

LEBENSMITTELKLARHEIT.DE UND
VERBRAUCHERPOLITIK - ZUM LEITBILD DES
INFORMIERTEN UND AUFMERKSAMEN VERBRAUCHERS

M.Sc. Anna Mäncher

Institut für Betriebslehre der Agrar- und Ernährungswirtschaft,
Justus-Liebig-Universität, Gießen

Anna.Maencher@ernaehrung.uni-giessen.de



Poster anlässlich der 53. Jahrestagung der
Gesellschaft für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften des Landbaues e.V.
**„Wie viel Markt und wie viel Regulierung
braucht eine nachhaltige Agrarentwicklung?“**

Berlin, 25.-27. September 2013

*Justus-Liebig-Universität Gießen, Institut für Betriebslehre der Agrar- und Ernährungswirtschaft, anna.maencher@ernaehrung.uni-giessen.de

Problemstellung

- LEBENSMITTELKLARHEIT.DE als neues, staatlich finanziertes Verbraucherschutzinstrument
- Ziele (u.a.):
 - Information der Verbraucher über die Kennzeichnung von Lebensmitteln
 - Identifikation eines möglichen Verbesserungsbedarfs im Lebensmitteltäuschungs-schutz
- LEBENSMITTELKLARHEIT.DE setzt auf die aktive Beteiligung der Verbraucher
 - Ist LEBENSMITTELKLARHEIT.DE geeignet, um diese verbraucherpolitischen Ziele zu erreichen?

Methodik

- Explorative Analyse der auf LEBENSMITTELKLARHEIT.DE veröffentlichten Verbraucherbeschwerden
- Erstmalige Betrachtung der Beschwerden unter dem Aspekt der vom Täuschungsvorwurf betroffenen Eigenschaften
- Untersuchungszeitraum: Juli 2011 bis 30.11.2012
- 368 Verbraucher- bzw. 247 Produktbeschwerden

Ergebnisse

- Beschwerdeaktivität schnell rückläufig: 56% aller bisher veröffentlichten Beschwerden im Startmonat Juli 2011; in den restlichen 16 Monaten im Durchschnitt 7 Meldungen pro Monat
- Beschwerdeaktivität nicht repräsentativ für die Verbraucherschaft: $\frac{2}{3}$ der Beschwerdeführer sind Männer, allerdings treffen Frauen zu $\frac{2}{3}$ die Kaufentscheidungen¹
- Sucheigenschaften bei 94% aller Verbraucherbeschwerden betroffen
- Vermeidung des Täuschungsvorwurfs durch Betrachtung des Zutatenverzeichnisses in 53% der Fälle

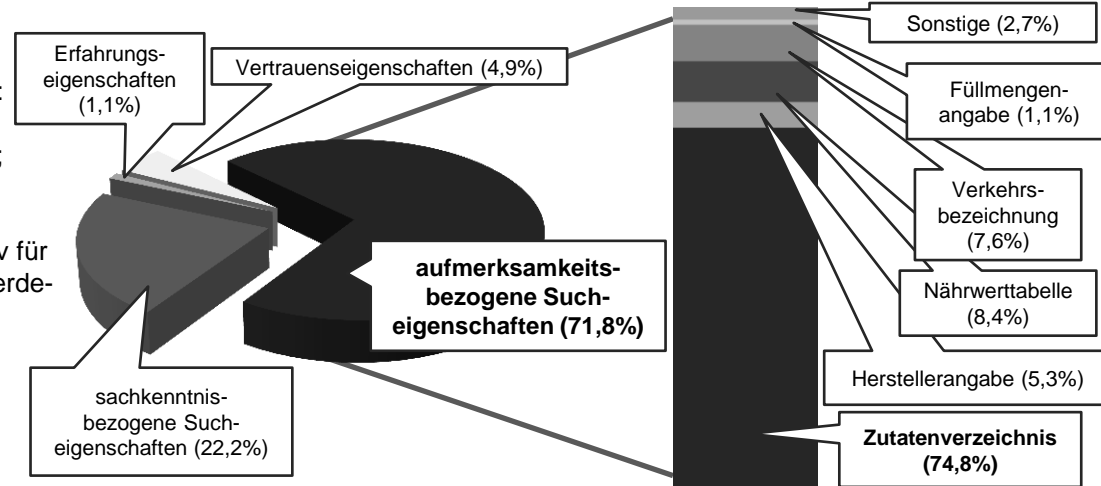


Abb. 1: Von der Täuschung betroffene Eigenschaften: Ergebnisausschnitt².

Diskussion

Kernproblematik des Schutzes vor Lebensmitteltäuschung:

- niedriges Involvement³
 - kurze Betrachtungszeit des Zutatenverzeichnisses (1,2 Sekunden)⁴
 - Nicht-Beachtung von (verpflichtenden) Produktkennzeichnungen⁵
- Wie sollen Informationsmaßnahmen im Rahmen des Verbraucherschutzes wirksam sein, wenn Produktkennzeichnungen schlichtweg ignoriert werden?

Fazit:

- verständnissvolle Veröffentlichung der Produkt(ent)täuschung ist kontraproduktiv
- LEBENSMITTELKLARHEIT.DE signalisiert, dass es akzeptabel ist, Informationen nur oberflächlich zu betrachten
- Verbraucher werden in ihrem subjektiven Täuschungsempfinden bestärkt

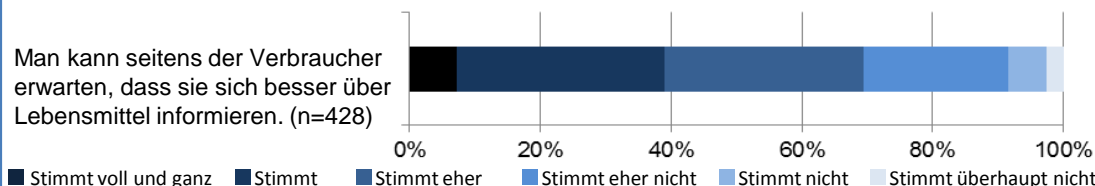


Abb. 2: Befragung in der amtlichen Lebensmittelüberwachung: Ergebnisausschnitt⁶

Literatur

- GADEIB, A.; KUNATH, J. (2007): Mann oder Frau? Studienergebnisse zur richtigen Definition von Einkaufsverantwortlichen. Research Results 2: 38.
- KÜHL, R.; MÄNCHE, A.; PIPER, A. (2013): Lebensmittelklarheit.de und Verbraucherpolitik – oder wie viel Schutz verdient Ignoranz? Deutsche Lebensmittel-Rundschau, 109: 373-382.
- NEUMANN, R. (2009): Die Involvementtheorie und ihre Bedeutung für das Lebensmittelmarketing. Europäischer Hochschulverlag, Bremen.
- GRAHAM, D.J.; JEFFERY, R.W. (2012): Predictors of nutrition label viewing during food purchase decision making: an eye tracking investigation. Public Health Nutrition, 15: 189-197.
- NOUSSAIR, C.; ROBIN, S.; RUFFIEUX, B. (2002): Do consumers not care about biotech foods or do they just not read the labels? Economics Letters, 75: 47-53.
- SCHÖNFELD, V. (2013): Crowd-Sourcing als Instrument in der Lebensmittelüberwachung am Beispiel des Internetportals Lebensmittelklarheit. Arbeitsbericht, Institut für Betriebslehre der Agrar- und Ernährungswirtschaft, <http://www.uni-giessen.de/foodeconomics>.