

Qualität von verarbeiteter biologischer Babynahrung aus Konsumenten- und Herstellersicht

Seidel, K.¹ und Vairo, D.², Zanolì, R.² Kretzschmar, U.³

Keywords: quality, processing, processor survey, baby food, consumer survey.

Abstract

A consumer as well as a processor survey has been carried out in order to identify awareness, expectations and demands on the quality of organic processed vegetable baby food. In this paper we present the preliminary results for German and Italian consumers when purchasing vegetable baby purees. In contrast to vegetable baby puree in general, organic vegetable baby puree is considered additionally under aspects of its processing, safety, health benefits and sustainability. Ideas about the processing of baby purees turn out to be rather fuzzy. The processor survey showed no differences between organic and conventional processing. Nevertheless there are possibilities to optimise the process quality and differentiate the organic processing from ordinary methods.

Einleitung und Zielsetzung

Die Verbrauchernachfrage nach gesunden, sicheren und hochwertigen Lebensmitteln steigt stetig (Magkos et al. 2006). Vor diesem Hintergrund wächst auch die Nachfrage nach biologischen Produkten. Wie mehrere Umfragen zeigen, vertraut ein signifikanter Anteil an Biokonsumenten darauf, dass ökologische Lebensmittel eine bessere Qualität aufweisen als die übrigen. Dies erklären sie damit, dass Bioprodukte "besser schmecken" und "für einen selbst besser sind". Zudem stellen diese Begründungen die wichtigsten Kaufargumente dar (Zanolì et al. 2004). Gleichzeitig fragen immer mehr Verbraucher nach stark verarbeiteten Bioprodukten mit bspw. einer längeren Haltbarkeit oder bequemen Zubereitung (Convenience). Die „bessere Qualität“ der Biorohstoffe innerhalb des Verarbeitungsprozess zu erhalten oder zu verbessern, wird die zukünftige Herausforderung für den Biosektor. Dabei liegt für viele Verarbeitungsunternehmen die besondere Qualität der biologischen Verarbeitung in schonenden Verfahren, frischen Produkten und der Authentizität (Echtheit) der Produkte (Kretzschmar U. and Schmid O. 2006). Welche aktuellen Meinungen Verbraucher und Hersteller zu biologisch verarbeiteten Gemüse haben, wurde innerhalb des Core organic QACCP Projekts am Beispiel von Karottenbabybrei erhoben⁴. Die Untersuchungen zielten einerseits darauf ab das Bewusstsein, die Erwartungen und die Einstellungen der Verbraucher zu untersuchen demgegenüber wurden auch die Hersteller nach ihren Erwartungen, Vorstellungen und Ansprüchen an die Qualität von biologisch verarbeiteten Produkte befragt.

¹ FiBL Forschungsinstitut für biologischen Landbau, Ackerstrasse, 5070, Frick, Schweiz, kathrin.seidel@fibl.org, www.fibl.org

² DIIGA, Polytechnic University of Marche, Via Breccia Bianche, 60131 ANCONA, Italien, Daniela@agrecon.univpm.it

³ FiBL Forschungsinstitut für biologischen Landbau, Ackerstrasse, 5070, Frick, Schweiz, ursula.kretzschmar@fibl.org, www.fibl.org

⁴ Diese Studie ist Teil des EU finanzierten Forschungsprojektes CORE ORGANIC "Quality analysis of critical points within the whole food chain and their impact on food quality, safety and health" – QACCP

Methoden

Um die Einstellung, die Erwartungen und das Qualitätsbewusstsein der Verbraucher zu untersuchen wurde eine qualitative Marktforschungserhebung anhand von insgesamt 5 Fokusgruppen durchgeführt¹. Sensorische, ernährungsphysiologische und weitere (z.B. Energieverbrauch, Transportstrecken sog. „food miles“) Qualitätsaspekte von biologischer Säuglingsnahrung stand im Mittelpunkt der Untersuchung. Dazu fanden im Oktober 2007 drei Fokusgruppeninterviews in Deutschland (DE) und im November 2007 weitere zwei in Italien (IT) statt. Die Gruppen bestanden jeweils aus 7 bis 11 Teilnehmern, welche eine Aufwandsentschädigung von 25 EUR erhielten. Rekrutierungskriterien für Fokusgruppenteilnehmer waren in Deutschland und in Italien die gleichen². Die Gruppensitzungen dauerten ungefähr zwei Stunden und hatten einen Diskussionsleitfaden in deutsch und italienisch zur Grundlage. Die Gespräche wurden aufgezeichnet und analysiert und stellen eine orientierende qualitative Analyse dar.

