

Anke Zühlsdorf, Sarah Kühl, Alina Schäfer, Achim Spiller

WANN MENGENANGABEN IN DER ZUTATENLISTE VERMISST WERDEN

Verbraucherstudie zum Informationsbedürfnis bei der Zutatenkennzeichnung von Lebensmitteln

When Quantity Information in the Ingredient List is Missed. A Consumer Study on Information Needs for Ingredient Labeling of Food Products.

10. Dezember 2024

Impressum

**Bundesverband der Verbraucherzentralen und Verbraucherverbände –
Verbraucherzentrale Bundesverband e.V.**

Team Lebensmittel/Projekt Lebensmittelklarheit
lebensmittelklarheit@vzbv.de

Rudi-Dutschke-Straße 17
10969 Berlin

Gefördert durch:



Bundesministerium
für Ernährung
und Landwirtschaft

aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages



**LEBENSMITTEL
KLARHEIT**
Portal für mehr Durchblick

Kontakt / Contact

Zühlsdorf + Partner PartG | Agentur für Verbraucherforschung und Lebensmittel-marketing

zuehlsdorf@zuehlsdorf-und-partner.de

www.zuehlsdorf-und-partner.de

Tel.: 0551 3708086

Philipp-Oldenburger-Weg 27
37083 Göttingen

Quellenangabe / Sources

Zühlsdorf, A., Kühl, S., Schäfer, A., Spiller, A. (2024): Wann Mengenangaben in der Zutatenliste vermisst werden. Verbraucherstudie zum Informationsbedürfnis bei der Zutatenkennzeichnung von Lebensmitteln, Ergebnisbericht, Göttingen.

Zühlsdorf, A., Kühl, S., Schäfer, A., Spiller, A. (2024): When Quantity Information in the Ingredient List is Missed. A Consumer Study on Information Needs for Ingredient Labeling of Food Products, report of findings, Göttingen.

INHALT

I. ZUSAMMENFASSUNG	4
II. ABSTRACT	5
III. STUDIENHINTERGRUND UND ZIELE	5
1. Problembeschreibung	6
2. Studienziele	7
IV. METHODIK	8
V. BEFRAGUNGSERGEBNISSE	9
1. Verbraucherverhalten beim Lebensmitteleinkauf	9
2. Die Bedeutung der Zutatenkennzeichnung für unterschiedliche Verbrauchergruppen	10
3. Umgang mit dem Zutatenverzeichnis und Einstellung zur Mengenkennzeichnung von Zutaten	11
4. Passen die Ausnahmen von der QUID-Regel zum Informationsbedürfnis der Verbraucher:innen? Welche Mengenangaben für eine Einkaufsentscheidung wichtig sind	12
4.1 Die Ausnahme von der Ausnahme: Wann das QUID-Erfordernis entfallen kann	12
4.2 Kennzeichnungsinteresse der Verbraucher:innen anhand konkreter Praxisfälle	13
5. Verständnis von „Klammerangaben“: Mengenangaben bei zusammengesetzten Zutaten	15
VI. DISKUSSION UND EMPFEHLUNGEN	16
VII. LITERATURVERZEICHNIS	19
VIII. ÜBER DIE AUTOR:INNEN	21

I. ZUSAMMENFASSUNG

Die vorliegende Studie untersucht anhand einer internetrepräsentativen Befragung (Quota Sample) von 2.046 Personen in Deutschland, inwieweit die gesetzliche Zutatenkennzeichnung den Informationsbedürfnissen der Verbraucher:innen bei der Lebensmittelauswahl entspricht. Dabei wurden drei Verbrauchertypen identifiziert: die „Kompetent Interessierten“ (35 Prozent), die „Verunsicherten“ (41 Prozent) und die „Desinteressierten“ (24 Prozent).

Die „Kompetent Interessierten“ nutzen das Zutatenverzeichnis intensiv und kommen gut mit der Kennzeichnung zurecht. Die „Verunsicherten“ hingegen fühlen sich durch die aktuelle Kennzeichnung nicht ausreichend unterstützt und verwenden das Verzeichnis daher seltener, obwohl grundsätzliches Interesse besteht. Beide Gruppen sprechen sich mehrheitlich für eine detailliertere Angabe von Mengenanteilen aus, um sowohl Produktvergleiche als auch die Kaufentscheidung zu erleichtern. Die „Desinteressierten“ schenken dem Zutatenverzeichnis hingegen kaum Beachtung.

Insgesamt zeigt die Studie, dass die aktuelle Kennzeichnung von Zutatenmengen als kompliziert empfunden wird. Verbraucher:innen wundern sich über die Uneinheitlichkeit der Mengenangaben in Zutatenverzeichnissen. Die Systematik der QUID-Regel (Quantitative Ingredients Declaration), die für bestimmte hervorgehobene oder charakteristische Zutaten gilt, ist meistens unbekannt. Zudem empfinden Verbraucher:innen die Ausnahmeregelungen von der QUID-Regel als wenig passend zu ihren Informationsbedürfnissen.

Die Ergebnisse der Befragung verdeutlichen den Bedarf an einer detaillierteren und klareren Zutatenkennzeichnung. Mit der QUID-Regel, nach der lediglich Mengenanteile für herausgehobene oder charakteristische Zutaten aufgeführt werden müssen, zielt der Gesetzgebende auf Mengentransparenz über Zutaten, bei denen er einen erhöhten Aufklärungsbedarf sieht. Aus Perspektive der Verbraucherforschung geht das Verbraucherinteresse über die gesetzlichen Kennzeichnungsvorgaben hinaus, und es spricht vieles für die grundsätzliche Mengenkennzeichnung aller Zutaten im Zutatenverzeichnis. Mindestens sollten die in der Studie untersuchten Ausnahmen von der QUID-Regel abgeschafft werden, da sie empirisch nicht zu begründen sind:

- Bei Mischungen sind Verbraucher:innen detaillierte Mengenangaben für die einzelnen Bestandteile einer Mischung wichtig (zwischen 46 und 67 Prozent). Dies gilt auch, wenn diese gemeinsam auf der Verpackung dargestellt sind, ohne dass eine einzelne besonders hervorgehoben wird.
- Zahlreiche Verbraucher:innen präferieren eine genaue Mengenangabe für geschmacksgebende Zutaten (zwischen 44 und 56 Prozent), auch wenn deren Anteil am Gesamtprodukt eine geringfügige Menge ausmacht.
- Hauptzutaten, die in der Bezeichnung genannt werden, lösen durchgängig ein hohes Kennzeichnungsinteresse aus (zwischen 63 und 71 Prozent). Das Argument fehlender Kaufrelevanz ist aus Verbraucherperspektive nicht nachvollziehbar.

II. ABSTRACT

This study, based on an internet representative survey (quota sample) of 2,046 people in Germany, examines to what extent the legal requirements for ingredient labeling meet the information needs of consumers when selecting food products. The study identifies three types of consumers: the "Competently Interested" (35 percent), the "Insecure" (41 percent), and the "Disinterested" (24 percent).

The "Competently Interested" use ingredient lists extensively and navigate the labeling system well. The "Insecure," on the other hand, feel insufficiently supported by the current ingredient labeling and thus use the ingredient lists less frequently, despite having a general interest. Both groups largely favor more detailed quantity declarations to facilitate product comparisons and purchasing decisions. The "Disinterested" pay little attention to ingredient lists.

The results of the survey highlight the need for more detailed and clearer ingredient labeling. With the QUID rule, which only requires proportions to be specified for highlighted or characteristic ingredients, the legislator is aiming for quantity transparency for ingredients where there is a heightened need for clarification. From the perspective of consumer research, consumer interest goes beyond the legal labeling requirements, and there is much to be said for the basic quantity labeling of all ingredients in the ingredient list. At the very least, the exceptions to the QUID rule examined in the study should be abolished, as they are not empirically justifiable:

- ❖ For mixtures, consumers consider detailed quantity information for the individual components of a mixture important (between 46 and 67 percent). This is also the case when these are shown together on the packaging, without one particular ingredient being highlighted.
- ❖ Numerous consumers prefer an exact quantity specification for flavoring ingredients (between 44 and 56 percent), even if their proportion of the overall product constitutes a minor amount.
- ❖ Main ingredients mentioned in the designation consistently trigger a high labeling interest (between 63 and 71 percent). From the consumer perspective, the argument of missing purchase relevance is incomprehensible.

