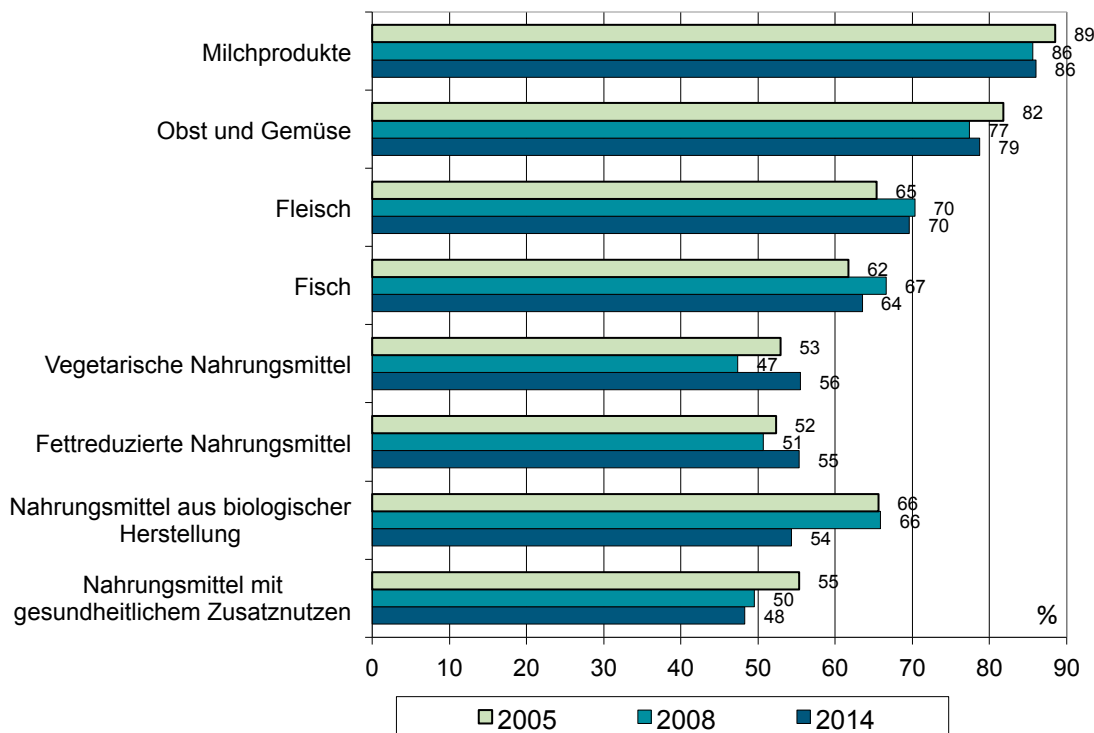


Indikator 1.6: Wahrnehmung der Angebotsseite der Ernährung und von Informationen über Nahrungsmittel

Die Verfügbarkeit gesunder Nahrungsmittel ist eine wichtige Voraussetzung für eine ausgewogene Ernährung. Nur wenn entsprechende Nahrungsmittel nicht nur verfügbar sind, sondern die Konsument/innen auch wissen, wo und wie man diese beschaffen und zubereiten kann, haben Initiativen mit Blick auf eine ausgewogene Ernährung Verwirklichungschancen.

Im Rahmen verschiedener Studien wurden Konsument/innen 2005, 2008 und 2014 zu ihrer Einschätzung des Nahrungsmittelangebots befragt. Wie die folgende Abbildung zeigt, ist die grosse Mehrheit der Befragten mit dem Angebot an Milchprodukten sowie Obst und Gemüse zufrieden. Hier haben sich die Einschätzungen zwischen 2005 und 2014 auch nicht gross verändert. Geringe Veränderungen lassen sich auch bei den meisten anderen Angeboten feststellen. Die Ausnahme bilden biologisch produzierte Nahrungsmittel, mit deren Angebot man heute weniger zufrieden ist als noch 2005. Da sich das effektive Angebot in diesem Zeitraum kaum verschlechtert haben dürfte, ist dieser Befund möglicherweise auf eine grössere Sensibilisierung für bzw. Nachfrage nach solchen Produkten zurückzuführen.

A) Zufriedenheit mit dem Angebot an ausgewählten Lebensmitteln, 2005 bis 2014



Quelle: Food Consumption 2005 und 2008 des Retail-Lab der Universität St. Gallen sowie Omnibus 2014 des BFS; Fallzahlen (je nach Antwortvorgabe): 2005: 575-918; 2008: 680-1032; 2014: 2130-2945. Antworten auf die Frage (2005, 2008): "Bei folgenden Nahrungsmitteln entspricht das derzeitige Lebensmittelangebot im Detailhandel meinen Erwartungen..." bzw. (2014): "Sagen Sie mir bitte ob bei den folgenden Nahrungsmitteln das derzeitige Lebensmittelangebot im Detailhandel Ihren Erwartungen entspricht."

