

Studienbericht

**Wirksamkeit von drei verschiedenen
Front-of-Pack-Kennzeichnungen auf Lebensmitteln zur
Unterstützung des Konsumenten bei der gesunden Wahl**

Ergebnisse einer CH-repräsentativen Online-Konsumentenstudie
September 2010



SGE Schweizerische Gesellschaft für Ernährung
SSN Société Suisse de Nutrition
SSN Società Svizzera di Nutrizione

Impressum

Dank:

Die vorliegende Studie wurde im Auftrag von und mit finanzieller Unterstützung durch das Bundesamt für Gesundheit durchgeführt (BAG Vertragsnummer 09.006106 / 414.0000 / -58).

Quellenangabe:

Infanger E, Ryser Ch, Beer M (2010): Wirksamkeit von drei verschiedenen Front-of-Pack-Kennzeichnungen auf Lebensmitteln zur Unterstützung des Konsumenten bei der gesunden Wahl, Schweizerische Gesellschaft für Ernährung. Bern 2010

Bericht gegengelesen von Sara Meyer, Bereichsleiterin Methoden und Mitglied der Ressortleitung Custom Research, GfK Switzerland

Zur besseren Leserlichkeit wurde bei den Berufsbezeichnungen meistens nur die männliche Geschlechtsform angegeben. Diese Schreibweise beinhaltet aber selbstverständlich immer beide Geschlechter.

Bern, 14. September 2010



Glossar

Ampel

Die Ampelkennzeichnung zeigt an, wie viel Fett, gesättigte Fettsäuren, Zucker und Salz in einem Produkt pro 100g bzw. 100ml enthalten sind. Rot weist auf einen hohen, orange auf einen mittleren und grün auf einen tiefen Gehalt des entsprechenden Nährstoffes hin. Zusätzlich wird auch der Gehalt der vier Nährstoffe in Gramm pro Portion deklariert.

Die Ampelkennzeichnung hat ihren Ursprung in England und ist dort auch am weitesten verbreitet. In der Schweiz gibt es unseres Wissens noch keine Lebensmittel mit einer Ampelkennzeichnung zu kaufen. Es besteht jedoch eine Webseite (www.codecheck.info), auf welcher die Nährwerte von in der Schweiz erhältlichen Lebensmitteln seit Anfangs 2010 mit dem Ampelsystem angezeigt werden. Das EU-Parlament hat sich ausserdem Mitte Juni 2010 gegen das Ampelsystem ausgesprochen und sieht vor, die GDA-Kennzeichnung obligatorisch zu machen.

GDA

GDA steht für den englischen Begriff „**G**uideline **D**aily **A**mount“ (= Richtwert für die Tageszufuhr) und ist ein System, welches vom Verband der Europäischen Lebensmittelindustrie CIAA entworfen wurde (<http://gda.ciaa.eu>). Dabei wird angegeben, wie viel Energie (Kalorien), Fett, gesättigte Fettsäuren, Zucker und Natrium bzw. Salz eine Portion eines Produktes in Gramm enthält und wie viel Prozent diese Mengen vom durchschnittlichen Richtwert für die Tageszufuhr eines Erwachsenen ausmachen. In der Schweiz werden bereits viele Produkte mit den GDAs gekennzeichnet. Das EU-Parlament hat Mitte Juni 2010 darüber abgestimmt, die GDA-Kennzeichnung obligatorisch zu machen. Im Unterschied zur bestehenden GDA-Kennzeichnung jedoch pro 100g bzw. 100 ml und nicht pro Portion.



Glossar (Fortsetzung)

Label

Das Wort „Label“ wird in diesem Bericht im Sinne des schweizerischen Sprachgebrauches verwendet und bezieht sich auf ein Logo oder Symbol, dem spezifische Kriterien hinterlegt sind. Im spezifischen bezieht es sich im Rahmen dieser Studie auf ein „Healthy Choice Label“, welches die gesünderen Produkte innerhalb definierter Lebensmittelkategorien (z.B. der Kategorie Käse oder Getränke) kennzeichnet. Die Zusammensetzung der Produkte muss bestimmten Kriterien bezüglich ihres Gehaltes an verschiedenen Nährstoffen entsprechen. Die Kriterien unterscheiden sich dabei von Kategorie zu Kategorie. Bei Brot liegt der Fokus beispielsweise auf Nahrungsfasern und Salz, bei Wurstwaren auf Fett und Salz. „Healthy Choice Labels“ gibt es europa- und weltweit bereits in vielen Ländern, in der Schweiz sind sie jedoch noch kaum bekannt.

Front-of-pack-Kennzeichnung

Kennzeichnung, welche gut sichtbar auf der Vorder- („front“) bzw. Ansichtsseite eines Produktes platziert wird und damit auf den ersten Blick ersichtlich ist.



Inhaltsverzeichnis

Impressum	Seite 2
Glossar	Seite 3
Zusammenfassung	Seite 7
Résumé	Seite 9
Riassunto	Seite 11
Summary	Seite 13
Ausgangslage	Seite 16
Zweck und Ziele	Seite 18
Methodik	Seite 19
Resultate	Seite 33
Diskussion und Schlussfolgerungen	Seite 73
Limitationen	Seite 80
Literaturverzeichnis	Seite 82

Anhang

Anhang I: Details Teilnehmerstruktur

Anhang II: Resultate Experiment 1 (Einzelansicht pro Lebensmittelkategorie)

Anhang III: Produktdetails



Zusammenfassung / Résumé / Sintesi / Summary



Zusammenfassung

Die Schweizerische Gesellschaft für Ernährung SGE - ein gemeinnütziger und nicht-staatlicher Verein - ist die nationale Fachorganisation für Ernährung in der Schweiz. Die SGE klärt sowohl die Bevölkerung als auch Fachleute mit wissenschaftlich abgesicherten Informationen zu Ernährungsfragen auf. Im Rahmen des Nationalen Programms Ernährung und Bewegung NPEB 2008-2012 hat das Bundesamt für Gesundheit BAG der SGE den Auftrag erteilt, die Grundlagen zur Einführung eines einheitlichen und einfach verständlichen Lebensmittel-Labels zu prüfen und allenfalls zu erarbeiten. Die SGE hat in diesem Zusammenhang die vorliegende Konsumentenstudie durchgeführt. Die Resultate dieser Studie sollen das Wissen über Konsumenten in der Schweiz erweitern und das BAG bei der Planung und Umsetzung von Massnahmen betreffend Konsumenteninformation unterstützen.

Ziel der Studie war die Beantwortung der Frage, welche Front-of-Pack-Kennzeichnung (Ampel, GDA oder Label) den Konsumenten in der Schweiz besser bzw. wirksamer bei der gesunden Wahl von Lebensmitteln unterstützen kann. Sie wurde im Januar und Februar 2010 bei 1016 erwachsenen Personen mit Wohnsitz in der Schweiz (60% Deutschschweiz, 28% Romandie, 12% Tessin) durchgeführt.

Die GDA besitzen den höchsten Bekanntheitsgrad (81%) der untersuchten Kennzeichnungen und werden beim Lebensmitteleinkauf auch am stärksten beachtet (66% der 81%) und verwendet (55% der 81%). Die Ampel kennt bereits jeder dritte Konsument, das Label ist noch kaum bekannt (14%).

Zu Beginn der Studie wird die Ampel von den Befragten als die hilfreichste Kennzeichnung betrachtet. Auf einer Skala von 1 bis 10 erreicht sie den Wert 8 und in der Rangliste kommt sie auf den 1. Platz. Die GDA-Kennzeichnung wird ähnlich hilfreich bewertet (Wert 7.8), fällt in der Rangliste hingegen klar auf den 2. Platz. Das Label wird von den Verbrauchern ans Rangende (3. Platz) gestellt und erreicht auch in der Skala keinen hohen Wert (5.4).

Tatsächlich verhilft jedoch keine der getesteten Kennzeichnungen den Konsumenten zu einer durchgehend korrekten Erkennung des gesünderen Produktes, weder über die 10 Lebensmittelkategorien hinweg noch innerhalb einer spezifischen Produktkategorie.



Zusammenfassung (Fortsetzung)

Insgesamt verhelfen Ampel und die Kombination GDA+Label den meisten Konsumenten zur korrekten Wahl (71% resp. 69%), jedoch nicht in allen Produktkategorien. Etwas weniger häufiger erkennen die Konsumenten das gesündere Produkt mit Hilfe von Label (67%), dafür durchgehend in allen Kategorien ausser einer. GDA verhilft 66% der Konsumenten zur korrekten Wahl und wie bei Ampel und der Kombination GDA+Label nicht in allen Kategorien.

Die Erwartungen bezüglich dem Nutzen der Kennzeichnungen entsprechen nicht dem tatsächlichen Nutzen. Zum Beispiel werden GDA und vor allem Ampel von den meisten Konsumenten als hilfreich betrachtet. Bei einigen Produktkategorien führen diese beiden Kennzeichnungen jedoch sehr ausgeprägt zur falschen Wahl.

Von den vier getesteten Kennzeichnungsvarianten ermöglicht das Label die raschesten Entscheidungen (durchschnittlich 12.79 Sekunden). Die Interpretation von Ampel und GDA nimmt 35% bzw. 50% mehr Zeit in Anspruch. Für die Interpretation der GDA+Label benötigen die Konsumenten in etwa gleich viel Zeit wie fürs Lesen der GDA alleine. Tendenziell benötigten Verbraucher, welche falsch wählten, länger für ihre Entscheidungsfindung.

Abschliessend wird die Kombination GDA+Label von den Konsumenten eindeutig als die hilfreichste der vier getesteten Kennzeichnungsvarianten betrachtet. Begründet wird dies von den Verbrauchern unter anderem mit der „doppelten Sicherheit“. Die Ampel schneidet zwar signifikant weniger hilfreich als die Kombination GDA+Label ab, jedoch signifikant besser als GDA und Label individuell. Am wenigsten hilfreich wird wiederum das Label eingestuft.

Fazit: Die Studie zeigt, dass alle getesteten Kennzeichnungen den Konsumenten bei der gesunden Wahl unterstützen können, dass aber alle an gewisse Grenzen stossen. Auffallend ist die Diskrepanz zwischen subjektiver Wahrnehmung der Nützlichkeit einer Kennzeichnung und deren effektiven Nützlichkeit. Die Kombination GDA+Label scheint sich als eine Art „Füfi und Weggli“ herauszukristallisieren. Sie liefert viel Information für interessierte Konsumenten sowie die Bestätigung der eigenen Wahl, könnte unsichere oder bequeme Konsumenten bei der gesunden Wahl unterstützen und gestressten Konsumenten eine rasche Entscheidung ermöglichen.



Résumé

La Société Suisse de Nutrition (SSN), association d'intérêt public et non gouvernementale, est l'organisation nationale spécialisée dans le domaine de la nutrition. Elle informe la population et les professionnels à l'aide de données scientifiquement fondées concernant l'alimentation. Dans le cadre du Programme national alimentation et activité physique (PNAAP) 2008-2012, l'Office fédéral de la santé publique (OFSP) l'a chargée d'examiner et, le cas échéant, d'élaborer les bases servant à l'instauration d'un label pour les denrées alimentaires, uniforme, simple et compréhensible. Dans ce contexte, la SSN a réalisé la présente enquête auprès des consommateurs. Les résultats devraient permettre de mieux connaître les consommateurs suisses et aider l'OFSP à planifier et mettre en œuvre des mesures concernant leur information.

Le but de l'enquête était de déterminer quel étiquetage apposé sur le recto de l'emballage (« feux de signalisation », repères nutritionnels journaliers [RNJ], ou label) permet d'aider les consommateurs suisses à mieux choisir des denrées alimentaires saines, ou de le faire avec plus d'efficacité. Cette enquête a été réalisée en janvier et février 2010 auprès de 1016 adultes résidant en Suisse (60 % en Suisse alémanique, 28 % en Suisse romande et 12 % au Tessin).

Parmi les étiquetages testés, les RNJ jouissent de la plus forte notoriété (81 %) et sont aussi ceux auxquels les consommateurs font le plus attention (66 % de ces 81 %) et qu'ils utilisent le plus (55 % des 81 %) lors de leurs achats. Un tiers des consommateurs connaissent déjà l'étiquetage dit « des feux de signalisation » (ou code couleurs), alors que le label est encore peu connu (14 %).

Tout d'abord, les feux de signalisation sont considérés par les répondants comme l'étiquetage le plus utile. Sur une échelle de 1 à 10, ils obtiennent 8 et prennent la première place du classement. Les RNJ sont jugés presque aussi utiles (7,8), mais sont clairement deuxième du classement. Les consommateurs placent le label en queue de classement (troisième place) et ne lui accordent que 5,4 sur l'échelle de 1 à 10.

Toutefois, aucun des étiquetages testés n'aide véritablement les consommateurs à toujours bien distinguer le produit le plus sain, que ce soit sur l'ensemble des dix catégories de denrées alimentaires ou au sein d'une catégorie spécifique de produits.



Résumé (Continuation)

Dans l'ensemble, les feux de signalisation et la combinaison RNJ+label aident la plupart des consommateurs à faire le bon choix (71 % et 69 %), mais pas dans toutes les catégories de produits. Ils trouvent un peu moins souvent le produit le plus sain au moyen du label (67 %), par contre, dans toutes les catégories sauf une. Les RNJ aident 66 % des consommateurs à faire le bon choix mais, comme pour les feux et la combinaison RNJ+label, pas dans toutes les catégories.

Les attentes relatives à l'utilité de l'étiquetage ne correspondent pas à son utilité réelle : p. ex., les RNJ et les feux, en particulier, sont considérés comme utiles par la plupart des consommateurs. Pour certaines catégories de produits, ces deux étiquetages conduisent toutefois au mauvais choix, et ce très clairement.

Des quatre étiquetages testés, le label est celui qui permet de prendre sa décision le plus rapidement (12,79 secondes en moyenne). L'interprétation des feux de signalisation et des RNJ prend respectivement 35 % et 50 % de temps en plus. Pour interpréter les RNJ+label, les consommateurs ont besoin d'à peu près autant de temps que pour la seule lecture des RNJ. Les consommateurs qui font le mauvais choix tendent à avoir besoin de plus de temps pour prendre leur décision.

Enfin, la combinaison RNJ+label est clairement considérée par les consommateurs comme étant la plus utile parmi les quatre étiquetages testés. Ils motivent notamment ce choix par une « double sécurité ». Question utilité, les feux de signalisation font nettement moins bonne figure que la combinaison RNJ+label, mais bien mieux que les RNJ et le label pris individuellement. De nouveau, c'est le label qui se retrouve en queue de classement.

Conclusion : L'enquête montre que tous les étiquetages testés peuvent aider le consommateur à faire le bon choix pour sa santé, mais qu'ils se heurtent tous à certaines limites. La dichotomie entre la perception subjective de l'utilité d'un étiquetage et son utilité réelle est tout à fait frappante. La combinaison RNJ+label permet en quelque sorte aux consommateurs intéressés d'avoir le beurre et d'argent du beurre. Elle leur livre beaucoup d'informations et conforte leur choix ; elle pourrait également aider les consommateurs peu sûrs d'eux ou paresseux à faire le bon choix pour leur santé et permettre à ceux qui sont pressés de prendre une décision rapidement.



