

PROJEKTLEITUNG: REF1 - 18 -

BUNDESZENTRALE FÜR GESUNDHEITLICHE AUFKLÄRUNG, KÖLN



ERFOLGSKONTROLLE DES PREISAUSSCHREIBENS

"DAS GROSSE VERBRAUCHER-QUIZ"

Umfrage bei 202 Lebensmitteleinzelhändlern

in der Bundesrepublik Deutschland

10002PA

durch

INFRATEST

München

Erhebung: Okt./Nov. 1975

Bericht: Dezember 1975

INFRATEST

München

- 1 -

Vorbemerkung

Die Ergebnisse der Fragen, die nachfolgend tabellarisch dargestellt sind, stammen aus einer Umfrage beim Lebensmitteleinzelhandel mit dem Rahmenthema "Gesundheitlicher Verbraucherschutz", die vom Infratest-Institut, München, durchgeführt wurde.

Die Umfrage lief in der Zeit vom 24.10. - 20.11.1975 im Feld. Zielpersonen waren Inhaber von Lebensmittelgeschäften, Filialleiter oder Pächter von Geschäften, die zu Lebensmittelhandelsketten gehören, sowie Leiter von Lebensmittelabteilungen in Kaufhäusern und Verbrauchermärkten. Die Stichprobengrösse betrug 202 Personen in der Bundesrepublik und West-Berlin, ausgewählt nach dem Quota-Verfahren (Quotierungsmerkmal: "Geschäftstyp") mit den Schichtungskriterien: Verteilung über die Bundesländer sowie innerhalb der Bundesländer über die Gemeindegrössenklassen.

Die Befragungen fanden als mündliches Interview mit halb-strukturiertem Fragebogen statt, wobei den Zielpersonen das Faltblatt "Das grosse Verbraucher-Quiz" vorgelegt wurde (Motiv s. letzte Seite).

Der Inhalt der Fragen ist mit der BZgA abgestimmt.

München, im Dezember 1975

Umfrage Nr. 75 4235

INFRATEST

Teil: Verbraucherschutz

GESUNDHEITLICHER VERBRAUCHERSCHUTZ

Erfolgskontrolle des Preisausschreibens

"Das grosse Verbraucher-Quiz"

I. Innerhalb des Rahmenthemas "Gesundheitlicher Verbraucherschutz" verfolgte das o.a. Preisausschreiben, das den Ende September 1975 erscheinenden Ausgaben von "Hör Zu", "Test" und "Lebensmittelzeitung" beigelegt war, folgende Kommunikationsziele:

- a) Motivierung zur Beschäftigung mit der Thematik "Gesundheitlicher Verbraucherschutz",
- b) Verstärkung des Problembewusstseins des Verbrauchers und Förderung eines bewussteren Einkaufs- und Konsumverhaltens.

Die Beteiligung des Mediums "Lebensmittelzeitung" sollte ferner induzieren:

- c) Stärkung des Problembewusstseins des Handels im Sinne eines gesundheitlichen Verbraucherschutzes sowie
- d) Hinweise und Vorbereitung auf den aufgeklärteren Verbraucher durch den Handel.

In diese Zielsetzungen integriert war die Übermittlung von Informationen über die Rechte des Verbrauchers, die sich aus dem ab 1.1.1975 geltenden Lebensmittelrecht ergeben (Lebensmittel- und Bedarfsgegenstandesgesetz).

Die Umfrage sollte vor allem Aufschluss darüber geben, welche Einstellungen der Lebensmitteleinzelhandel zu den geänderten Bestimmungen des Lebensmittel- und Bedarfsgegenstandesgesetzes einnimmt, wie er ausgewählte Bestimmungen beurteilt und welche Erfahrungen er seit Inkrafttreten der geänderten Vorschriften mit dem Lebensmittelrecht insgesamt gemacht hat. Dabei interessierte ebenfalls die Beurteilung der Preisausschreiben-Aktion.

