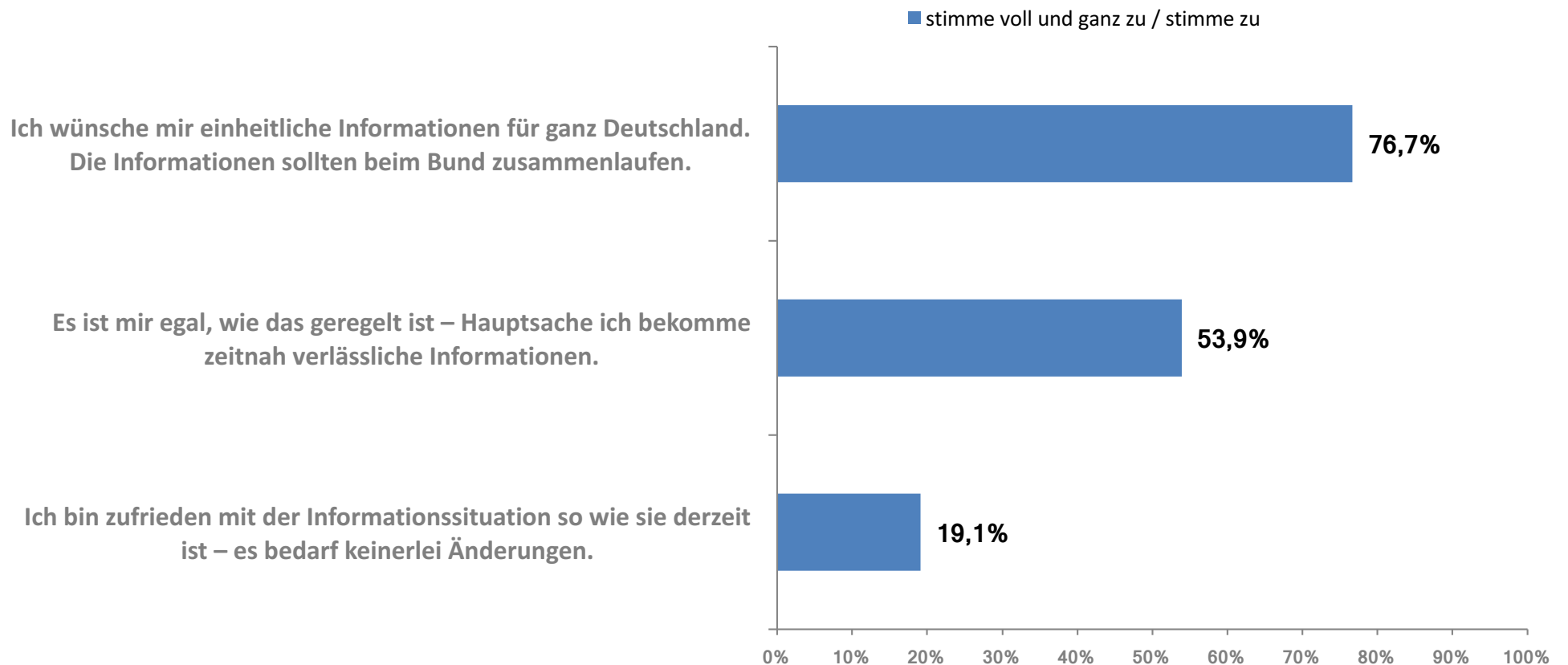


Angaben in % aller gültigen Antworten

5-stufige Skala von „stimme voll u. ganz zu“ bis „stimme überhaupt nicht zu“

Zuständigkeit der Lebensmittelüberwachung

Frage: Für die Durchführung der amtlichen Lebensmittelüberwachung sind in Deutschland die Bundesländer zuständig. Dazu zählt auch die Information der Bevölkerung im Fall von Verstößen gegen das Lebensmittelgesetz. Wie wichtig oder unwichtig wäre Ihnen eine bundeseinheitliche Regelung zu Warnungen und Veröffentlichung im Fall von Lebensmittelkrisen oder denken Sie, dass hier jedes Bundesland für sich agieren sollte?



