

**AGENCY 2001**  
**EXEKUTIVE ZUSAMMENFASSUNG DER UMFRAGEN ÜBER VERBRAUCHERVERHALTEN**

## **2 EXEKUTIVE ZUSAMMENFASSUNG**

### Allgemeine Struktur

- Die exekutive Zusammenfassung dieses Jahres fokussiert hauptsächlich auf den
  - Verlagerungen, die seit der Benchmark-Studie im Jahr 2000 beobachtet worden sind;
  - neuen Fragen, die dieses Jahr aufgeworfen worden sind.

### Allgemeine Tendenzen

- Während einige Veränderungen im Fragebogen und Ereignisse in der Welt gewisse Sachlagen weniger klar als wünschenswert erscheinen lassen, ist Ende 2001 die Lage im Allgemeinen doch positiv. Es konnten kleine, aber viel versprechende Verbesserungen im Bewusstsein einer gesünderen Ernährung, im Verständnis für die Lebensmittel-Etikettierung und bei der vermehrten Anzeige von Krankheitsfällen, die direkt der Verkaufsstelle gemeldet werden, verzeichnet werden.
- Die Kenntnis von der Existenz der Agency selbst und der Informationen, die durch die Agency übermittelt werden, ist deutlich angewachsen. Auch das Vertrauen in die Agency ist tiefer geworden.
- Es muss weiterhin daran gearbeitet werden, die Stellung der FSA als Informationsquelle für Lebensmittelstandards und -Sicherheit zu vertiefen und die Anerkennung ihrer Rolle und ihres unabhängigen Status weiter zu fördern.

### Gewohnheiten beim Einkaufen und Essen

- Um die Szene kurz zu umschreiben, muss gesagt werden, dass sich die Einkaufsgewohnheiten in den vergangenen Jahren wenig verändert haben. Es sind immer noch die Frauen, die im Haushalt eine größere Verantwortung als Männer für den gesamten oder für den größten Teil des Lebensmitteleinkaufs haben. Lebensmitteleinkäufe werden überall vorwiegend im Supermarkt getätigt, während in Nordirland weiterhin Lebensmittelläden auf lokaler Ebene ihre wichtige Funktion beibehalten haben.
- Frisches Fleisch, Obst und Gemüse sowie Milchprodukte werden weiterhin regelmäßig verzehrt. Fertiggerichte werden regelmäßig oder gelegentlich von etwas mehr als der Hälfte der interviewten Personen eingenommen, während ein Drittel der befragten Personen erklärte,
- Das allgemeine Muster der Verkaufsstellen von Lebensmitteln (zum Beispiel Restaurants, Verkaufsstellen von Fast food u.s.w.) ist weiterhin von Jahr zu Jahr in etwa gleich geblieben.

## Hygiene in Verkaufsstellen von Lebensmitteln

- Die Anzahl der Personen, die Bedenken über die Hygiene in Lebensmittelverkaufsstellen anmeldeten, ist seit 2000 bedeutend angestiegen (von 42% auf 51%), wobei ein besonders ausgeprägtes Wachstum in mobilen Nahrungsmittelverkaufsstellen zu beobachten ist (von 18% auf 29%). Aber wie auch schon in der Umfrage von 2000 beruhen die Bedenken über diese Art von Nahrungsmittelverkaufsstellen teilweise eher auf der jeweiligen Wahrnehmung oder auf schlechten Erfahrungen in der Vergangenheit anstatt auf aktuelleren Erfahrungen, weil nicht sehr viele Leute regelmäßig in solchen Nahrungsmittelverkaufsstellen einkaufen.
- Wie auch im Jahr 2000 führten die Bedenken über die Hygiene in Nahrungsmittelverkaufsstellen meistens dazu, dass diese Verkaufsstelle nicht länger besucht wurde. Eine neue Frage ergab jedoch, dass heute nur 11% der Verbraucher ihre Bedenken tatsächlich einreichen.

## Lebensmittelhygiene im Einzelhandel

- Die Zahlen im laufenden Jahr weisen eine scheinbare Abnahme der Bedenken über Hygiene an Standorten wie lokalen Lebensmittelläden, Supermärkten und Marktständen auf. Es sind aber einige Veränderungen in der detaillierten Formulierung und in der Positionierung dieser Fragestellung im Jahr 2001 vorgenommen worden, und die Abnahme spiegelt daher nicht unbedingt Änderungen im Verhalten der Verbraucher wider.
- Die größten Bedenken sind weiterhin bei Marktständen vorhanden, die Fleisch verkaufen – der größte Teil der Verbraucher, die diesen Bedenken Ausdruck gaben, betonten, dass sie dadurch abgehalten wurden, Fleisch an solchen Standorten zu kaufen.
- Sichere Lebensmittel und Hygiene zu Hause lösten nur bei jedem zehnten Verbraucher Bedenken aus.

