

# Fleischqualität: Aufklärung tut Not

Eine Konsumentenbefragung zur Fleischqualität zeigt, dass sich nur wenige gut informiert fühlen. Die Fleischwirtschaft ist aufgerufen, mit aussagekräftigen Informationen aufzuklären.

**E**in Teil der Konsumenten nimmt insgesamt große Qualitätsunterschiede beim Fleisch wahr und ist bereit, für gutes Fleisch einen höheren Preis zu zahlen. Das heißt, dass diese Verbraucher beim Fleischaufkauf nicht nur auf den Preis achten. Im Gegenzug wird ein höherer Preis für die Befragten aber nur als ein schwacher Indikator für gute Qualität gesehen. Dies ist ein Ergebnis einer aktuellen Konsumentenbefragung, bei der die Probanden u.a. verschiedene Aussagen zum Fleisch bewerteten. Übersicht 1 gibt einen Überblick über die Mittelwerte der Antworten.

Nach vorliegender Studie wird Fleisch von den Verbrauchern durchaus als gesund eingestuft und gehört in gewissem Maße zum Essen dazu. 42 % der Befragten schätzten ihr Wissen über Fleisch nur mittelmäßig ein, 13 % meinten, kein Wissen über Fleisch zu besitzen. Überwiegend verneint wurden jedoch die Fragen, ob man sich beim Schweinefleischkauf unsicher fühle bzw. ob man Fleisch mit Gütesiegel oder Bio-Fleisch bevorzuge.

## Fettmaserung: Bedeutung oft unterschätzt

Die Farbe des Koteletts oder des Schnitzels ist nicht immer gleich. Um die Vorlieben der Kunden bezüglich der Fleischfarbe zu erfassen, wurden die Probanden aufgefordert, Eigenschaften wie Frische,

## Interviews mit 195 Konsumenten

Im Rahmen der Göttinger Studie wurden insgesamt 195 Kunden verschiedener Supermärkte und Discounter persönlich befragt. Über die Hälfte der Befragten ist weiblich (52,2%) und das Durchschnittsalter beträgt 44,6 Jahre. 43,2% der Befragten essen ein- bis zweimal pro Woche Fleisch, 27,6% drei bis viermal, 9,4% fünf- bis sechsmal und 7,3% täglich. 12,5% haben nur einen sehr geringen Fleischkonsum mit weniger als einmal pro Woche.

Im ersten Teil der Befragung wurden den Probanden SB-Verpackungen mit 24 verschiedenen Dreierkombinationen mit jeweils zwei gleichen Minutensteaks zusammengestellt, die sich hinsichtlich Marmorierung, Fleischfarbe, Preis und Label unterschieden. Die Befragten mussten sich für eine der drei Produktvarianten entscheiden. Im zweiten Teil ging es um die Wahrnehmung der Qualität von Schweinefleisch und die Präferenzen bezüglich der Marmorierung und Fleischfarbe. Im dritten Teil des Fragebogens wurden persönliche Daten der Teilnehmer erfasst.

Zartheit, Saftigkeit und Schmackhaftigkeit dem hellen oder dunklen Fleisch zuzuordnen. Ergebnis: Geht es um Saftigkeit und Schmackhaftigkeit, wird dunkleres Fleisch bevorzugt, während helles Fleisch frischer und zarter eingestuft wurde (siehe Übersicht 2, S. 72). Je mehr der Punkt zur Mitte tendiert, desto geringer wird der Zusammenhang zwischen der jeweiligen Eigenschaft und der Fleischfarbe gesehen.

Auch im Hinblick auf die vorhandene Fettmaserung (Marmorierung) gibt es Unterschiede. Die Befragten gaben auch hier an, welche der Eigenschaften sie Fleisch mit geringer Fettmaserung, welche eher Fleisch mit stärkerer Fettmaserung zuordnen. Zunächst einmal haben zwei Drittel der Befragten erkannt, dass es zwischen der Frische und der Fettmaserung keinen Zusammenhang gibt und die Antwort „beides gleich“ angekreuzt.