Angaben in % aller gültigen Antworten

5-stufige Skala von „stimme voll u. ganz zu“ bis „stimme überhaupt nicht zu“

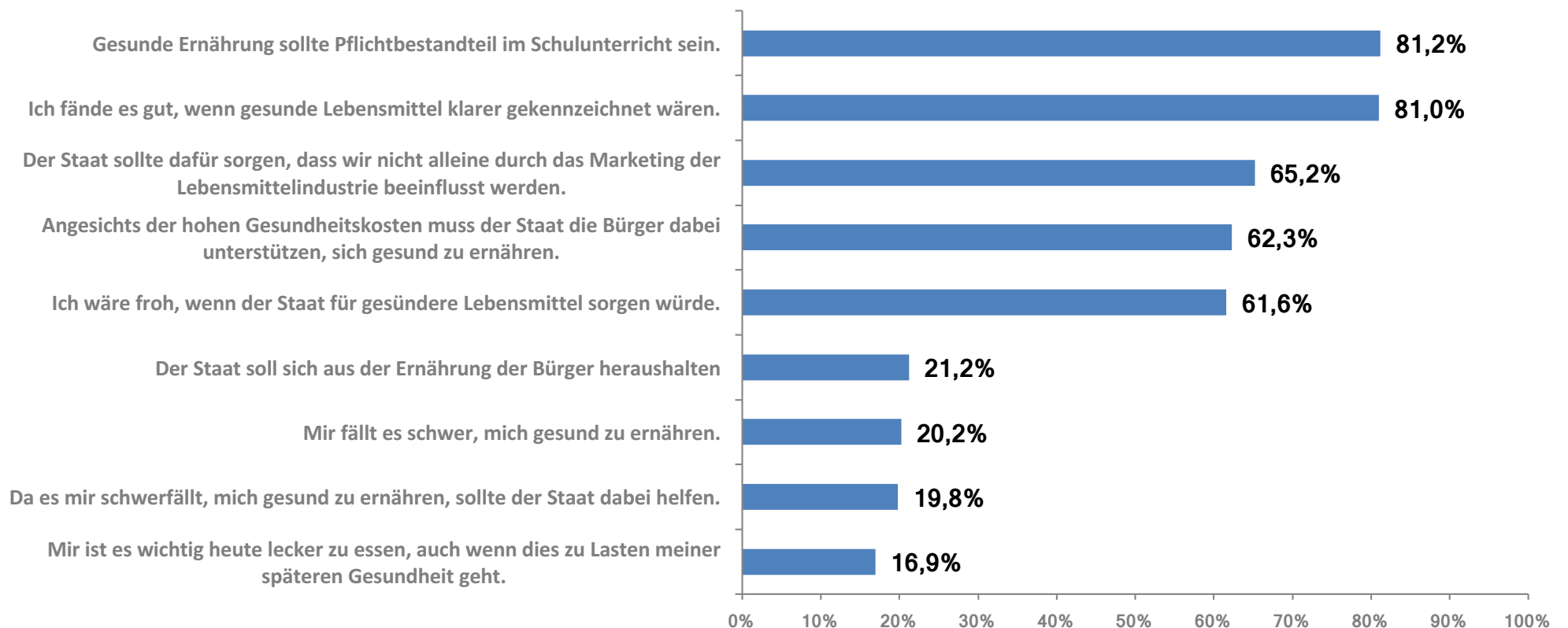
Ernährungspolitik



Allgemeine Einstellung zur staatlichen Regulierung des Ernährungshandelns

Wie stehen Sie grundsätzlich dazu, dass der Staat stärker eine gesunde Ernährung fördert. Was denken Sie?