Riassunto

La Società Svizzera di Nutrizione SSN - un'associazione non governativa di utilità pubblica - è l'organizzazione specializzata per l'alimentazione a nutrizione in Svizzera. La SSN fornisce alla popolazione e agli specialisti informazioni scientificamente fondate su questioni relative alla nutrizione. Nel quadro del Programma nazionale alimentazione e attività fisica 2008-2012 (PNAAF 2008-2012), l'Ufficio federale della sanità pubblica (UFSP) ha incaricato la SSN di verificare ed eventualmente elaborare le basi per l'introduzione di un marchio unificato e di facile comprensione per le derrate alimentari. In questo contesto, la SSN ha condotto la presente indagine, i cui risultati sono destinati ad ampliare le conoscenze dei consumatori in Svizzera e a sostenere l'UFSP nella pianificazione e nell'attuazione di misure informative per i consumatori.

L'obiettivo dello studio era quello di definire quale tra le caratterizzazioni apposte sulla parte frontale dell'imballaggio (*front-of-pack*) - caratterizzazione basata sui colori del semaforo, GDA o marchio - agevola meglio i consumatori nella scelta di alimenti più sani. L'indagine è stata condotta nei mesi di gennaio e febbraio 2010 presso 1016 persone adulte residenti in Svizzera (60 % in Svizzera tedesca, 28 % in Romandia, 12 % in Ticino).

Delle caratterizzazioni oggetto dello studio, la GDA è quella più conosciuta (81 %), la più seguita all'acquisto di derrate alimentari (66 % dell'81%) e la più utilizzata (55 % dell'81 %). La caratterizzazione basata sui colori del semaforo è già conosciuta da un terzo dei consumatori mentre il marchio è ancora poco noto (14 %).

Nella parte iniziale dell'indagine, la caratterizzazione basata sui colori del semaforo è ritenuta quella più utile da parte delle persone interrogate. Su una scala da 1 a 10, tale caratterizzazione raggiunge quota 8, ossia la prima posizione. Di analoga utilità è ritenuta la GDA (valore 7,8), chiaramente in seconda posizione, mentre il marchio occupa il terzo e ultimo posto con un valore modesto (5,4).

Tuttavia, nessuna delle caratterizzazioni verificate riesce ad aiutare concretamente i consumatori a riconoscere sempre e in modo corretto un alimento sano, né tra la 10 categorie di derrate alimentari né nell'ambito di una categoria specifica di prodotti.



Riassunto (Continuazione)

Globalmente, la caratterizzazione basata sui colori del semaforo e la combinazione GDA+marchio aiutano la maggior parte dei consumatori a fare la scelta corretta (71 % risp. 69 %), ma non per tutte le categorie di prodotti. Il marchio permette di riconoscere meno frequentemente il prodotto più sano (67 %); in compenso, il grado di riconoscimento è sempre lo stesso per tutte le categorie tranne una. La GDA aiuta il 66 % dei consumatori a fare la scelta corretta, anche se non per tutte le categorie, come invece succede per la caratterizzazione basata sui colori del semaforo e la combinazione GDA+marchio.

L'aspettativa di utilità delle caratterizzazioni non corrisponde a quella effettiva: ad esempio, la GDA e soprattutto la caratterizzazione basata sui colori del semaforo sono ritenute utili dalla maggioranza dei consumatori interrogati. Tuttavia, entrambe le caratterizzazioni portano chiaramente a compiere la scelta sbagliata per alcune categorie di prodotti.

Tra le quattro caratterizzazioni oggetto dell'indagine, il marchio è quella che consente la scelta più veloce (in media 12,79 secondi). L'interpretazione della caratterizzazione basata sui colori del semaforo e della GDA prende più tempo (risp. 35 % e 50% di tempo in più). Nel caso della combinazione GDA+marchio, i consumatori necessitano più o meno lo stesso tempo che impiegano solo per la GDA. I consumatori che compiono scelte sbagliate tendono a impiegare più tempo per decidere.

Infine, i consumatori ritengono che la combinazione GDA+marchio sia quella più utile tra le quattro caratterizzazioni verificate e motivano, tra l'altro, questa affermazione con la presenza di una «doppia sicurezza». La caratterizzazione basata sui colori del semaforo è ritenuta molto meno utile rispetto alla combinazione GDA+marchio, ma più utile della GDA e del marchio se presi individualmente. Il marchio è ritenuto il metodo meno utile di tutti.

Conclusione: Lo studio mostra che tutte le caratterizzazioni sottoposte a verifica possono aiutare i consumatori a compiere scelte sane, anche se in modo limitato. Ciò che più risalta all'occhio è la discrepanza menzionata tra la percezione soggettiva dell'utilità di una caratterizzazione e la sua utilità effettiva. La combinazione GDA+marchio sembra rivelarsi una soluzione adatta per tutte le esigenze. Offre molte informazioni ai consumatori interessati e anche una conferma della scelta effettuata; potrebbe aiutare i consumatori insicuri o quelli che preferiscono le soluzioni facili a scegliere alimenti sani e agevola i clienti frettolosi a prendere una decisione rapida.



Summary

The Swiss Society for Nutrition (SGE) – a non-profit and non-governmental organisation – is the national organisation in charge of nutrition in Switzerland. It provides scientific information on all nutritional issues to experts and the general public. Within the framework of the National Programme on Diet and Physical Activity (NPDPA) 2008–2012, the Federal Office of Public Health FOPH commissioned the SGE to study and, if warranted, develop the foundation for introducing a standardised and easily comprehensible healthy choices logo for foods. It was in that context that the SGE conducted this consumer survey. The goal of the survey was to expand our knowledge of Swiss consumers and support the FOPH in the planning and implementation of consumer information measures.

The goal of the survey was to determine which front-of-pack label (traffic light, GDA or logo) is better, i.e. more effective, at supporting Swiss consumers in making healthy food choices. During January and February 2010, 1016 adult residents of Switzerland (60 percent German-speaking, 28 percent French-speaking and 12 percent Italian-speaking Switzerland) were surveyed.

Amongst the studied labels, the awareness level is highest for the GDA (81 percent), which is also the one grocery shoppers observe (66 percent of the 81 percent) and utilise (55 percent of the 81 percent) the most. One out of three consumers is familiar with the traffic light, whereas the logo is largely unknown (14 percent).

At the start of the survey, respondents consider the traffic light the most helpful label – an 8 on a scale from 1 to 10, for a first place in the ranking. While the GDA is considered similarly helpful (7.8 on the scale), it still only ranks a clear second. The logo, which reaches a modest 5.4 on the scale, is ranked last (third place) by consumers.

In fact, however, none of the tested labels allows consumers to consistently and reliably recognise healthier products, be it across the 10 food categories or within each specific product category.



Summary (Continuation)

In all, the traffic light and the GDA/logo combination help most consumers make the correct choice (71 percent and 69 percent, respectively), albeit not in all product categories. While the logo helps consumers recognise healthier products somewhat less frequently (67 percent), it does so across all categories but one. The GDA helps 66 percent of consumers make the correct choice, though not in all categories (comparable to the traffic light and the GDA/logo combination).

Expectations regarding the benefits of the labels do not match the actual benefits: e.g. the GDA and particularly the traffic light are considered helpful by most consumers, even though those two labels lead to some pronouncedly wrong choices in several product categories.

Of the four tested label options, the logo allows for the quickest decisions (12.79 seconds on average). Interpreting the traffic light or the GDA takes 35 percent and 50 percent longer, respectively. Interpreting the GDA/logo combination requires the same amount of time as reading the GDA by itself. Consumers who make the wrong choice tend to require more time to arrive at a decision.

In closing, consumers clearly consider the GDA/logo combination the most helpful of the four tested label options, based, amongst other things, on the perceived “double security”. And while the traffic light is considered significantly less helpful than the GDA/logo combination, it scores significantly higher than either the GDA or the logo individually. The logo, in turn, is rated least helpful.

Conclusion: The survey demonstrates that while each of the tested labels is able to assist the consumer in making healthy choices, they all have certain limitations. The aforementioned discrepancy between subjective perception of a particular label’s benefits and its actual benefits is striking. The GDA/logo combination seems to emerge as a kind of “having your cake and eating it too” solution – it offers a good deal of information for interested consumers as well as a validation of their choice, while at the same time assisting uncertain or passive consumers in their choice and enabling hurried consumers to make a quick decision.



Ausgangslage



Ausgangslage

Viele Schweizer erachten eine gesunde Ernährung als wichtig (Rudolph & Glas, 2008), doch bei der Umsetzung hapert es. Gemäss dem letzten Schweizerischen Ernährungsbericht (Eichholzer et al, 2005) isst der Durchschnittsschweizer weiterhin zu viel, zu süss, zu fettig und zu salzig.

Als wichtigste Hindernisse, die Ernährungsempfehlungen einzuhalten, werden von den Schweizern vor allem Disziplin, Zeit, Aufwand und in geringerem Masse auch die Kosten erwähnt (Rudolph & Glas, 2008; Coop, 2009). Dies widerspiegelt sich auch darin, wie viele Schweizer die Ernährungsinformationen auf Verpackungen lesen. Laut einer Nielsen-Studie (2008) tun dies lediglich 9%. 36% lesen diese Informationen immerhin, wenn sie ein Produkt zum ersten Mal kaufen, 10%, wenn sie Produkte für ihre Kinder kaufen und 24%, wenn sie Zeit haben. Ganze 14% lesen Ernährungsinformationen auf Verpackungen nie. Übergewichtige lesen Nährwertdeklarationen ausserdem weniger häufig als Normalgewichtige (Schlup, 2005).

Mehr als die Hälfte der Schweizer gibt an, dass sie die Ernährungsinformationen auf Verpackungen nur teilweise oder gar nicht verstehen (Nielsen, 2008). Dies deckt sich auch mit den Erkenntnissen einer Studie des ISPM Zürich (Wang, 2007), dass viele Schweizer (38% in D-CH, 41% in F-CH, 47% in I-CH) die Wahl eines qualitativ hochstehenden Lebensmittels als komplexe Entscheidung betrachten und Lebensmitteletiketten sogar weniger einfach als Medikamenten-Beipackzettel verstanden werden.

Massnahmen zur Verbesserung der Verständlichkeit von Ernährungsinformationen auf Verpackungen sind daher dringend nötig. Das Bundesamt für Gesundheit BAG hat dafür im Rahmen des Nationalen Programms Ernährung und Bewegung NPEB 2008-2012 der Schweizerischen Gesellschaft für Ernährung SGE den Auftrag erteilt, die Grundlagen zur Einführung eines einheitlichen und einfach verständlichen Lebensmittel-Labels zu prüfen und allenfalls zu erarbeiten.

Die SGE hat in diesem Zusammenhang die vorliegende Konsumentenstudie durchgeführt. Die Resultate dieser Studie sollen das Wissen über Konsumenten in der Schweiz erweitern und das BAG bei der Planung und Umsetzung von Massnahmen betreffend Konsumenteninformation unterstützen.



Zweck und Ziele



Zweck und Ziele

Zweck:

Erheben von repräsentativen und schweiz-spezifischen Daten zur Beantwortung der Frage, welche Front-of-Pack-Kennzeichnung (Ampel, GDA oder Label) den Konsumenten in der Schweiz besser/wirksamer bei der gesunden Wahl von Lebensmitteln unterstützen kann.

Ziele:

- Bekanntheits-, Beachtung s- und Verwendungsgrad von Ampel, GDA und Label erheben.
- Wirksamkeit von Ampel, GDA und Label in der Unterstützung des Konsumenten bei der gesunden Wahl von Lebensmitteln, d.h. bei der korrekten Wahl des gesünderen Produkts zwischen zwei Alternativen, messen.
- Präferenz der Konsumenten bezüglich Kennzeichnung (Ampel, GDA, Label) ermitteln.



Methodik

Seite 20	Studiendesign
Seite 21	Ein- bzw. Ausschlusskriterien
Seite 22	Aufbau Fragebogen
Seite 23	Erstellung Fragebogen
Seite 24	Wahl der Produktkategorien
Seite 25	Wahl der Produktpaare
Seite 26	Produktpaare
Seite 29	Schema Experiment
Seite 30	Statistische Analyse



Methodik - Studiendesign

- Online-Befragung¹
- Schweizer Wohnbevölkerung (18 bis 74 Jahre)
- National repräsentativ für die 3 Sprachregionen (60% Deutschschweiz, 28% Romandie und 12%² Tessin)
- 1016 Teilnehmer, zufällig einer von vier aufeinander abgeglichenen Gruppen (Ampel, GDA, Label, GDA+Label) zugeteilt (mit Quoten für Alter, Geschlecht und Sprachregion)
- Befragungszeitraum: Januar und Februar 2010
- Vollstrukturierter Fragebogen (ca. 20-minütiger Test)

Anmerkung: Die Studie wurde angelehnt an eine australische Studie (Heart Foundation of Australia, 2008) konzipiert, um neben schweiz-relevanten Daten auch international vergleichbare Resultate zu erhalten.

¹ durchgeführt von GfK Switzerland. Das verwendete Online-Panel (>52'000 aktive Mitglieder) wurde durch verschiedene Kanäle rekrutiert (75% CATI, 10% Internet, 10% Face2Face, 5% Online-Selbstanmeldung), wird nur für Forschungszwecke verwendet und wird sorgfältig gepflegt wie auch regelmässig aufgefrischt.

² überproportional vertreten, da sonst absoluter Anteil aus Tessin zu gering, um statistisch sign. Aussagen zu machen. Für die Auswertung wurde die Verteilung der Sprachregionen repräsentativ zurückgewichtet (73.2% D-CH / 22.4% F-CH / 4.4% I-CH).



Methodik – Ein- bzw. Ausschlusskriterien

Einschlusskriterien:

- Wohnsitz Schweiz
- 18 bis 74 Jahre alt
- (Mit)entscheidend beim Einkauf von Lebensmitteln und Getränken

Ausschlusskriterien:

- Ausbildung oder Berufstätigkeit im Bereich Marktforschung, Werbung, PR, Journalismus und Marketing -> der Ausschluss dieser Personen wird von GfK strengstens empfohlen.
- Ausbildung oder Berufstätigkeit im Bereich Lebensmittel und Ernährung -> die getesteten Kennzeichnungen müssen fähig sein, Konsumenten ohne bzw. mit nicht ausreichendem Ernährungswissen in der „gesunden Wahl“ zu unterstützen.



Methodik – Aufbau Fragebogen

- a) Abfrage quoten- und ein-/ausschluss-relevanter demographischer Daten (Geschlecht, Alter, Postleitzahl, relevante Ausbildungs-/ Tätigkeitsbereiche, (Mit)verantwortung für Lebensmitteleinkauf)
- b) Abfrage Bekanntheit, Beachtung, Verwendung, Präferenz (Skala + Rangliste)
- c) Experiment (monadisch): Wirksamkeit
- d) Abfrage Präferenz (Rangliste) inkl. Begründung
- e) Abfrage weiterer demographischer Daten (Nationalität, Beschäftigung, Ausbildung, Grösse, Gewicht, Einkommen, Zusammensetzung Haushalt)



Methodik – Erstellung Fragebogen

1) Konzeption / Entwurf

Der Fragebogen wurde angelehnt an die australische Studie „*Australians and front of pack labelling: what we want, what we need*“ der dortigen Herzstiftung (2008) konzipiert und entworfen.