Uneinheitlich geantwortet haben die Konsumenten bei der Einschätzung des Beitrags, den die Fettmaserung zur Zartheit und Schmackhaftigkeit des Fleisches leistet. Obwohl im Mittel Fleisch mit einer deutlichen Fettmaserung als etwas zarter und schmackhafter beschrieben wurde (s. Übersicht 3, Seite 72), erwarteten dennoch 41,5% bzw. 29,7% der Probanden, dass Fleisch mit einer geringen Marmorierung zarter und schmackhafter sei. Immerhin rund 18% gaben an, dass gering marmoriertes Schweinefleisch frischer, saftiger und natürlicher sei.



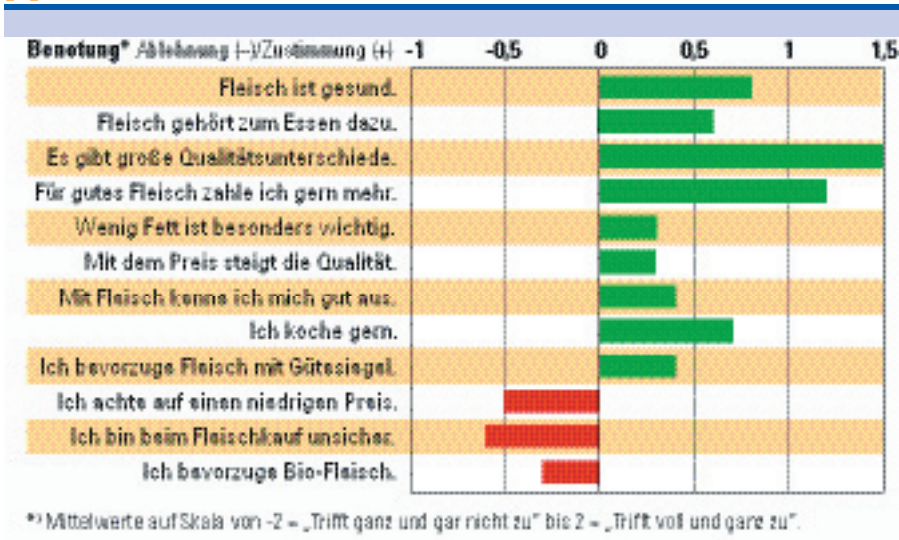
Beim Wahlexperiment entschieden sich die Probanden für eines von drei Steaks.

Fotos: Heil, Uni Göttingen



Verbraucher mit Wissen zum Fleisch erkennen Qualitätsunterschiede und sind bereit, mehr für ein gutes Stück Fleisch auszugeben.

### [1] AUSSAGEN ZUM FLEISCH – ZUSTIMMUNG ODER ABLEHNUNG?



Die Interviews zeigen, dass die Verbraucher Fleisch durchaus als gesund einstufen. Sie betonten, dass es in gewissem Maße zum Essen dazugehört.

Grafiken: Breithaupt

Die Verunsicherung und Unkenntnis der Verbraucher zeigte sich auch bei der grundsätzlichen Bewertung des Fettanteils in einem handelsüblichen Fleischstück. Die Probanden wurden bei der Befragung aufgefordert, den Fettgehalt von zwei auf Fotografien abgebildeten Schweinesteaks zu schätzen. Der reale Anteil betrug bei dem ersten Fleischstück ca. 2% und bei dem zweiten etwa 5%. Beide Fleischprodukte wurden um ein Vielfaches überschätzt – im Mittel schrieben die Befragten dem Steak mit dem geringeren Fettgehalt einen Fettanteil von 17,8% zu und dem stärker marmorierten einen Anteil von durchschnittlich 32,3%.