■ stimme voll u. ganz zu / stimme zu



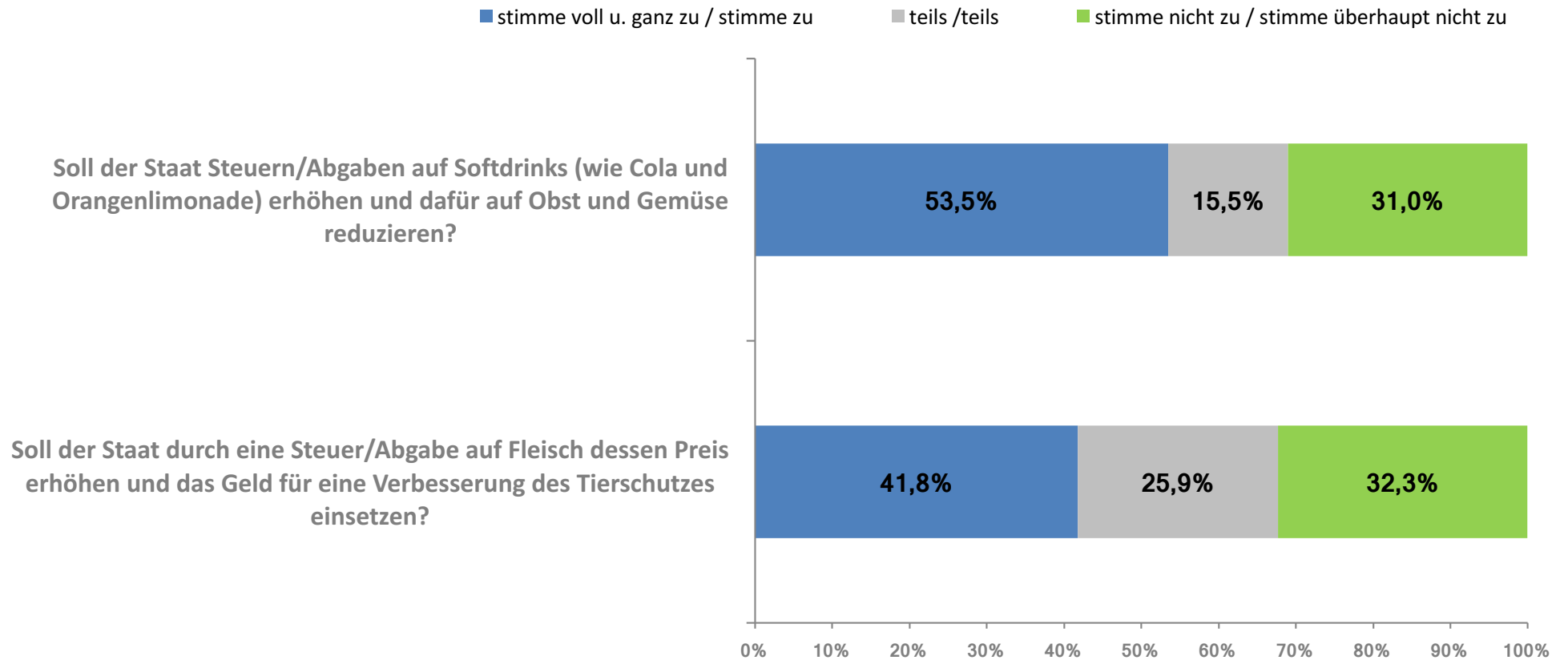
Angaben in % aller gültigen Antworten

5-stufige Skala von „stimme voll u. ganz zu“ bis „stimme überhaupt nicht zu“

Akzeptanz ernährungspolitischer Instrumente

Besteuerung von Lebensmitteln (I): Softdrink- und Fleischsteuer

In der Politik wird diskutiert, ob der Staat stärker eine ausgewogene Ernährung fördern soll. Hier werden derzeit unterschiedliche Vorschläge besprochen. Was denken Sie?



Angaben in % aller gültigen Antworten

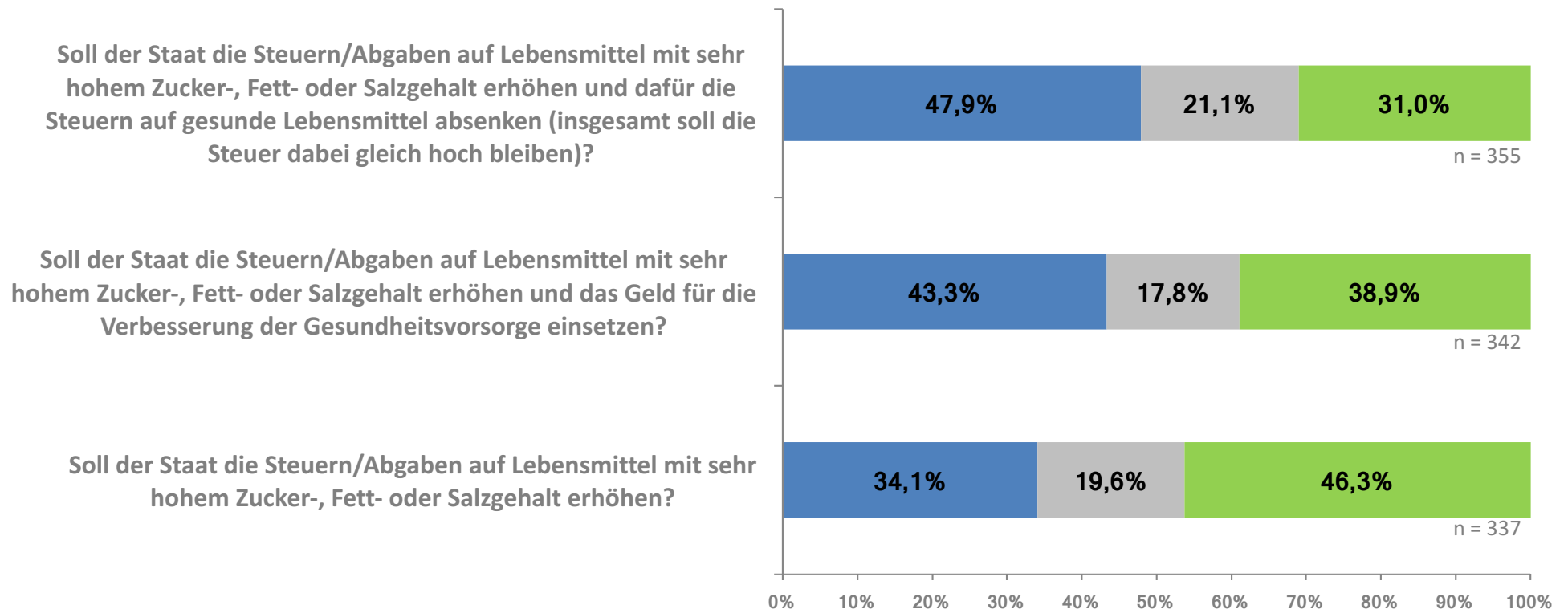
5-stufige Skala von „stimme voll u. ganz zu“ bis „stimme überhaupt nicht zu“

Besteuerung von Lebensmitteln (II):

Akzeptanz ist auch eine Frage der Ausgestaltung

In der Politik wird diskutiert, ob der Staat stärker eine ausgewogene Ernährung fördern soll. Hier werden derzeit unterschiedliche Vorschläge besprochen. Was denken Sie? (Abfrage gesplittet für unterschiedliche ausgestaltete Konsumsteuern mit gesundheitspolitischem Ziel)

■ stimme voll u. ganz zu / stimme zu ■ teils /teils ■ stimme nicht zu / stimme überhaupt nicht zu



Angaben in % aller gültigen Antworten

5-stufige Skala von „stimme voll u. ganz zu“ bis „stimme überhaupt nicht zu“

Werbebeschränkung Kindermarketing

Es wird auch diskutiert, die an Kinder gerichtete Werbung für Lebensmittel mit viel Zucker, Fett und Salz einzuschränken. Was denken Sie: Soll der Staat im Bereich des Kindermarketings stärker eingreifen und Marketing für bestimmte ungesunde Lebensmittel an Kinder verbieten (z. B. Süßigkeitenwerbung im Kinderfernsehen, auf Webseiten und in Onlinespielen für Kinder, auf Plakaten und Produkten etwas durch Comicfiguren auf Produkten, auf Plakaten)?