III. STUDIENHINTERGRUND UND ZIELE

1. PROBLEMBESCHREIBUNG

Im Portal Lebensmittelklarheit.de (kurz: Lebensmittelklarheit.de) können Verbraucher:innen Fragen zu Kennzeichnung und Aufmachung von Lebensmitteln stellen und Produkte melden, die Produkteigenschaften aus ihrer Sicht missverständlich oder täuschend darstellen. Viele Beschwerden betreffen das Zutatenmarketing von Lebensmitteln. Unter anderem wird auch die Mengenkennzeichnung von Zutaten im Zutatenverzeichnis thematisiert.

In der ökonomischen Theorie ist die Transparenz über die Qualitätsmerkmale von Produkten eine zentrale Voraussetzung für die Funktionsfähigkeit des Marktes.¹ Der Leistungswettbewerb funktioniert nur, wenn die Nachfrager in der Lage sind, das Marktangebot gemäß ihren individuellen Präferenzen zu beurteilen. Anders als im neoklassischen Marktmodell, das von standardisierten Gütern ausgeht, sind die Konsument:innen in der Einkaufsrealität mit einem ausdifferenzierten Warenangebot konfrontiert. Sie müssen sich über die von ihnen präferierten Produkteigenschaften selbst informieren.² Der Gesetzgebende trägt dem Rechnung, indem er für Lebensmittel eine Reihe von Pflichtinformationen vorschreibt.

Die Zutaten bilden ein Kernelement für die Qualitätseinschätzung eines Lebensmittels. Verbraucher:innen wollen wissen, welche Zutaten in welchem Umfang den Charakter eines Lebensmittels bestimmen. Sie interessiert, ob bestimmte unerwünschte Zutaten enthalten sind, oder ob Zusatzstoffen eingesetzt werden.³ Auch wenn der Geschmack für die meisten Menschen das zentrale Kaufargument für Lebensmittel ist,⁴ so wollen doch viele Verbraucher:innen wissen, wie dieser Geschmack zustande kommt, ob zum Beispiel durch wertgebende Rohstoffe oder durch zugesetzte Aromen.

Das Zutatenverzeichnis ist eine wichtige Informationsquelle, um sich über die Zusammensetzung eines Lebensmittels zu informieren. Es zählt zu den lebensmittelrechtlich vorgeschriebenen Pflichtangaben (Art. 18 LMIV⁵) und soll Auskunft darüber geben, woraus ein Produkt besteht. Alle Zutaten müssen in absteigender Reihenfolge nach ihrem Gewichtsanteil aufgeführt werden. Dazu gehören die Bestandteile von zusammengesetzten Zutaten (zum Beispiel einer Fruchtzubereitung) ebenso wie Zusatzstoffe. Verbraucher:innen können den Anteil der Hauptzutaten am Produkt grob abschätzen, sofern sie die Systematik der absteigenden Reihenfolge im Zutatenverzeichnis kennen. Der prozentuale Mengenanteil der verschiedenen Zutaten muss nur in bestimmten Fällen angegeben werden.

Wird eine Zutat auf der Verpackung besonders hervorgehoben (zum Beispiel durch Abbildungen oder Werbehinweise auf dem Etikett), in der Bezeichnung genannt oder ist charakteristisch für das Lebensmittel muss ihr prozentualer Mengenanteil in der Zutatenliste angegeben werden (Prinzip der mengenmäßigen Angabe von

¹ Akerlof (1970), Akerlof & Shiller (2015), Zühlendorf & Spiller (2012).

² Auf dem deutschen Lebensmittelmarkt werden nach Angaben des Branchenverbandes Lebensmittelverband Deutschland 170.000 Produkte angeboten. Lebensmittelverband Deutschland (2024).

³ Kühl et al. (2017).

⁴ BMEL (2023).

⁵ Lebensmittel-Informationsverordnung (LMIV) (EU) Nr. 1169/2011.

Lebensmittelzutaten/**Quantitative Ingredient Declaration - QUID**⁶). Diese Mengenkennzeichnung soll den Vergleich mit anderen Lebensmitteln erleichtern, wenn Zutatenhervorhebungen für das Marketing genutzt werden.

Es gibt allerdings wiederum Ausnahmen von diesem QUID-Erfordernis zur Mengenkennzeichnung.⁷ So darf die Mengenangabe trotz Hervorhebung der Zutat bei geringfügigen Zutatenmengen, zur Geschmacksgebung, entfallen. Auch wenn die Menge der Zutat für die Wahl des Verbrauchenden aus Sicht des Anbietenden nicht ausschlaggebend ist, kann dieser auf die Mengenangabe verzichten. Das kann der Fall sein, wenn unterschiedliche Zutatenmengen für die Eigenschaft eines Lebensmittels nicht wesentlich sind oder wenn sie sich bei vergleichbaren Lebensmitteln kaum unterscheiden.⁸

Diese Ausnahmen sind zwar gesetzlich definiert, es gibt aber Ermessensspielräume und eine Diskussion um die Auslegung der Ausnahmeregelung. Der Interpretationsspielraum für die Anwendung der prozentualen Mengenkennzeichnung sowie die freiwillige Kennzeichnungsmöglichkeit führen in der Praxis zu einem Nebeneinander unterschiedlichster Umsetzungen.

Aus verbraucherpolitischer Perspektive ist es ungünstig, wenn eine Pflichtangabe wie das Zutatenverzeichnis sich bei gleichartigen Produkten unterscheidet. Produktvergleiche werden erschwert. Nachfragen und Beschwerden im Portal Lebensmittelklarheit.de deuten darauf hin, dass Informationsbedürfnisse von Verbraucher:innen und Kennzeichnungsrealität beim Thema Mengenkennzeichnung auseinanderklaffen.

2. STUDIENZIELE

Die Marketingforschung betont die Bedeutung der Zutaten für die Qualitätswahrnehmung eines Lebensmittels insbesondere im Hinblick auf sensorische und gesundheitliche Eigenschaften.⁹ Die Menge wichtiger Zutaten in einem Produkt ist ein zentraler Hinweis auf Wertigkeit und Geschmack.¹⁰ Weitgehend offen ist in der Verbraucherforschung die Frage, inwieweit die gesetzlichen Vorgaben zur anteilmäßigen Mengenkennzeichnung Verbraucher:innen bei ihren Auswahlentscheidungen unterstützen.

Die im Portal Lebensmittelklarheit.de eingegangenen Anfragen und Beschwerden deuten darauf hin, dass die lebensmittelrechtlichen Regelungen an verschiedenen Stellen zu kurz greifen. Verbraucherbeschwerden betreffen vielfach Auslegungsfragen der QUID-Regelung und die Ausnahmetatbestände, nach denen das QUID-Erfordernis entfällt. So melden Verbraucher:innen Lebensmittel, bei denen sie prozentuale Mengenangaben für Zutaten vermissen oder bei denen sie sich darüber wundern, dass bei vergleichbaren Produkten die Mengenangaben in den Zutatenlisten unterschiedlich gehandhabt werden. Auch die Frage, worauf sich die Prozentangaben bei zusammengesetzten Zutaten beziehen, wird thematisiert.

Die vorliegende Studie überprüft die Verallgemeinerungsfähigkeit der im Portal diskutierten Fälle und untersucht die angesprochenen Kennzeichnungsthematiken auf empirisch breiter Basis. Sie dient der projektbegleitenden Verbraucherforschung und zielt

⁶ LMIV, Art. 22.

⁷ LMIV, Anhang VIII.

⁸ Amtsblatt der Europäischen Union (2017).

⁹ Miltgen et al. (2015).

¹⁰ Krishna, A. (2012), Miltgen et al. (2015).

auf eine verbrauchergerechte Umsetzung der anteilmäßige Mengenkennzeichnung für Zutaten. Aus den Ergebnissen lassen sich Problemschwerpunkte aus Verbraucher:innen-sicht aufzeigen und Lösungshinweise an die Lebensmittelwirtschaft, die Deutsche Lebensmittelbuchkommission und den Gesetzgeber adressieren.

