

Auswirkung der Auslobung des Zuckergehaltes auf die Lebensmittelauswahl

Eine Beobachtungsstudie bei Konsumentinnen und Konsumenten

Jessica Stetter

Studiengang Ernährung und Diätetik (BSc), ERB13

Einleitung

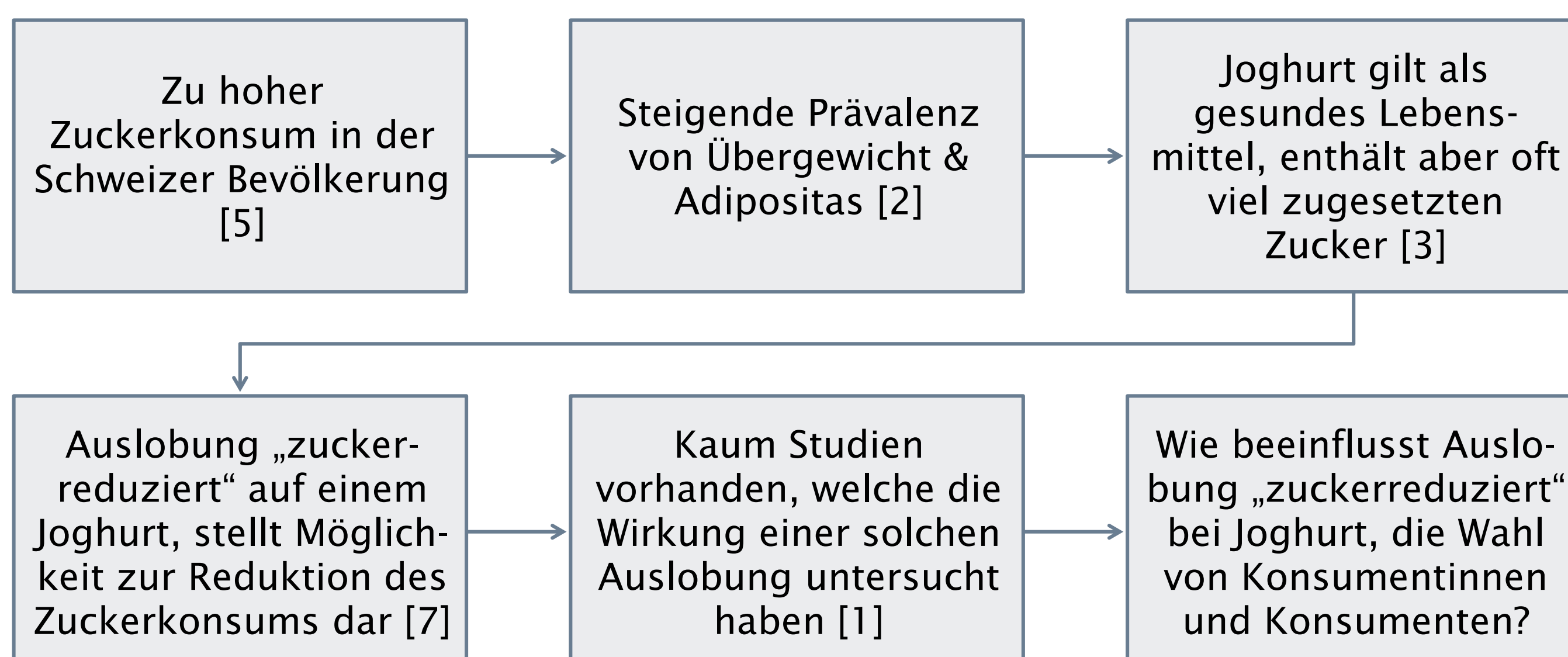


Abbildung 1: Herleitung der Fragestellung

Methode

Um herauszufinden, welchen Einfluss die Auslobung «zuckerreduziert» bei einem Joghurt auf die Wahl hat, wurde eine Verhaltensbeobachtung durchgeführt. Dabei gab es eine Interventions- und Kontrollgruppe, bestehend aus Studentinnen und Studenten der Berner Fachhochschule (BFH). Jede Person konnte aus einem Frühstücksbuffet zwischen einem normal gezuckerten und einem zuckerreduzierten Joghurt auswählen. Alle Lebensmittel waren mit Nährwertinformationen versehen. Bei der Interventionsgruppe jedoch wurde das zuckerreduzierte Joghurt noch zusätzlich mit der Kennzeichnung «zuckerreduziert» ausgelobt.