Kindermarketing für Lebensmittel mit viel Fett/Zucker/Salz ...								
sollte auf jeden Fall verboten werden				teils / teils				sollte auf keinen Fall verboten werden
30,3%	16,1%	13,1%	7,4	19,7%	3,2%	2,8%	4,0%	3,6%
66,7%					13,5%			

Angaben in % aller gültigen Antworten

Diskussion um Mindestanforderungen an die Nährwertzusammensetzung bei der Verwendung von Health Claims: Welche Argumente überzeugen die Verbraucher?

Frage: Seit einigen Jahren gibt es ein Gesetz, das festlegt, dass ein Lebensmittel nur dann als gesund beworben werden darf, wenn dieser Gesundheitsvorteil wissenschaftlich nachgewiesen ist. So darf z. B. damit geworben werden, dass ein Müsliriegel viel Calcium enthält, welches zum Knochenaufbau beiträgt.

Jetzt wird diskutiert, ob solche Gesundheitswerbung nur für Produkte erlaubt sein soll, die insgesamt gesund sind. Heute dürfte man z. B. mit „Calcium zum Aufbau der Knochen“ auch werben, wenn der Müsliriegel gleichzeitig sehr viel Zucker enthält. Im Folgenden sehen Sie die Argumente der beiden Seiten in dieser Diskussion. Wem würden Sie zustimmen?

Reihenfolge der Argumente randomisiert

Für ein Werbeverbot (d. h. keine Gesundheitsaussagen bei Lebensmitteln, die viel Zucker, Salz oder Fett enthalten) spricht:

- Als Verbraucher sollte man sich darauf verlassen können, dass Produkte mit Gesundheitswerbung auch insgesamt gesund sind. Gesundheitswerbung gibt dem Lebensmittel einen gesunden Anschein, obwohl viel Zucker, Fett und Salz in Lebensmitteln ungesund sind.
- Die Nährwerttabelle auf der Rückseite der Verpackung ist schwierig zu verstehen und nicht so offensichtlich wie die Gesundheitswerbung auf der Vorderseite. Die Informationen werden somit oft gar nicht mehr wahrgenommen

Gegen ein Werbeverbot (d. h. Gesundheitsaussagen bei Lebensmitteln, die viel Zucker, Salz oder Fett enthalten, bleiben zulässig) spricht:

- Als Verbraucher kann ich auf der gesetzlich vorgeschriebenen Nährwertkennzeichnung den Zucker-, Fett- und Salzgehalt eines Lebensmittels selber nachlesen.
- Es ist kaum möglich, eine Grenze zwischen gesunden und ungesunden Lebensmitteln zu ziehen. Das ist zu willkürlich und würde einzelne Produkte herabsetzen.

Mindestanforderungen an die Nährwertzusammensetzung bei der Verwendung von Health Claims

Frage: Wem würden Sie zustimmen? (Pro- und Contra-Argumente sowie Infotext für die Probanden vgl. vorherige Seite)

Die Argumente für ein Werbeverbot					Die Argumente gegen ein Werbeverbot			
überzeugen mich voll und ganz.				Teils / teils				überzeugen mich voll und ganz.
<u>Keine</u> Gesundheitsaussagen bei Lebensmitteln, die viel Zucker, Salz oder Fett enthalten					Gesundheitsaussagen bei Lebensmitteln, die viel Zucker, Salz oder Fett enthalten, <u>bleiben</u> zulässig			
18,2%	12,4%	12,1%	8,0%	25,2%	6,5%	4,6%	7,1%	5,9%
50,8%					24,0%			

Angaben in % aller gültigen Antworten

Nährwertkennzeichnung (I):

Ampel und Nährwerttabelle im Vergleich – Informationen zur Abfrage

Text zur Vorabinformation der Probanden:

Auf der Rückseite von Lebensmittel-Verpackungen finden Sie eine umfangreiche Tabelle mit Nährwertinformationen. Darüber hinaus wird immer wieder diskutiert, ob eine farbliche Kennzeichnung der Zucker-, Fett- und Salzgehalte (Ampel) auf der Vorderseite der Verpackung eine sinnvolle Ergänzung sein kann.

Hier sehen Sie jeweils ein Beispiel für solche Nährwertangaben auf Lebensmittelverpackungen:

Beispiel für eine Nährwerttabelle auf der Verpackungsrückseite:

Durchschnittliche Nährwerte			
	Je 100 g	1 Stück (33 g)**	% (33 g)*
Brennwert	1589 kJ / 377 kcal	524 kJ / 125 kcal	6 %
Fett	9,9 g	3,3 g	5 %
- davon gesättigte Fettsäuren	2,2 g	0,7 g	4 %
Kohlenhydrate	61,7 g	20,4 g	8 %
- davon Zucker	39,2 g	12,9 g	14 %
Eiweiß	8,4 g	2,8 g	6 %
Salz	0,75 g	0,25 g	4 %

*Referenzmenge für einen durchschnittlichen Erwachsenen (8.400 kJ / 2.000 kcal). **1 Portion = 1 Stück (33 g)
Oblaten-Lebkuchen. Die Packung enthält ≈ 18 Portionen.