Im Einzelnen werden folgende Fragen untersucht:

- Auswahl- und Entscheidungsverhalten beim Lebensmitteleinkauf
- Nutzung des Zutatenverzeichnisses und Kenntnis des Ordnungsprinzips nach Gewicht
- Informationsbedürfnis bei der Mengenkennzeichnung von Zutaten – auch im Hinblick auf verschiedene Gruppen von Verbraucher:innen (Typen)
- Kennzeichnungspräferenzen anhand konkreter Produktbeispiele
- Verständnis der Mengenkennzeichnung bei zusammengesetzten Zutaten

IV. METHODIK

Die Studie basiert auf einer Online-Befragung von 2.046 Verbraucher:innen in Deutschland (Quota-Sample). Für die Stichprobenauswahl wurden für zentrale sozio-demografischen Kriterien (Alter, Geschlecht, Bildung, Einkommen und Wohnort) Quotenvorgaben gemäß der Verteilung in der Allgemeinbevölkerung gesetzt.¹¹ Die Ergebnisse ermöglichen einen Einblick in das Nutzungsverhalten von Zutatenverzeichnissen und zeigen aus Verbrauchersicht Probleme bei der Umsetzung der gesetzlich geregelten Mengenkennzeichnung von Zutaten auf.¹²

Die Befragung erfolgte standardisiert mit geschlossenen Fragen. Für ein realitätsnahes Befragungsdesign wurden Fallbeispiele mithilfe neutraler Produktdummys visualisiert und an Praxisbeispiele angelehnte Zutatenverzeichnisse eingesetzt. Zur Vermeidung von Reihenfolgeeffekten wurden die Fragen soweit möglich strikt randomisiert. Teilweise wurde mit einem Split-Sample-Design gearbeitet (Randomized Between-Subject-Design), um eine Kennzeichnungsthematik anhand mehrerer Lebensmittel zu analysieren. Die Zuordnung der Produktbeispiele erfolgte bei hinreichender Größe der Unterstichproben mittels einer Zufallsgenerator-gestützten Verteilung. Hierdurch werden Ergebnisse generiert, die möglichst wenig durch Verzerrungen beeinflusst sind.

Weitere detaillierte methodische (zum Beispiel zur Stichprobe) und inhaltliche Erläuterungen sind in einem kommentierten Chartbook aufbereitet, das den hier vorliegenden zusammenfassenden Ergebnisbericht ergänzt. Es umfasst eine Komplettdarstellung aller Einzelergebnisse. Das Chartbook enthält zudem Hintergrundinformationen und weitere interessante Nebenergebnisse, die den Umfang dieses Berichts gesprengt hätten.

¹¹ Der Anteil der Vegetarier:innen (acht Prozent) und Veganer:innen (zwei Prozent) entspricht dem in anderen neueren Studien ausgewiesenen Anteil der verschiedenen Ernährungsstile.

¹² Der hier vorliegende Ergebnisbericht dokumentiert die Befragungsergebnisse zum Informationsbedürfnis von Verbraucher:innen und Verbrauchern bei der Zutatenkennzeichnung von Lebensmitteln, die einen Teil des Fragebogens abdecken. In der Befragung gab es einen zweiten Themenblock zu Shrink- und Skimpflation, der in einer getrennten Ergebnisdokumentation aufbereitet ist. Zühlsdorf, A., Kühl, S., Spiller, A. (2024).

V. BEFRAGUNGSERGEBNISSE

1. VERBRAUCHERVERHALTEN BEIM LEBENSMITTELEINKAUF

Die Befragung zeigt ein in etwa ausgewogenes Verhältnis zwischen preis- und qualitätsorientierten Verbraucher:innen. 57 Prozent der Befragten achten vornehmlich auf Produkte, die besonders preiswert sind. 56 Prozent stimmen der Aussage zu, dass ihnen Informationen über die Qualität der Lebensmittel besonders wichtig sind. Beim Einkaufen werden die Lebensmittelpreise besonders beachtet. 78 Prozent haben angegeben, in erster Linie die Produktpreise genau anzuschauen. Die Qualitätseinschätzung von Lebensmitteln stellt für viele der Befragten dagegen eine Herausforderung dar. 60 Prozent sind der Auffassung, dass man genau hinschauen muss, um die Qualität eines Produktes zu erkennen; 58 Prozent trauen den Angaben auf der Verpackung nicht oder nur bedingt.

Von den Angaben auf Lebensmittelverpackungen werden Mindesthaltbarkeitsdatum und Füllmenge mit Abstand am häufigsten beachtet, danach folgen Produktbezeichnung und Marke. Am seltensten nutzen die Menschen beim Einkaufen einen QR-Code; er wird noch seltener als die Anbieteradresse genutzt.

Im Vordergrund der vorliegenden Studie steht das Zutatenverzeichnis. 39 Prozent beachten dieses immer oder häufig, weitere 31 Prozent manchmal. zehn Prozent schauen nie darauf. Das Zutatenverzeichnis gehört damit vergleichbar mit dem Nährwertverzeichnis zu den Kennzeichnungselementen mit mittlerer Bedeutung. Das könnte auch damit zusammenhängen, dass beide regelmäßig auf der Rückseite der Verpackung angebracht sind. Das Anschauen in der Einkaufssituation ist also mit Aufwand verbunden.

Lebensmittel werden regelmäßig eingekauft, von 38 Prozent der Befragten auch unter Zeitdruck. 62 Prozent der Menschen schauen die Angaben auf Lebensmittelverpackungen bei gewohnten Produkten nicht mehr an. Ein Viertel der Verbraucher:innen nimmt sich beim Einkaufen die Zeit, Informationen auf der Verpackung genau zu lesen.

Welche Relevanz die verschiedenen Verpackungsangaben im Einzelnen haben, ist auch von der sozialen Situation der Verbraucher:innen abhängig. Mit Ausnahme des Mindesthaltbarkeitsdatums steigt die Nutzungshäufigkeit der verschiedenen Verpackungsangaben mit höherem Bildungsgrad und zunehmendem Einkommen.

Fazit

Die Konsumforschung betont den hohen Anteil habitualisierter und impulsiver Käufe bei Fast Moving Consumer Goods wie Lebensmitteln.¹³ Angesichts der Kaufhäufigkeit finden Kaufentscheidungsprozesse häufig verkürzt, das heißt innerhalb weniger Sekunden ohne vorherige Informationsrecherche statt. Die Befragungsergebnisse machen den Bedarf an möglichst einfach zu erfassenden Qualitäts- und Preisinformationen deutlich. Ein gutes Drittel nutzt zur Produktbewertung regelmäßig das Zutatenverzeichnis, ein knappes Drittel tut dies manchmal.

¹³ Kroeber-Riel. et al (2009).

2. DIE BEDEUTUNG DER ZUTATENKENNZEICHNUNG FÜR UNTERSCHIEDLICHE VERBRAUCHERGRUPPEN

Das Zutatenverzeichnis gehört zu den Kennzeichnungselementen, die beim Einkaufen nach Bedarf herangezogen werden. Lediglich zehn Prozent der Befragten haben angegeben, nie auf die Zutatenliste zu schauen.

Um das Nutzungsverhalten und Verständnis der Zutatenliste besser zu verstehen, wurden die Teilnehmenden in der Befragung mit einer ganzen Reihe von Fragen rund um das Thema Zutatenkennzeichnung konfrontiert. Eine Betrachtung des Antwortverhaltens über die verschiedenen Fragen hinweg ermöglicht einen vertiefteren Einblick in die Nutzung des Zutatenverzeichnisses als einzelne Fragen. Eine Clusteranalyse auf Basis einer Hauptkomponentenanalyse zeigt, dass es drei Verbrauchergruppen gibt, die sich hinsichtlich ihres Interesses und Verständnisses der Zutatenliste voneinander unterscheiden.¹⁴