## Gesundes Essen und Ernährung

- In ganz Großbritannien/Nordirland bestätigten nur vier von zehn interviewten Personen, dass sie im laufenden Jahr gesünder essen – deshalb ist in diesem Bereich keine Veränderung im Vergleich zum Vorjahr zu beobachten.
- Im Allgemeinen waren sich die Verbraucher bewusst, dass man mehr Gemüse, Salat und Obst essen sollte; dabei ist das Bewusstsein, dass auch stärkehaltige Lebensmittel gesund sind, etwas weniger ausgeprägt als die Ansichten über Gemüse, usw.
- Im Hinblick auf die eher problematischen Lebensmittel/Lebensmittelzutaten haben im Vergleich zu fett- und zuckerhaltigen Lebensmitteln weniger Personen die Botschaft über Salz begriffen.
- Seit dem letzten Jahr ist das Wissen über „mindestens fünf Portionen Obst/Gemüse täglich“ bedeutend angestiegen (von 43% auf 49%) – dabei bleibt für viele aber ungewiss, was man sich unter einer Portion vorstellen sollte.
- Das Verbraucherverhalten hat sich jedoch nur wenig geändert – dies war jedoch vor auszusehen, da nur ein Jahr vergangen ist. Bewusstsein und Einstellungen ändern sich normalerweise erst, wobei das Verhalten dann erst später nachfolgt.

## Allgemeine Lebensmittelsicherheit und Hygiene

- Allgemein vorhandene Bedenken über die Sachlage in der Lebensmittelsicherheit schwanden 2001 etwas dahin, aber dabei darf nicht vergessen werden, dass die Ereignisse vom 11. September in Amerika diese Studie mitten in den Felduntersuchungen trafen. Bei den Verbrauchern, die nach diesem Tag interviewt wurden, schienen die globalen Ängste und Sorgen die Bedenken weggeschwemmt zu haben, die wir erforschen wollten, weshalb die Leute ein kleineres Ausmaß an Bedenken über Nahrungsmittelsicherheit bekundeten. Wir können deshalb nicht folgern, dass dieser Rückgang eine andauernde Veränderung im Verhalten der Verbraucher reflektiert.
- Das Rating der Lebensmittelsicherheit im Jahr 2001 war in der gleichen Stellung wie im Vorjahr verblieben – und 18% der interviewten Verbraucher fanden, dass die Lebensmittelsicherheit nachgelassen habe.

## Durch Lebensmittel verursachte Krankheiten und entsprechende Reaktionen

- Die gleiche Anzahl unserer Erhebungsgruppe wie im Jahr 2000 (12%) war der Ansicht, im Vorjahr an einer Nahrungsmittelvergiftung gelitten zu haben. Während in der Befragung im Jahr 2000 die Anzahl der Krankheitsfälle in allen vier Ländern gleich hoch war, sind in diesem Jahr in Nordirland bedeutend weniger Leute an Krankheiten erkrankt, die auf Lebensmittel zurückzuführen sind.
- In den meisten Fällen führten die Leute die Krankheit auf Lebensmittel zurück, die auswärts zubereitet worden waren, obwohl dies teilweise gezwungenermaßen auf die Abneigung zurückzuführen ist, gestehen zu müssen, dass die Hygiene im Lebensmittelbereich zu Hause nicht ausreichend ist.
- Der größte Teil der Befragten gab seine Krankheit nicht an. Unter den Verbrauchern, die dies aber taten, gingen die meisten direkt zu ihrem Hausarzt. In diesem Jahr ist jedoch ein bedeutender Anstieg in der Anzahl von Verbrauchern zu beobachten, die die Verkaufsstelle anzeigten, in der sie das fragliche Lebensmittel gekauft hatten, obwohl dies im allgemeinen immer noch niedrige Zahlen sind.

## Lebensmittel-Etikettierung

- Wie bereits im letzten Jahr festgestellt, sind zwei Drittel der befragten Verbraucher in Großbritannien/Nordirland der Ansicht, dass sie normalerweise oder immer auf die Informationen zurückgreifen, die ihnen durch das Lebensmittel-Etiketten übermittelt werden.
- Dieses Jahr wurde ein bedeutend größerer Schwerpunkt auf die auf den Etiketten angegebenen Nährwerte gesetzt, das heißt auf den Gehalt an Salz, Zucker oder Fett, an Vitaminen oder Kalorien – wahrscheinlich ist dies im Zusammenhang mit den kleinen Verlagerungen passiert, die beim Bewusstsein und beim Verzehr von weniger gesunden Lebensmitteln/Zutaten zu beobachten sind.
- Wie im Jahr 2000 erklärten zwei Drittel der angesprochenen Verbraucher, dass Lebensmittel-Etiketten leicht zu verstehen sind. Aber eine ziemlich umfangreiche Gruppe war der Ansicht, dass ihr Bedürfnis nach Informationen nicht befriedigt war, und dass sie eingehendere Informationen wünschten; im einzelnen waren dies Vegetarier, Veganer und Personen, die eine besondere Diät befolgen mussten.

