

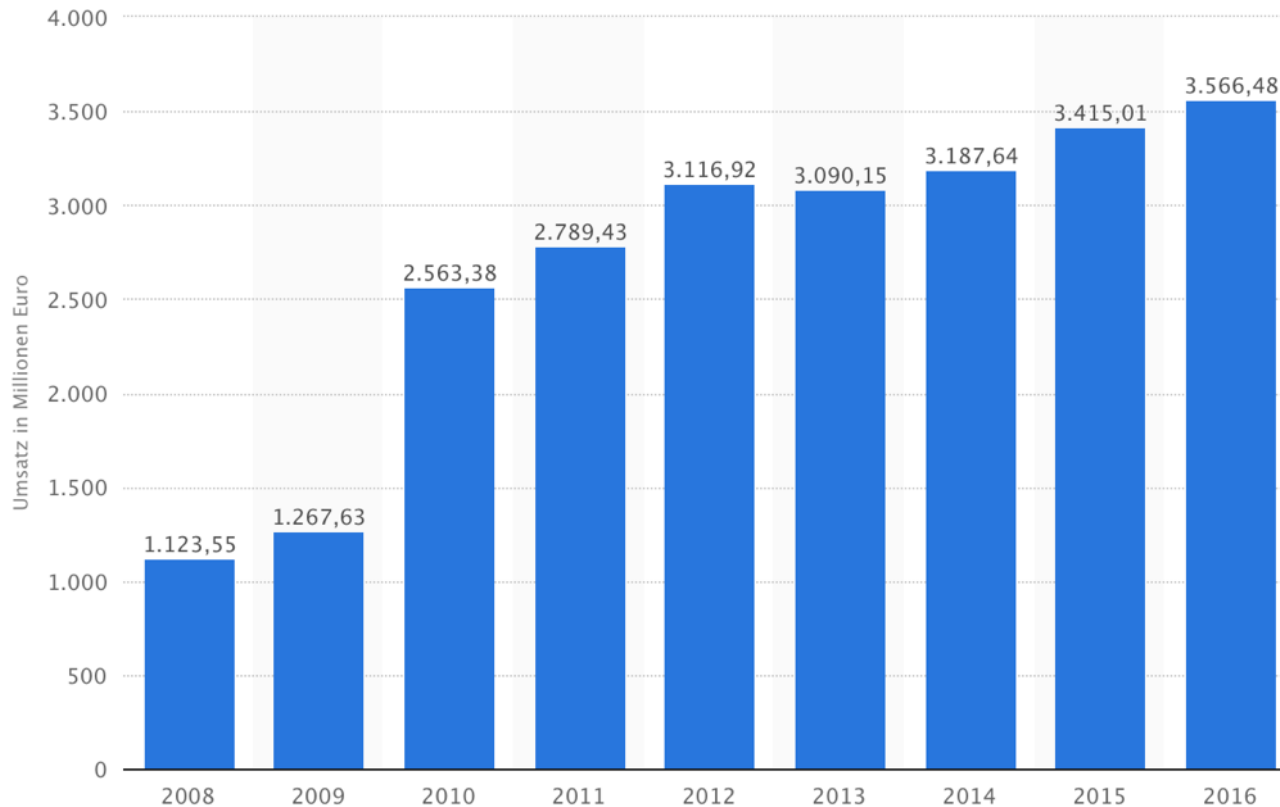


# Der Konsument im Widerspruch: Fertiggerichte, aber bitte natürlich!

Prof. Dr. Michael Siegrist

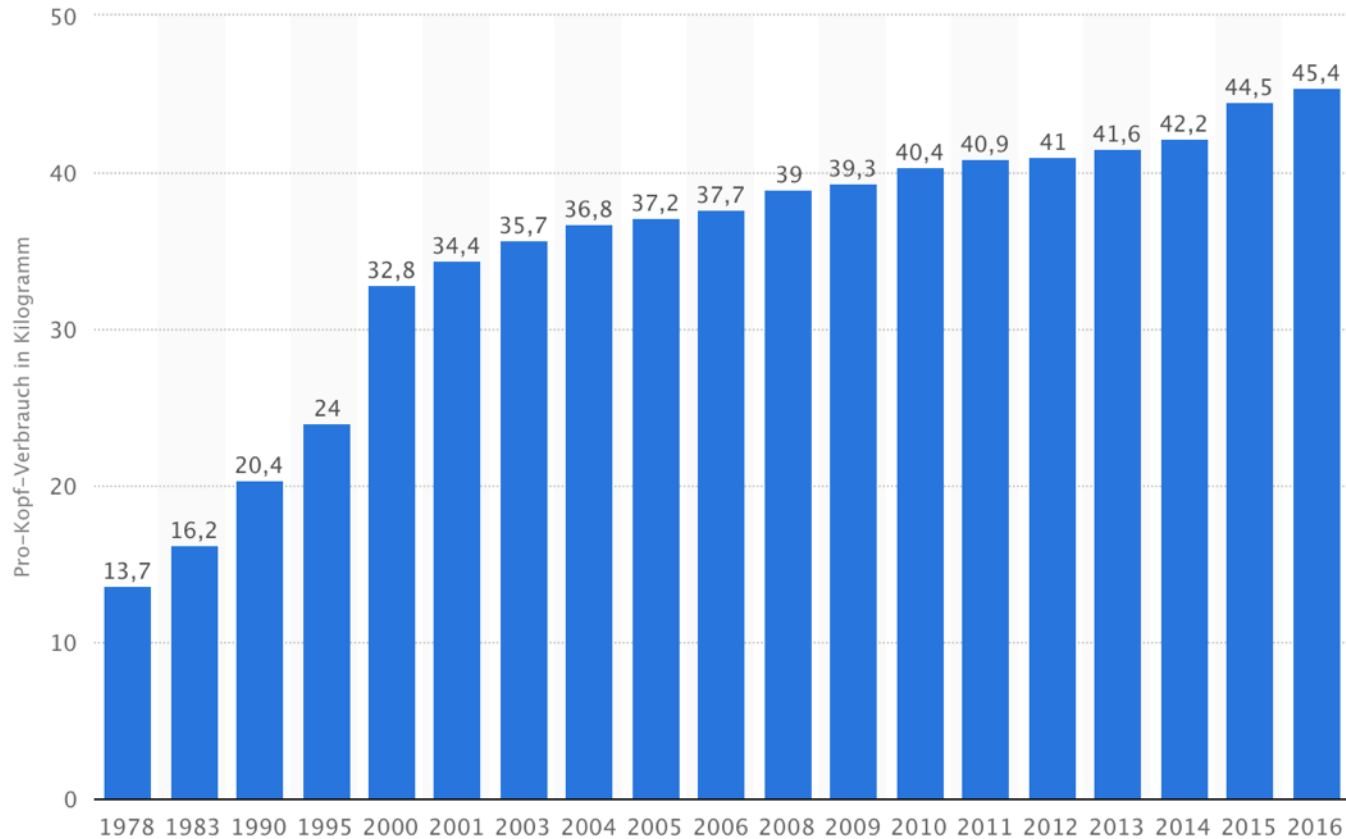


# Umsatz in der Herstellung von Fertigerichten in Deutschland



© Statista 2017

# Pro-Kopf-Verbrauch von Tiefkühlkost in Deutschland



© Statista 2017

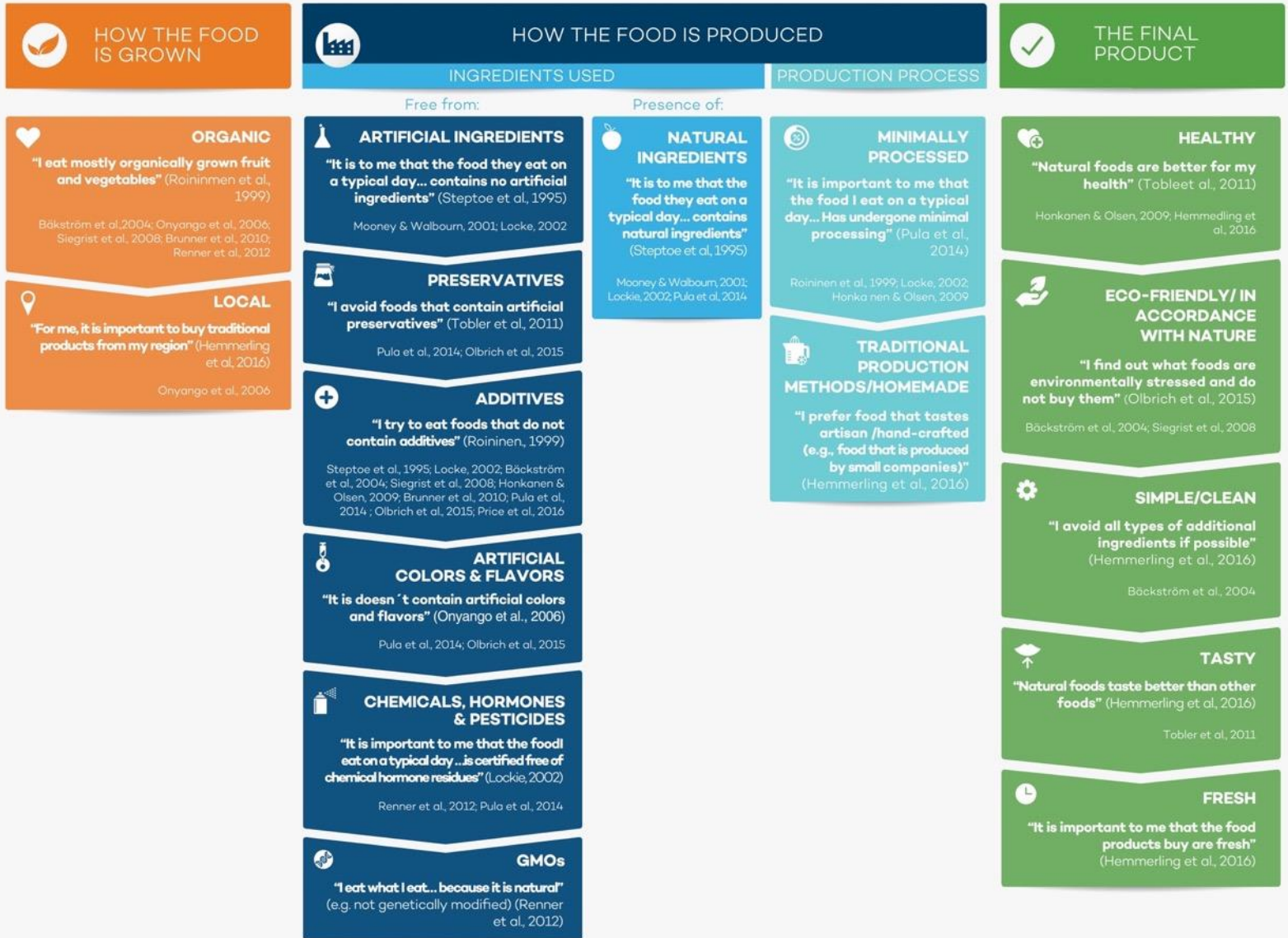
# Einflussfaktoren für Zunahme von Convenienceprodukten

- Weniger Zeit für Haushaltsarbeiten: Mehr Zeit für Freizeit und Beruf
- Kochfähigkeiten gehen zurück
- Essverhalten ist fragmentierter
- Familien werden kleiner



# Heuristik: Natürlich ist besser





Román, Sanchez-Siles, Siegrist, 2017

Mrs. Meier wants to buy breakfast cereals for her children.



Mrs. Meier finds the following information on the package:

Nutrition value for a portion (30 g)

|               |            |
|---------------|------------|
| Energy        | 111.3 kcal |
|               | 466.0 kJ   |
| Protein       | 1.4 g      |
| Carbohydrates | 26.1 g     |
| - Fruit sugar | 11.1 g     |
| - Starch      | 15.0 g     |
| Fat           | 0.2 g      |

Fig. 1. Information provided in the "fruit sugar" condition in Experiment 3. In the "sugar" condition, the same information was provided, but the label "fruit sugar" was replaced by the label "sugar."

Mrs. Meier wants to buy breakfast cereals for her children.



Mrs. Meier finds the following information on the package:

Nutrition value for a portion (30 g)

|               |            |
|---------------|------------|
| Energy        | 111.3 kcal |
|               | 466.0 kJ   |
| Protein       | 1.4 g      |
| Carbohydrates | 26.1 g     |
| - Sugar       | 11.1 g     |
| - Starch      | 15.0 g     |
| Fat           | 0.2 g      |