2) Überprüfung / Anpassung

Der deutschsprachige Fragebogen (Aufbau, Inhalte, Formulierungen, Gestaltung) wurde von 10 Fachpersonen aus dem Ernährungsbereich sowohl vor wie auch nach der Programmierung durchgesehen und überprüft und entsprechend angepasst. Die Übersetzungen in französisch und italienisch wurden von Ernährungsspezialisten mit entsprechender Muttersprache kontrolliert.

3) Test

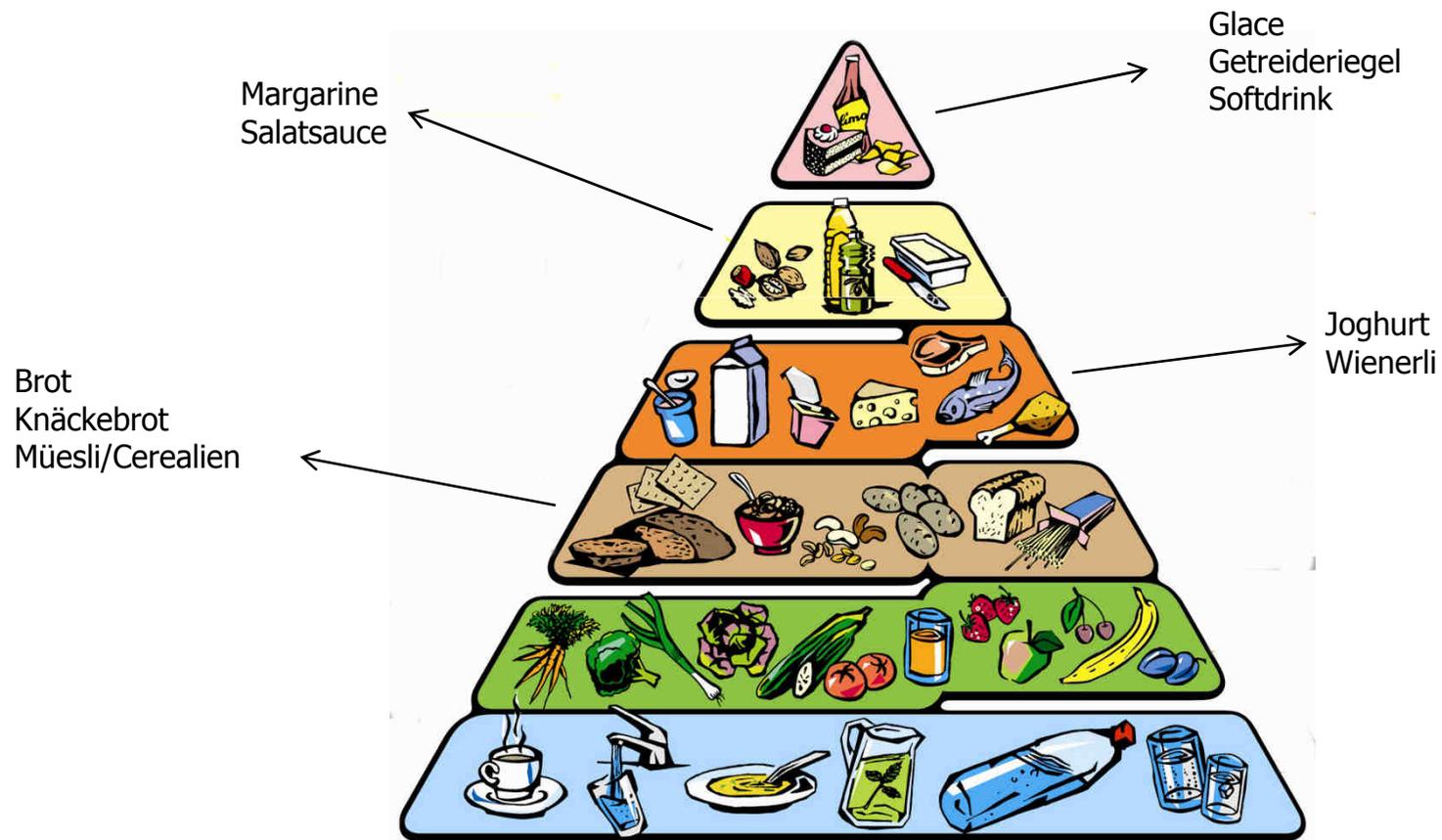
Die deutschsprachige Version des programmierten Fragebogens wurde in einem Testlauf von 170 Laien online getestet. Anpassungen waren keine mehr nötig, diese 170 Testpersonen sind daher Teil der Gesamtteilnehmerzahl von 1016 Personen.



Methodik – Wahl der Produktkategorien

Insgesamt wurden 10 Produktkategorien getestet.

Es wurden dafür aus den mittleren und oberen Stufen der Lebensmittelpyramide je 2-3 Kategorien ausgewählt.



(Ausschnitt aus SGE-Lebensmittelpyramide 2005)



Methodik – Wahl der Produktpaare

Für die 10 Produktkategorien wurden je zwei real existierende und in Schweizer Lebensmittelgeschäften erhältliche Produkte gewählt (insgesamt 20 Produkte) – je eines gesünder, das andere weniger gesund. Die Zuteilung zu "gesünder/weniger gesund" erfolgte mit Hilfe der Kriterien (Version 2.1) des Labels "Choices" (www.choicesprogramme.org).

Es wurde bewusst darauf verzichtet, nur Produktbeispiele zu wählen, deren korrekte Beurteilung durch Ampel und GDA per se nicht möglich ist, da Ampel und GDA die relevanten Nährstoffe (z.B. Nahrungsfasern) nicht aufzeigen. Dadurch hätte zwar wahrscheinlich eine Schwäche von Ampel- und GDA-Kennzeichnung aufgezeigt werden können, die grundlegende Frage - *Welche Kennzeichnung kann den Konsumenten in der Schweiz besser bei der gesunden Wahl von Lebensmitteln unterstützen?* - hätte damit aber nicht beantwortet werden können.



Methodik – Produktpaare

Lebensmittelkategorie	„Gesünder“	„Weniger gesund“
Müesli/Cerealien		
Knäckebröt		
Brot		
Joghurt		



Methodik – Produktpaare

Lebensmittelkategorie	„Gesünder“	„Weniger gesund“
Wienerli		
Margarine		
Salatsauce		
Getreideriegel		

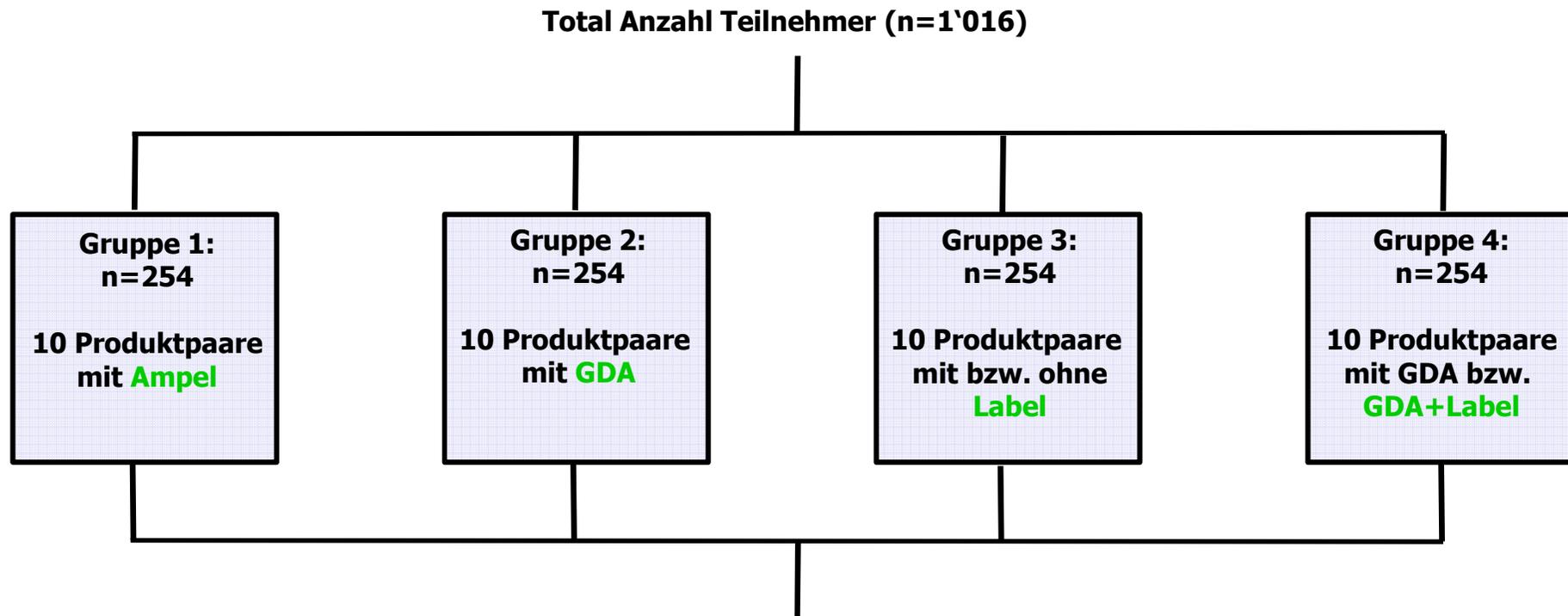


Methodik – Produktpaare

Lebensmittelkategorie	„Gesünder“	„Weniger gesund“
Glace		
Softdrink		



Methodik – Schema Experiment



Jeweils Wahl des gesünderen Produkts aus zwei verschiedenen Produkten innerhalb 10 Produktkategorien (= Wirksamkeit).

Reihenfolge der Produktkategorien sowie der Produktpositionen wurden zufällig rotiert.



Methodik – statistische Analyse

Statistische Programme:

Sämtliche statistischen Analysen wurden durchgeführt von der Firma GfK Switzerland mit Quantum™ (Version 5.7) bzw. der Firma SPSS Schweiz mit IBM SPSS® Statistics for Windows (Version 18).

Signifikanz-Level:

Für alle Tests wurde mit einem Signifikanz-Level von $p < 0.05$ gerechnet.

Statistische Tests:

- Die demografische Verteilung des Total-Samples wurde mittels Ein-Stichproben-t-Tests auf ihre Repräsentativität hin überprüft.
- Die Vergleichbarkeit der demografischen Zusammensetzung der 4 Gruppen (Ampel, GDA, Label, GDA+Label) wurde mittels z-Teste (inkl. Bonferroni-Korrektur) ermittelt.
- Die Unterschiede zwischen den Kennzeichnungen bzw. den 4 Gruppen sowie den diversen demografischen Subgruppen (Fragen 1 bis 7) wurden mittels Ein-Stichproben-t-Tests sowie zweiseitigen t-Tests (inkl. Bonferroni-Korrekturen) auf ihre Signifikanz hin überprüft.



Methodik – statistische Analyse (Fortsetzung)

Bildung neuer Variablen:

- Die Angaben von Gewicht (in kg) und Grösse (in cm) wurden umgerechnet in den Body Mass Index ($BMI = \text{kg} / \text{m}^2$) und gemäss der WHO-Klassifizierung 4 Gewichtsklassen zugeordnet ($BMI < 18.5 = \text{Untergewicht} / BMI 18.5-24.99 = \text{Normalgewicht} / BMI 25-29.99 = \text{Übergewicht} / BMI \geq 30 = \text{Adipositas}$)
- Die Angaben zur höchsten abgeschlossenen Ausbildung wurden 3 Kategorien zugeordnet (Obligatorisch = Primar-, Real-, Sekundar-, Bezirksschule / Sekundarstufe II = KV, Berufs-, Gewerbe-, Mittelschule, Gymnasium / Tertiärstufe = Fachhochschule, Seminar, HWV, Technikum, Universität, Hochschule, ETH)
- Das Alter wurde in 4 Altersklassen gruppiert (18-24jährig / 25-44jährig / 45-64jährig / 65-74jährig)*

Entfernung von Ausreissern:

- Bei Gewicht und Grösse wurden zwei offensichtlich falsche Werte (Grösse 80cm / Gewicht 1 kg) eliminiert und der Kategorie „keine Angaben“ zugeteilt.
- Bei der Entscheidungsdauer wurden Zeiten von > 120 Sek. nicht berücksichtigt.

Gewichtung der Sprachregionen:

- Personen im Tessin wurden überproportional abgefragt, um absolut eine ausreichende Sample-Grösse für aussagekräftige statistische Tests zu erreichen. Für die Auswertung wurde die Verteilung der Sprachregionen repräsentativ zurückgewichtet (73.2% D-CH / 22.4% F-CH / 4.4% I-CH).

* Diese 4 Alterskategorien unterscheiden sich von den Quoten-Kategorien, welche während der Erhebung zur Gewährleistung der Repräsentativität verwendet wurden.