- **Desinteressierte Verbraucher:innen:** Mit 24 Prozent handelt es sich um die kleinste Verbrauchergruppe. Der Lebensmitteleinkauf in dieser Gruppe ist stark preisgetrieben und Einkaufen findet unter großem Zeitdruck statt. Die Zutatenliste wird fast nie genutzt. Welche Zutatenanteile ein Lebensmittel enthält, spielt für 66 Prozent keine große Rolle, solange der Geschmack stimmt. Auch andere Informationen auf Lebensmittelverpackungen werden kaum genutzt. Dieser Verbrauchertyp weist im Gruppenvergleich das geringste Qualitätsinteresse auf.
- **Verunsicherte Verbraucher:innen:** Mit 41 Prozent macht dieser Verbrauchertyp den größten Anteil in der Bevölkerung aus. Das Qualitätsinteresse in dieser Gruppe ist relativ hoch. Der Preis hat einen mittleren Stellenwert, die Menschen achten auf Sonderangebote. Die Zutatenliste wird teilweise genutzt, allerdings wird der Vergleich von Produkten anhand von Zutatenlisten als schwierig empfunden. 62 Prozent haben sich schon einmal über komplizierte Zutatenlisten geärgert. Der Anteil derjenigen, die angegeben haben, das Zutatenverzeichnis nicht zu verstehen, ist mit 19 Prozent fast doppelt so hoch wie in den beiden anderen Gruppen. Besonders ausgeprägt ist in dieser Gruppe das hohe Misstrauen gegenüber Verpackungsangaben. 65 Prozent der Verunsicherten sind der Auffassung, dass die Angaben auf der Verpackungen Lebensmittel oft besser darstellen als sie in Wirklichkeit sind. 61 Prozent ist die genaue Angabe der Mengenanteile wichtig. 71 Prozent ärgern sich, wenn Mengenprozentage bei wichtigen Zutaten fehlen.
- **Kompetent interessierte Verbraucher:innen:** Weitere 35 Prozent der Teilnehmenden lassen sich dieser dritten Verbrauchergruppe zuordnen, die sich durch ihr ausgeprägtes Qualitätsinteresse charakterisieren lässt. Im Vergleich zu den beiden anderen Gruppen ist dieser Verbrauchertyp am wenigsten preisorientiert. In dieser Gruppe wird die Zutatenliste regelmäßig genutzt und auch für Produktvergleiche herangezogen. Die genaue Angabe der Mengenanteile ist hier 63 Prozent wichtig. 75 Prozent ärgern sich, wenn diese bei wichtigen Zutaten fehlen. Insgesamt nimmt sich dieser Verbrauchertyp die meiste Zeit, um beim Einkaufen die Informationen auf Lebensmittelverpackungen zu lesen. Er steht im Gruppenvergleich am wenigsten unter Zeitdruck.

¹⁴ Im ersten Schritt wurde eine Faktoranalyse (Hauptkomponenten) durchgeführt, mit deren Hilfe diejenigen Fragen zusammengefasst werden konnten, die aus Sicht der Probanden eng zusammenhängen. Im vorliegenden Fall ergaben sich zwei Faktoren (1. Interesse an Zutatenliste und Mengenangaben; 2. Schwierigkeiten bei Zutatenliste und Produktbeurteilung). Im nächsten Schritt wurde dann mit Hilfe einer Clusteranalyse Verbrauchergruppen identifiziert, die diese Fragen jeweils ähnlich beantwortet haben.

Im Chartbook zu dieser Studie sind die jeweiligen Gruppenauswertungen sowie der statistische Hintergrund im Detail dokumentiert.

FAZIT

Die Zutatenkennzeichnung hat je nach Verbrauchertyp einen unterschiedlichen Stellenwert für den Lebensmitteleinkauf. Die Gruppenanalyse zeigt die Bedeutung für die Qualitätseinschätzung von Lebensmitteln. Ein gutes Drittel der Befragten sieht sich durch das Zutatenverzeichnis bei der Produktwahl und bei Preis-Leistungsvergleichen gut unterstützt und nutzt es entsprechend intensiv („Kompetent Interessierte“). Daneben gibt es eine zweite, mit 41 Prozent große Verbrauchergruppe („Verunsicherte“). Dieser Verbrauchertyp achtet grundsätzlich auch auf Zutatenlisten, nutzt diese aber weniger intensiv. Die derzeitige Zutatenkennzeichnung unterstützt diese Verbraucher:innen bei der Qualitätseinschätzung nicht ausreichend. Zutatenlisten werden als schwer verständlich empfunden. Hier besteht verbraucherpolitischer Handlungsbedarf, um Auswahlentscheidungen und Produktvergleiche zu erleichtern. In beiden Gruppen sprechen sich die Verbraucher:innen mehrheitlich für eine genaue Angabe von Mengenanteilen im Zutatenverzeichnis aus. Es gibt aber auch 24 Prozent „Desinteressierte Verbraucher:innen“, die das Zutatenverzeichnis weitgehend ignorieren; 50 Prozent dieser Gruppe schauen nie darauf. Insgesamt sind die Unterschiede im Nutzungsverhalten zwischen den drei Gruppen groß.

3. UMGANG MIT DEM ZUTATENVERZEICHNIS UND EINSTELLUNG ZUR MENGENKENNZEICHNUNG VON ZUTATEN

Wie zuvor beschrieben, gehört der Blick auf das Zutatenverzeichnis für die meisten Menschen nicht automatisch zum Lebensmitteleinkauf, sondern erfolgt nach Bedarf. Die Verbraucher:innen beachten die Zutatenliste, um unerwünschte Zutaten zu vermeiden. Außerdem möchten sie die Zutaten verschiedener Produkte miteinander vergleichen. Dass mit insgesamt 58 Prozent der Verbraucher:innen die Vermeidung unerwünschter Zutaten etwas stärker im Vordergrund steht, kann auch am fehlenden Know-how liegen. Verbraucher:innen wissen oft nicht, wie sie Zutatenlisten für Produktvergleiche nutzen können.

Die Befragungsergebnisse zeigen, dass über den gesetzlich vorgeschriebenen, systematischen Aufbau des Zutatenverzeichnisses nach absteigenden Gewichtsanteilen erhebliche Unsicherheit herrscht. Genutzt wurde ein kleines Wissensquiz: Die Befragten sollten jeweils vier Aussagen (zwei richtige, zwei falsche) auf ihren Wahrheitsgehalt hin überprüfen. Folgende Aussagen wurden vorgelegt:

- ❖ Was zuerst in der Zutatenliste steht, ist am meisten enthalten. (richtig)
- ❖ Die Zutaten sind nach ihrem Gewichtsanteil aufgelistet. (richtig)
- ❖ Über die Reihenfolge der Zutaten im Verzeichnis entscheidet jeder Hersteller selbst. (falsch)
- ❖ Die Zutaten müssen alphabetisch aufgelistet werden. (falsch)

Während die beiden ersten Aussagen noch von knapp der Hälfte der Verbraucher:innen (47 Prozent) als richtig erkannt wurden, konnten deutlich weniger Befragte alle vier Aussagen korrekt einordnen. Das hat lediglich ein gutes Drittel der Befragten (34 Prozent) geschafft. In der Gruppe der Kompetent Interessierten waren es immerhin 44 Prozent, aber auch hier wird Verbesserungspotenzial ersichtlich.

Komplizierte Zutatenlisten sind ein grundsätzliches Ärgernis, das besonders stark in der Gruppe der Verunsicherten (62 Prozent) und der Kompetent Interessierten (41 Prozent) wahrgenommen wird. Aber auch unter den wenig involvierten Desinteressierten haben sich schon 19 Prozent über komplizierte Zutatenverzeichnisse geärgert.

Ein weiteres Ärgernis ist es für 60 Prozent der Verbraucher:innen, wenn sie bei Zutaten, die ihnen bei einem Lebensmittel wichtig sind, vergeblich nach prozentualen Mengenangaben in der Zutatenliste suchen. In der Gruppe der „Verunsicherten“ und der „Kompetent Interessierten“ ist die Verärgerung darüber besonders hoch (vgl. oben).

Dass prozentuale Mengenangaben im Zutatenverzeichnis unterschiedlich gehandhabt werden, ist aus Sicht der meisten Verbraucher:innen unverständlich. 59 Prozent stimmen der Aussage zu „Ich verstehe nicht, warum in Zutatenlisten bei einigen Zutaten manchmal genaue Mengenanteile angegeben werden und manchmal nicht.“

FAZIT

Das Zutatenverzeichnis soll als Pflichtkennzeichnung den Konsument:innen ermöglichen, Klarheit über die Bestandteile eines Lebensmittels zu erlangen. Da allerdings standardmäßig die Mengenanteile der enthaltenen Zutaten nicht angegeben werden, ist es für das Verständnis wichtig, das gesetzlich vorgeschriebene Ordnungsprinzip zu verstehen. Hier herrscht erhebliche Unsicherheit; nur rund ein Drittel der Menschen ist sich wirklich sicher und kann alle vier Fragen richtig beantworten. Daher verwundert es nicht, dass sich 44 Prozent über komplizierte Zutatenverzeichnisse ärgern und 49 Prozent angeben, dass ihnen genaue Mengenangaben wichtig wären.