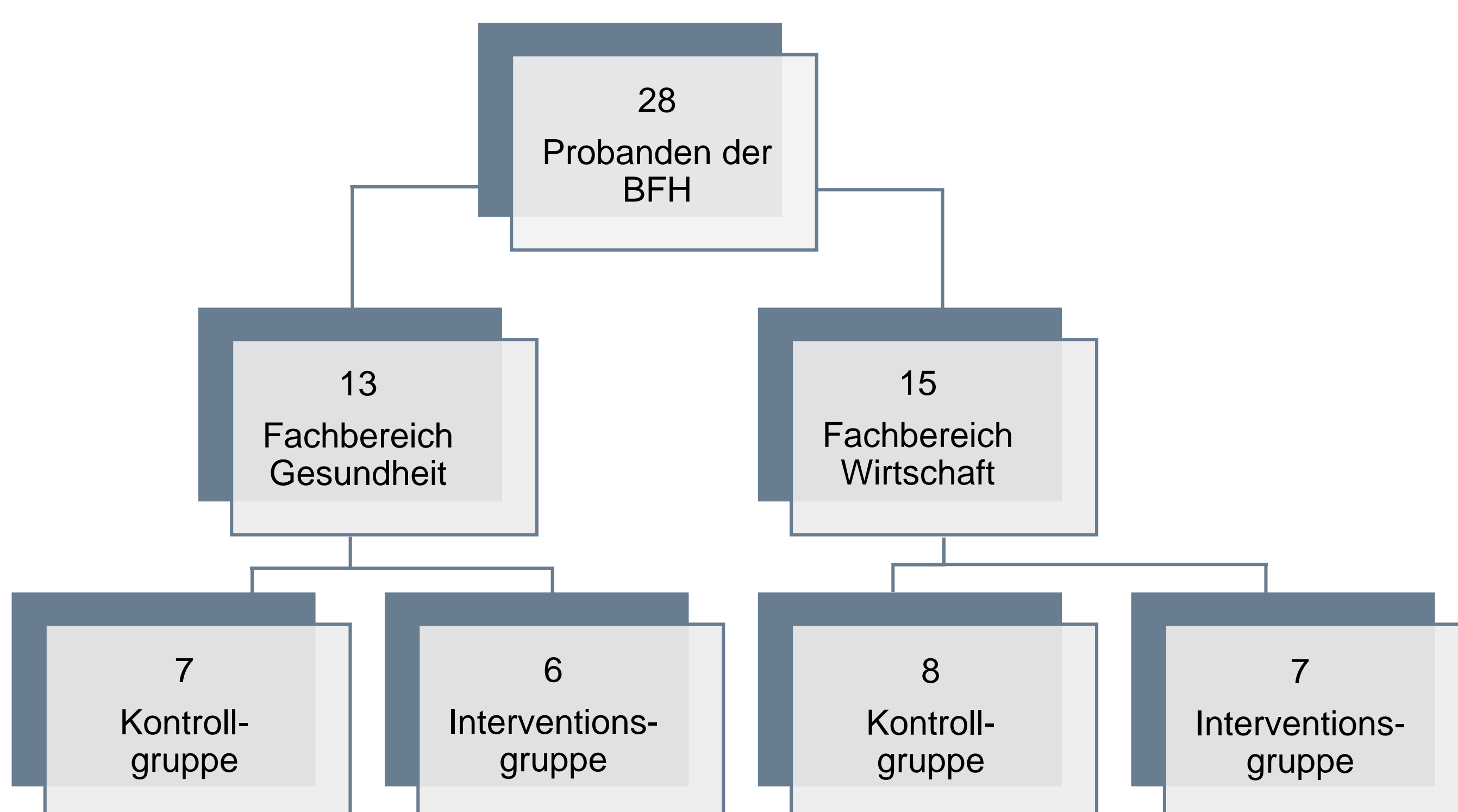


Abbildung 2: Aufbau der Stichprobe

Literaturverzeichnis

- [1] Bend, D. V., Dieren, J. V., Marques, M. D., Wezenbeek, N. L., Kostareli, N., Rodrigues, P. G., . . . Verhagen, H. (2014). A Simple Visual Model to Compare Existing Front-of-pack Nutrient Profiling Schemes. *European Journal of Nutrition & Food Safety*, 4(4), S. 429-534.
- [2] Bundesamt für Statistik. (2014). Schweizerische Gesundheitsbefragung 2012 - Übergewicht und Adipositas. Neuchâtel: Bundesamt für Gesundheit.
- [3] Eidgenössisches Departement des Innern. (2015). Memorandum of Understanding: Zusammenarbeit im Rahmen der Zuckerrückführung in Joghurts und Frühstückscerealien. Mailand: Eidgenössisches Departement des Innern.
- [4] Johansen, S. B., Naes, T., Øyaas, J., & Hersleth, M. (2010). Acceptance of calorie-reduced yoghurt: Effects of sensory characteristics and product information. *Food Quality and Preference*, 21, S. 13-21. doi:10.1016/j.foodqual.2009.07.003
- [5] Keller, U., Battaglia, R. E., Beer, M., Darioli, R., Meyer, K., Renggli, A., . . . Stoffel-Kurt, N. (2012). Sechster schweizerischer Ernährungsbericht. Bern: Bundesamt für Gesundheit.
- [6] Patterson, N. J., Sadler, M. J., & Cooper, J. M. (2012). Consumer understanding of sugars claims on food and drink products. *Nutrition Bulletin*, 37, S. 121-130. doi:10.1111/j.1467-3010.2012.01958.x
- [7] Trageser, J., Gschwend, E., & Stokar, T. v. (2015). Übersicht über Reformulierungsinitiativen in Europa. Zürich: Bundesamt für Lebensmittelsicherheit und Veterinärwesen.