- Wir machen ebenfalls darauf aufmerksam, dass heute das Verständnis von Schlüsselinformationen auf Lebensmittel-Etiketten immer noch sehr bescheiden ist. Einerseits ist ein besseres Niveau beim Verständnis von Verfallsdaten sowie des Fett- und Zuckergehalts zu beobachten, während das absolute Verständnisniveau bei der Datumsangabe, dem Salzgehalt, „zu x% fettfrei“ oder den wichtigsten Zutaten noch ziemlich niedrig ist.

#### Informationsquellen/Verantwortung für Lebensmittelstandards

- Das spontane Bewusstsein, das die FSA eine mögliche Informationsquelle sein könnte, ist dieses Jahr von 8% auf 10% angestiegen. Die Agency wurde in den ersten fünf Informationsquellen aufgeführt, zusammen mit Supermärkten, Kommunalbehörden, Tageszeitungen, Zeitschriften und Fernsehen.
- Wie es zu erwarten war, nahm das Fernsehen eine dominierende Stelle als Informationsquelle ein, und es wurde im Falle eines Lebensmittelskandals meistens als einzige zuverlässige Informationsquelle angesehen.
- Es war ein schwacher Rückgang in der Anwendung der meisten Informationsquellen zu beobachten. Obwohl das Rating der Lebensmittelsicherheit von auswärtigen Ereignissen beeinflusst wurde, könnte die in diesem Jahr beobachtete Verhaltensveränderung ein leichtes Nachlassen der Bedenken der Öffentlichkeit über Lebensmittelsicherheit bedeuten.
- Im laufenden Jahr ist ein Aufschwung im Zuverlässigkeits-Rating der meisten Informationsquellen zu verzeichnen, was besonders im Fall der FSA sichtbar wurde (im Jahr 2000 mit 75% sehr/ziemlich zuverlässig, und im Jahr 2001 mit 93% sehr zuverlässig).

#### Bewusstsein und Wahrnehmung der Existenz der Food Standards Agency

- Im Vergleich zum Jahr 2000 war ein bedeutender Bewusstseins-Anstieg zur Existenz der FSA von 58% auf 71% zu verzeichnen (sowohl von der Food Standards Agency und den einzelnen Büros in Schottland, Wales und Nordirland). Das Bewusstsein ist bei Männern und Frauen herangewachsen, aber es hat sich ausgesprochener bei Männern entwickelt.
- Der Informationsabruf von der Agency wuchs in einem großen Umfang von Jahr zu Jahr an.
- Das öffentliche Vertrauen in die von der FSA übernommene Rolle verzeichnete 2001 ebenfalls ein ausgeprägtes Wachstum und es erwies sich sogar als höher unter den Verbrauchern, die sich spezifisch der Agency bewusst waren. Die „Nutzer“ gaben sogar ein höheres – wenn auch nicht bedeutend höheres – Vertrauensvotum ab.
- Die neuen Fragen, die die Einstellungen zur FSA ausforschten, bewiesen, dass sich die öffentliche Meinung für die Agency ausspricht, da sie klare Informationen und Ratschläge abgibt sowie als vertrauenswürdige Organisation gilt, die den Verbraucher an erste Stelle stellt.

#### Wichtigste Untergruppen - Unterschiede

- Ein Blick auf die demographischen Gruppen zeigt, dass die Hauptunterschiede unter ihnen (was zu erwarten war) mit der Umfrage im Jahr 2000 übereinstimmen:
- Frauen, ABs und Personen im Alter von 36 und 65 Jahren tendieren dazu, sich der Sachlage bei Lebensmitteln eher bewusst zu sein und haben eher Bedenken wegen der Lebensmittelsicherheit;

- Es war ein Gefälle des Bewusstseins und der Bedenken durch die sozialen Klassen zu beobachten, wobei die ABs am meisten und die DEs am wenigsten involviert waren. Dieses Jahr hat sich in einigen Fällen die offene Schere zwischen den ABs und den CI/C2s etwas geschlossen.
- Im Jahr 2000 waren die Antworten auf die Umfrage in Nordirland in verschiedenen Gebieten anders als in allen anderen Ländern. Heute sind zwar immer noch einige Unterschiede vorhanden, doch im Jahr 2001 hatte sich Nordirland mehr angeglichen.
- Im Jahr 2000 waren in Stadtgebieten bedeutende Unterschiede im Vergleich zu ländlichen oder halb ländlichen Gebieten zu beobachten. Dieses Jahr sind die Antworten in allen drei Testgebieten relativ gleich ausgefallen.