4. PASSEN DIE AUSNAHMEN VON DER QUID-REGEL ZUM INFORMATIONSBEDÜRFNIS DER VERBRAUCHER:INNEN? WELCHE MENGENANGABEN FÜR EINE EINKAUFSENTSCHEIDUNG WICHTIG SIND

4.1 Die Ausnahme von der Ausnahme: Wann das QUID-Erfordernis entfallen kann

Der EU-Gesetzgeber hat in der Lebensmittelinformations-Verordnung (LMIV) keine generelle Verpflichtung zur genauen Mengenangabe vorgeschrieben. Stattdessen hat er eine Verpflichtung nur in bestimmten Fällen vorgesehen. Der prozentuale Mengenanteil einer Zutat muss angegeben werden, wenn diese Zutat durch Bilder und Worte auf der Verpackung besonders hervorgehoben wird. Auch wenn die Zutat von wesentlicher Bedeutung für die Charakterisierung eines Lebensmittels ist oder in der Bezeichnung genannt wird, muss der Hersteller den Mengenanteil angeben (Prinzip der mengenmäßigen Angabe von Lebensmittelzutaten/Quantitative Ingredient Declaration - QUID, Art. 22 LMIV). Diese Mengenkennzeichnung soll den Vergleich mit anderen Lebensmitteln erleichtern, wenn Zutaten für das Marketing genutzt werden. Ausnahmen von dem QUID-Erfordernis zur Mengenkennzeichnung (Anhang VIII, LMIV) gelten trotz Hervorhebung einer Zutat bei geringfügigen Zutatenmengen, die zur Geschmacksgebung dienen. Eine weitere Ausnahme betrifft Zutatenmengen, die für Verbraucher:innen bei der Wahl des Produktes nicht ausschlaggebend sind. Das kann der Fall sein, wenn unterschiedliche Zutatenmengen für die Eigenschaft eines Lebensmittels nicht wesentlich sind oder sich bei vergleichbaren Lebensmitteln kaum unterscheiden. Diese Ausnahme gilt aber nur, wenn eine Zutat in der Bezeichnung vorkommt. Bei herausgehobenen Zutaten greift die Ausnahme nicht. Diese unbestimmten Rechtsbegriffe öffnen

Ermessensspielräume, was in der Praxis zu einem Nebeneinander unterschiedlicher Umsetzungen führt.

Um das Kennzeichnungsinteresse der Verbraucher:innen hinsichtlich der genauen Mengenangaben von Zutaten zu untersuchen, wurden mit Abbildungen visualisierte Praxisbeispiele aufgegriffen, bei denen einige Hersteller argumentieren, dass hier das QUID-Erfordernis für bestimmte Zutaten entfallen könne. Dafür werden unterschiedliche Argumente angeführt, die in der Studie jeweils mit konkreten Beispielen untersucht wurden.

4.2 Kennzeichnungsinteresse der Verbraucher:innen anhand konkreter Praxisfälle

In einem ersten Befragungsformat sollten die Befragten für die jeweiligen Zutaten der Beispielprodukte angeben, wie wichtig ihnen genaue Mengenangaben für eine Einkaufsentscheidung sind. Hierzu wurden jeweils Produktdummys und das Zutatenverzeichnis gezeigt. Insgesamt wurden neun unterschiedliche Fallbeispiele in die Studie einbezogen.

Die Fälle greifen Praxisbeispiele auf, bei denen einige Hersteller argumentieren, dass hier das QUID-Erfordernis entfallen könne:

- ❖ Erstes Argument „Keine Zutat hervorgehoben“: Dieses Argument wird zum Beispiel bei Mischungen angeführt. Auf der Verpackung sind sämtliche Zutaten der Mischung dargestellt, ohne dass eine einzelne von ihnen besonders hervorgehoben wird. Vielmehr werden alle Bestandteile der Mischung gemeinsam hervorgehoben, zum Beispiel durch die Abbildung einer Gemüsemischung, eines Pilzragouts oder von verschiedenen Obstsorten für ein Früchtemüsli. Einige Hersteller verzichten im Fall einer Mischung auf genaue Mengenangaben und begründen dies damit, dass keine (Einzel-)Zutat der Mischung hervorgehoben wird. Das tatsächliche Mischverhältnis der Zutaten ist aus der Darstellung nicht zu erkennen. Andere Hersteller nennen dagegen bei Mischungen für sämtliche Bestandteile genaue Prozentangaben, damit die Kund:innen das Mischverhältnis erkennen können.

Das Befragungsergebnis zeigt durchgängig für alle Produktbeispiele (Gemüsemischung, Pilzragout, Früchtemüsli), dass Verbraucher:innen detaillierte Mengenangaben für die einzelnen Bestandteile einer Mischung wichtig sind (zwischen 46 und 67 Prozent). Dies gilt auch, wenn diese gemeinsam auf der Verpackung dargestellt sind, ohne dass eine einzelne besonders hervorgehoben wird.

- ❖ Zweites Argument „geringe Mengen zur Geschmacksgebung“ (Richtwert: Anteil unter zwei Prozent): Hersteller können bei Zutaten, die in kleinen Mengen zur Geschmacksgebung vorkommen, auf die mengenmäßige Angabe verzichten. Die Hervorhebung solcher Zutaten auf Lebensmittelverpackungen, könnten zu dem Schluss führen, dass sie den Charakter eines Lebensmittels wesentlich mitbestimmen, etwa weil sie besonders geschmacksintensiv sind. In der Befragung wurden als Beispiele Zwiebelmettwurst, Kräuterquark und ein Sommerbeeren-Tee untersucht. Hier interessierte jeweils, inwieweit die mengenmäßige Angabe auch für solche Zutaten am Ende der Zutatenliste präferiert wird.

Im Ergebnis wird deutlich, dass sich das Kennzeichnungsinteresse der Verbraucher:innen auch auf solche geschmacksgebenden Zutaten erstreckt, deren Anteil am Gesamtprodukt eine geringfügige Menge ausmacht. Zahlreiche Verbraucher:innen präferieren eine genaue Mengenangabe (zwischen 44 und 56 Prozent).

❖ Drittes Argument „Hauptzutat nicht kaufentscheidend“: Die Mengenangabe für eine Zutat, die in der Bezeichnung genannt wird, kann entfallen, wenn deren Menge für die Wahl der Verbraucher:innen nicht ausschlaggebend ist. Hersteller argumentieren in solchen Fällen (zum Beispiel Sahne-Meerrettich, Dinkel-Brötchen, Rahm-Spinat) damit, dass unterschiedliche Zutatenmengen für die Eigenschaft des Lebensmittels nicht wesentlich seien oder kaum Unterschiede zwischen vergleichbaren Lebensmitteln bestünden, etwa wenn Mindestanteile in den Leitlinien des Deutschen Lebensmittelbuches definiert sind. Bei den drei Beispielfällen interessierte wie wichtig Verbraucher:innen die Angabe der Mengenanteile für die jeweiligen Hauptzutaten (Meerrettich, Dinkel-Mehl, Spinat) einschätzen.

Bei allen Fällen zeigen sich im Ergebnis besonders hohe Zustimmungswerte der Verbraucher:innen für eine Mengenkennzeichnung (zwischen 63 und 71 Prozent); offensichtlich ist diese Ausnahme aus Verbrauchersicht am wenigsten nachvollziehbar.

In einem zweiten Befragungsformat zur Erfassung der Präferenzen bei der Mengenkennzeichnung sollten die Verbraucher:innen konkrete Darstellungsalternativen bewerten und jeweils eine Auswahlentscheidung für ein Zutatenverzeichnis treffen, das ihre Einkaufsentscheidung am besten unterstützt. Die Frage wurde durch einen ausgewogenen, Pro und Contra hervorhebenden Infotext, eingeleitet: „Hersteller können die Zutatenlisten für ihre Produkte unterschiedlich gestalten. Nachfolgend sehen Sie drei mögliche Zutatenlisten für dasselbe Produkt. Wenn keine Mengenanteile aufgeführt werden, ist die Liste übersichtlich. Wenn viele Mengenanteile aufgeführt werden, kann man die Zusammensetzung des Produktes genau erkennen.“ Gezeigt wurden dann Varianten möglicher Zutatenverzeichnisse in unterschiedlichem Komplexitätsgrad, nämlich ohne prozentuale Mengenangabe, mit ausgewählten prozentualen Mengenangaben (Teil-Umsetzung des QUID-Erfordernisses) und mit umfänglichen prozentualen Mengenangaben (ausführliche Variante). Getestet wurde mit dieser Form der Abfrage, wie Verbraucher:innen bei einem Zielkonflikt zwischen Detaillierungsgrad und Übersichtlichkeit reagieren.