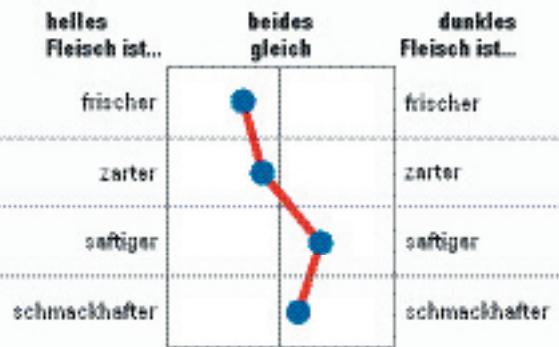
### SB-Ware liegt bei Jüngeren im Trend

Es gibt viele Gründe, sich für oder gegen SB-Fleisch zu entscheiden. In den In-

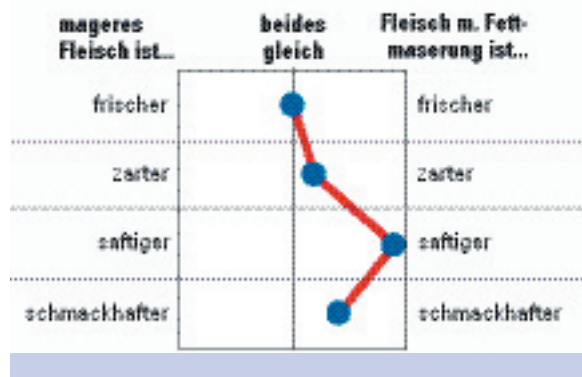


**[2] BEURTEILUNG DER FLEISCHFARBE**

Die Konsumenten sollten helles im Vergleich zu dunkeltem und deutlich marmoriertes im Vergleich zu gering marmoriertem Fleisch bewerten.



**[3] BEURTEILUNG DER MARMORIERUNG**

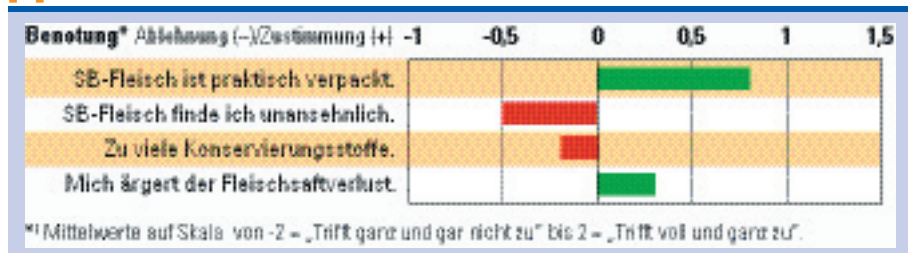


Interviews wurden die Befragten mit generellen Aussagen zu SB-Fleisch konfrontiert. Auch hier konnten sie zustimmen oder ablehnen. Auffallend war, dass die Frage, ob bei SB-Fleisch die ausgetretene Flüssigkeit ärgere, keine große Zustimmung erfuhr. Auch die Frage, ob im SB-Fleisch zu viele Konservierungsstoffe enthalten seien, wurde uneinheitlich beantwortet. Die Mehrzahl der Konsumenten fand, dass SB-Fleisch praktisch verpackt sei und verneinte die Frage, dass eingeschweißtes Fleisch unansehnlich sei (s. Übersicht 4).

In einem weiteren Schritt wurden die Befragten in Gruppen nach dem Anteil an SB-Fleisch am gesamten Fleischeinkauf eingeteilt. Die Konsumenten mit einem niedrigen Anteil (unter 33%) an SB-Fleisch kennen sich im Vergleich zu den anderen Gruppen am besten mit Fleisch aus und fühlen sich auch am besten informiert, die Gruppe mit einem hohen Anteil an SB-Fleisch am schlechtesten (über 67%). Dies macht deutlich, dass zusätzliche Informationen auf der Verpackung vor allem für die wenig involvierten Kunden eine Hilfe darstellten. Die Gruppe mit einem mittleren Anteil (34 bis 66%) befand sich zwischen den beiden Extremen.