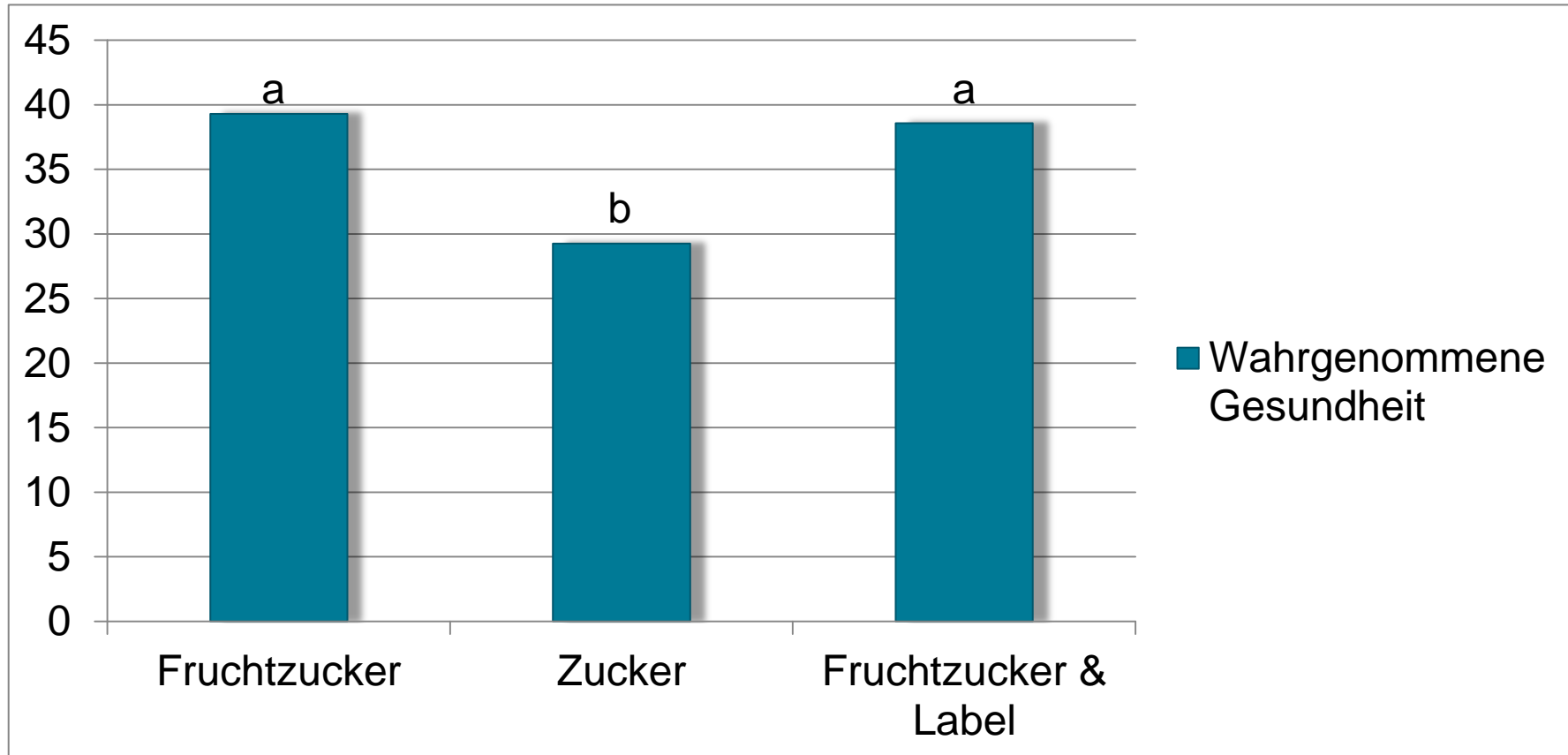
Fig. 1. Information provided in the "fruit sugar" condition in Experiment 3. In the "sugar" condition, the same information was provided, but the label "fruit sugar" was replaced by the label "sugar."



Sütterlin & Siegrist (2015)