Datenbasis

Modul MOSEB des Omnibus' 2014 des Bundesamts für Statistik; telefonische Befragung (n=2993)

Food Consumption des Retail-Lab des Instituts für Marketing und Handel an der Universität St. Gallen. Persönliche Befragung in Supermärkten und Einkaufszentren, Fallzahl 2008: 1074. Die Resultate zu den Jahren 2005 und 2008 wurden der Broschüre "Food Consumption 2008" entnommen (Quellenverweis siehe unter "weitere Informationen").

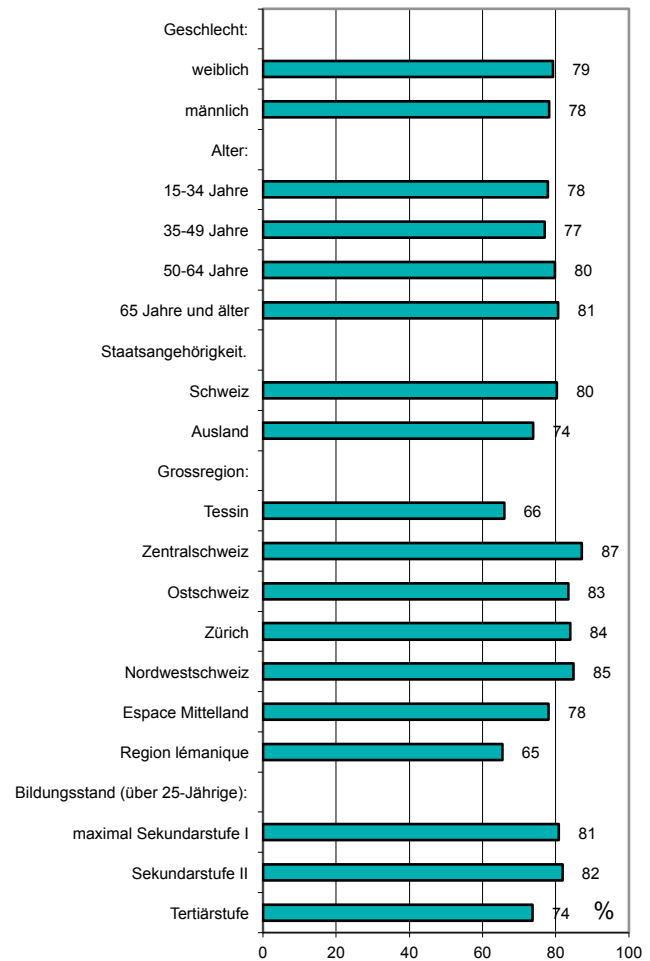
Weitere Resultate entstammen der für die Bevölkerung der Schweiz repräsentativen Pilotstudie des Jahres 2009 zur Nationalen Ernährungserhebung (n=1545, Abbildung C), einer Untersuchung der Schweizerischen Gesellschaft für Ernährung zur Wirksamkeit von Lebensmittelkennzeichnungen (2010, n=1016, Abbildung E) sowie der MACH Consumer-Studie 2-10 (WEMF-AG, n=11336, Abbildung G).

Weitere Resultate

Zusammenhangsanalysen der Angaben zur Beurteilung des Nahrungsmittelangebots – in Abbildung B sind die Befunde zum Angebot an Früchten und Gemüse stellvertretend dargestellt – zeigen für das Jahr 2014 kaum statistisch signifikante Unterschiede zwischen Frauen und Männern und verschiedenen Altersgruppen. Dagegen sind Schweizer/innen mit den meisten Angebotskomponenten deutlich zufriedener als ausländische Befragte. Dies dürfte mit einem primär auf die einheimische Bevölkerung ausgerichteten Angebot zusammenhängen.

Interessanterweise sind überdies Bewohner/innen der Deutschschweiz zufriedener mit dem Angebot als die Westschweizer/innen und Tessiner/innen. Ob dieser Befund mit einer ungenügenden Berücksichtigung der Bedürfnisse oder höheren Ansprüchen dieser beiden Minderheiten zusammenhängt, kann an dieser Stelle nicht beurteilt werden.