II. Zusammenfassung zentraler Untersuchungsergebnisse

1. Generelle Erfahrungen seit Inkrafttreten des geänderten Lebensmittelrechtes

- Die Hälfte der befragten Lebensmitteleinzelhändler gibt an, noch keine Erfahrungen bezüglich Änderungen des Lebensmittelrechtes gemacht zu haben bzw. es nicht zu kennen. Andererseits sei der Verbraucher - im allgemeinen - kritischer geworden, ohne spezielle Motive für diese Verhaltensänderung angeben zu können.
- Die generelle Frage nach positiven und negativen Aspekten des geänderten Lebensmittelrechtes erbrachte extrem gegensätzliche Auffassungen: Knapp die Hälfte aller angesprochenen Lebensmitteleinzelhändler sieht nur Nachteile für den Handel damit verbunden, gut die Hälfte (53%) nur Vorteile.

Während noch ein Drittel der genannten 53%-Positiväusserungen konkret den Schutz des Verbrauchers und seine Information als generell positiven Aspekt beinhaltet und ein weiterer Anteil spezielle Verordnungen des geänderten Lebensmittelrechtes (z.B. 8% die Angabe des Herstellungs- oder Verfallsdatums), beschränken sich die sonstigen positiven Meinungen auf eine lediglich allgemeine Zustimmung zur gegenwärtigen Situation. Auch die Negativäusserungen spiegeln vorwiegend ein Pauschalurteil. 1% der befragten Lebensmitteleinzelhändler fordern sogar eine weitere Verschärfung des Gesetzes (z.B. erweiterte Datumskennzeichnungspflicht bei mehr Lebensmitteln).

2. Beurteilung ausgewählter Bestimmungen des geänderten Lebensmittelrechtes

Bei der gestützten Beurteilung ausgewählter Bestimmungen vermindert sich der Anteil derjenigen, die vorwiegend/nur Negatives über die neuen gesetzlichen Verordnungen zu berichten wissen:

- Das gesetzliche Ziel "Verstärkung und Erweiterung des Schutzes vor Gesundheitsgefährdung" wird von 47% der Lebensmitteleinzelhändler positiv beurteilt; 10% betrachten die Gesetzesänderung als unnötig; 5% meinen, "dass sich doch nichts geändert hat".
- Die "Verstärkung und Erweiterung des Schutzes vor Irreführung und Täuschung" wird von 36% bejaht, vor allem von Großstädtern und Lesern der im Streuplan berücksichtigten

Zeitschriften.

Jedoch gaben 17% der Einzelhändler an, Täuschung gäbe es überhaupt nicht oder sie läge in erster Linie beim Produzenten und nicht beim Handel oder dass es sich um ein unnötiges Gesetz handle.

- Die "Intensivierung der Lebensmittelüberwachung" wird von 34% der Lebensmitteleinzelhändler begrüsst. Die positive Resonanz ist auch hier in der Grosstadt höher als auf dem Dorf. 18% stehen der Kontrolle eher ablehnend gegenüber.
- Die "Reform des Lebensmittelstrafrechts" wird von 27% der Lebensmitteleinzelhändler befürchtet, 6% sehen die Bestimmungen expressis verbis als zu streng an. Ein Grossteil kann - mangels Erfahrungen - dazu keine konkreten Aussagen machen.

3. Verbraucherreaktionen auf das geänderte Lebensmittelrecht

17% der Lebensmitteleinzelhändler haben von Verbraucherseite Reaktionen zu der Gesetzesänderung gehört. Verbraucher in Mittel- und Grosstädten haben sich stärker dazu geäußert als Dorfbewohner. Lebensmittelhändler, die das Preisausschreiben selbst erhalten/gelesen haben, gaben häufiger an, Reaktionen des Verbrauchers dazu gehört zu haben.