Für die Fleischkenner ist SB-Fleisch allerdings keine Alternative zum unverpackten Angebot. Entsprechend sind die Ablehner von SB-Fleisch auch eher bereit, einen höheren Preis für gute Qualität zu zahlen und das Bio-Angebot bei Fleisch zu nutzen. Den größten Teil ihres Fleischbedarfs deckten sie im Fleischerfachgeschäft. Die Fans von SB-Fleisch nutzten dagegen am meisten von den drei Gruppen das Angebot im Discounter. Der Anteil Schweinefleisch am gesamten Fleischkonsum ist in dieser Gruppe am höchsten und Convenience-Produkte wurden nicht ganz so vehement abgelehnt wie bei den übrigen Befragten. In dieser Gruppe befanden sich eher die jüngeren Befragten, bei den Ablehnern eher die älteren. Ebenso lässt sich feststellen, dass die Kunden, welche wenig

**[4] SB-FLEISCH: ÜBERWIEGEND POSITIVES ECHO**



**[5] UNTERSCHIEDLICHES KAUFVERHALTEN**

**Kenner (mit Fachwissen)**

- kochen gern
- kaufen Fleisch, welches zubereitet werden muss
- zahlen für gutes Fleisch gern mehr

**Laien (ohne Fachwissen)**

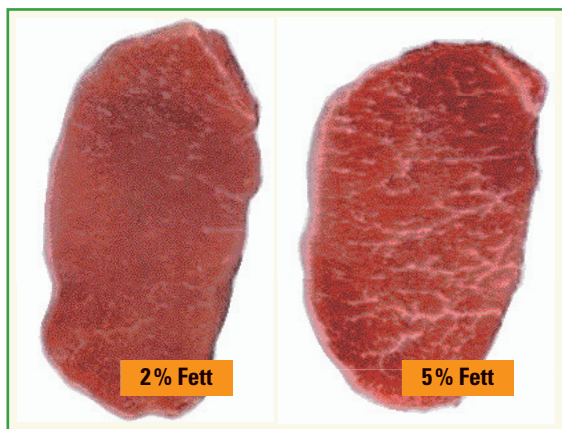
- bevorzugen SB-Fleisch
- kaufen prozentual mehr Geflügelfleisch
- erkennen Qualitätsunterschiede eher weniger

SB-Fleisch kauften, ein höheres Einkommen in ihrem Haushalt zur Verfügung hatten als jene, die häufiger in die SB-Fleischtheke griffen.

**Fleisch-Kenner kaufen anders ein**

Beim Vergleich von Konsumentengruppen mit unterschiedlichem Wissen über Fleisch fällt auf, dass diejenigen Verbraucher, die ihre Kenntnisse mit gut bis sehr gut einschätzen (Fleisch-Kenner), insgesamt häufiger frisches Fleisch für ihren Haushalt einkaufen (siehe Übersicht 5). Hierbei handelt es sich – etwas stärker als bei den Fleisch-Laien und den Verbrauchern mit einem mittelmäßigen Wissensstand – um Minutensteaks und Koteletts, also Fleisch, welches zu Hause noch zubereitet werden muss und gewisse Produktkenntnisse voraussetzt. Weniger häufig wurden dagegen bereits verzehrfertige Produkte wie panierte Schnitzel und SB-verpacktes Fleisch gekauft.

Insbesondere die Gruppe



Die Probanden sollten den Fettgehalt von zwei auf Fotografierten abgebildeten Steaks schätzen. Beide Fettgehalte wurden um ein Vielfaches überschätzt.

der Fleisch-Laien griff bei einem insgesamt geringeren Frischfleischkauf häufiger auf SB-Fleisch zurück – insbesondere zog diese Verbrauchergruppe auch Geflügelfleisch mit einem Anteil von 45,7% am gesamten Frischfleischkauf anderen Fleischarten vor.