Als Beispiele wurden die Produkte Milchreis, Tomatensauce, Mehrfruchtsaft und Studentenfutter herangezogen. Das Ergebnis zeigt, dass auch dann, wenn Verbraucher:innen mit komplexen Zutatenverzeichnissen konfrontiert werden, sie im direkten Vergleich die ausführlichste Variante mit umfassenden Mengenangaben für die Zutaten bevorzugen. Dies trifft auf alle vier Beispiele zu.

FAZIT

Die Ergebnisse zeigen an mehreren Beispielen mit unterschiedlichsten Zutaten ein durchgängig hohes Informationsbedürfnis. Dabei wurde gezielt nach der Relevanz einer mengenmäßigen Zutatenkennzeichnung für eine Einkaufsentscheidung gefragt. Über sämtliche Produkte hinweg war es für 30 Prozent (Hefeanteil im Dinkelbrötchen) bis 71 Prozent (Spinatanteil im Rahmspinat) der befragten Verbraucher:innen wichtig, dass die Zutatenmenge angegeben wird. Je nach Verbrauchertyp werden höhere Werte erreicht. So sind Mengenangaben für „Kompetent Interessierte“ und „Verunsicherte“ wichtiger als für die „Desinteressierten“ und das Informationsinteresse umfasst mehr Zutaten (zum Beispiel Gewürze). Mengenangaben für Zutaten sind damit jeweils nicht für alle, aber für eine relevante Zahl an Verbraucher:innen und vielfach auch für die Mehrheit ein Element zur Stärkung der Konsumkompetenz. Gerade aufgrund der unterschiedlichen Präferenzen, für Zutatenanteile, sollte möglichst breit und einheitlich gekennzeichnet werden.

Die Ausnahmen vom QUID-Erfordernis sind aus Sicht der Verbraucher:innen nicht begründbar. Da ein Teil der Anbieter Mengenanteile kennzeichnet, zeigt sich, dass die Empfehlung umsetzbar ist.

5. VERSTÄNDNIS VON „KLAMMERANGABEN“: MENGENANGABEN BEI ZUSAMMENGESETZTEN ZUTATEN

In Lebensmitteln werden häufig auch Zutaten verarbeitet, die ihrerseits aus verschiedenen Bestandteilen bestehen (zum Beispiel Fruchtzubereitungen für Fruchtojoghurt). In den Zutatenlisten müssen auch die „Zutaten der Zutaten“ deklariert werden. Die Bestandteile dieser zusammengesetzten Zutaten werden in Zutatenverzeichnissen in Klammern gesetzt. Der Umgang mit der Mengenkennzeichnung zusammengesetzter Zutaten ist in der Praxis uneinheitlich. Anlass für Diskussionen ist vor allem die Frage, ob sich der prozentuale Anteil einer Zutat innerhalb der Klammer (zum Beispiel der Erdbeeranteil in einer Fruchtzubereitung) auf das Gesamterzeugnis oder auf die Fruchtzubereitung bezieht.

In einer Stellungnahme (Nr. 2020/04) vertritt der Arbeitskreis Lebensmittelchemischer Sachverständiger die Auffassung, dass es stets erforderlich sei, die Bestandteile zusammengesetzter Zutaten bezogen auf das Endprodukt anzugeben. Verbraucher:innen sollen also nicht rechnen müssen, wenn sie der Anteil einer Frucht in einem Joghurt interessiert.¹⁵ Gleichwohl findet man in der Praxis Produkte, die bei zusammengesetzten Zutaten Prozentangaben innerhalb einer Klammer auf die zusammengesetzte Zutat beziehen. Hier müssen Verbraucher:innen dann rechnen.

Die Proband:innen wurden im Rahmen der Befragung mit zwei unterschiedlichen Zutatenlisten für ein Produkt konfrontiert. Dann wurden sie gebeten, die Liste auszuwählen, die einen höheren Anteil von einer bestimmten Zutat ausweist. Hierfür wurde die gesuchte Zutat einmal in eine Liste ohne Klammer integriert. In der zweiten Zutatenliste wurde sie als Bestandteil einer zusammengesetzten Zutat dargestellt und die Prozentangabe erfolgte innerhalb der Klammer. Zudem wurde hier der Mengenanteil der zusammengesetzten Zutat aufgeführt. Der Prozentanteil der gesuchten Zutat in der zweiten Liste war geringfügig höher.

Für die Auswahl war ein der Einkaufsrealität entsprechendes Zeitlimit von 25 Sekunden vorgegeben. Mittels per Zufallsauswahl geteilter Stichprobe wurden vier Produktbeispiele in die Befragung einbezogen: Haselnuss-Joghurt, Heringssalat, Ravioli und Steinpilz Gnocchi. Die Frage wurde durch den folgenden Text eingeleitet: „Hier sehen Sie zwei Zutatenlisten für [Produktart]. Die Rezeptur der Produkte unterscheidet sich je nach Hersteller. Bitte sagen Sie uns, welches Produkt mehr [Zutat] enthält.“ Im Anschluss wurden die Teilnehmenden befragt, wie sicher sie sich bei der Entscheidung für eine Zutatenliste waren. Damit wurde ein Einkaufsexperiment durchgeführt, bei dem die richtige Lösung, davon abhängt, ob die Prozentangabe auf das Gesamtprodukt oder auf die zusammengesetzte Zutat (die „Klammer“) bezogen ist. Dem gezeigten Zutatenverzeichnis konnte man diese Information nicht entnehmen, da dies auch in der Realität typischerweise nicht angegeben ist.

Die Verbraucher:innen wählten weit überwiegend die Variante mit dem höheren Prozentsatz. Sie gingen also davon aus, dass die Prozentangabe in der Klammer auf das

¹⁵ ALS (2021).

Gesamtprodukt und nicht nur auf die Klammer bezogen war. Der Anteil derjenigen, die den Bezug auf die zusammengesetzte Zutat herstellen, lag jeweils unter 20 Prozent.

FAZIT

Werden für die Bestandteile einer zusammengesetzten Zutat Mengenanteile ausgewiesen, rechnen die meisten Verbraucher:innen nicht, sondern beziehen die Mengenangabe intuitiv auf das Gesamtprodukt. Hersteller sollten Mengenanteile für „Zutaten von Zutaten“ einheitlich auf das Gesamtprodukt bezogen ausweisen.

VI. DISKUSSION UND EMPFEHLUNGEN

Die Zutaten eines Lebensmittels sind wesentlich für die Qualität eines Erzeugnisses, zum Beispiel in sensorischer Hinsicht oder um den Gesundheitswert einschätzen zu können.¹⁶ Die Frage der „(prozentualen) Mengenangaben im Zutatenverzeichnis“ ist gleichwohl eine kaum untersuchte Fragestellung, möglicherweise, weil in der Konsumforschung Fragen des Front-of-Pack Labeling stärker aufgegriffen werden.

Viele Verbraucher:innen verstehen nicht, warum bei einigen Lebensmitteln Prozentangaben für die Zutaten angegeben werden, bei anderen Produkten dagegen nicht. Auch ist für zwei Drittel der Menschen das Ordnungsprinzip, das dem Zutatenverzeichnis zugrunde liegt, nicht wirklich klar. Die QUID-Regel, nach der in bestimmten Fällen Zutaten mengenmäßig gekennzeichnet werden müssen, außer es greifen bestimmte Ausnahmen, ist Verbraucher:innen unbekannt. Sie gibt im Einzelfall auch unter Fachleuten Anlass zu Diskussionen wie die Stellungnahmen des Arbeitskreises Lebensmittelchemischer Sachverständiger zeigen.