Methodik – statistische Analyse (Fortsetzung)

Analyse von Subgruppen:

- Sämtliche Analysen wurden auch bei den folgenden Subgruppen durchgeführt:
 - Sprachregionen (D/F/I)
 - Geschlecht (m/w)
 - Alter (18-24 / 25-44 / 45-64 / 65-74)
 - Nationalität (CH / Nicht-CH)
 - Bildung (Obligatorische Schule / Sekundarstufe II / Tertiärstufe)
 - Tätigkeit (Schüler / Hausfrau / Pensioniert / ohne Beschäftigung / Sonstiges / >90% / 50-89% / <50%)
 - Einkommen (<4'500 / 4'500-6'999 / 7'000-8'999 / 9'000-11'999 / 12'000-14'999 / ≥15'000)
 - Haushaltsgrösse (1-2 Personen / 3-4 Personen / >5 Personen)
 - Verantwortung für Lebensmitteleinkauf (alleine / geteilt)
 - BMI (Untergewicht, Normalgewicht, Übergewicht, Adipositas)



Resultate

Seite 34	Teilnehmerstruktur
Seite 37	Bekanntheitsgrad / Beachtungsgrad / Verwendung
Seite 42	Präferenz vor Erläuterungen
Seite 45	Präferenz nach Erläuterungen
Seite 47	Rangliste Präferenz vor Experiment
Seite x	Rangliste Präferenz nach Experiment
Seite 49	Wirksamkeit (korrekte Wahl)
Seite 58	Wirksamkeit (Dauer)
Seite 64	Rangliste Präferenz nach Experiment
Seite 69	Abschliessende Kommentare der Teilnehmer
Seite 70	Zusammenfassende Übersicht

Resultate – Teilnehmerstruktur

Total 1016 Interviews (254 pro Gruppe)

Sprachregion*

Deutschschweiz	73.2%
Westschweiz	22.4%
Italienische-Schweiz (zurückgewichtet)	4.4%

Geschlecht*

Männer	47.9%
Frauen	52.1%

Alter*

18-24 Jahre	4.5%
25-44 Jahre	42.9%
45-64 Jahre	42.4%
65-74 Jahre	10.2%
Durchschnitt (SD)	45.8 Jahre (13.2)
Minimum	20 Jahre
Maximum	74 Jahre

Nationalität

CH	94.4%
Nicht-CH	5.2%
Keine Angabe	0.4%

BMI

<18.5	2%
18.5-24.99	50.1%
25-29.99	33.9%
≥30	12%
Keine Angabe	2%
Durchschnitt (SD)	25.2 kg/m ² (4.3)
Minimum	16 kg/m ²
Maximum	51 kg/m ²

Bildung

Obligatorische Schule	4.5%
Sekundarstufe II	59.5%
Tertiärstufe	36.0%

Brutto-Haushaltseinkommen in CHF

<4'500	6.8%
4'500 – 6'999	18.5%
7'000 – 8'999	18.0%
9'000 – 11'999	16.9%
12'000 – 14'999	7.1%
≥15'000	5.9%
Keine Angabe	26.8%

* Quoten (beim Alter galten für die Erhebung repräsentative Quoten für die folgenden 3 Alterskategorien: 18-29 Jahre / 30-49 Jahre / 50-74 Jahre. Für die Auswertung wurden 4 leicht davon abweichende Alterskategorien definiert: 18-24: Jugendliche / 25-44 junge Erwachsene / 45-64 ältere Erwachsene / 65-74 Erwachsene nach der Pension)



Resultate – Teilnehmerstruktur (Fortsetzung)

Berufstätigkeit

Vollzeit	49.6%
50-89%	17.4%
<50%	10.6%
Ohne Beschäftigung	0.8%
Pensioniert	12.3%
In Ausbildung	1.1%
Hausmann,-frau	6.6%
Sonstiges	1.7%

Haushaltsgrösse

1-2 Personen	60.3%
3-4 Personen	32.1%
≥5 Personen	7.6%
Durchschnitt (SD)	2.5 Personen (1.3)
Minimum	1 Person
Maximum	8 Personen

Einkaufsverhalten

Hauptverantwortlich für Lebensmitteleinkauf	41.2%
Mitverantwortlich für Lebensmitteleinkauf	58.8%



Resultate – Teilnehmerstruktur (Fortsetzung)

Das gewichtete Total-Sample besitzt eine repräsentative Verteilung basierend auf Alter, Geschlecht und Sprachregion (mittels Quoten).

Abweichungen:

- Personen mit Schweizer Nationalität¹ sind deutlich übervertreten (94.4% vs. 78.3%).
- Personen mit nur obligatorischer Schulbildung² sind untervertreten (4.5% vs. 13.2%), solche mit Ausbildungen auf Sekundarstufe II² übervertreten (59.5% vs. 51.8%).
- Personen mit Unter- und Normalgewicht³ sind untervertreten (2% vs. 3.5% resp. 50.1% vs. 59.2%), Personen mit Übergewicht und Adipositas³ entsprechend übervertreten (33.9% vs. 29.1% resp. 12% vs. 8.2%).

¹ Die Bevölkerung der Schweiz (BFS 2009)

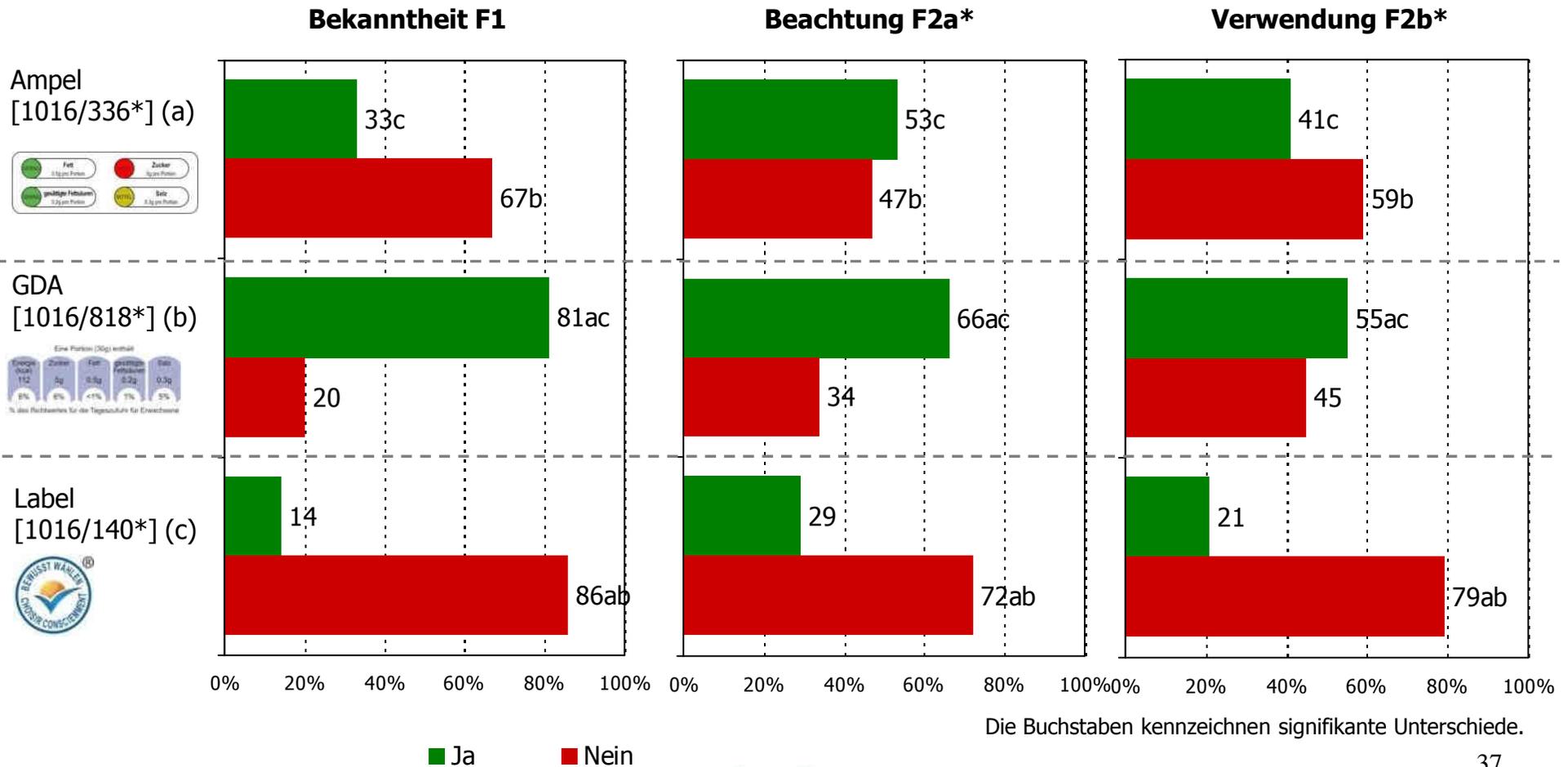
² Schweizerische Arbeitskräfteerhebung 2009 (BFS 2010)

³ Schweizerische Gesundheitsbefragung 2007 (BFS 2009)



Resultate – Bekanntheitsgrad / Beachtungsgrad / Verwendung

Frage 1: Haben Sie die folgende Angabe auf Verpackungen von Lebensmitteln schon gesehen?
 Frage 2a: Haben Sie bei der Wahl eines Lebensmittels schon einmal bewusst auf die folgende Angabe geachtet?
 Frage 2b: Haben Sie bei der Wahl eines Lebensmittels schon einmal bewusst die folgende Angabe verwendet?
 Basis: [] Personen (*Filter F2a/2b: Falls bekannt) / geschlossene Frage / Angaben in %



Resultate – Bekanntheitsgrad / Beachtung / Verwendung



Die GDA besitzen bei den Konsumenten einen signifikant höheren Bekanntheitsgrad als Ampel und Label und werden auch signifikant stärker beachtet und verwendet. Dieses Bild zieht sich mit wenigen (nicht signifikanten) Ausnahmen durch sämtliche Subgruppen, wobei die Unterschiede von GDA zu Ampel und Label jedoch nicht mehr bei allen Subgruppen signifikant ausfallen.

Die Ampel liegt in der Bekanntheit zwischen GDA und Label und unterscheidet sich zu beiden signifikant. Dieses Bild zieht sich mit wenigen (nicht signifikanten) Ausnahmen durch sämtliche Subgruppen, wobei die Unterschiede jedoch nicht mehr bei allen Subgruppen signifikant ausfallen.

Das Label besitzt bei den Konsumenten einen signifikant niedrigeren Bekanntheitsgrad als Ampel und GDA und wird auch signifikant weniger häufig beachtet und verwendet. Dieses Bild zieht sich mit wenigen (nicht signifikanten) Ausnahmen durch sämtliche Subgruppen, wobei die Unterschiede von Label zu GDA und Ampel jedoch nicht mehr bei allen Subgruppen signifikant ausfallen.



Resultate – GDA: Bekanntheitsgrad / Beachtung/ Verwendung



Insgesamt ist den Konsumenten die Richtwert-Kennzeichnung (GDA) am meisten vertraut. Dies deckt sich mit der stärkeren Verbreitung dieser Kennzeichnung in der Schweiz im Vergleich zu den beiden anderen.

81% gaben an, GDA auf Verpackungen von Lebensmitteln schon gesehen zu haben. Davon haben 66% bereits einmal bewusst darauf geachtet und 55% haben diese Angabe schon einmal bewusst bei der Wahl eines Lebensmittels verwendet.

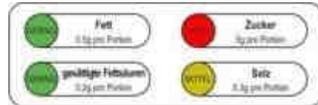
Die GDA sind signifikant besser bekannt in der Deutschschweiz und im Tessin als in der Romandie, bei Frauen als bei Männern, bei Jüngeren (18-44 Jahre) gegenüber Älteren (45-74 Jahre) sowie bei Berufstätigen gegenüber Pensionierten.

Auf die GDA wird signifikant häufiger geachtet im Tessin als in der Deutschschweiz und Romandie, von Frauen als Männern und von tertiär Gebildeten als nicht tertiär Gebildeten.

Die GDA werden signifikant häufiger verwendet in der Romandie und dem Tessin als in der Deutschschweiz, von Älteren (45-74 Jahre) als Jüngeren (25-44 Jahre) und von tertiär Gebildeten als nicht tertiär Gebildeten.



Resultate – Ampel: Bekanntheitsgrad / Beachtung / Verwendung



Die Ampel kennen 33% der Konsumenten, 53% davon gaben an, bereits einmal bewusst darauf geachtet zu haben und 41%, diese Angabe bereits einmal bewusst bei der Wahl eines Lebensmittels verwendet zu haben.

Die Zahlen zu Beachtung und Verwendung sind mit Vorsicht zu geniessen, da es in der Schweiz unseres Wissens noch keine Lebensmittel mit einer Ampelkennzeichnung zu kaufen gibt. Es gibt jedoch eine deutschsprachige Webseite (www.codecheck.info), auf welcher die Nährwerte von auch in der Schweiz erhältlichen Lebensmitteln seit anfangs 2010 mit dem Ampelsystem angezeigt werden.

Die Ampel ist signifikant besser bekannt bei Personen jüngeren und mittleren Alters (25-64 Jahre) als bei älteren Personen (65-74 Jahre).



Resultate – Label: Bekanntheitsgrad / Beachtung / Verwendung



Das Label ist insgesamt am unbekanntesten. Nur 14% kannten es, 29% davon haben bereits einmal bewusst darauf geachtet und 21% haben diese Angabe schon einmal bewusst bei der Wahl eines Lebensmittel verwendet.

Hier sei angemerkt, dass das getestete Label (Bewusst wählen-Logo) in der Schweiz erst auf vereinzelt Produkten von Unilever (z.B. Knorr Vie, Knorr Suppen, Lipton Tees) anzutreffen ist.

Das Label ist signifikant besser bekannt bei Personen, die allein für den Lebensmitteleinkauf ihres Haushaltes verantwortlich sind als bei Personen, die sich die Verantwortung für den Lebensmitteleinkauf teilen sowie bei Personen, welche in einem grösseren Haushalt leben (5+ Personen-Haushalt > 3-4 Personen-Haushalt > 1-2 Personen-Haushalt).



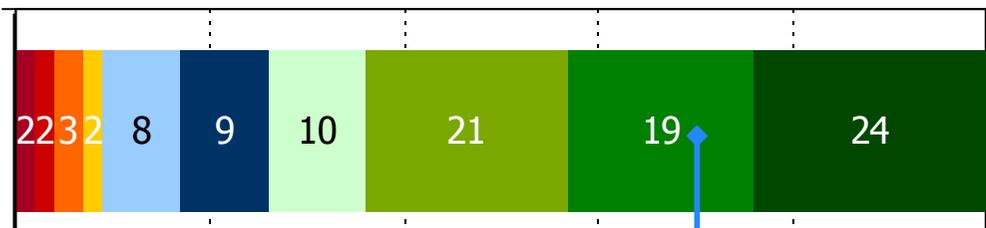
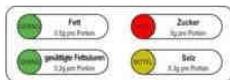
Resultate – Präferenz vor Erläuterungen

Frage 3: Stellen Sie sich vor, Sie möchten das gesündere von zwei Produkten kaufen. Wie hilfreich finden Sie persönlich die folgende Angabe auf Verpackungen?

Basis: [] Personen / skalierte Frage / Bestwert 10/ Angaben in %

1 = Überhaupt nicht hilfreich Sehr hilfreich = 10

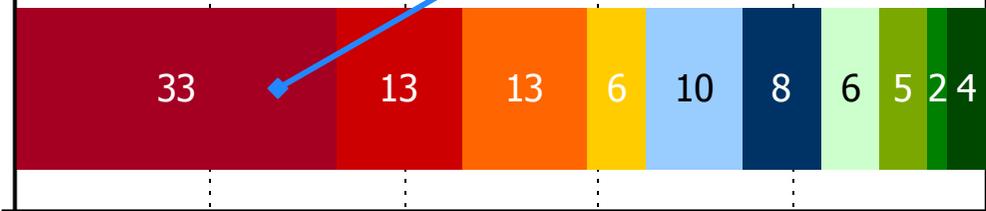
Ampel
[1016] (a)



GDA
[1016] (b)



Label
[1016] (c)



0% 20% 40% 60% 80% 100%



MW	Top2
7.7c	43%c
7.7c	41%c
3.6	6%

Die Buchstaben kennzeichnen signifikante Unterschiede.

Resultate – Präferenz vor Erläuterungen



Vor den Erläuterungen werden GDA und Ampel von den Konsumenten hilfreicher als das Label eingestuft (jeweils Mittelwert 7.7 bei Skala mit Bestwert 10). Das Label wird von den Verbrauchern als signifikant weniger hilfreich eingestuft (MW 3.6).

Diese Einstufung zieht sich durch alle Subgruppen hindurch.

Die GDA werden als signifikant hilfreicher im Tessin als in der Deutschschweiz und von Frauen als von Männern eingestuft.

Die Ampel wird in allen Subgruppen vergleichbar eingestuft.