Ergebnisse

Innerhalb der Interventionsgruppe (46%) wurde weniger häufig das zuckerreduzierte Joghurt gewählt als innerhalb der Kontrollgruppe (67%). Es konnte kein signifikanter Effekt der Auslobung nachgewiesen werden.

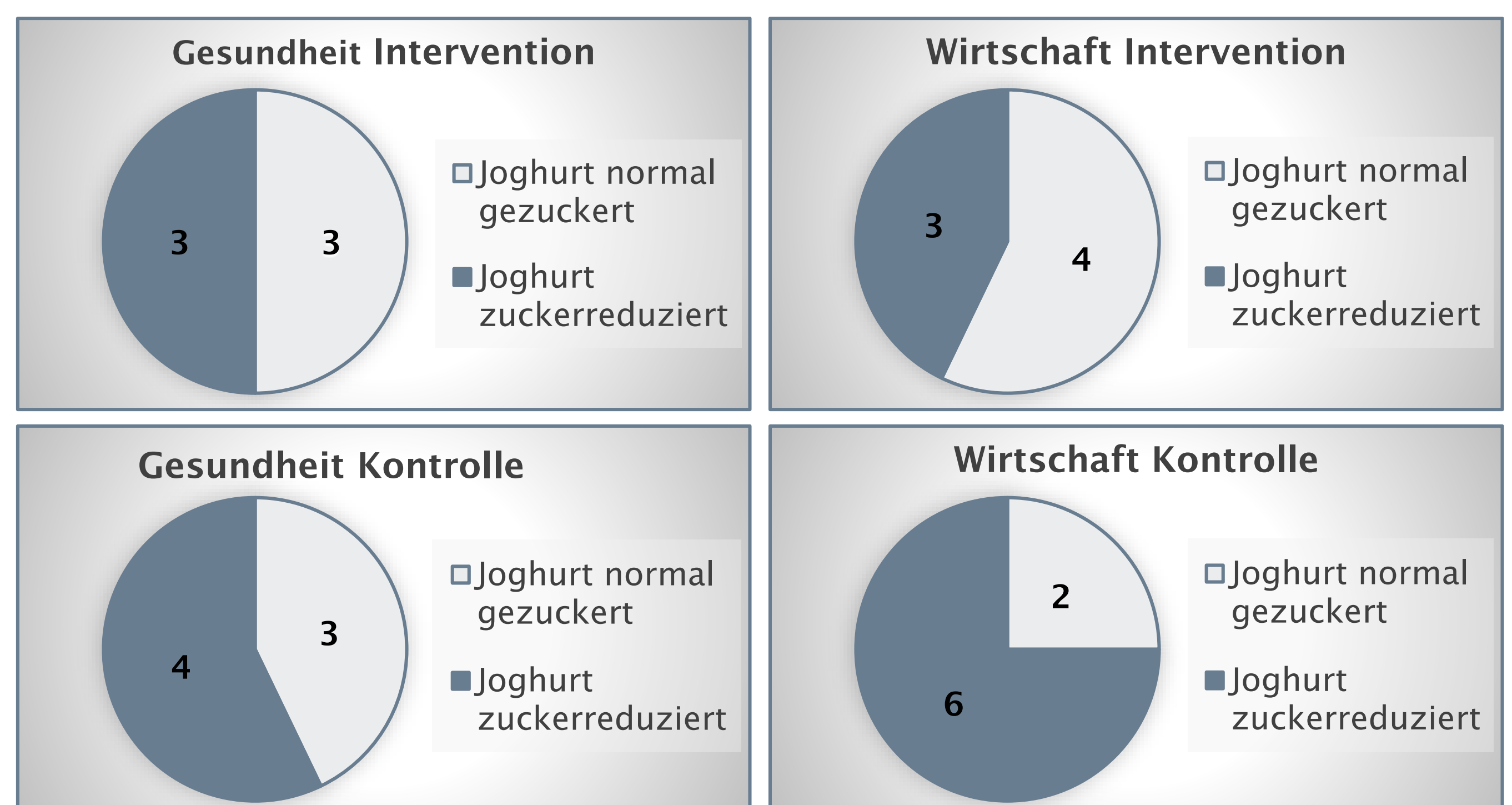


Abbildung 3: Wahl des Joghurts nach Gruppen und Fachbereichen

Diskussion

Die Aussagekraft der Ergebnisse ist beschränkt aufgrund der kleinen Stichprobengröße. Die Frage, warum die Auslobung «zuckerreduziert» nicht häufiger zur Wahl des zuckerreduzierten Joghurts geführt hat, kann nicht klar beantwortet werden. Es wird jedoch vermutet, dass diverse Einflussfaktoren bei der Wahl eine Rolle gespielt haben, wie z.B. Geschmackspräferenzen [4] oder negative Assoziationen mit der Auslobung [6].

Schlussfolgerung

Anhand der Ergebnisse kann zurzeit eine solche Auslobung für den Bereich Gesundheitsförderung und Prävention nicht empfohlen werden. Aufgrund der beschränkten Aussagekraft der Ergebnisse, sollten jedoch in diesem Bereich noch weitere Forschungsarbeiten betrieben werden.