In der LMIV ist vorgesehen, dass der prozentuale Mengenanteil der verschiedenen Zutaten im Regelfall nicht angegeben werden muss. Das eine Drittel der Verbraucher:innen, die die Systematik der absteigenden Reihenfolge im Zutatenverzeichnis kennen, kann die Hauptzutaten grob abschätzen. Die genauen Mengenanteile kennen aber auch diese Verbraucher:innen nicht. Der europäische Gesetzgeber hat mit dem QUID-Erfordernis eine Regelung für den Fall normiert, für den er eine mengenmäßige Kennzeichnung als notwendig erachtet: Nämlich, wenn bei einem Lebensmittel Zutaten in der Vermarktung hervorgehoben werden. Von dieser Regel gibt es jedoch wiederum Ausnahmen, bei denen der Gesetzgeber die Nennung genauer Anteile wiederum nicht für nötig gehalten hat. Um dieses komplexe Regelungsgeflecht dreht sich die vorliegende Studie.

Der europäische Gesetzgeber hat damit eine mögliche, ganz einfache Regel, nämlich die Kennzeichnung aller Zutaten mit ihrem prozentualen Anteil, vermieden. Die Ergebnisse unserer Studie deuten darauf hin, dass dies zu Grauzonen führt und dem Verbraucherverständnis widerspricht. Die Komplexität des modernen Lebensmittelmarktes mit mehreren zehntausend Produkten in einem Supermarkt und einem „undurchsichtigen Label- und Claimdschunegel“ auf der Produktschaueite auf der einen, einem gestiegenen Interesse an Produkt- und Prozessqualitäten auf der anderen Seite, verlangt

¹⁶ Miltgen et al. (2015), Litt & Shiv, B. (2012), Krishna (2012).

den Verbraucher:innen ohnehin bereits viel ab.¹⁷ Wenn dann noch eine Pflichtinformation wie das Zutatenverzeichnis uneinheitlich und wenig transparent umgesetzt wird, steigt ein erheblicher Teil der Verbraucher:innen, nämlich die mit 41 Prozent große Verbrauchergruppe der „Verunsicherten“ – mehr oder weniger aus. Diese Gruppe würde gerne mehr über die Zutaten wissen. 61 Prozent ist die genaue Angabe der Mengenteile wichtig. 71 Prozent ärgerten sich, wenn diese bei wichtigen Zutaten fehlten. 19 Prozent verstehen das Zutatenverzeichnis nicht. Es gibt in dieser Gruppe ein hohes Misstrauen gegenüber Verpackungsangaben.

Vor diesem Hintergrund spricht vieles dafür, dass der Gesetzgeber möglichst klare, einheitliche Regeln formulieren sollte. Er würde damit auch (mittelständischen) Anbietern die Kennzeichnung erleichtern. Der hier untersuchte Fall der Zutatenkennzeichnung steht exemplarisch für komplexe Kennzeichnungsvorschriften, die auf Herstellerseite immer wieder zu Diskussionen führen und die Aufsichtsbehörden beschäftigen.

Die Ergebnisse der Studie zeigen, dass ausführlichere Mengenkennzeichnungen gegenüber keiner oder einer eingeschränkten bevorzugt werden – auch wenn die Proband:innen um die steigende Komplexität der Zutatenliste wissen. Die Kennzeichnungspräferenzen der Verbraucher:innen gehen über das QUID-Erfordernis hinaus. Mengenangaben für Zutaten sind für eine relevante Zahl, vielfach auch für eine Mehrheit der Verbraucher:innen ein Element zur Stärkung der Konsumkompetenz. Gerade aufgrund der unterschiedlichen Präferenzen, was den Umfang der Mengenangaben angeht, sollte möglichst breit und einheitlich gekennzeichnet werden.

Eine besonders eindeutige und für die Verbraucher:innen verständliche Regelung wäre deshalb eine Verpflichtung zur Mengenangabe für alle Zutaten ab einem bestimmten Schwellenwert. Unterhalb dessen wäre eine präzise Mengenangabe technologisch schwierig. Die QUID-Regel sollte dann nur noch für Zutaten unterhalb dieser Minimalchwelle (zum Beispiel 0,1 Prozent) gelten. Eine solche Regelung wäre für Verbraucher:innen eindeutiger, da unmissverständlich. Zudem wären Qualitätsvergleiche verschiedener Produkte einfacher. Eine Pflichtangabe wie das Zutatenverzeichnis sollte möglichst einheitlich sein.

Diese Maßnahme würde für die Hersteller keine Mehrkosten hervorrufen, da sie die erforderlichen Angaben ohnehin zur Berechnung der vorgeschriebenen Nährwertangaben, aber auch für ihren Rohwareneinkauf benötigen. Was könnte sonst dagegensprechen?

Häufig angeführt wird der fehlende Platz auf der Verpackung. Tatsächlich geht es dabei wohl vornehmlich um die Werbefläche. Dieses Argument wird häufig herangezogen, ist aber wenig überzeugend, denn in einem komplexeren Leistungswettbewerb sollten sich Anbieter über nachweisbare Vorteile abheben, nicht über Bilder und nicht-substantielle Claims. Bei variierenden Zutaten wie Nüssen könnte im Zweifel der niedrigere Wert angegeben werden (wenn zum Beispiel je nach Gewicht der Nüsse eine Nuss mehr oder weniger in der Verpackung sein kann). Die Rezeptur ist in Zeiten einer ausgereiften Lebensmittelanalytik heute kaum noch ein Geheimnis. Für viele relevante Ziele (zum Beispiel Reformulierung von Rezepturen, Nutri-Score-Berechnung und so weiter) ist es heute auch für handwerkliche Hersteller von verpackten Lebensmitteln zunehmend unumgänglich, präzise die eigenen Zutaten zu kennen. Die Herstellung nach tradierter Art, zum Beispiel Salz nach Gefühl mit der Hand dazuzugeben, ist heute immer weniger angebracht und kaum noch üblich. Es gibt somit gute Gründe für die einfache und

¹⁷ SVRV (2021), WBAE (2020).

klare Lösung, dass alle Zutaten oberhalb einer Minimalschwelle mit ihrem Mengenan- teil zu kennzeichnen.

Sollte eine solche „First-Best-Reform“ des Zutatenverzeichnisses auf EU-Ebene nicht gelingen, dann sollten zumindest die Ausnahmen von der QUID-Regel abgeschafft werden. Die derzeit zum Teil uneinheitliche und restriktive Kennzeichnung aufgrund der Ausnahmetatbestände der QUID-Regel enttäuscht die Verbraucher:innen. Für 46 bis 67 Prozent der Verbraucher:innen ist bei Mischungen eine Mengenangabe der einzel- nen Bestandteile wichtig, um eine Einkaufsentscheidung zu treffen – auch wenn die Abbildung auf der Verpackung die gesamte Mischung darstellt, ohne einzelne Zutaten daraus hervorzuheben. Auch bei Zutaten, deren Anteil am Gesamtprodukt eine gering- fügige Menge ausmacht, präferieren zahlreiche Verbraucher:innen eine genaue Men- genangabe (zwischen 44 und 56 Prozent). Die Einstufung charakteristischer Zutaten als nicht kaufrelevant widerspricht den Kennzeichnungspräferenzen besonders stark; zwischen 63 und 71 Prozent bevorzugen hier die prozentuale Angabe von Mengenan- teilen. Auch wenn Verbraucher:innen mit unterschiedlich komplexen Zutatenverzeich- nissen konfrontiert werden, bevorzugen sie im direkten Vergleich jeweils die ausführ- lichste Variante mit umfassenden Mengenangaben für die Zutaten.

Es sollte daher eine QUID-Regel ohne Ausnahmen auf EU-Ebene angestrebt werden. Wer mit Zutaten wirbt, dem kann auch abverlangt werden, dass er die enthaltene Menge nennt. Die Prozentangabe ist geeignet, den Qualitätswettbewerb zu verbessern. Sie ist das geeignete Mittel und erforderlich, denn Verbraucher:innen haben keine Chance, diese Informationen anderweitig zu erlangen. Und sie ist zumutbar und ange- messen, da keine weiteren Kosten entstehen, denn die Rezepturen sind den Herstel- lern bekannt.