Ein einheitlicher Fragebogen sowie ein vereinfachtes Fließdiagramm des Herstellungsprozesses dienten als Gesprächsgrundlage der Produzentenbefragung. Nach einem erfolgreichen Pretest, wurde die Befragung als Telefoninterview mit der Unterstützung einiger Projektpartner im September und Oktober 2007 durchgeführt. Die Auswahl der Experten erstreckte sich auf Spezialisten aus der Qualitätssicherung oder Produktentwicklung von ausschließlich biologisch produzierenden (B) oder biologisch und konventionell produzierenden (BK) Unternehmen, die in Europa Babynahrung aus Gemüse herstellen oder vertreiben. Experten aus der Schweiz, Deutschland, den Niederlanden, Italien, Frankreich und Finnland nahmen an der Befragung teil. Offene und geschlossene Fragen wurden formuliert, um besondere Erfahrungen und Anforderungen der Hersteller an beispielsweise die Lebensmittelsicherheit, die Haltbarkeit und die sensorische und ernährungs-physiologische Qualität von biologisch produzierter Babygläschenkost zu ermitteln. Die Interviews der Produzenten wurden qualitativ ausgewertet und stellen eine beschreibende Fallstudie dar.

Ergebnisse und Diskussion

Aufgrund der Ergebnisse sowohl aus Deutschland als auch aus Italien, kann festgehalten werden, dass sich Verbraucher auf Grund von unterschiedlichen Faktoren für ein Biobabynahrungsprodukt entscheiden. Bioprodukte vermitteln eine hohe Produktqualität, da einige Qualitätsmerkmale wie beispielsweise die Freiheit von Chemie und Gentechnik als garantiert angenommen werden. Aber auch die Rezeptur, die lokale Herkunft, der Bezugsort und die Verpackung aus Glas stellen entscheidungsrelevante Produkteigenschaften dar.

Dabei sollte die Verwendung von Salz, Zucker, Süsstoff, Zuckerersatzstoffen, Gewürzen und allen Arten von Konservierungs-, Geschmacks-, Verdickungs- und Farbstoffen vermieden werden. Zusätzlich scheinen Inhaltsstoff- und Nährwertangaben sehr wichtig zu sein. Die lokale Herkunft gewährleistet frische Produkte, eine unmittelbare Verarbeitung und ist zudem umweltschonend (food miles); Gleichzeitig haben in Italien deutsche Säuglingsnahrungs-Marken ein sehr hohes Markenansehen. Als

¹ Quantitative market research will be used in order to explore consumer willingness-to-pay regarding each quality characteristics (attributes)

² Agreed criteria for recruiting and quotas were as follows: (1) Responsible for family food purchases: 100% of consumers; (2) Gender: 100% female (mothers); (3) Organic consumption: 100% consumers buying organic 1 or more times/week or less than 1 time/week spending more than 5 euros/month; (4) Purchased vs home-made baby food: at least 1/3 and at most 2/3 consumers purchasing baby food and at least 1/3 and at most 2/3 self-preparing baby food; (5) Employment: at least 1/3 and at most 2/3 full-time or part-time worker and at least 1/3 and at most 2/3 housewives

Einkaufsstätten werden in Italien spezialisierte Bioläden bevorzugt. Falls das Vertrauen in das Geschäft fehlt gelten Marken als ein wichtiger Orientierungspunkt (IT). In DE wird Biobabybrei gerne in Geschäften mit einer hohen Angebotstiefe gekauft. Discounter erscheinen gegenüber anderen Bezugsorten weniger vertrauensvoll (DE). Lediglich Gläser werden als Verpackung akzeptiert. Transparentes Glas lässt eine Betrachtung der Babynahrung zu und wird daher bevorzugt, zudem sollte die Verpackung ansprechend und natürlich sein (DE). Im Allgemeinen wird Säuglingsnahrung aus Gemüse nur in besonderen Fällen (Notfällen) gekauft (IT); üblicherweise bereiten die meisten der Teilnehmer aus Deutschland und Italien Säuglingsnahrung selbst zu (home-made babybrei). Kenntnisse über die industrielle Herstellung sind gering. Die Fokusgruppenteilnehmer schienen weder gut informiert zu sein, noch kennen sie die Herstellungsverfahren der konventionellen und biologischen Verarbeitung. Zudem konnte kein besonderes "Mutterprofil" identifiziert werden. Generell gibt es Mütter, welche sich sehr für Labels interessieren und andere die die Kennzeichnung überhaupt nicht beachten, da sie Vertrauen in die Einkaufsstätte oder eine spezielle Marke haben.