Darüber hinaus zeichnen sich die Fleisch-Laien durch einen insgesamt geringeren Stellenwert von Fleisch in ihrer Ernährung aus. Dies schlug sich auch in einer geringeren Preisbereitschaft nieder. Der selbst eingeschätzte geringe Kenntnisstand dieser Gruppe spiegelte sich auch in der tendenziell schlechteren Bewertung von realen Qualitätsparametern wie der Marmorierung wider.

Die Ergebnisse des Wahlexperiments zeigen, dass das geringer marmorierte Fleisch im Durchschnitt gegenüber dem stark marmorierten bevorzugt wird. Das Premiumplabel „Premium Qualität: Extra zart und gut marmoriert“ wies keinen statistisch absicherbaren Einfluss auf die Wahlentscheidung auf. Insbesondere die Fleisch-Laien bzw. die Probanden mit einem hohen SB-Fleischanteil zeigten sich wenig beeindruckt von Siegeln und Labels und konnten Fleischqualitäten weniger gut unterscheiden.

Es wird deutlich, dass diese Verbrauchergruppe Geschmacksunterschiede weniger an der Marmorierung festmacht, wobei nicht erkennbar ist, ob dies auf fehlendem Wissen oder Desinteresse beruht. Eine geringere Wichtigkeit des Geschmacks birgt dabei die Gefahr, dass diese Konsumenten – wie bereits die Ergebnisse zeigen – deutlich öfter zu dem fettärmeren und günstigeren Geflügelfleisch greifen.

## Was sonst noch auffiel

■ Frauen schätzten einen geringen Fettgehalt im Fleisch wichtiger ein als Männer. Für das weibliche Geschlecht gehörte Fleisch nur teilweise zu einem guten Essen dazu. Männer schätzten Fleisch insgesamt gesünder ein als Frauen.

■ Konsumenten, die fünfmal pro Woche oder häufiger Fleisch essen, wiesen den höchsten Anteil Schweinefleisch am gesamten Fleischkauf auf. Verbraucher, die weniger als einmal pro Woche Fleisch aßen, kauften prozentual häufiger Geflügelfleisch ein.

■ Kunden unter 30 Jahre kauften insgesamt mehr Schweinefleisch ein als ältere. Bio-Fleisch wurde von Kunden zwischen 30 und 60 Jahren bevorzugt, jüngere und ältere lehnen es oft ab. Verbraucher über 60 Jahre kauften am wenigsten SB-Ware und bevorzugten Fleisch mit Gütesiegel.

## Fazit

Insgesamt zeigte die Studie, dass das Image von Fleisch als durchaus positiv bezeichnet werden kann. Allerdings nimmt nur ein Teil der Befragten Qualitätsunterschiede bei Frischfleisch wahr. Gut drei Viertel der Verbraucher wäre be-

reit, für qualitativ höherwertiges Fleisch aus dem Premiumsegment etwas mehr Geld zu bezahlen.

Ferner zeigte sich, dass die Käufer von SB-Fleisch eher jünger sind und insgesamt nur über ein mittleres bis geringes Wissen über Fleisch verfügen. Dies spiegelt sich auch in einer schlechten Produktkenntnis wider. Da sie die Qualität von Fleisch eher nicht bewerten können, sind sie prinzipiell auch weniger bereit mehr für qualitativ höherwertiges Frischfleisch zu zahlen.

Alles in allem offenbaren die Ergebnisse, dass sich nur wenige gut über Fleisch und Fleischqualität informiert fühlen. Dies zeigt den noch vorhandenen Handlungsspielraum der Unternehmen in der Fleischwirtschaft. Sie sollten künftig alles daran setzen, die Unwissenheit und Verunsicherung der Verbraucher durch vertrauenswürdige Kommunikation und aussagekräftige Informationen abzubauen, um vorhandenes Potenzial auszuschöpfen.

.....  
*Friederike Albersmeier, Dr. Daniel Mörlein,  
Prof. Achim Spiller, Universität Göttingen*

**Anzeige**

**Kunde: Nedap**

**Format: 1/3**

**Farbe: 4c**