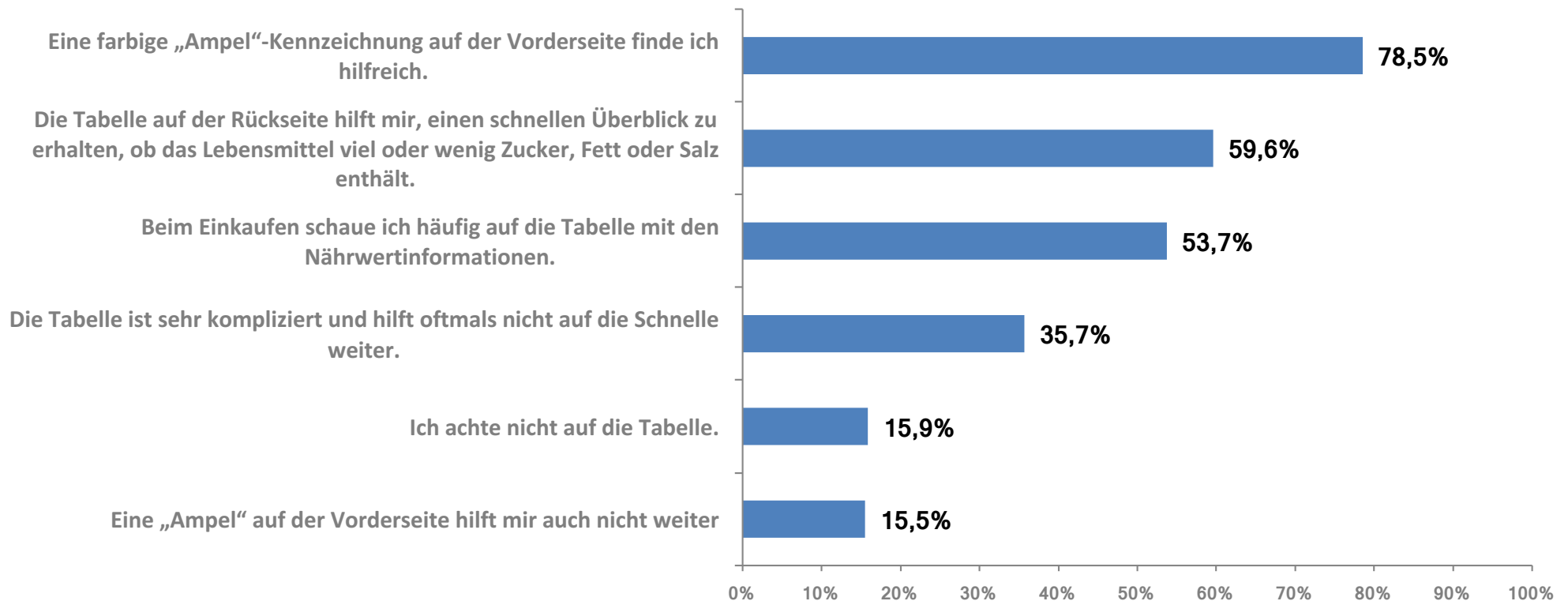
Beispiel für eine „Ampel“-Kennzeichnung der Nährwerte auf der Verpackungsvorderseite:

GERING	2,1 g	Fett
GERING	1,3 g	gesättigte Fette
HOCH	35,3 g	Zucker
MITTEL	1,0 g	Salz
	353 kcal	Kalorien
	pro 100 g	

Nährwertkennzeichnung (II): Verbraucher präferieren ergänzende Ampel-Kennzeichnung auf der Vorderseite

Frage: Die folgenden Aussagen beziehen sich auf diese unterschiedlichen Formen der Nährwertkennzeichnung. Bitte geben Sie an, inwieweit Sie den folgenden Aussagen zustimmen.

