

Current and future development of Functional Food in the EU (Europäische Kommission: IPTS)

Verbraucherakzeptanz von funktionellen Lebensmitteln in der EU

Hintergrund

Die sogenannten "funktionellen Lebensmittel" haben in den letzten Jahren auf dem Lebensmittelmarkt an Bedeutung gewonnen. Dabei handelt es sich um Lebensmittel, die mit speziellen Inhaltsstoffen angereichert sind, welchen ein gesundheitlicher Zusatznutzen zugeschrieben wird. Beispiele sind probiotische Joghurts, cholesterinspiegel-senkende Margarine oder mit Pflanzeninhaltsstoffen angereicherte Säfte. Die Hersteller sehen bei diesen Lebensmitteln die Möglichkeit, für Produkte mit spezifischem Gesundheitsnutzen höhere Preise in einem insgesamt stagnierenden Markt zu erzielen. Um die Verbraucher vor irreführenden Produktpreisen zu schützen, arbeitet die EU-Kommission an einer Regulierung für funktionelle Lebensmittel. Dafür werden in dem EU-Projekt "Current and Future Development of Functional Food in the European Union" Informationen gesammelt und Entscheidungsgrundlagen bereitgestellt. Die Fachhochschule Weihenstephan beschäftigt sich in diesem Rahmen mit der Akzeptanz und den Einstellungen der Verbraucher bei funktionellen Lebensmitteln.

Vorgehen

Eine europaweite Befragung soll Informationen über die Einstellungen der Verbraucher zu funktionellen Lebensmitteln und über die Käufer funktioneller Lebensmittel erbringen. Vier EU-Staaten wurden für die Studie ausgewählt:

Deutschland:

Größter Lebensmittelmarkt in der EU mit preissensiblen Verbrauchern und einem starken Wettbewerb zwischen den Anbietern.

Großbritannien:

Dieser Lebensmittelmarkt ist hinsichtlich Strukturen, Produkten und Konsumentenverhalten dem US-Markt (weltweit wichtigster Markt für funktionelle Lebensmittel) sehr ähnlich.

Spanien:

Beispielhaft für den Lebensmittelmarkt in den südeuropäischen Ländern mit mediterranem Konsum- und Ernährungsverhalten.

Polen:

Beispielhaft für den Lebensmittelmarkt in den neuen osteuropäischen EU-Staaten, der großen Umwälzungsprozessen unterworfen ist.

Jeweils über 100 Verbraucher pro Land werden in Supermärkten mit Hilfe eines einheitlichen Fragebogens interviewt. Zusätzlich werden die Zahlungsbereitschaft und die Präferenzen für bestimmte Produktattribute für einen mit Lycopin und Ballaststoffen angereicherten Orangensaft über eine Conjoint-Analyse ermittelt.

Ergebnisse

Die Befragungen fanden im Sommer und Herbst 2004 statt, doch wurden die Ergebnisse bislang von der EU nicht veröffentlicht. Erwartet werden sowohl Ergebnisse, die aufgrund kultureller, soziodemographischer oder sonstiger Unterschiede in den vier Ländern voneinander abweichen, als auch "europaeinheitliche" Tendenzen.

Projektverantwortlicher: Kai Sparke
Projektbeginn: Januar 2004
Projektende: Februar 2005