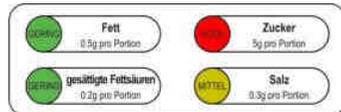
Das Label wird im Tessin und in der Romandie signifikant hilfreicher als in der Deutschschweiz eingestuft, ebenso bei älteren Personen im Vergleich zu jüngeren, bei niedriger gebildeten Personen als höher gebildeten Personen und bei Personen mit tieferen Einkommen als bei Personen mit höheren Einkommen.



Erläuterungen

Ampel-Kennzeichnung

Die Ampelkennzeichnung zeigt an, wie viel Fett, gesättigte Fettsäuren, Zucker und Salz in einem Produkt enthalten sind. Rot weist auf einen hohen, orange auf einen mittleren und grün auf einen tiefen Gehalt des entsprechenden Nährstoffes pro 100g oder 100ml hin. Für alle Lebensmittel gelten dabei dieselben hoch-mittel-tief-Limiten. Zusätzlich wird auch der absolute Gehalt der angezeigten Nährstoffe pro Portion deklariert.



GDA: Richtwert-Kennzeichnung

Die Richtwert-Kennzeichnung zeigt an, wie viel Energie, Zucker, Fett, gesättigte Fettsäuren und Natrium bzw. Kochsalz in einer Portion eines Produktes enthalten sind und wie viel Prozent diese Mengen vom durchschnittlichen Richtwert für die Tageszufuhr eines Erwachsenen ausmachen.



Label ‚Bewusst wählen‘

Mit einem ‚Bewusst wählen‘-Label werden nur die gesünderen Produkte innerhalb einer Lebensmittelkategorie (z.B. der Kategorie Käse oder Kategorie Getränke) gekennzeichnet. Nur wenn die Gehalte an gesättigten Fettsäuren, Trans-Fettsäuren, zugesetztem Zucker, Natrium, Nahrungsfasern sowie der Energiegehalt bestimmten Richtwerten entsprechen, erhält ein Produkt das Label. Produkte mit Label werden von einer unabhängigen Stelle geprüft und regelmässig kontrolliert. Weniger empfehlenswerte Produkte erhalten das Label nicht.



Resultate – Präferenz nach Erläuterungen

Frage 4: Stellen Sie sich bitte wieder vor, Sie möchten das gesündere von zwei Produkten kaufen. Wie hilfreich finden Sie diese Angaben auf Verpackungen jetzt, nachdem Sie die Erklärungen gelesen haben?

Basis: [] Personen / skalierte Frage / Bestwert 10/ Angaben in %

1 = Überhaupt nicht hilfreich Sehr hilfreich = 10

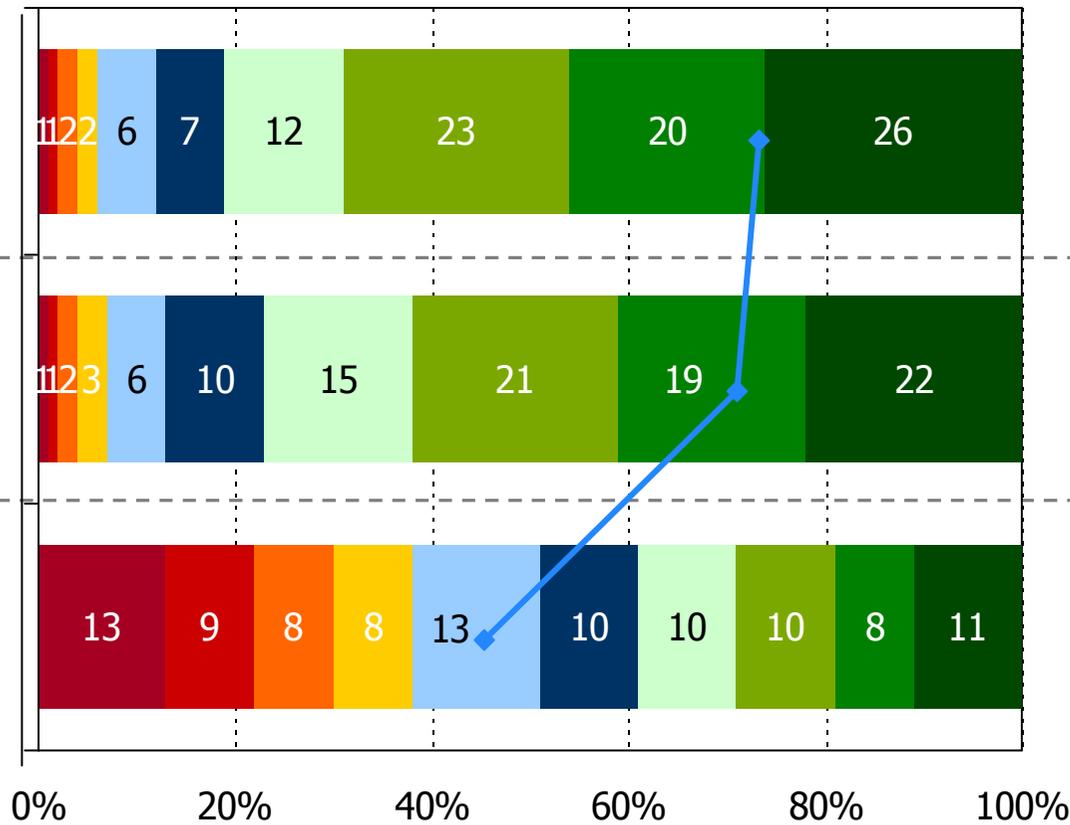
Ampel
[1016] (a)



GDA
[1016] (b)



Label
[1016] (c)



Vor Erläuterung		Nach Erläuterung	
MW	Top2	MW	Top2
7.7c	43%c	8.0c	46%c
7.7c	41%c	7.8c	41%c
3.6	6%	5.4	18%

Die Buchstaben kennzeichnen signifikante Unterschiede.



Resultate – Präferenz nach Erläuterungen



Nach der kurzen textlichen Erläuterung verbessert sich der Mittelwert bei der Ampel von 7.7 auf 8.0, bleibt jedoch auf vergleichbarem Niveau wie die GDA. Die GDA bleiben auf ähnlichem Niveau wie vor der Erläuterung (MW 7.8) und das Label verbessert sich in der Einstufung deutlich von 3.6 auf 5.4, wird jedoch weiterhin als signifikant weniger hilfreich als die beiden anderen Kennzeichnungen betrachtet.

Diese Einstufung zieht sich mit einer einzigen Ausnahme durch sämtliche Subgruppen hindurch. Bei Vollzeit tätigen Personen schnitt die Ampel signifikant besser ab als die GDA-Kennzeichnung.

Die GDA werden im Tessin signifikant hilfreicher eingestuft als in der Deutschschweiz sowie von Frauen als von Männern.

Die Ampel wird von sekundär gebildeten signifikant hilfreicher eingestuft als von tertiär gebildeten Personen.

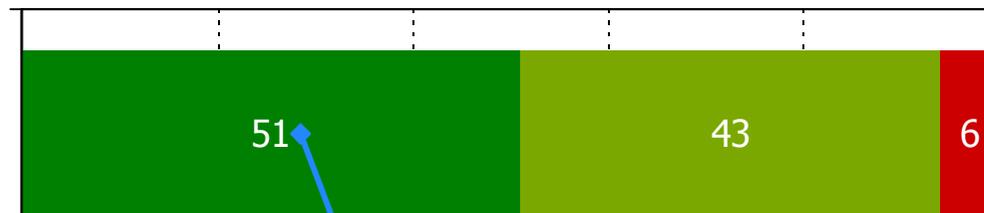
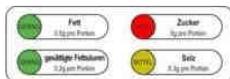
Das Label wird im Tessin und in der Romandie signifikant hilfreicher als in der Deutschschweiz eingestuft, ebenso von Frauen als von Männern, von älteren (45-74 Jahre) als von jüngeren Personen (25-44 Jahre) und von nicht tertiär gebildeten Personen als von tertiär gebildeten Personen.



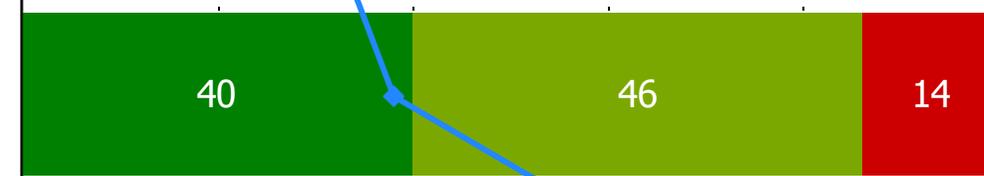
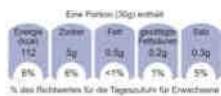
Resultate – Rangliste Präferenz vor Experiment

Frage 5: Jetzt, nachdem Sie alle Kennzeichnungen kennengelernt haben, welche finden Sie persönlich am hilfreichsten, um das gesündere Produkt zu wählen, welche am zweit hilfreichsten, usw.?
 Basis: [] Personen / geschlossene Frage / Angaben in %

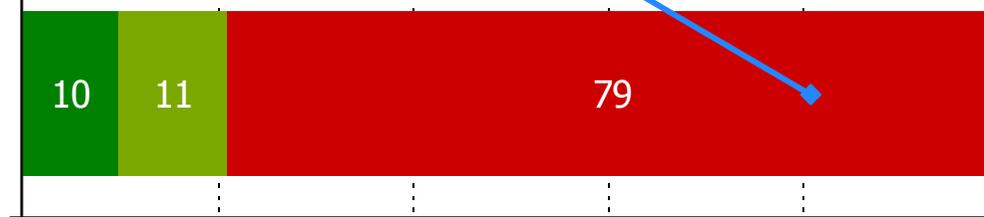
Ampel
[1016] (a)



GDA
[1016] (b)



Label
[1016] (c)



0% 20% 40% 60% 80% 100%

■ 1. Rang ■ 2. Rang ■ 3. Rang

MW
1.6
1.8a
2.7ab

Die Buchstaben kennzeichnen signifikante Unterschiede.

Resultate – Rangliste Präferenz vor Experiment



Zusammenfassend wird die Ampel mittels Rangliste nach den Erläuterungen eindeutig als das hilfreichste der drei Kennzeichnungen eingestuft. Bei 51% der Verbraucher ist die Ampel auf Rang 1 (MW 1.6), gefolgt von der Richtwert-Kennzeichnung GDA) (Rang 1: bei 40%; MW 1.8) und dem Label (Rang 1: bei 10%; MW 2.7). Die Ampel wird somit als signifikant hilfreicher als GDA und Label, und die GDA als signifikant hilfreicher als das Label eingestuft.

Diese Abstufung von Ampel über GDA zu Label zeigt sich mit wenigen (nicht signifikanten) Ausnahmen in sämtlichen Subgruppen, wobei die Unterschiede zwischen den drei Kennzeichnungen jedoch nicht mehr bei allen Subgruppen signifikant ausfallen.

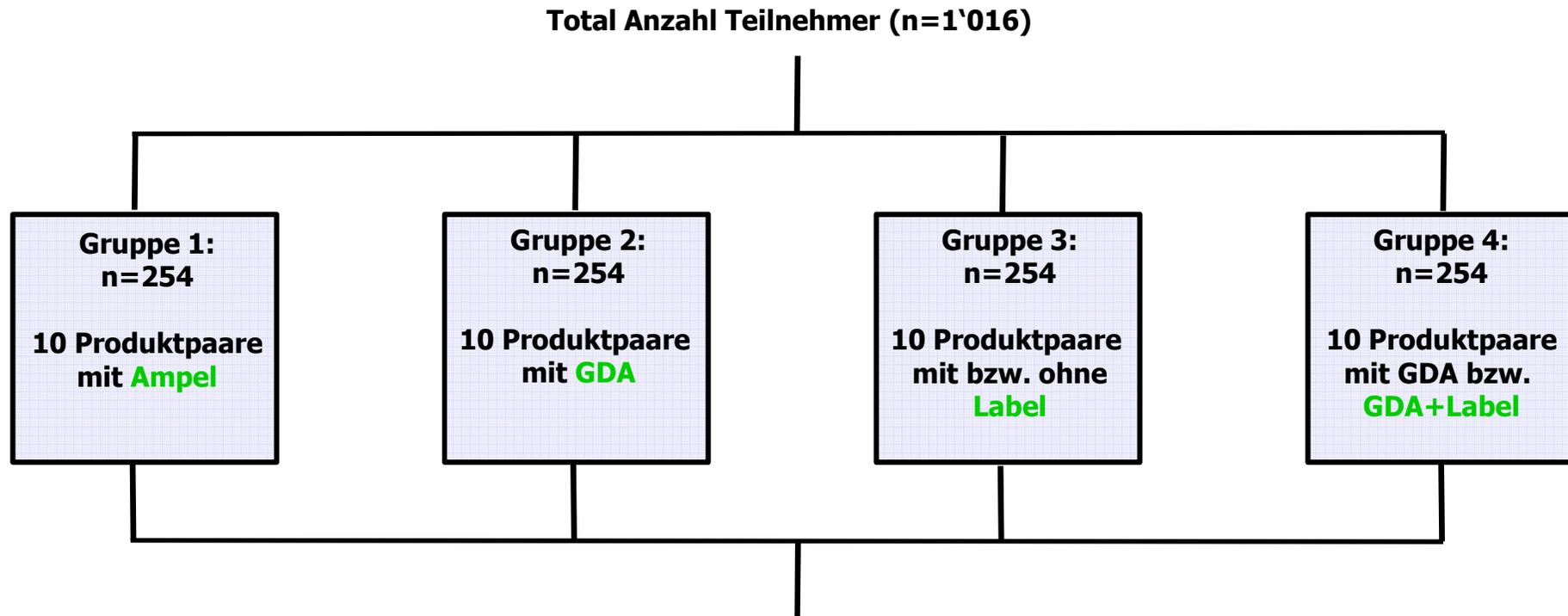
Die Ampel wird in der Deutschschweiz signifikant besser eingestuft als im Tessin.

Die GDA werden von tertiär Gebildeten signifikant besser eingestuft als von Personen mit nur obligatorischer Schulbildung, und von Personen aus einem 1-2-Personen-Haushalt als von Personen aus einem Haushalt mit 5 und mehr Personen.

Das Label wird in der Romandie signifikant besser eingestuft als in der Deutschschweiz und von Personen mit nur obligatorischer Schulbildung als von höher Gebildeten.



Resultate – Wirksamkeit (Methodik)



Jeweils Wahl des gesünderen Produkts aus zwei verschiedenen Produkten innerhalb 10 Produktkategorien (= Wirksamkeit).

Reihenfolge der Produktkategorien sowie der Produktpositionen wurden zufällig rotiert.