■ stimme voll u. ganz zu / stimme zu

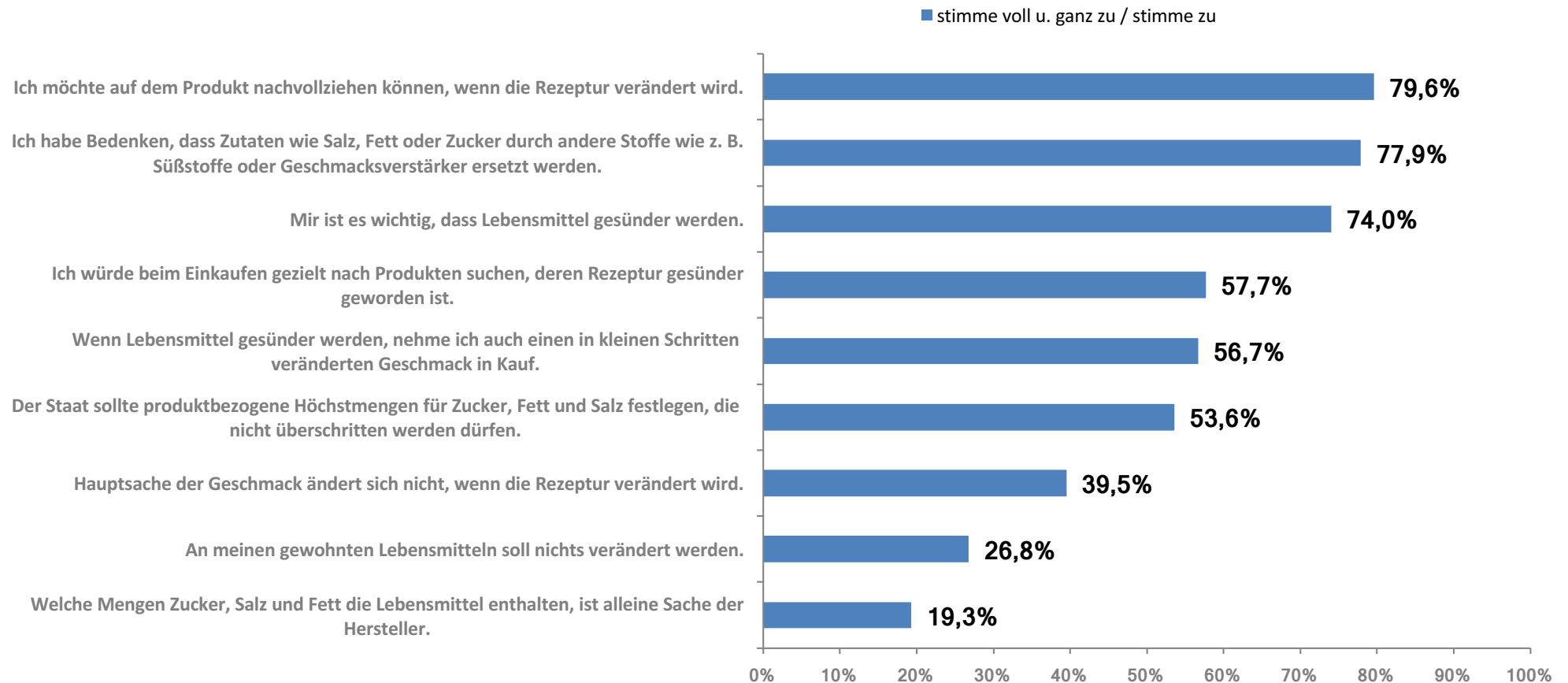


Angaben in % aller gültigen Antworten

5-stufige Skala von „stimme voll u. ganz zu“ bis „stimme überhaupt nicht zu“

Verbrauchereinstellung zur Reformulierung von Lebensmittelrezepturen

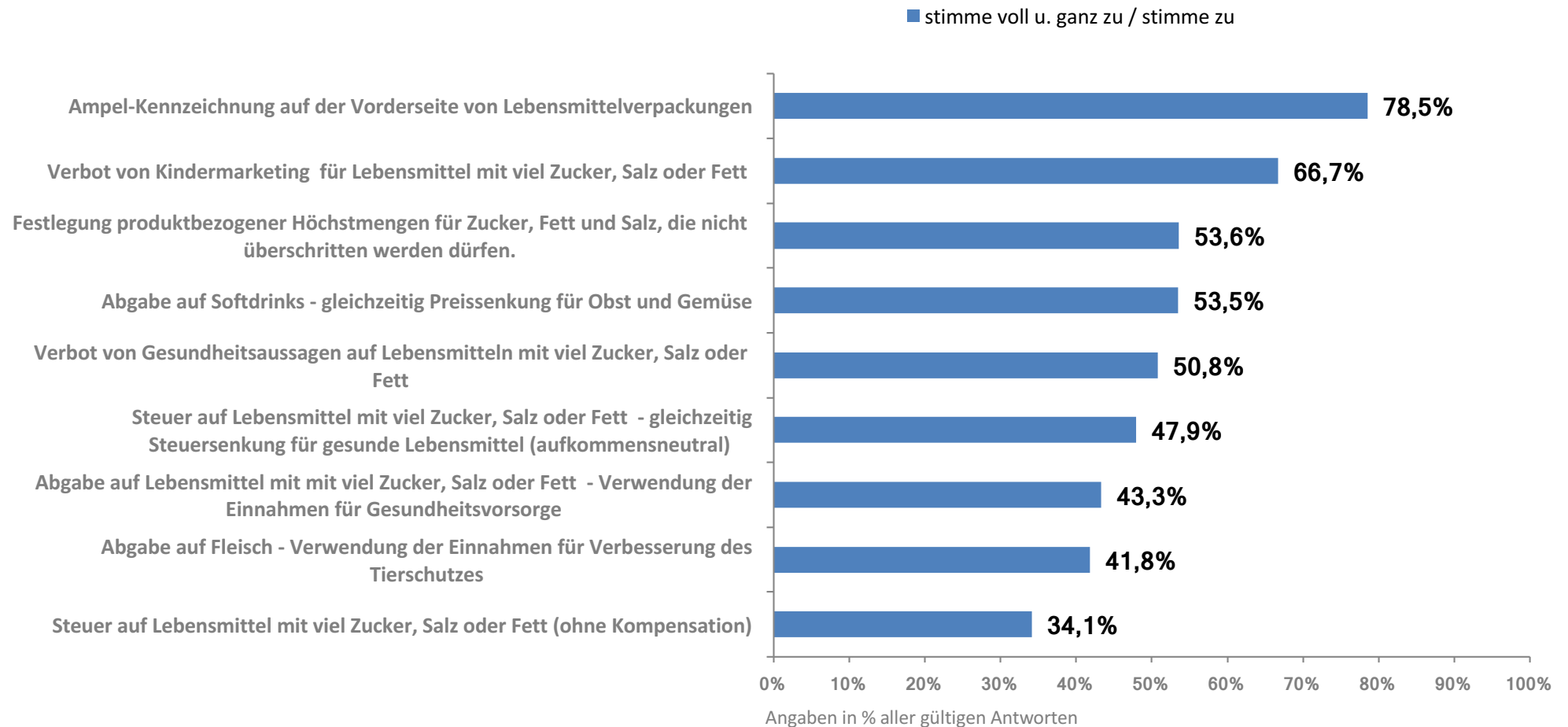
Frage: In der Politik wird derzeit diskutiert, dass Lebensmittel gesünder werden sollen, indem Fett, Salz und Zucker reduziert werden. In diesem Fall würden also Vorgaben zur Veränderung der Rezepturen gemacht. Ein Ansatz sieht vor, den Salzgehalt in Lebensmitteln innerhalb von 4 Jahren um 16% zu senken und den Zuckergehalt in den nächsten 5 Jahren um mindestens 10%. Wie stehen Sie zu folgenden Aussagen?