4. Eigene Information und Information des Personals über das geänderte Lebensmittelrecht

- Informationsquellen: 32% Studium der Fachzeitschriften
24% Informationen der Geschäftsleit.
19% Broschüre Einzelhandelsverband
13% Zeitschriften, Zeitungen
8% Gesetzestexte

Je nach Geschäftstyp variiert die Informationsquelle: Filialgeschäfte, Ketten- und Genossenschaftsläden können sich auf Informationen der Zentrale stützen, freie Lebensmitteleinzelhändler müssen sich aus eigener Initiative Wissen aneignen. Das Fernsehen wird nur von 3% der Befragten als Informationsquelle genannt.

- 10% der befragten Lebensmitteleinzelhändler haben sich noch nicht über das geänderte Lebensmittelrecht informiert.

- 28% der Lebensmitteleinzelhändler schulen ihr Personal im Hinblick auf gesetzliche Vorschriften nicht. Wenn Schulung, dann in erster Linie in Form von Besprechungen im Kollegenkreis (27%). 20% veranlassen spezielle Vorträge zu diesem Thema oder eine Spezialschulung des Personals (3% Seminare). 16% informieren durch Umläufe oder einen Aushang am Schwarzen Brett.
- 8% der Lebensmitteleinzelhändler sind vom Personal schon auf Gespräche mit Kunden hingewiesen worden, die auf Änderungen im Lebensmittelrecht zurückgehen. Bei ebenso 8% dieser Personalmitteilungen handelte es sich um Beanstandungen und Reklamationen.

5. Lebensmitteleinzelhändler, die das Faltblatt "Das grosse Verbraucher-Quiz" erhalten haben

17% aller befragten Lebensmitteleinzelhändler ist das Faltblatt bekannt (gestützte Erinnerung). Nahezu alle von ihnen, die das Faltblatt erhalten haben, haben es auch gelesen. Fast die Hälfte hat es sogar - jeweils nach eigenen Angaben - gründlich studiert.

6. Beurteilung des Preisausschreibens durch den Lebensmittel-einzelhandel

Zwei von drei Lebensmitteleinzelhändlern beurteilen die Preisausschreiben-Aktion als wichtig oder sehr wichtig, ein knappes Viertel sieht sie als weniger wichtig an, 8% halten sie für unwichtig. Auf dem Dorf sieht man weniger als in der Grosstadt Vorteile damit verbunden.

Eine negative Beurteilung der Preisausschreiben-Aktion wird hauptsächlich damit begründet, dass das Faltblatt nicht gelesen würde und / oder die Aktion zu teuer sei.

7. Einstellungen zur Situation des Handels und des Verbrauchers, die durch das ab 1.1.1975 geltende Lebensmittelrecht geschaffen wurde

- 59% aller befragten Einzelhändler sind der Ansicht, dass sich die Verbraucher für Aufklärungsaktionen, wie sie das Faltblatt mit dem Preisausschreiben darstellt, nicht interessieren. Auf dem Dorf wird das geringste Interesse des Publikums an der Preisausschreiben-Aktion unterstellt.

Aber 76% aller Einzelhändler geben an, beobachtet zu haben, dass der Verbraucher immer kritischer wird. Primär aus dieser Erfahrung ist die Befürchtung (47%) zu verstehen, dass das Preisausschreiben dem Thema "Gesundheitlicher Verbraucherschutz" eine übertriebene Aktualität verschaffen, die sich für den Handel negativ auswirken könne. Auf dem Dorf findet sich diese Auffassung verstärkt ausgeprägt.

- Fast alle Lebensmitteleinzelhändler (94%) wissen, dass der Verbraucherschutz schon längere Zeit aktuell ist. Ebenso viele geben an, dass die Bestimmungen zum Schutz des Verbrauchers auch schon vor dem 1.1.1975 eingehalten worden seien, dass es also der Gesetzesänderung nicht bedurft hätte. Lebensmitteleinzelhändler, die das Preisausschreiben kannten, teilen diese Auffassung nicht so häufig.
- 37% der Befragten befürchten, dass Aktionen à la Preisausschreiben-Faltblatt den Verbraucher gegen den Handel einnehmen könnten. Befragte, die das Preisausschreiben erhalten / gelesen haben, hegen stärker diese Befürchtung.
- 31% der Lebensmitteleinzelhändler vertreten die Ansicht, dass der Verbraucher vom geltenden Recht einseitig begünstigt werde. Je kleiner die Gemeinde ist, in der das Geschäft des Befragten liegt, umso eher wird dieser Vermutung Raum gegeben.
- Aber 76% vertrauen - alles in allem - darauf, dass der Verbraucher, der seine Rechte kennt, (auch) die Anstrengungen des Handels honoriert. Auch diese Meinung findet sich auf dem Dorf eher als in der Großstadt.