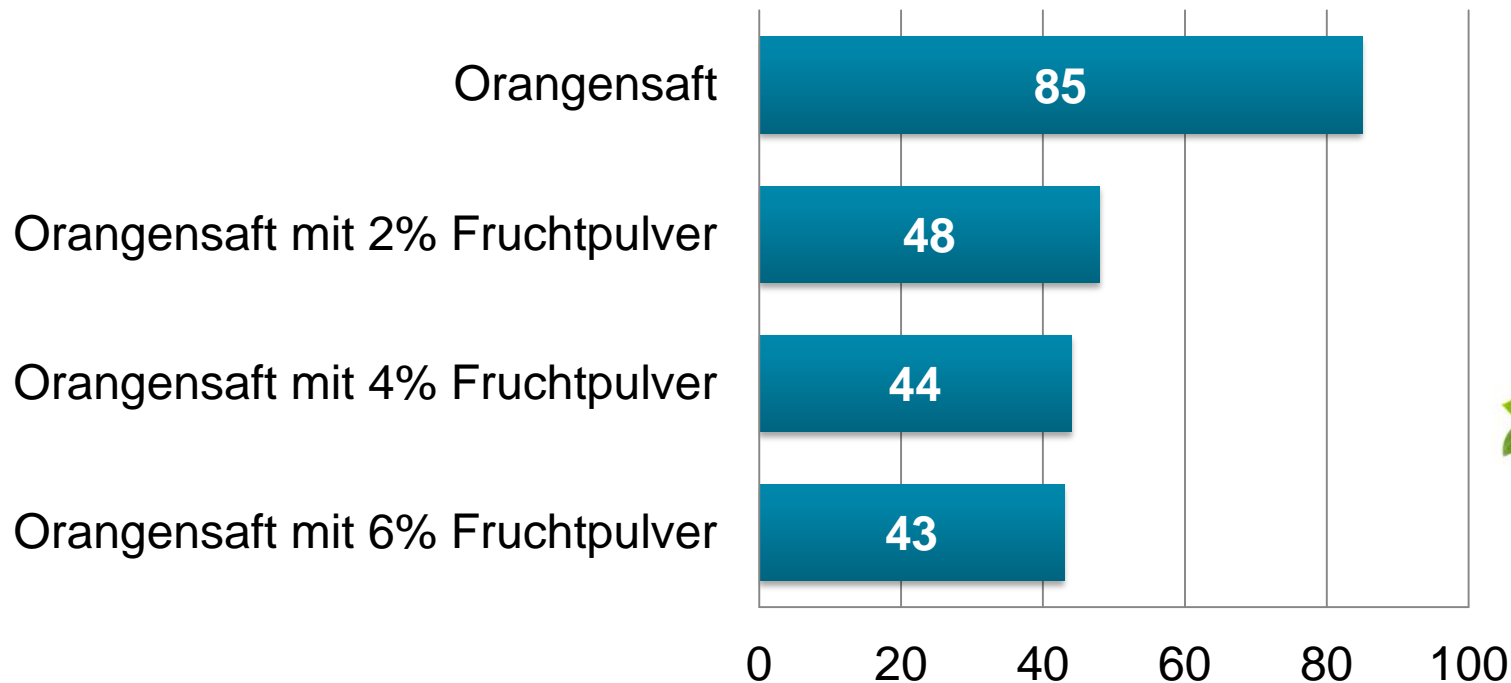


# Wahrgenommene Gesundheit



# Faktoren, welche die Wahrnehmung von Natürlichkeit beeinflussen

## Natürlichkeit



Evans et al., 2013

# Lebensmittelzusatzstoffe: Die symbolische Kraft von E-Zahlen

Wie künstlich oder natürlich beurteilen Sie die folgenden Lebensmittelzusatzstoffe?  
(0 = künstlich, 100 = natürlich)

|  | Mit E-Nummer<br>(M, SD) (N=121) | Ohne E-Nummer<br>(M, SD) (N=123) | T-Wert |
|--|---------------------------------|----------------------------------|--------|
| (E 100) Curcumin, natürliche Lebensmittelfarbe<br>(orange-gelb)                | 65.10 (32.26)                   | 75.89 (26.42)                    | 2.86** |
| (E 220) Schwefeldioxid, blockiert<br>Bräunungsreaktionen in trockenen Früchten | 39.55 (33.29)                   | 46.72 (33.93)                    | 1.66*  |
| (E 620) Glutaminsäure, Geschmacksverstärker                                    | 30.62 (29.11)                   | 37.89 (33.58)                    | 1.81*  |

\*\*  $p < .01$ ; \*  $p < .05$ , one-tailed

# Einfluss der wahrgenommenen Natürlichkeit auf das sensorische Erlebnis

- Teilnehmer wurden zu einem Sensorik-Experiment eingeladen
- Aufgabe war es, ein «Mousse au Chocolat» zu beurteilen
- Drei Gruppen
  - Keine Information
  - Natürliches Vanille
  - Künstliches Vanillin