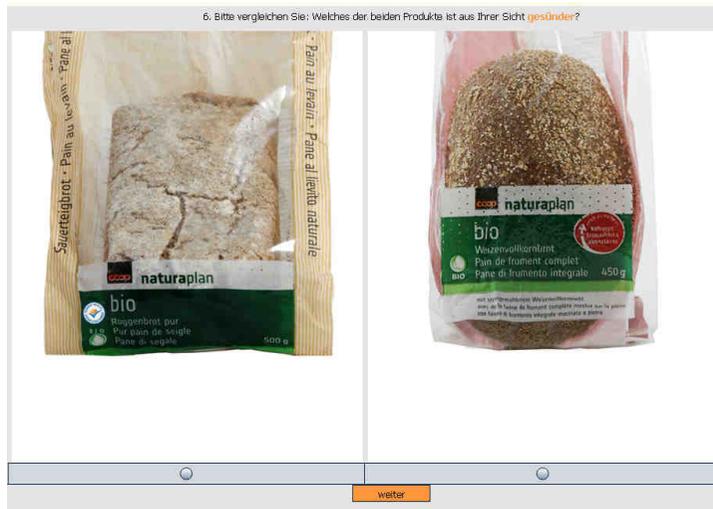


Resultate – Wirksamkeit (Printscreens aus Online-Fragebogen)

Gruppe 1: Ampel



Gruppe 3: Label



Gruppe 2: GDA



Gruppe 4: GDA+Label



Resultate – Wirksamkeit (Printscreens aus Online-Fragebogen)

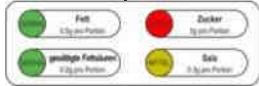


Wurde eine höhere Auflösung der Verpackungsansichten gewünscht, konnten sämtliche Produktbilder angezoomt werden.



Resultate – Wirksamkeit (korrekte Wahl)

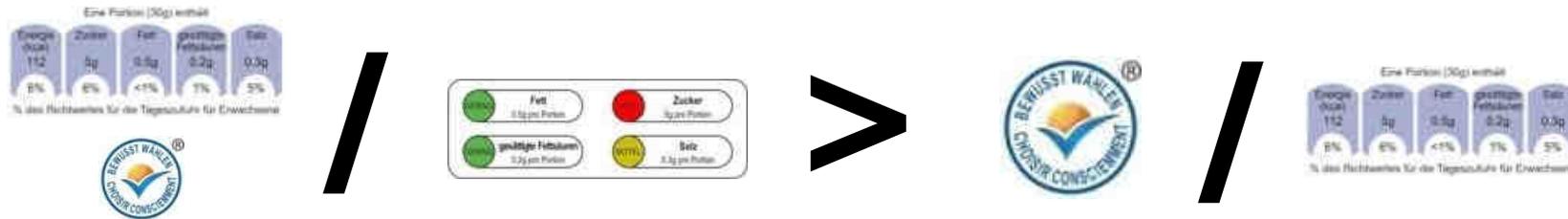
Frage 6: Welches der beiden Produkte ist aus Ihrer Sicht gesünder?
 Basis: [] Personen / geschlossene Frage / Angaben in %

								
	Korrekt a	Falsch b	Korrekt c	Falsch d	Korrekt e	Falsch f	Korrekt g	Falsch h
Müesli/Cerealien	7%	93%afh	12%	88%cf	79%acfg	21%	20%a	80%fg
Knäckebrot	92%bceg	8%	82%de	18%b	45%	55%bdeh	82%eh	18%b
Brot	95%ecb	5%	88%de	12%b	65.5%f	34.5%bdh	90.5%eh	9.5%
Getreideriegel	93%be	7%	88%de	12%	56%f	44%bdh	90%eh	10%
Joghurt	82%be	18%	74%d	26%	65%f	35%bh	79.5%eh	20.5%
Salatsauce	60%bcg	40%f	25.5%	74.5%bcf	79%cdfg	21%	33%	67%bfg
Margarine	78%be	22%	83%de	17%	52%	48%bdh	82%eh	18%
Glace	88%be	12%	80%de	20%	58%f	42%bdh	82%eh	18%
Wienerli	97%be	3%	98%de	2%	86%f	14%bdh	93%eh	7%
Softdrink	22%	78%afh	31%	69%cf	86%acfg	14%	38%	62%fg
Durchschnitt	71.3%ce	28.7%	66.2%	33.8%a	67.3%	32.7%a	69%	31%



Die Buchstaben kennzeichnen signifikante Unterschiede.

Resultate – Wirksamkeit (korrekte Wahl)



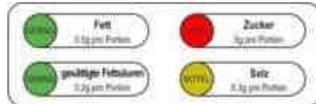
Kein Kennzeichnungssystem verhilft den Konsumenten zu einer durchgehend korrekten Erkennung des gesünderen Produktes, weder über die insgesamt 10 Lebensmittelkategorien hinweg noch innerhalb einer spezifischen Produktkategorie.

Insgesamt (über die 10 Lebensmittelkategorien hinweg) erkennen die Konsumenten mit Hilfe der Ampel sowie der Kombination von GDA+Label am häufigsten korrekt das gesündere Produkt (71% resp. 69%). Etwas weniger häufig erkennen die Konsumenten das gesündere Produkt mit Hilfe von Label (67%) und GDA alleine (66%). Mit der Ampel wählen somit insgesamt signifikant mehr Konsumenten korrekt als mit den GDA oder dem Label alleine, nicht jedoch als mit Hilfe der Kombination GDA+Label.

Dieses Bild zieht sich mit wenigen (nicht signifikanten) Ausnahmen durch sämtliche Subgruppen.



Resultate – Wirksamkeit (korrekte Wahl)



Insgesamt (über die 10 Lebensmittelkategorien hinweg) erkennen die Konsumenten mit Hilfe der Ampel (71%) signifikant häufiger das gesündere Produkt als mit Hilfe von Label (67%) oder GDA alleine (66%). Verglichen mit der Kombination GDA+Label (69%) ist die Ampel etwa gleich hilfreich.

Mit Ausnahme der Kategorien Cerealien und Softdrinks, verhilft die Ampel jeweils mehr als der Hälfte der Konsumenten zur richtigen Entscheidung für das gesündere Produkt. Am knappsten fällt das Resultat bei den Salatsaucen aus (60% korrekt / 40% falsch).

Bei den Cerealien und Softdrinks ist die Ampel nicht in der Lage, den Konsumenten zur korrekten Wahl zu verhelfen. 93% resp. 78% der Verbraucher haben bei diesen beiden Produktkategorien falsch gewählt. Bei diesen zwei Produktkategorien gelingt den Konsumenten auch mit Hilfe von GDA und GDA+Label nicht die korrekte Wahl, die Fehlerquoten fallen jedoch etwas weniger stark ausgeprägt aus.



Resultate – Wirksamkeit (korrekte Wahl)



Insgesamt (über die 10 Lebensmittelkategorien hinweg) wählen die Konsumenten mit Hilfe der Kombination GDA+Label etwas weniger häufig korrekt (69%) als mit der Ampel (71%) , aber häufiger als mit GDA (66%) bzw. Label alleine (67%). Die Unterschiede zwischen GDA+Label zu den anderen drei Kennzeichnungen fallen jedoch nicht signifikant aus.

Mit Ausnahme der Kategorien Cerealien, Salatsaucen und Softdrinks verhilft die Kombination GDA+Label immer mehr als der Hälfte der Konsumenten zur richtigen Entscheidung für das gesündere Produkt.

Bei den Cerealien, Salatsaucen und Softdrinks wählen 80% resp. 67% bzw. 62% der Konsumenten falsch. Bei den Cerealien und Softdrinks ist diese eine niedrigere Fehlerquote als mit der Ampel, bei den Salatsaucen hingegen eine höhere. Verglichen mit den GDA alleine, ist die Fehlerquote mit Hilfe der Kombination GDA+Label bei diesen 3 Produktkategorien immer niedriger.



Resultate – Wirksamkeit (korrekte Wahl)



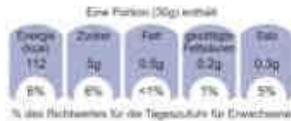
Insgesamt (über die 10 Lebensmittelkategorien hinweg) wählen die Konsumenten mit Hilfe des Labels (67%) signifikant weniger häufig korrekt als mit der Ampel (71%) und kommen auf ein vergleichbares Resultat verglichen mit den beiden anderen Kennzeichnungssystemen (GDA 66%, GDA+Label 69%).

Ausser bei den Knäckebröten verhilft das Label jedoch immer mehr als der Hälfte der Konsumenten zur richtigen Wahl, obwohl die richtige Entscheidung teilweise weniger deutlich ausgeprägt ist als bei den anderen Kennzeichnungssystemen. Das Label ist die einzige Kennzeichnung, die bei weniger eindeutig interpretierbaren Produktpaaren wie Cerealien, Salatsaucen und Softdrinks zur richtigen Wahl führt, während die übrigen Kennzeichnungen hier meist zu einer falschen Zuordnung verleiten bzw. keine korrekte Wahl ermöglichen.

Bei den Knäckebröten wählen mit dem Label 55% der Konsumenten falsch. Verglichen mit den drei anderen Kennzeichnungen (62%-93%) ist dies die niedrigste Fehlerquote innerhalb der Produktkategorien, bei welchen mehr als 50% der Konsumenten falsch wählten.



Resultate – Wirksamkeit (korrekte Wahl)



Insgesamt (über die 10 Lebensmittelkategorien hinweg) wählen die Konsumenten mit Hilfe von GDA (69%) am wenigsten häufig korrekt, verglichen mit der Ampel (71%) sogar signifikant weniger häufig.

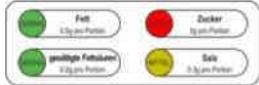
Mit Ausnahme der Kategorien Cerealien, Salatsaucen und Softdrinks verhelfen die GDA immer mehr als der Hälfte der Konsumenten zur richtigen Entscheidung.

Bei den Cerealien, Salatsaucen und Softdrinks wählen 88% resp. 75% bzw. 69% der Konsumenten falsch. Diese Fehlerquoten sind alle höher verglichen mit jenen bei der Kombination GDA+Label, jedoch tiefer als die Fehlerquoten von Ampel bei Cerealien und Softdrinks.



Resultate – Wirksamkeit (Dauer Wahl)

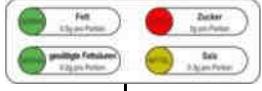
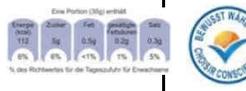
Frage 6: Welches der beiden Produkte ist aus Ihrer Sicht gesünder?
 Basis: [] Personen / geschlossene Frage / Angaben in Sekunden

Entscheidungsdauer in Sekunden				
	Total	Total	Total	Total
Müesli/Cerealien	14.24	15.82	11.54	17.35
Knäckebrot	16.73	21.22	17.02	17.87
Brot	14.92	19.16	12.73	18.63
Getreideriegel	19.26	19.51	15.33	18.63
Joghurt	18.36	20.78	12.98	20.5
Salatsauce	21.16	22.85	14.48	21.95
Margarine	20.6	18.35	11.82	17.86
Glace	16.4	18.46	12.11	18.85
Wienerli	13.28	16.04	10.24	16.33
Softdrink	17.56	19.7	9.66	18.98
Durchschnitt	17.25	19.19	12.79	18.69
Dauer im Vergleich zur Label-Gruppe	+35%	+50%	100%	+46%



Resultate – Wirksamkeit (Dauer Wahl)

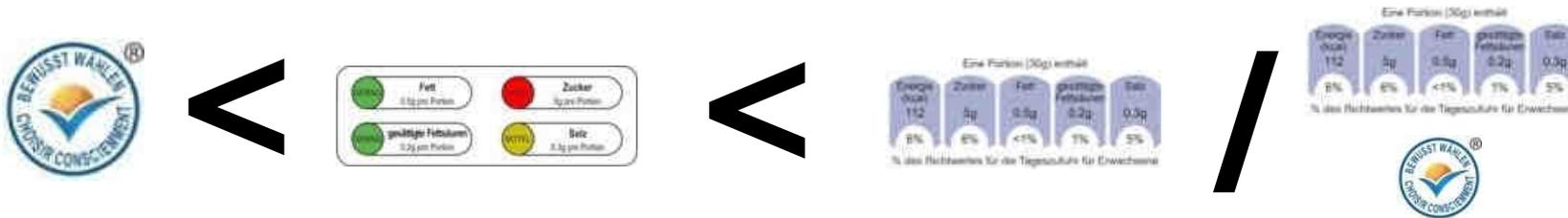
Frage 6: Welches der beiden Produkte ist aus Ihrer Sicht gesünder?
 Basis: [] Personen / geschlossene Frage / Angaben in Sekunden

Entscheidungsdauer in Sekunden								
	Korrekt a	Falsch b	Korrekt c	Falsch d	Korrekt e	Falsch f	Korrekt g	Falsch h
Müesli/Cerealien	12.57	14.36f	13.07	16.2f	12.05	9.6	18.53e	17.05f
Knäckebrot	16.63	17.95	19.77e	27.74fh	15.31	18.43	17.77	18.36
Brot	14.86	16.02	19.27ae	18.36f	13.13	11.96	18.76ae	17.4
Getreideriegel	18.94e	23.56	18.74e	24.88	13.93	17.16e	18.54e	19.42
Joghurt	18.09e	19.55f	21.2e	19.5f	13.65	11.72	20.86e	19.11f
Salatsauce	19.22e	24.06af	24.99ae	22.11f	14.38	14.84	22.1e	21.88f
Margarine	19.64e	24.09f	18.0e	20.1f	11.25	12.45	17.89e	17.71
Glace	16.03e	19.12f	19.08e	15.91	12.33	11.81	18.66e	19.72f
Wienerli	13.34e	11.63	16.04ae	15.91	10.07	11.3	16.29ae	16.8
Softdrink	17.97e	17.44f	19.19e	19.93f	9.62	9.89	17.68e	19.79f
Durchschnitt	16.89e	18.15f	18.92ae	19.71f	12.36	13.67	18.5ae	19.13f
Dauer im Vergleich zur Label-Gruppe	+37%		+53%		100%		+50%	



Die Buchstaben kennzeichnen signifikante Unterschiede. ⁵⁹

Resultate – Wirksamkeit (Dauer korrekte Wahl)



Mit dem Label können sich die Konsumenten signifikant rascher zwischen den Produkten entscheiden als mit den drei anderen Kennzeichnungsvarianten. Umgekehrt nimmt die Entscheidungsfindung mittels GDA (alleine oder in Kombination mit Label) signifikant mehr Zeit in Anspruch als mittels Ampel oder Label alleine.

Diese Abstufung von Label über Ampel zu GDA bzw. GDA+Label zeigt sich mit wenigen (meist nicht signifikanten) Ausnahmen in sämtlichen Subgruppen.

Tendenziell benötigen jene Personen, welche falsch wählen, etwas mehr Zeit als jene, welche korrekt das gesündere erkennen.



Resultate – Wirksamkeit (Dauer korrekte Wahl)



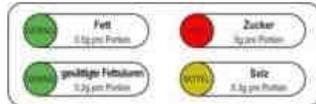
Insgesamt (über die 10 Lebensmittelkategorien hinweg) benötigen die Konsumenten mit Hilfe des Labels am wenigsten Zeit (12.8 Sekunden), um sich zwischen den beiden Produkten zu entscheiden. Mit der Ampel benötigen die Verbraucher 35% mehr Zeit, mit der Kombination GDA+Label 46% und mit GDA alleine 50% mehr Zeit.

