



Wissen ist Gesundheit

Verbraucher fordern mehr Informationen und setzen Ernährungsbranche unter Druck

Eine neue Umfrage der Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie (BVE) belegt, dass bei zwei Drittel der befragten Unternehmen die Verbraucheranfragen kontinuierlich zunehmen. Sie würden immer differenzierter und fachlich anspruchsvoller, so dass die meisten Unternehmen die Hilfe von hoch qualifizierten Fachexperten benötigten, die meist per Mail mit den Kunden sprechen. Das stelle die mittelständisch geprägte Ernährungsindustrie vor große Herausforderungen. Gerade in Punkto Web 2.0 bestünde bei vielen Unternehmen noch Aufklärungsbedarf.

Die BVE hat, ebenfalls anlässlich der Anuga, die Verbraucherstudie "Consumers` Choice" vorgestellt. Sie befragte gemeinsam mit dem Marktforschungsunternehmen GfK über 30.000 Haushalte zum Thema Einkaufen. Die gute Nachricht: Die meisten Verbraucher haben ein positives Bild von der Lebensmittelqualität in Deutschland. "Sie erwarten aber mehr Informationen von der Wirtschaft", kommentiert Sabine Eichner, Geschäftsführerin der BVE. Die Ernährungsindustrie müsse gemeinsam mit ihren Partnern in der Lebensmittelwirtschaft den Menschen besser erklären, "mit welcher Sorgfalt Produkte hergestellt werden und welchen Beitrag die Unternehmen täglich für Sicherheit, Qualität und Preiswürdigkeit der Lebensmittel leisten". Reine Werbung ist out und Konsumenten reagieren längst nicht mehr auf jeden Medienreiz. Sie fordern stattdessen fachlich fundierte Informationen, bestätigt auch Tudor Andronic, Director Global Retail Solutions beim Unternehmen Bizerba. Das Unternehmen baut PC-Waagen, die Hintergrundinformationen und Nährwertangaben zu tausenden Artikeln bereithalten. "Mitarbeiter an der Frischetheke sehen diese Informationen auf großen Displays ein und beraten die Kunden kompetenter denn je".

Verbraucher achten immer mehr auf Qualität, und der Begriff sei sehr subjektiv geprägt, bestätigt auch Thomas Bachl, Geschäftsführer der GfK. "Die Studie hilft, die unterschiedlichen Qualitätsdimensionen der Verbraucher besser zu verstehen". Erstaunlich: Für 96 Prozent der 30.000 befragten Haushalte ist Qualität, wenn es schmeckt. 37 Prozent sagen, dass Industrie und Handel nicht gut genug über die Qualität der Nahrungsmittel informieren. Die Wirtschaft müsse dem gestiegenen Informationsbedürfnis künftig stärker Rechnung tragen.

Pressekontakt

KLARTEXT ONLINE

Frau KLARTEXT ONLINE
Auf dem Heidgen 27
53127 Bonn

klartextonline.com
info@klartextonline.com

Firmenkontakt

KLARTEXT ONLINE

Frau KLARTEXT ONLINE
Auf dem Heidgen 27
53127 Bonn

klartextonline.com
info@klartextonline.com

Freie Autoren informieren regelmäßig über aktuelle Geschehnisse und Trends in Wirtschaft und Handel, Industrie, Karriere und IT-Welt.

Anlage: Bild