Solange eine der beiden vorgeschlagenen Änderungen der LMIV auf EU-Ebene aus- steht, sollten zumindest die Ausnahmen von den Anbietern und Gerichten deutlich en- ger interpretiert werden. Warum zum Beispiel bei einem Rahmspinat, bei dem der Spi- nat in der Bezeichnung genannt und bildlich hervorgehoben wird und ganz offensicht- lich die wertgebende Zutat darstellt, die Menge nicht relevant sein soll, ist für die Ver- braucher:innen nicht nachvollziehbar. Auch aus gesundheitspolitischer Sicht, bei der eine Erhöhung des Obst- und Gemüsekonsums auf fünf Einheiten am Tag angestrebt wird,¹⁸ ist es wichtig für die Konsument:innen, die genau Menge des enthaltenen Spina- tes einschätzen zu können. Einige Hersteller nutzen die Möglichkeit freiwillig Mengen- angaben im Zutatenverzeichnis bereitzustellen. Markttransparenz kann aber nur entste- hen, wenn Pflichtangaben standardisiert erfolgen und sich Verbraucher:innen auf eine einheitliche Informationsgrundlage verlassen können.

FAZIT

Der EU-Gesetzgeber hat als Grundprinzip festgelegt, dass Zutatenanteile nicht ge- kennzeichnet werden müssen. Mit der QUID-Regel definiert er Ausnahmen bei de- nen er eine Mengenkennzeichnung als notwendig ansieht, nämlich bei hervorgeho- benen, charakteristischen oder in der Bezeichnung genannten Zutaten. Von dieser Ausnahmeregel gib es wiederum Ausnahmen, die Interpretationsspielräume zulas- sen. Das klingt nicht nur ziemlich kompliziert, es überfordert auch so manchen An- bieter und wird den Informationsinteressen der Verbraucher:innen nicht gerecht.

¹⁸ DGE 2024.

VII. LITERATURVERZEICHNIS

- Akerlof, G. A., Shiller, R. J. (2015): Phishing for Phools: The Economics of Manipulation and Deception, Princeton University Press.
- Akerlof, G. A. (1970): The Market for "Lemons": Qualitative Uncertainty and the Market Mechanism. In: Quarterly Journal of Economics, 84(3), S. 488-500.
- ALS (Arbeitskreis Lebensmittelchemischer Sachverständiger der Länder und des Bundesamtes für Verbraucherschutz und Lebensmittelsicherheit)(2021): 115. ALS-Sitzung. J Consum Prot Food Saf 16, 261–273. <https://doi.org/10.1007/s00003-021-01318-0>.
- Amtsblatt der Europäischen Union (2017): Bekanntmachung der Kommission zur Anwendung des Prinzips der mengenmäßigen Angabe von Lebensmittelzutaten (QUID), 2017/C 393/05.
- BMEL (Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft) (2023): Deutschland, wie es isst. Der BMEL-Ernährungsreport 2023, Berlin.
- Krishna, A. (2012): An integrative review of sensory marketing: Engaging the senses to affect perception, judgment and behavior, Journal of Consumer Psychology 22, 332–351.
- Kroeber-Riel, W., Weinberg, P., Göppel-Klein, A. (2009): Konsumentenverhalten, 9. Auflage, München.
- Kühl, S., Zühlsdorf, A., Viergutz, T., Fellner, J., Spiller, A. (2017): Zutatenhinweise auf Lebensmittelverpackungen: Verbraucherwahrnehmung im Spannungsfeld von Produktaufmachung, tatsächlichen Zutatenanteilen und Aromen (zusammenfassender Ergebnisbericht und kommentiertes Chartbook), wissenschaftliche Studie im Auftrag des vzbv, Göttingen.
- Lebensmittelverband Deutschland e. V. (2024), Homepage, <https://www.lebensmittelverband.de/de/lebensmittel/wirtschaft-branche>, Abrufdatum: 10.08.2024.
- Litt, A., Shiv, B. (2012): Manipulating basic taste perception to explore how product information affects experience, Journal of Consumer Psychology 22, 55-66.
- Lebensmittel-Informationsverordnung (LMIV) (EU) Nr. 1169/2011.
- Miltgen, C. L., Sohler, G. P., Grohmann, B. (2015): Communicating Sensory Attributes and Innovation through Food Product Labeling, Journal of Food Products Marketing, 22 (4), DOI: 10.1080/10454446.2014.1000435.
- SVRV (Sachverständigenrat für Verbraucherfragen) (2021): Gutachten zur Lage der Verbraucherinnen und Verbraucher 2021. Gutachten des Sachverständigenrats für Verbraucherfragen. Berlin.
- WBAE (Wissenschaftlicher Beirat für Agrarpolitik, Ernährung und gesundheitlichen Verbraucherschutz) (2020): Politik für eine nachhaltige Ernährung. Eine integrierte Ernährungspolitik entwickeln und eine faire Ernährungsumgebung gestalten. Gutachten. Berlin, https://www.bmel.de/SharedDocs/Downloads/DE/_Ministerium/Beiraete/agrarpolitik/wbae-gutachten-nachhaltige-ernaehrung, Abrufdatum: 27.11.2020.

- Zühlsdorf, A., Kühl, S., Schäfer, A., Spiller, A. (2024): Shrink- und Skimpflation bei Lebensmitteln: Indirekte Preiserhöhungen aus Verbraucherperspektive. Göttingen.
- Zühlsdorf, A., Spiller, A. (2012): Trends in der Lebensmittelvermarktung: Begleitforschung zum Internetportal lebensmittelklarheit.de: Marketingtheoretische Einordnung praktischer Erscheinungsformen und verbraucherpolitische Bewertung, wissenschaftliche Studie im Auftrag des Verbraucherzentrale Bundesverband e. V. (vzbv), Göttingen.

VIII. ÜBER DIE AUTOR:INNEN

Zühlsdorf + Partner | Agentur für Verbraucherforschung und Lebensmittelmarketing, Göttingen ist aus der Zielsetzung entstanden, die universitäre Forschung mit aktuellen praktischen Problemstellungen im Lebensmittelmarkt zu verknüpfen. Gründungsgesellschafter sind Prof. Dr. Achim Spiller und Dr. Anke Zühlsdorf. Das Forschungsinteresse richtet sich auf die Frage, wie gesellschaftliche und ökologische Interessen in der Agrar- und Ernährungswirtschaft stärkere Berücksichtigung finden können. Seit mehr als 20 Jahren begleitet Zühlsdorf + Partner die Branche mit entsprechenden Forschungs- und Praxisprojekten.

Dr. Anke Zühlsdorf ist geschäftsführende Gesellschafterin der Zühlsdorf + Partner Agentur für Verbraucherforschung und Lebensmittelmarketing und Lehrbeauftragte an der Georg-August-Universität Göttingen. Ihre Arbeitsschwerpunkte liegen in der ernährungsbezogenen Konsumforschung, der Produktkennzeichnung und der Qualitätskommunikation bei Lebensmitteln. Sie verfügt über langjährige Beratungserfahrung in der Ernährungswirtschaft und hat zahlreiche Forschungsprojekte zum Lebensmittelmarketing durchgeführt. 2016 wurde sie durch das BMEL als Mitglied der Gruppe Wissenschaft in die Deutsche Lebensmittelbuchkommission berufen.

M. Sc. Alina Schäfer ist wissenschaftliche Mitarbeiterin am Lehrstuhl „Marketing für Lebensmittel und Agrarprodukte“ der Georg-August-Universität Göttingen.

Dr. Sarah Kühl ist wissenschaftliche Postdoc Mitarbeiterin am Lehrstuhl „Marketing für Lebensmittel und Agrarprodukte“ der Georg-August-Universität Göttingen. Ab Herbst 2024 tritt sie eine Professur an der Hochschule Weihenstephan-Triesdorf an.

Prof. Dr. Achim Spiller ist seit 2000 Professor für „Marketing für Lebensmittel und Agrarprodukte“ am Department für Agrarökonomie und Rurale Entwicklung der Georg-August-Universität Göttingen. Seine Forschungsschwerpunkte liegen in den Bereichen Konsumentenverhalten, Nachhaltigkeitsmanagement, Animal Welfare und Supply Chain Management im Agribusiness. Achim Spiller ist ordentliches Mitglied der Akademie der Wissenschaften zu Göttingen. Er ist weiterhin Mitglied und seit Dezember 2020 Vorsitzender im wissenschaftlichen Beirat für „Agrarpolitik, Ernährung und gesundheitlichen Verbraucherschutz“ des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft (WBAE). 2020 wurde er vom Bundeskabinett als Mitglied in der Zukunftskommission Landwirtschaft berufen, deren Co-Vorsitzender er seit 2024 ist. Er ist Partner der Beratungsgesellschaft Zühlsdorf + Partner, Göttingen.