— — — — —

Hinweise für die Auswertung der Tabellen

- Die Tabellen sind prozentuiert, vereinzelt enthalten sie auch absolute Zahlen (Geschäftstyp). Basis ist die jeweilige Zahl der Fälle, die im Tabellenkopf verzeichnet ist. Die Prozentuierung erfolgt senkrecht auf 100%. Bei Mehrfachnennungen gehen die Angaben über 100% hinaus.
- Die mit +) versehenen Tabellenangaben stellen infolge der ihnen zugrundeliegenden kleinen Fallzahlen (unter 50 Einheiten) lediglich Richtwerte dar.

- Fortsetzung -

Frage 4: Was beurteilen Sie als negativ an den
geänderten Lebensmittelrecht?

GRUNDGESAMTHEIT:

Lebensmitteleinzelhandel in der BRD und in West-Berlin

	G E S C H Ä F T S T Y P			
	GESAMT	Kaufhäuser/ Einkaufs-/ Verbraucher- märkte	Lebensmittelfilialen/ Geschäfte, die zu Ketten/Genossen- schaften gehören	Freie Lebens- mitteleinzel- handels- geschäfte
Basis	202	7	118	72
	§	abs.	§	§
Zu kurze Verfallsdaten	3	-	3	2
Hersteller hält Datum nicht ein. liefert kurz vor Verfall aus	2	-	3	1
Datumsangabe auf zu wenig Waren angeordnet	1	-	2	-
Mangelnde falsche Information des Kunden	4	1	3	6
Vorunsicherung des Kunden	2	-	1	4
Gesetzgeber hinsichtlich der Kontrollen überfordert	2	1	2	-
Verbraucher beschwert sich zu schnell	1	1	1	1
Sonstiges	7	-	8	5
Wiß nicht	3	1	2	4
Nichts negatives. Keine Angabe	53	4	53	52
	105	16	105	99

Frage 7: Haben Sie von Verbraucherseite Reaktionen auf
das nunmehr geltende Lebensmittelrecht gehört?

GRUNDGESAMTHEIT:
Lebensmitteleinzelhandel in der BRD und in West-Berlin

	G E S C H Ä F T S T Y P			
	GESAMT	Kaufhäuser/ Einkaufs-/ Vorbraucher- märkte	Lebensmittelfilialen/ Geschäfte, die zu Ketten/Genossen- schaften gehören	Preis Lebens- mitteleinzel- handels- geschäfte
Basis	202	7	118	72
	§	abs.	§	§
Ja	17	1	19	16
Nein	82	6	79	84
Keine Angabe	1	0	2	-
	<u>100</u>	<u>7</u>	<u>100</u>	<u>100</u>

Frage 9: Bitte sagen Sie mir, wie Sie die Bestimmungen auf dieser Liste aus der Sicht des Handels beurteilen (Listenvorlage)

GRUNDGESAMTHEIT:

Lebensmitteleinzelhandel in der BRD und in West-Berlin

		G E S C H Ä F T S T Y P			
		GESAMT	Kaufhäuser/ Einkaufs-/ Verbraucher- märkte	Lebensmittelfilialen/ Geschäfte, die zu Ketten/Gesessen- schaften gehören	Preis Lebens- mitteleinzel- handels- geschäfte
VERSTÄRKUNG UND ERWEITERUNG DES SCHUTZES VON GESUND- HEITSGEFÄHRDUNG	Basis	202	7	118	72
		ß	abs.	ß	ß
Positiv		47	3	48	38
Schützt den Verbraucher		7	1	6	8
Positiv, daß chemische Zusätze deklariert werden müssen		3	-	3	3
Gut ist Aufklärung über gesundheits- gefährdende Stoffe		3	-	2	4
Gesundheitskontrollen des Personals werden durchgeführt		2	-	2	1
Schon längere Zeit notwendig		2	-	2	2
Muß ausgebaut werden		2	-	1	3
Muß überwacht werden		2	-	3	1
Achte selbst immer schon darauf		2	-	3	