Betrachtet man ausschliesslich die Verbraucher, welche die korrekte Wahl treffen, verhilft das Label zu einer rascheren Entscheidung insgesamt (12.4 Sekunden) wie auch in jeder einzelnen Lebensmittelkategorie (zwischen 9.6 und 15.3 Sekunden). Insgesamt benötigen die korrekt wählenden Konsumenten mit jedem anderen Kennzeichnungssystem signifikant länger als mit dem Label und zwar 37% länger mit Ampel, 50% länger mit GDA+Label und 53% länger mit GDA.

Diese raschere Entscheidung mittels Label zeigt sich durchgehend in allen Subgruppen, obwohl nicht mehr in jedem Fall signifikant.



Resultate – Wirksamkeit (Dauer korrekte Wahl)



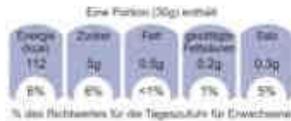
Insgesamt (über die 10 Lebensmittelkategorien hinweg) benötigen die Konsumenten mit Hilfe der Ampel deutlich mehr Zeit als mit dem Label, aber etwas weniger als mit den GDA bzw. der Kombination GDA+Label.

Betrachtet man ausschliesslich die Verbraucher, welche die korrekte Wahl treffen, benötigen die Konsumenten mit Hilfe der Ampel signifikant länger als mit dem Label, hingegen signifikant weniger lang als mit den GDA und der Kombination GDA+Label.

Dieses Bild zeigt sich (mit wenigen Ausnahmen) durchgehend in allen Subgruppen, obwohl nicht mehr in jedem Fall signifikant.



Resultate – Wirksamkeit (Dauer korrekte Wahl)



Insgesamt (über die 10 Lebensmittelkategorien hinweg) benötigen die Konsumenten mit Hilfe der GDA am längsten (19.2 Sekunden), um sich zwischen den beiden Produkten zu entscheiden.

Betrachtet man ausschliesslich die Verbraucher, welche die korrekte Wahl treffen, benötigen die Konsumenten mit Hilfe der GDA ebenfalls am meisten Zeit (18.9 Sekunden), verglichen mit Ampel und Label sogar signifikant mehr Zeit.

Dieses Bild zeigt sich (mit wenigen Ausnahmen) durchgehend in allen Subgruppen, obwohl nicht mehr in jedem Fall signifikant.

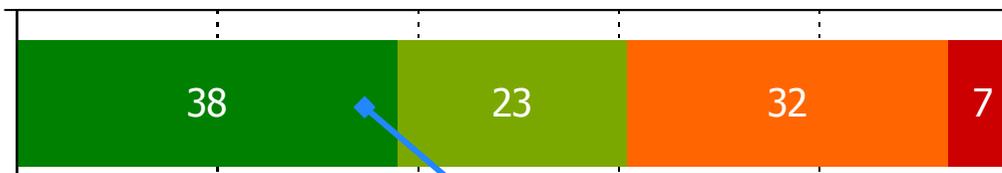
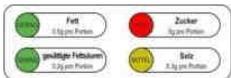


Resultate – Rangliste Präferenz nach Experiment

Frage 7: Jetzt, nachdem Sie alle Kennzeichnungen kennengelernt haben. Welche finden Sie persönlich am hilfreichsten, welche am zweit hilfreichsten, usw.?

Basis: [] Personen / geschlossene Frage / Angaben in %

Ampel
[1016] (a)



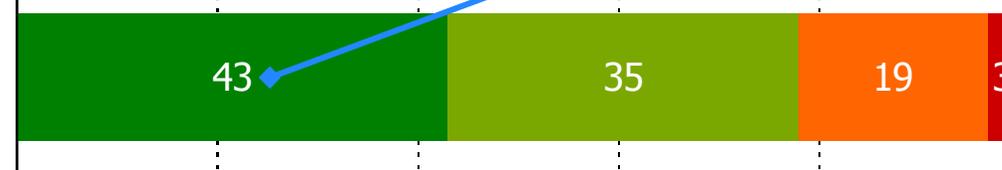
GDA
[1016] (b)



Label
[1016] (c)



GDA + Label
[1016] (d)



0% 20% 40% 60% 80% 100%

■ 1. Rang ■ 2. Rang ■ 3. Rang ■ 4. Rang

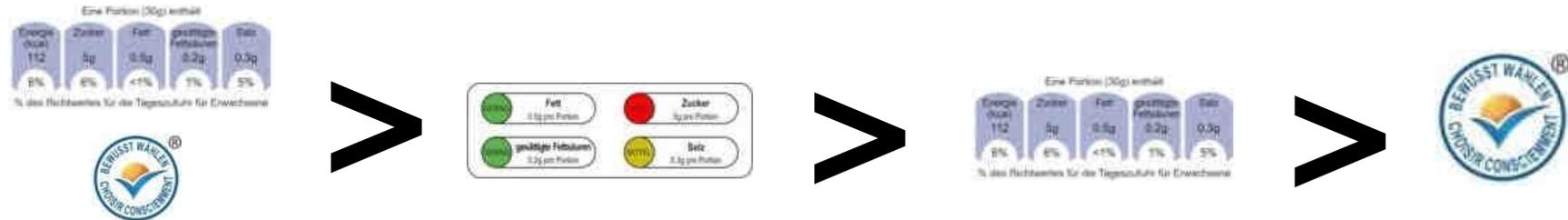


Vor Experiment Nach Experiment

MW*	MW
1.6	2.1d
1.8a	2.8ad
2.7ab	3.4abd
-	1.8

*Nur bis Rang 3 bewertet
Die Buchstaben kennzeichnen
signifikante Unterschiede.

Resultate – Rangliste Präferenz nach Experiment

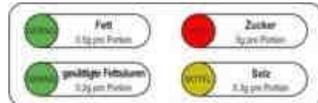


Zusammenfassend wird die Kombination GDA+Label mittels Rangliste von den Konsumenten eindeutig als das hilfreichste der vier getesteten Kennzeichnungen eingestuft (Anmerkung: die Kombination GDA+Label wurde nur nach dem Experiment abgefragt). Bei 43% der Verbraucher ist die Kombination GDA+Label auf Rang 1 (MW 1.8), gefolgt von der Ampel (Rang 1: bei 38%; MW 2.1), den GDA (Rang 1: bei 9%; MW 2.8) und dem Label (Rang 1: bei 9%; MW 3.4). Die Kombination GDA+Label wird somit als signifikant hilfreicher als die drei anderen Kennzeichnungen eingestuft. Die Ampel schneidet zwar signifikant weniger hilfreich als die Kombination GDA+Label ab, jedoch immer noch signifikant besser als GDA und Label individuell. Am wenigsten hilfreich wird wiederum das Label alleine eingestuft.

Diese Abstufung von GDA und Label über Ampel zu GDA und zu Label zeigt sich mit ganz wenigen Ausnahmen in sämtlichen Subgruppen, wobei die Unterschiede zwischen den 4 Kennzeichnungen jedoch nicht mehr bei allen Subgruppen signifikant ausfallen. Die einzige signifikante Ausnahme findet sich bei den Personen mit einem Brutto-Haushaltseinkommen zwischen 4'500 und 7'000 Franken: dort schneidet das Label signifikant besser als die GDA ab, liegt jedoch weiterhin hinter der Ampel und deutlich hinter der Kombination GDA+Label.



Resultate – Rangliste Präferenz nach Experiment



Die Ampel wird von Pensionierten signifikant weniger hilfreich eingestuft als von Vollzeit tätigen Personen sowie von älteren (65-74 Jahre) als jüngeren (25-44 Jahre) Personen.



Die GDA werden von tertiär Gebildeten signifikant besser eingestuft als von sekundär Gebildeten und von Personen aus einem 1-2-Personen-Haushalt als von Personen aus einem Haushalt mit 3 und mehr Personen. Personen, welche für das Experiment 1 der Label-Gruppe zugeteilt wurden, bewerteten die GDA signifikant weniger hilfreich als Personen aus der Ampel- und GDA-Gruppe.



Das Label wird in der Romandie signifikant besser eingestuft als in der Deutschschweiz und von Personen mit nur obligatorischer Schulbildung als von tertiär Gebildeten. Personen, welche für das Experiment der Label-Gruppe zugeteilt wurden, bewerteten das Label signifikant hilfreicher als Personen aus der Ampel- und GDA-Gruppe.



Resultate – Begründung für bevorzugte Kennzeichnung

Frage 7a: Warum bevorzugen Sie diese Kennzeichnung?

Basis: [] Personen / offene (ungestützte) Frage / Angaben in %

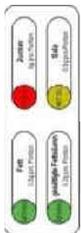
	Ampel [391] (a)	GDA [92] (b)	Label [97] (c)	GDA + Label [436] (d)
Farben	38bcd	4d	-	0
Einfach / Verständlich	18b	4	44abd	8
Klar	15	22d	12	8
Genauere Angaben / Viele Angaben	5	13ac	-	21ac
Schnell ersichtlich	12	5	19bd	9
Sticht ins Auge / Auf den ersten Blick / Fällt auf	12b	6	8	6
Übersichtlich	13b	12cd	3	5
Bewusst wählen	1	-	0	13abc
Man erkennt, dass es gesund ist	2	1	9ab	9ab
Kombination / Doppelte Sicherheit	1	-	0	10abc
Gut, besser zu erkennen / Gut lesbar	5	2	12abd	3
Gütesiegel / Geprüft	0	0	2a	9abc
Aussagekräftig	3	5	1	4
Label / Symbol / Logo	0	-	1	7abc
Informiert gut	4	1	2	4
Muss nicht lesen / Bildliche Darstellung	4	1	9bd	1
Prozentangabe	0	11acd	-	4ac
Diverse Angaben sind enthalten (Zucker, Salzgehalt etc.)	2	4	0	3
Detailliert	1	7ac	-	4a
Ampel / Verkehrsampel	7b	-	-	0
Auf ein Tag gerechnet	0	11acd	-	3a
Für mehr Infos kann man Nachlesen	1	1	-	4ac
Richtwerte	0	3a	1	4a
Kalorienangaben	0	4ac	-	3a
Hilfreich	2	1	1	2
Zahlen	1	2	-	3a
Produktvergleich besser möglich	1	3	2	2
Portion definiert	1	1	0	2
Vertrauen	0	1	4ad	1
Sympathisch / Spricht mehr an	2	1	2d	0
Gering / Mittel / Hoch Beschriftung	2	-	-	-
Anderes	3	6	5	5
Nichts / Weiss nicht / Kein Angabe	1	-	3ad	0

Die Buchstaben kennzeichnen signifikante Unterschiede.

Resultate – Begründung für bevorzugte Kennzeichnung



Für die kombinierte Kennzeichnung GDA+Label spricht aus Sicht der Konsumenten insbesondere, dass es genaue / viele Angaben sind (21%), man bewusst wählen kann (13%; signifikant erhöht in der Deutschschweiz und im Tessin) und dass es eine Kombination / doppelte Sicherheit ist (10%). Des Weiteren ist es ein Gütesiegel (9%; signifikant erhöht im Tessin), es ist schnell ersichtlich (9%), einfach /verständlich (8%), klar (8%) und das zusätzliche Label gefällt (7%).



Das Hauptargument für die Präferenz der Ampel sind die Farben (38%). Sie ist des Weiteren aus der Sicht der Konsumenten einfach / verständlich (18%; signifikant erhöht in der Westschweiz und im Tessin), klar (15%), übersichtlich (13%; signifikant erhöht in der Deutschschweiz und im Tessin sowie bei Frauen), sticht ins Auge / fällt auf (12%) und schnell ersichtlich (12%).



Für das GDA spricht aus Sicht der Konsumenten, dass es klar ist (22%), genaue / viele Angaben enthält (13%), übersichtlich (12%), mit Prozentangabe (11%), auf einen Tag gerechnet (11%) und detailliert (7%) ist.



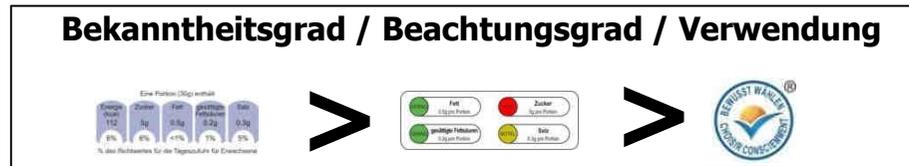
Diejenigen, die das Label bevorzugen, schätzen vor allem, dass es einfach und verständlich ist (44%; signifikant erhöht bei Männern). Zudem ist es schnell ersichtlich (19%), gut zu erkennen (12%), klar (12%), man erkennt, dass es gesund ist (9%; signifikant erhöht bei Frauen), es ist eine bildliche Darstellung (9%; nur in der Deutschschweiz genannt) und sticht ins Auge (8%).



Resultate – Abschliessende Kommentare der Teilnehmer

- *„Das System mit den farbigen Punkten wäre besser wenn die Angaben pro 100g gemacht oder die Grösse einer Portion definiert würde“*
- *„Die farbigen Markierungen könnten mit den Prozentangaben des Tagesbedarfs kombiniert werden, das wäre ideal“*
- *„Angaben zu 100 g oder kg wären besser vergleichbar als zu Portionen; Portionen täuschen zu geringe Werte vor, da die Essensgewohnheiten anders sind“*
- *„Ich bin für klare kurz und bündige Angaben sowohl in 100g sowie in Portionen oder Scheiben; alles unklare, undefinierbare ist Augenwischerei welches den Kunden irritiert“*
- *„Rechnen mag ich nicht, der Tagesbedarf variiert doch bei sämtlichen Familienmitgliedern“*
- *„Einfachheit ist gefragt, wer kann schon im Laden vergleichen bei verschiedenen Gewichtsangaben und noch Dreisatzmässig umrechnen?“*
- *„Bei der Ampelkennzeichnung gehört eine Mengenangabe unmittelbar dazu, sonst nützt es niemandem wenn gekennzeichnet ist wie viel Salz, Zucker oder Fett das Produkt enthält“*
- *„Am liebsten hätte ich die "Ampeln" und das „Bewusst wählen“-Zeichen auf den Packungen. Habe ich diesen Vorschlag übersehen?“*
- *„Zu viele Zahlen und Angaben sind kontraproduktiv. Niemand hat im Laden Zeit alles zu lesen“*
- *„Diese Infos gut sichtbar aufs Produkt“*
- *„Nebst einem gesunden Inhalt sind mir auch die Zusatzstoffe wichtig“*
- *„Ein kleiner runder Kleber wie der ‚Bewusst einkaufen‘-Kleber sagt wenig aus und kann leicht übersehen werden“*
- *„Meines Erachtens gibt es schon genügend „Labels“ wie z.B. die Knospe Max Havelaar etc.; das neue Label hat für mich "keinen Platz" es fehlt mir nirgends und ich habe es daher negativ qualifiziert“*
- *„Logos sind für einen Kaufentscheid sicher hilfreich; da die Kriterien für die Vergabe aber auf der Verpackung kaum erwähnt werden können muss mir die Möglichkeit geboten werden die Hintergrundinformationen selbst zu vergleichen; der Ausdruck "Bewusst wählen" erscheint mir deshalb falsch da schlussendlich jemand anderer für mich gewählt hat“*

Resultate – zusammenfassende Übersicht I



Resultate – zusammenfassende Übersicht II

Präferenz vor Erläuterungen (Skala)



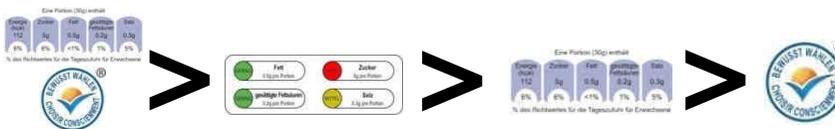
Präferenz nach Erläuterungen (Skala)



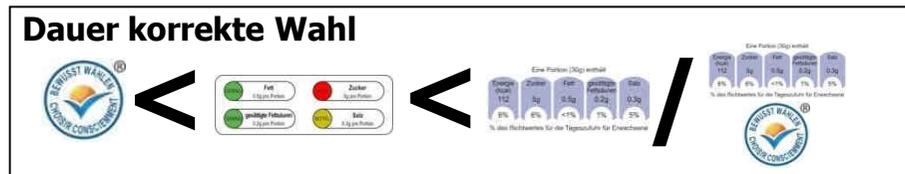
Präferenz vor Experiment (Rangliste)



Präferenz nach Experiment (Rangliste)



Resultate – zusammenfassende Übersicht III



Diskussion + Schlussfolgerungen



Diskussion + Schlussfolgerungen

Die vorliegende Studie untersuchte und verglich unseres Wissens zum ersten Mal die Wirksamkeit der drei Front-of-Pack-Kennzeichnungssysteme Ampel, GDA und Label bei Konsumenten in der Schweiz. Sie wurde in den drei Hauptsprachen Deutsch, Französisch und Italienisch durchgeführt und liefert **repräsentative Resultate für die gesamte Schweiz** (Deutschschweiz, Romandie, Tessin).