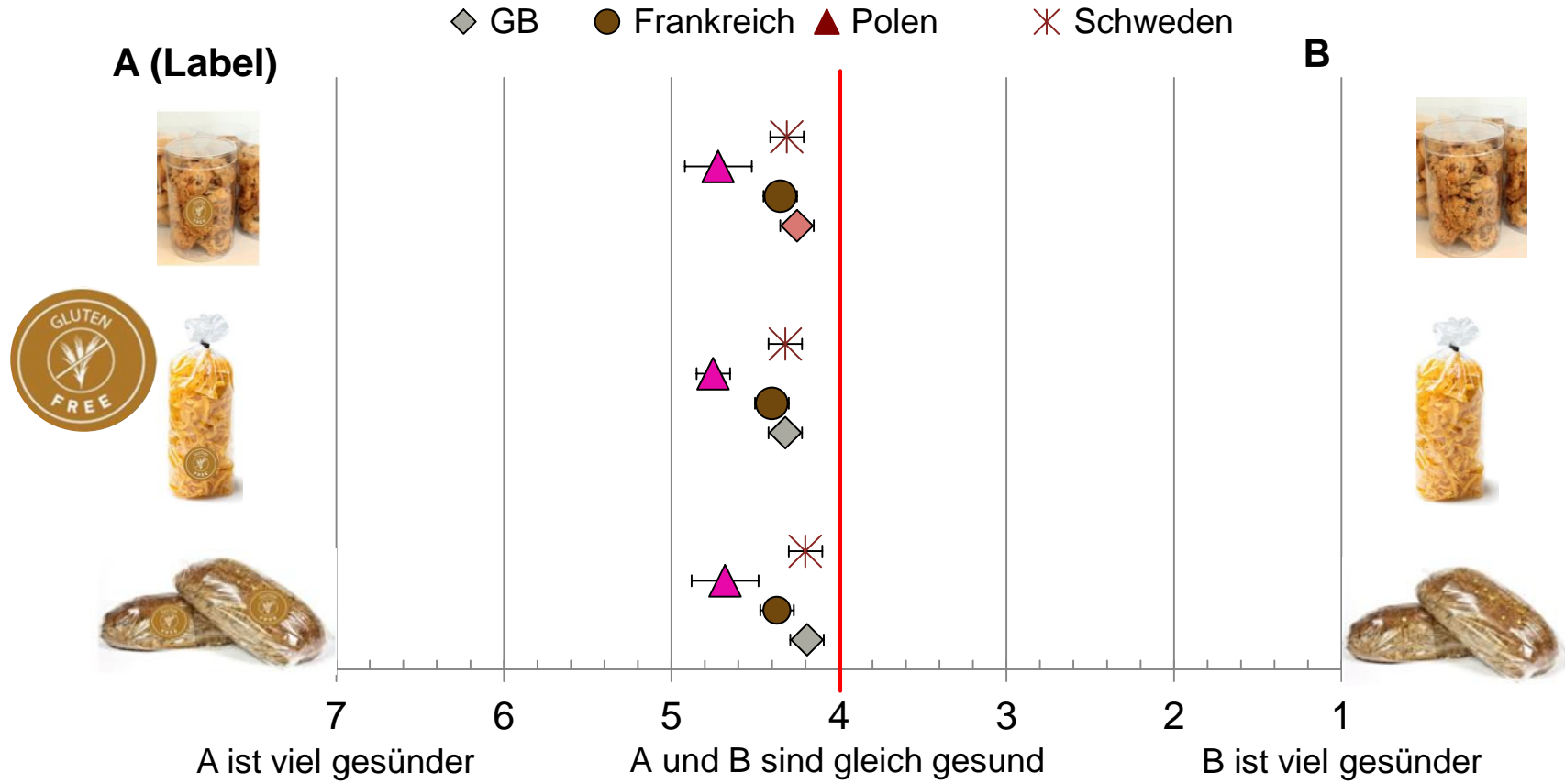
# all we add is cold

Just five all natural ingredients. Simply perfect.



© HDIP, Inc.  
www.haagendazs.com

# Heuristik: Produkte mit Free-from Labels sind gesünder



Hartmann et al. (2017)

## Schlussfolgerungen

- Zunahme des Konsums von Convenience Produkten
- Für viele Konsumenten ist Natürlichkeit wichtig
- Konsumenten verlassen sich auf einfache Heuristiken
  - Natürliche Produkte werden mit positiven Attributen in Verbindung gebracht
  - Free-from Produkte werden als gesünder wahrgenommen
- Verbindung von Convenience und Natürlichkeit wird auch in Zukunft wichtig sein