Angaben in % aller gültigen Antworten

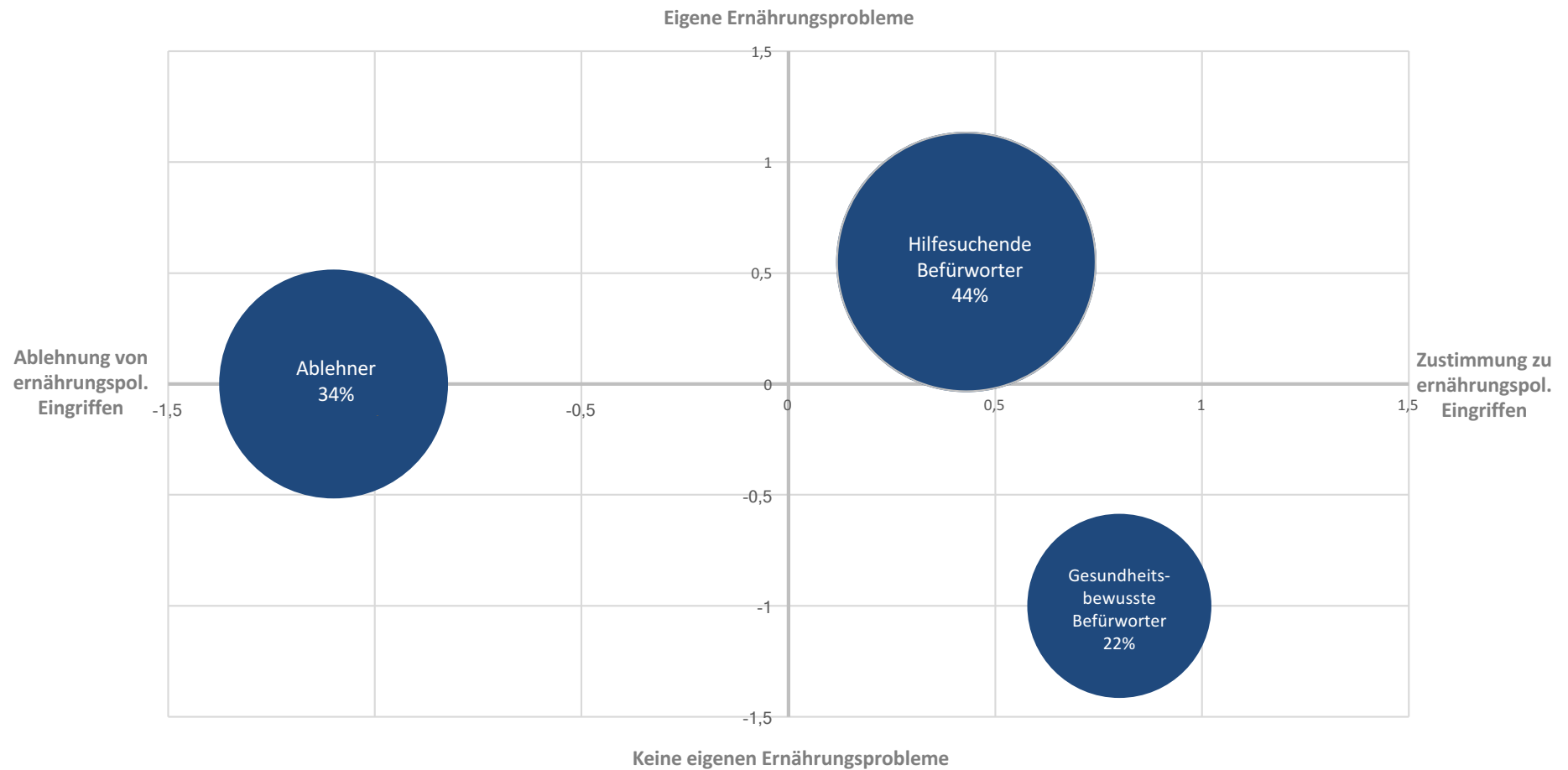
5-stufige Skala von „stimme voll u. ganz zu“ bis „stimme überhaupt nicht zu“