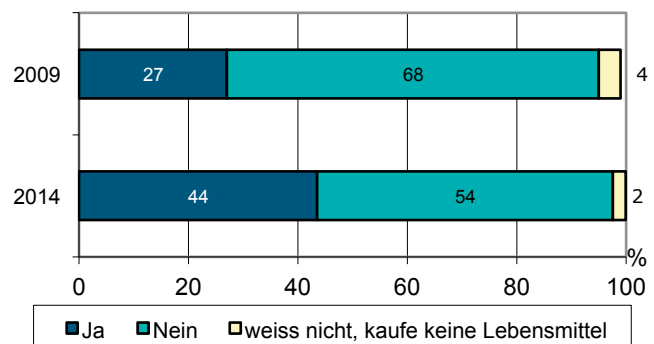
B) Anteil der Bevölkerung, deren Erwartungen bezüglich des Angebots an Früchten und Gemüse erfüllt wird, nach verschiedenen Merkmalen, 2014



Quelle: Omnibus 2014 des BFS, n je nach Merkmal zwischen 2548 und 2945.

Auf einer konkreteren Ebene zeigt Abbildung C den Beachtungsgrad von Nährwertangaben beim Lebensmittelkauf. Während im Jahr 2009 nur etwas über ein Viertel der Befragten diese Angaben beachteten, beträgt dieser Anteil nun immerhin 44 Prozent. Welche Angaben konkret beachtet werden, kann den Abbildungen G und H von Indikator 1.5 entnommen werden.

C) Beachtung der Nährwertangaben beim Lebensmitteleinkauf, 2009 und 2014



Quelle: NANUSS-Pilotstudie 2009 (n = 1545) und Omnibus 2014 des BFS (n=2991); Antworten auf die Frage: "Beachten Sie beim Lebensmitteleinkauf die Nährwertangaben?"

Die Beachtung der Nährwertangaben variiert gemäss Abbildung D leicht mit dem Geschlecht, dem Alter, der Staatsangehörigkeit und der Wohnregion, wobei gilt: Frauen, Personen mittleren Alters, Ausländer/innen und Personen aus der Westschweiz und dem Tessin schauen etwas stärker auf die Nährwertangaben als andere Personen.

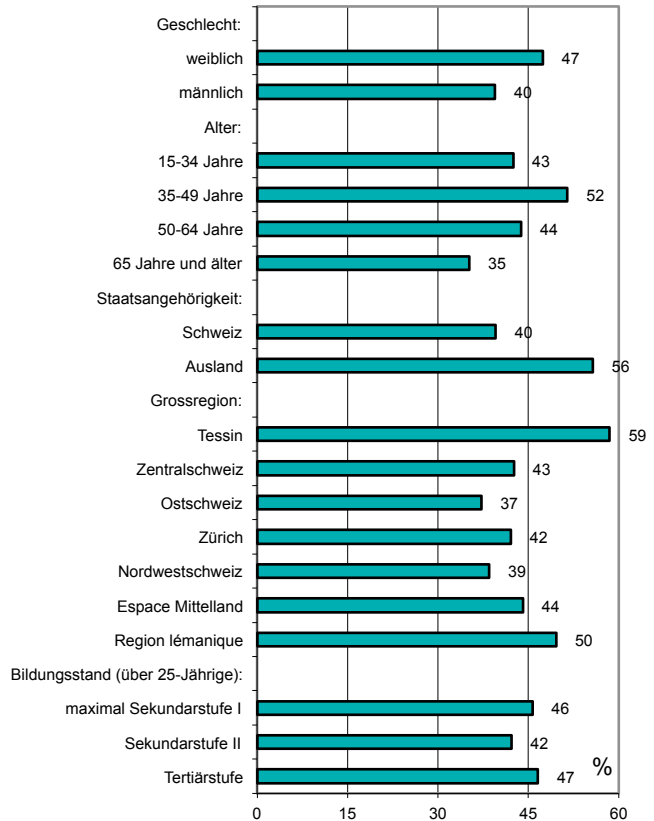
Zu ähnlichen, hier nicht abgebildeten Resultaten kommt eine Studie der ETH Zürich, in der Deutschschweizer/innen (n=1162) schriftlich zur Nutzung der Nährwertkennzeichnung von Lebensmitteln befragt wurden (Hess et al. 2012). Sowohl bei der Auswahl eines Produktes, das noch nie gekauft worden ist, wie auch bei der Wahl zwischen zwei Lebensmitteln achtet jeweils ein Drittel der Befragten häufig auf die Nährwertkennzeichnung und ein Drittel beachtet sie sehr selten oder nie. Frauen konsultieren diese Informationen häufiger als Männer. Weitere Faktoren, die positiv mit der Nutzung der Nährwertkennzeichnung zusammenhängen sind Ernährungsbewusstsein, Ernährungswissen, Gesundheitsbewusstsein und Kompetenz im Umgang mit Zahlen.