Die meisten der interviewten Hersteller folgen höheren Qualitätsstandards (z.B. IFS, Demeter, BioSuisse etc.) als den gesetzlichen. Dabei sind besonders Aspekte der Lebensmittelsicherheit aber auch die Qualität der Rohstoffe strenger geregelt. Darüber hinaus ist der Verzicht auf Zusatzstoffen ein bedeutendes Qualitätskriterium für Hersteller (BK). Für Experten, die ausschließlich biologische Babynahrung produzieren, stellt die Herstellungstechnik einen wichtigen Qualitätsaspekt dar. Die Befragung zeigte jedoch, dass momentan keine unterschiedlichen Herstellungsweisen für biologische oder konventionelle Säuglingsnahrung angewandt werden. Allein die Rezeptur kann sich unterscheiden, so wird die Verwendung von Zusatzstoffen in Bioprodukten vermieden und stattdessen natürliche Stoffe mit technologischer Wirkung angewendet (z.B. Ascorbinsäure aus Zitronensaftkonzentrat). Alle Hersteller verwenden hauptsächlich vorverarbeitete Rohstoffe (z.B. gefrorene Gemüsewürfel), da diese in konstanter Qualität während des gesamten Jahres verfügbar sind. Manche Unternehmen achten stärker auf die Wachstums- und Erntebedingungen sowie die Sorte ihrer Rohstoffe (B). Weiter akzeptieren die meisten Hersteller sensorische Schwankungen der Rohstoffe (Farbe, Geschmack, Geruch) und kommunizieren diese, in Form einer Verpackungsaufschrift, an ihre Kunden. Wie die spontane QACCP Analyse zeigte, sehen die Hersteller qualitätsbeeinflussende Punkte in der Verwendung von frischen Rohstoffen und dem Abfüll- und Sterilisationsschritt. Frische Rohstoffe könnten einerseits die Lebensmittelsicherheit (Kontamination mit Erde, Nitrat oder Schwermetallen) gefährden andererseits ist über den Qualitätsverlust (ernährungsphysiologisch, sensorisch) durch die Vorverarbeitung und Lagerung noch wenig bekannt. Ähnlich verhält es sich mit der Sterilisation. Optimierungsmöglichkeiten bestehen für Biohersteller vor allem in der ernährungsphysiologischen aber auch in der sensorischen Qualität (B). Aber auch in der Verpackung oder der Haltbarkeit werden Optimierungsmöglichkeiten gesehen (BK). Nach Einschätzung der Hersteller erwarten Verbraucher oder Käufer von Biosäuglingsnahrung Zusatzstofffreiheit sowie qualitativ hochwertige Rohstoffe und Verpackungen.

Schlussfolgerungen

Deutsche und italienische Konsumenten entscheiden sich auf Grund von produktspezifischen Kriterien (wie Zutaten, Zusatzstoffe, Sensorik) sowie marketingrelevante Eigenschaften (Verpackung, Marke, Einkaufsstätte, lokale Herkunft) für ein Biobabynahrungsprodukt. Kenntnisse über die Verarbeitung sind undeutlich und haben keinen Einfluss auf die Kaufentscheidung. Wahrscheinlich rührt dies aus einem generell mangelnden Wissen der Verbraucher über industrielle Herstellungsverfahren. Die Produzentenumfrage zeigt zudem, dass sich der Herstellungsprozess von biologi-

scher und konventioneller Babynahrung nicht unterscheidet. Hierin besteht ein grosses Optimierungspotenzial. Die Qualität der Bioprodukte sollte sich auch durch eine besondere Verarbeitung abheben, die ernährungsphysiologisch und sensorisch wertvolle, umweltfreundliche und sichere Produkte hoher Qualität erzeugt. Speziell für Säuglingsnahrung aus Gemüse kann eine Prozessoptimierung in der Qualität der Rohstoffe (frisch, semi-finished) oder der Sterilisation liegen.

Danksagung

Die Verfasser bedanken sich für die finanzielle Förderung des Core organic QACCP Projekts durch das Bundesamt für Landwirtschaft in Bern, Schweiz.

Literatur

- Kretzschmar U. and Schmid O. (2006): Approaches used in organic and lowinput food processing – Impact on food quality and safety. Report.
- Magkos F., Arvaniti F., Zampelas A. (2006): Organic food: buying more safety or just peace of mind? A critical review of the literature. *Critical Reviews in Food Science and Nutrition* 46: 23–56.
- O'Doherty Jensen K., Larsen H.N., Mølgaard J.P., Andersen J.-O., Tingstad A., Marckmann P., Astrup A., (2001): Organic foods and human health. Proceedings of the European conference: Organic Food and Farming. Towards Partnership and Action in Europe. Danish Ministry of Food, Agriculture and Fisheries, Copenhagen 10-11 May 2001, 172-177
- Zanoli R., Bähr M., Botschen M., Labrenz H., Naspetti S., Thelen E. (2004): The European consumer and organic food. Organic marketing initiatives and rural development vol. 4, School of Management and Business, University of Wales, Aberystwyth/UK.