Akzeptanz verschiedener ernährungspolitischer Instrumente: Zusammenfassender Überblick der Befragungsergebnisse



Einstellung zu staatlichen Eingriffen vor dem Hintergrund eigener Ernährungsprobleme

Ergebnisse einer Clusteranalyse (I)



Einstellung zu staatlichen Eingriffen vor dem Hintergrund eigener Ernährungsprobleme

Ergebnisse einer Clusteranalyse (II)

Die Matrix verdeutlicht zusammenfassend, dass es in der deutschen Bevölkerung deutliche Differenzen bei der Beurteilung ernährungspolitischer Eingriffe gibt:

- **Ablehner:** Ein Drittel (34 %) der Bevölkerung weist eine hohe Gegenwartspräferenz auf, will also den heutigen Genuss nicht unbedingt für spätere Gesundheitsvorteile in Frage stellen. Auch sind diese Probanden wenig nachhaltigkeitsorientiert. Entsprechend werden zwar Kennzeichnungseingriffe des Staates oder Marketingbeschränkungen bei Kinderwerbung noch „toleriert“, lenkende Eingriffe in den Konsum durch Steuern aber ziemlich konsequent abgelehnt.
- **Gesundheitsbewusste Befürworter:** 22 % der Bevölkerung mit sehr hohem Nachhaltigkeitsbewusstsein stützt alle staatlichen Eingriffe zum Schutz der Bürger – obwohl es diesen Verbrauchern selber nicht schwerfällt, sich gesund zu ernähren. Sie stützen auch harte Instrumente wie Lenkungssteuern daher offensichtlich eher mit Blick auf andere Menschen und die Umwelt/den Tierschutz.
- **Hilfesuchende Befürworter:** Das mit 44 % größte Cluster ist etwas gespalten. Man weiß um die eigenen Schwächen, aber sieht deshalb wohl auch, dass man zu den „Betroffenen“ eines staatlichen Eingriffes gehören würde. Entsprechend ist die Zustimmung zu eingriffstieferen Instrumenten wie Lenkungssteuern verhalten. Auf jeden Fall unterstützt werden aber weichere Instrumente, die zu einer klareren Produktkennzeichnung führen, sowie Einschränkungen von Kindermarketing.

Insgesamt zeigt sich, dass die Bevölkerung strikteren Marktregulierungen zur Verbesserung der Markttransparenz überwiegend zustimmt und bei lenkenden Eingriffen wie Konsumsteuern gespalten ist. Bei letzteren Instrumenten kommt es daher auf Ausgestaltung, Begründungen, Framing und Aufkommensneutralität an, vieles spricht hier wohl für vorsichtige erste Versuche.



Stichprobenbeschreibung

Soziodemographische Merkmale der Stichprobe

Alter in Jahren	Altersdurchschnitt in Jahren: 49; Altersgruppen: 16-29 (17,5%), 30-49 (30,3%), 50 und älter (52,2%)
Geschlecht	männlich (49,4%), weiblich (50,6%)
Wohnort (Region)	Nord (16,1%), West (36,1%), Süd (27,1%), Ost (20,8%)
Haushaltsgröße (Anzahl Personen)	1 (27,4%), 2 (42,8%), 3 (16,1%), 4 (10,5%), 4+ (3,2%)
Lebenssituation	bei den Eltern (8,6%); in einer WG (3,8%); mit Partner, Kinder ausgezogen (16,9%); mit Partner, ohne Kinder (20,4%); mit Partner u. Kindern (18,0%); allein erziehend mit Kindern (3,7%); bei den Kindern (0,4%); allein (26,8%)
Einkommensklassen	unter 1.300€ (24,8%), 1.300-2.599€ (38,0%), 2.600-4.499€ (28,3%), 4.500€ und mehr (8,9%)
Bildungsgrad	Volks-/Hauptschule (34,1%), mittlere Reife/weiterbildende Schule ohne Abitur (30,6%), Abitur/Hochschulreife/Fachhochschulreife (14,0%), abgeschlossenes Studium (17,3%), keinen Schulabschluss/ noch in der Ausbildung (4%)

Kontakt



Dr. Anke Zühlsdorf

Projektleitung und -durchführung

Zühlsdorf + Partner GbR | Marketingberatung

Philipp-Oldenburger-Weg 27

37083 Göttingen

Fon: 0551- 3708086

Mail: azuehls@gwdg.de

Privates Forschungsinstitut und Unternehmensberatung mit
dem Themenfokus Lebensmittelmarketing,
Verbraucherforschung und Ernährungspolitik



Prof. Dr. Achim Spiller

Wissenschaftliche Beratung

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

Projektmitarbeiterin



Kristin, Jürkenbeck M.A.

Wissenschaftliche Mitarbeiterin

Georg-August-Universität Göttingen
Lehrstuhl Marketing für Lebensmittel- und
Agrarprodukte

Fon: 0551 – 3926245

Mail: kristin.juerkenbeck@uni-goettingen.de

Bitte zitieren als:

Zühlsdorf, A., Jürkenbeck, K., Spiller, A. (2018): Lebensmittelmarkt und Ernährungspolitik 2018: Verbrauchereinstellungen zu zentralen lebensmittel- und ernährungspolitischen Themen. Chartbook zur repräsentativen Umfrage, Göttingen.