Die GDA besitzen erwartungsgemäss den höchsten Bekanntheitsgrad der drei untersuchten Kennzeichnungen und werden auch beim Einkaufen am stärksten beachtet und verwendet. Die Ampel ist dank ihrer Medienpräsenz ebenfalls jedem dritten Konsumenten bekannt. Das getestete Label ist noch kaum bekannt.

Vor dem Experiment wird die Ampel von den Konsumenten als die hilfreichste Kennzeichnung eingeschätzt, wenn sie sich mittels einer Rangliste zwischen den drei Systemen entscheiden müssen. Lässt man die Kennzeichnungen unabhängig voneinander mittels einer Skala beurteilen, schneiden Ampel und GDA als gleich hilfreich ab. Das Label fällt bei den Konsumenten in beiden Fällen durch.

Vergleicht man die Beurteilungen der Kennzeichnungen vor und nach den Erläuterungen, fällt auf, dass die Erläuterungen zu den Kennzeichnungen die Einschätzungen von Ampel und GDA kaum beeinflussen. Die Bewertung des Labels verbessert sich hingegen um 50%. Dies könnte damit zusammenhängen, dass Ampel und GDA Informationen in einer spezifischen Form präsentieren, aus welcher der Konsument intuitiv selber eine Produktbeurteilung ableiten kann (auch wenn diese nicht in jedem Fall korrekt sein wird), ohne dass dazu eine Erläuterung notwendig wäre. Ein Label hingegen macht nur Sinn, wenn bekannt ist, wofür es steht und welche Kriterien angewendet werden. Zudem beeinflusst die Organisation, welche hinter einem solchen Label steht, dessen Vertrauenswürdigkeit (Feunekes et al, 2008). Die Erläuterungen könnten aus diesem Grund einen deutlich positiven Effekt auf die Einschätzung der Nützlichkeit des Labels gehabt haben.



Diskussion + Schlussfolgerungen (Fortsetzung)

Nach dem Experiment wird die Ampel weiterhin als hilfreicher als die GDA und diese auch als das Label eingeschätzt. **Am hilfreichsten wird jedoch die während dem Experiment eingeführte Kombination von GDA+Label bewertet.** Dies weist darauf hin, dass Schweizer Konsumenten einerseits viel Information wünschen andererseits die Unterstützung oder Bestätigung durch das Label schätzen. Bestätigt wird dies auch durch die Kommentare von den Konsumenten, welche explizit die „**doppelte Sicherheit**“ als Grund für ihre Präferenz aufführen.

Insgesamt verhelfen Ampel und die Kombination GDA+Label den meisten Konsumenten zur korrekten Wahl, jedoch nicht in allen Produktkategorien. Das Label hingegen verhilft ausser bei den Knäckebröten in allen Produktkategorien durchgehend mehr als 50% der Konsumenten zur richtigen Wahl.

Durch das Experiment wird deutlich eine **Diskrepanz zwischen der subjektiven Wahrnehmung des Nutzens einer Kennzeichnung und ihrer effektiven Nützlichkeit** ersichtlich. GDA und vor allem Ampel werden von den meisten Konsumenten als hilfreich betrachtet. Bei einigen Produktkategorien führen diese beiden Kennzeichnungen jedoch sehr ausgeprägt zur falschen Wahl. Dafür gibt es im Rahmen dieser Studie zwei Erklärungsansätze: 1) Bei Produkten, bei welchen ein nicht aufgeführter Nährstoff (z.B. Nahrungsfasern bei Cerealien) oder Inhaltsstoff (z.B. künstliche Süsstoffe bei Softdrinks) relevant bzw. relevanter als andere ist, können erwartungsgemäss weder Ampel noch GDA die korrekte Wahl unterstützen. 2) Bei den GDA wird die Bedeutung des Gehaltes von Nährstoffen von Konsumenten falsch eingeschätzt (z.B. bei Salatsaucen wird Bedeutung von Natriumgehalt unterschätzt und von Fettgehalt überschätzt).

Die Resultate der Label-Gruppe deuten darauf hin, dass ein **Label nur hilfreich sein kann, wenn kein Zweifel an seiner Glaubwürdigkeit** besteht. Wäre das getestete Label in der Schweiz bereits breit bekannt und anerkannt gewesen, wäre die Rate der korrekten Antworten vermutlich ausgeprägter ausgefallen und bei den Knäckebröten hätten sich wahrscheinlich weniger Konsumenten von der deutlich sichtbaren Produktbezeichnung „Wasa Fibres“ (vs. „Wasa Originals“) zur falschen Wahl verleiten lassen.



Diskussion + Schlussfolgerungen (Fortsetzung)

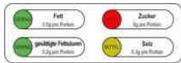
Vergleicht man die GDA-Gruppe mit der GDA+Label-Gruppe wird ersichtlich, dass die Konsumenten bei denselben drei Produktpaaren (Cerealien, Salatsaucen, Softdrinks) falsch wählten. Mit Unterstützung durch das Label wählten in diesen Kategorien jedoch durchschnittlich 7.5% weniger Konsumenten falsch.

Neben der Fähigkeit, den Konsumenten bei der gesunden Wahl zu unterstützen, ist auch die benötigte Dauer zur Interpretation einer Kennzeichnung von Bedeutung. Die Mehrzahl der Kaufentscheide fällt direkt im Laden (POS Support gmbH, 2009) und mehr als die Hälfte der Konsumenten nehmen sich – wenn überhaupt - weniger als 10 Sekunden Zeit, um Ernährungsinformationen auf Verpackungen zu studieren (Choices International Foundation, 2010). **Von den drei getesteten Kennzeichnungen ermöglicht das Label die raschesten Entscheidungen** (durchschnittlich 12.79 Sekunden). Um Ampel und GDA zu interpretieren, benötigen die Konsumenten 35% resp. 50% länger. Für die Interpretation der Kombination GDA+Label benötigen die Konsumenten in etwa gleich viel Zeit wie für die Interpretation von nur GDA. Tendenziell benötigten die Konsumenten, welche falsch wählten, länger für ihre Entscheidungsfindung, was auf eine gewisse (gerechtfertigte) Unsicherheit bei diesen Personen hinweisen könnte.

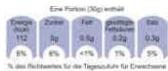


Diskussion + Schlussfolgerungen (Fortsetzung)

Die getesteten Kennzeichnungen können alle in einem gewissen Rahmen den Konsumenten in der gesunden Wahl unterstützen, **alle stossen aber auch an Grenzen:**



Ermöglicht die korrekte gesunde Wahl nur, wenn die aufgeführten Nährstoffe für die Beurteilung des gesundheitlichen Wertes des Produktes relevant sind. Ist ein anderer Nährstoff relevant, ist die Ampel nicht hilfreich bzw. verleitet zu falschen Schlussfolgerungen.



Ermöglicht die korrekte gesunde Wahl nur, wenn die aufgeführten Nährstoffe für die Beurteilung des gesundheitlichen Wertes des Produktes relevant sind. Ist ein anderer Nährstoff relevant, ist die GDA-Kennzeichnung nicht hilfreich bzw. verleitet zu falschen Schlussfolgerungen. Die GDA können ebenfalls zu falschen Schlussfolgerungen führen, wenn die Bedeutung des Gehaltes von Nährstoffen falsch eingeschätzt (d.h. über- oder unterschätzt) wird.



Ermöglicht die korrekte gesunde Wahl nur, wenn das Label bekannt ist und es als vertrauenswürdig wahrgenommen wird.

Abschliessend soll darauf hingewiesen werden, dass **auch die hilfreichste Kennzeichnung eine gesunde Wahl nur unterstützen, aber nicht gewährleisten kann.** Der gesundheitliche Wert eines Produktes konkurriert immer mit vielen anderen Faktoren, welche sich zudem je nach Situation und Zeitpunkt unterscheiden können.



Diskussion + Schlussfolgerungen (Fortsetzung)

Fazit:

- Vorsicht vor zu hohen Erwartungen an ein Kennzeichnungssystem.
- Unterschiede zwischen Kennzeichnungssystemen sind signifikant, aber doch relativ klein.
- Diskrepanz zwischen subjektiver Wahrnehmung der Nützlichkeit einer Kennzeichnung und ihrer tatsächlichen Nützlichkeit.
- Die Kombination GDA+Label entspräche sozusagen dem „Füfi und Weggli“:
 - > viel Information für Interessierte inkl. Bestätigung der eigenen Wahl
 - > Unterstützung von unsicheren und bequemen Konsumenten
 - > Zeitersparnis für gestresste Konsumenten



Limitationen



Limitationen

Obwohl die Teilnehmer nach repräsentativen Kriterien mit Quoten für Region, Geschlecht und Alter zusammengestellt wurden, sind Personen mit Schweizer Nationalität sowie Ausbildungen auf Sekundarstufe II übervertreten. Im Gegenzug sind Personen mit ausländischer Nationalität und nur obligatorischer Schulbildung untervertreten. Diese Abweichungen vom Schweizer Durchschnitt lassen sich unter anderem damit erklären, dass die Teilnehmer aus einem bestehenden Online-Pool gewählt wurden und die Umfrage nur in den Sprachen Deutsch, Französisch und Italienisch durchgeführt wurde. Die vorliegenden Resultate können daher nur mit Vorbehalt auf die Konsumenten in der Schweiz verallgemeinert werden.

Die Wirksamkeit der Kennzeichnungen wurde rein experimentell mittels einer Online-Umfrage am Bildschirm getestet. Die Resultate können deshalb nicht eins zu eins in eine tatsächliche Einkaufssituation extrapoliert werden (z.B. Dauer für Entscheidungen) bzw. effektives Einkaufsverhalten voraussagen (Entscheidung für ein Produkt hängt von vielen weiteren Faktoren ab). Andererseits konnten die Kennzeichnungen auf diese Weise in einer kontrollierten Umgebung und unabhängig voneinander geprüft werden. Die 4 Gruppen waren alle denselben beeinflussenden Faktoren durch vorhandene Front-of-Pack-Informationen (z.B. Markenname, Anpreisungen etc.) ausgesetzt und es gab keine Interaktionen zwischen den Kennzeichnungssystemen.

Da für die Studie reale Produktbeispiele verwendet wurden, ist es möglich, dass einzelne Entscheidungen durch bereits vorhandene Kenntnisse und Erfahrungen mit einem der Produkte beeinflusst worden sind. Durch das Studiendesign (Abtesten derselben 10 Produktpaare in vier unabhängigen Gruppen) wurde versucht, der Effekt solcher Einflüsse zu minimieren.

Die Studie gibt keine qualitative Einsichten in die Beweggründe für die einzelnen Entscheidungen. Es können nur Vermutungen darüber angestellt werden, welche Nährstoffe beispielsweise in welchem Umfang in die Beurteilungen von Ampel und GDA mit einbezogen wurden oder was bei der Ampel höher gewertet wurde, ob die Abwesenheit von Rot oder das Vorhandensein von Grün.



Literaturverzeichnis



Literaturverzeichnis

- Bundesamtes für Statistik.** Die Bevölkerung der Schweiz 2008. BFS, Neuchâtel: 2009
(<http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/de/index/news/publikationen.html?publicationID=3729>; abgerufen im Juni 2010)
- Bundesamt für Statistik.** Schweizerische Arbeitskräfteerhebung 2009. BFS, Neuchâtel: 2010
(<http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/de/index/themen/15/01/key/blank/01.html>; abgerufen im Juni 2010)
- Bundesamt für Statistik.** Schweizerische Gesundheitsbefragung 2007. BFS, Neuchâtel: 2009
(<http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/de/index/themen/14/02/02/key/01.Document.118182.xls>; abgerufen im Juni 2010)
- Choices International Foundation.** Results of Dutch consumer research 2009. CIF, Brussels: 2010
- Coop.** Ess-Trends im Fokus - "Gesund Essen: Einstellungen, Wissen und Verhalten,,. Coop, Basel: 2009
- Eichholzer M, Camenzind-Frey E, Matzke A, Amadò R, Ballmer PE, Beer M, Darioli R, Hasler K, Lüthy J, Moser U, Sieber R, and Trabichet C.** Fünfter Schweizerischer Ernährungsbericht. Bundesamt für Gesundheit, Bern: 2005
- Feunekes GIJ, Gortemaker IA, Williams AA, Lion R, van den Kommer M.** Front-of-pack nutrition labelling: testing effectiveness of different nutrition labelling formats front-of-pack in four European countries. *Appetite*, 50: 57-70, 2008
- Heart Foundation of Australia.** Australians and front of pack labelling: what we want, what we need. HFA, Melbourne: 2008.
- Nielsen.** Consumers and nutritional labeling. Nielsen: 2008
(<http://id.nielsen.com/site/nutritionallabellingreport2008.pdf.pdf>; abgerufen im August 2010)
- POS Support gmbH.** Einkaufsverhalten am POS: Studie zur Effektivität von POS-Massnahmen. POS Support gmbh: 2009
(<http://www.konzept-und-markt.com/Docs/Einkaufsverhalten%20am%20POS.pdf>; abgerufen im Juli 2010)
- Rudolph T & Glas A.** Food Consumption 2008: Ess- und Verzehrverhalten in der Schweiz. Universität St. Gallen, Institut für Marketing und Handel: 2008
- Schlup T.** Einfluss von Nährwert-Deklarationen (Diplomarbeit). Hochschule Wädenswil: 2005
- Wang J.** Gesundheitskompetenz der Bevölkerung: Wunsch oder Wirklichkeit? Präsentiert an der 15. Ernährungsplattform, Bern: 2007