Die Pilotstudie zur Nationalen Ernährungserhebung enthält auch eine Frage danach, ob eine einheitliche Kennzeichnung gesunder Lebensmittel in den Augen der Bevölkerung wünschenswert wäre. 51% der Befragten erachten eine solche Kennzeichnung als "(sehr) wichtig" und weitere 22% können sich zumindest "teilweise" damit anfreunden.

Darüber, welche Kennzeichnung besonders wirksam wäre, gibt eine Studie der Schweizerischen Gesellschaft für Ernährung aus dem Jahr 2010 Auskunft. Verglichen wurden der Guideline Daily Amount (GDA), ein Ampelsystem und Labels für gesunde Nahrungsmittel. Von den drei Kennzeichnungen wird nur der GDA (vgl. Abbildung E) in der Schweiz breit verwendet. Dieser "Richtwert für die Tageszufuhr" gibt an, wie viel Energie (Kalorien), Fett, gesättigte Fettsäuren, Zucker und Natrium bzw. Salz eine Portion eines Produktes in Gramm enthält und welchen Prozentanteil diese Mengen am durchschnittlichen Richtwert für die Tageszufuhr eines Erwachsenen ausmachen.

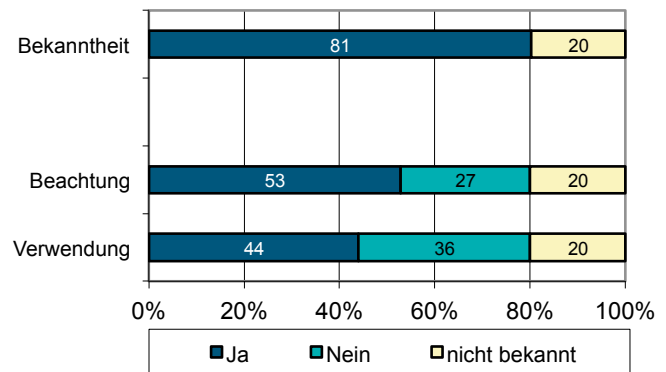
Abbildung E zeigt, dass vier Fünftel der Befragten die GDA kennen, dass aber nur rund die Hälfte davon sie auch tatsächlich beachten oder verwenden. Zusätzliche Resultate zeigen, dass der GDA in der Deutschschweiz, bei Frauen und jüngeren Personen besser bekannt sind als im Tessin, der Westschweiz und bei Männern und älteren Befragten.

D) Beachtung der Nährwertangaben beim Lebensmitteleinkauf nach verschiedenen Merkmalen, 2014



Quelle: Omnibus 2014 des BFS (n je nach Merkmal zwischen 2582 und 2991)

E) Bekanntheit, Beachtungsgrad und Verwendung der Angaben zum Guideline Daily Amount (GDA) auf Lebensmittelverpackungen



Quelle: SGE-Studie 2010, n=1016; Antworten auf die Fragen: "Haben Sie die folgende Angabe [GDA] auf Verpackungen von Lebensmitteln schon gesehen?", Falls diese Frage mit "ja" beantwortet wurde, wurden die folgenden beiden Fragen gestellt: "Haben Sie bei der Wahl eines Lebensmittels schon einmal bewusst auf die folgende Angabe [GDA] geachtet?" und: "Haben Sie bei der Wahl eines Lebensmittels schon einmal bewusst die folgende Angabe [GDA] verwendet?"

Hinweis: Aufgrund von Rundungsdifferenzen addieren sich die Werte in der Abbildung zu 101 Prozent.

Abbildung F zeigt schliesslich etwas allgemeiner, wo sich die befragten Personen über Nahrungsmittel informieren. Aus der Abbildung geht hervor, dass die oben diskutierten Produkteinformationen ungefähr gleich wichtig sind wie der persönliche Austausch mit Bekannten und Verwandten. Fachpersonen und die Werbung spielen dagegen eine vergleichsweise geringe Rolle.

Die MACH-Studie ist mit über 11'000 Befragten die grösste Konsumentenstudie der Schweiz. Gemäss dieser Untersuchung (vgl. Abbildung G) informierten sich im Jahr 2010 gut 50 Prozent direkt im Geschäft über Lebensmittel oder Getränke – sei es auf den Verpackungen oder durch Beratung. Etwas mehr als 40 Prozent der Personen informierten sich in der Zeitung (in Artikeln oder durch Werbung), und fast jeder Dritte bei Familienmitgliedern oder anderen bekannten Personen. Auffallend ist jedoch, dass ein Fünftel der Befragten angibt, sich überhaupt nicht aktiv zu informieren.

Weitere Informationen:

Gfs-Zürich (2010): NANUSS Pilot: 24 Hour Recall und Ernährungsverhalten. Schlussbericht. Zürich: gfs.

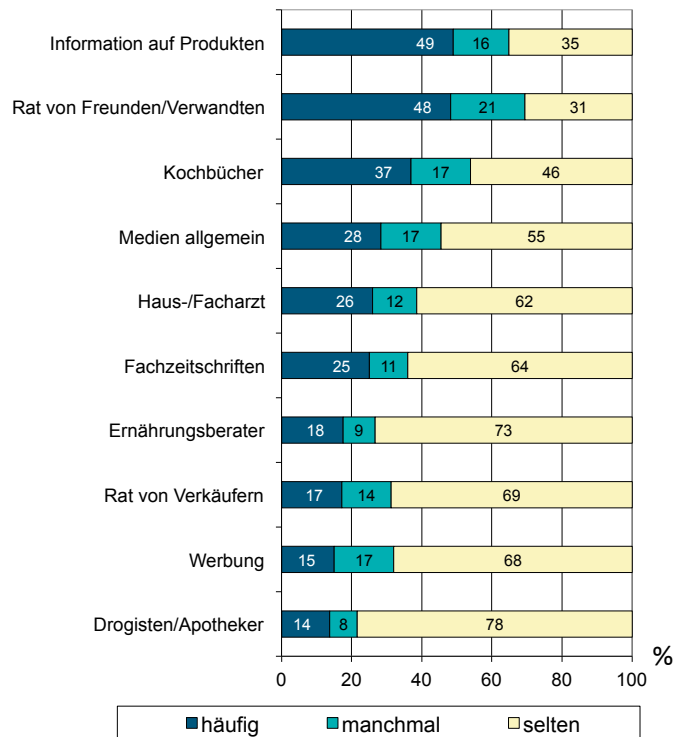
Hess, R., V.H.M. Visschers und M. Siegrist (2012): The role of health-related, motivational and socio-demographic aspects in predicting food label use: A comprehensive study. Public Health Nutr 15: 407-14.

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

Rudolph, T. und A. Glas (2008): Food Consumption 2008. Ess- und Verzehrverhalten in der Schweiz. St. Gallen: Retail-Lab des Instituts für Marketing und Handel an der Universität St. Gallen.

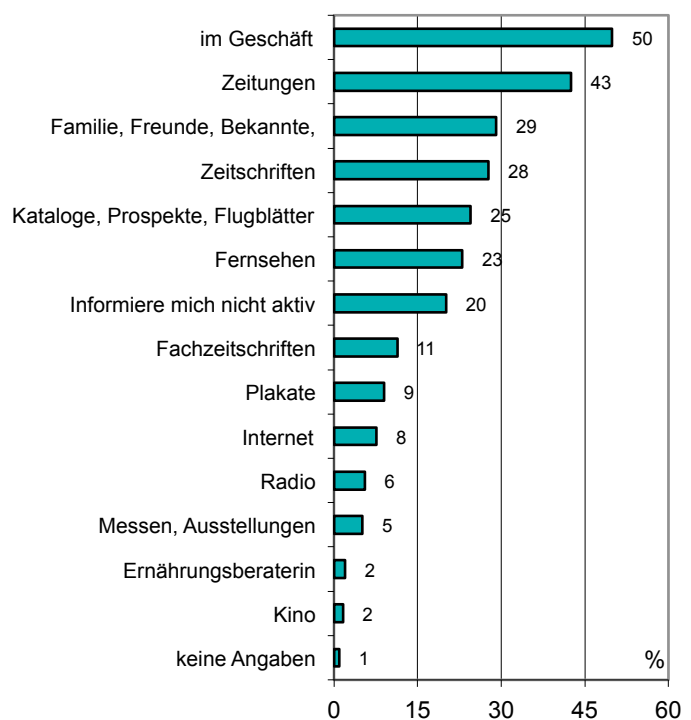
WEMF AG für Werbemedienforschung (2010): MACH Consumer 10-2.

F) Nutzung von Informationsquellen über Nahrungsmittel



Quelle: Food Consumption 2008, n je nach Informationsquelle zwischen 1043 und 1059. Antworten auf die Frage: "Zum Thema 'Ernährung' nutze ich die folgenden Informationsquellen..."

G) Anteil von Konsumenten in der Schweiz (in %), die sich mit folgenden Informationsquellen über Lebensmittel und Getränke informieren, 2010



Quelle: WEMF (2010): MACH Consumer 10-2.