- Fortsetzung nächste Tabelle -

- Fortsetzung -

Frage 9: Bitte sagen Sie mir, wie Sie die Bestimmungen auf dieser Liste aus der Sicht des Handels beurteilen (Listenvorlage)

GRUNDGESAMTHEIT:

Lobensmitteleinzelhandel in der BRD und in West-Berlin

des Handels strukturiert (Liefenverträge)

		G E S C H Ä F T S T Y P			
	GESAMT	Kaufhäuser/ Einkaufs-/ Verbraucher- märkte	Lobensmittelfilialen/ Geschäfte, die zu Ketten/Genossen- schaften gehören	Freie Lobens- mitteleinzel- handels- geschäfte	
VERSTÄRKUNG UND ERWEITERUNG DES SCHUTZES VOR GESUND- HEITSGEFÄHRDUNG	Basis	202	7	118	72
	§	abs.	§	§	
Kunde muß auch selbst aufpassen	2	-	3	-	
Beginnt beim Hersteller	2	-	3	1	
Auswirkungen nicht bekannt	4	-	3	5	
Gesetz hätte nicht erweitert zu werden brauchen, war ausreichend	10	2	9	12	
Hat sich nichts geändert	5	1	4	5	
Verbraucher zu wenig informiert	1	-	1	1	
Sonstiges	4	-	3	6	
Keine Angabe	6	1	6	6	
	106	8	102	98	

Frage 9: Bitte sagen Sie mir, wie Sie die Bestimmungen auf dieser Liste aus der Sicht des Handels beurteilen (Listenvorlage)

GRUNDGESAMTHEIT:

Lebensmitteleinzelhandel in der BRD und in West-Berlin

		GESAMT	GEMEINDEGRÖßENKLASSE			REGELMÄSSIGE LESER VON			PREISAUSSCHREIBEN		
			Unter 20000 EW	20000 - unter 100000	100000 u. mehr EW	HÖR ZU	TEST	Lebensmittelzeitung	Erhalten	Gelesen	
VERSTÄRKUNG UND ERWEITERUNG DES SCHUTZES VOR IRREFÜHRUNG UND TÄUSCHUNG		Basis	202	86	45 +)	71	66	29 +)	133	35 +)	33 +)
		§	§	§	§	§	§	§	§	§	
Positiv ,			36	38	29	56	45	45	49	47	48
Täuschung und Irreführung müssen verschwinden			4	6	7	1	6	7	4	6	6
Schutz des Verbrauchers			2	-	7	-	2	3	1	-	-
Gibt jetzt weniger Beschwerden von Kunden			2	3	-	-	2	-	-	-	-
Halbvolle Packungen müssen verschwinden			4	2	-	7	5	3	3	3	3
Einheitliche Packungen			3	3	2	3	3	10	4	6	6
Gewichtsangaben sind klarer geworden			3	6	2	-	3	3	3	-	-
Laufende Kontrolle der Verfalldaten			2	4	-	-	2	-	1	3	-
Schutz des Einzelhandels			1	-	4	-	-	7	2	-	-
Reicht aus, Mißbrauch ausgeschlossen			4	6	1	3	3	-	5	6	6

- Fortsetzung nächste Tabelle -

- Fortsetzung -

Frage 9: Bitte sagen Sie mir, wie Sie die Bestimmungen auf dieser Liste aus der Sicht des Handels beurteilen (Lintonvorlage)

GRUNDGESAMTHEIT:

Lebensmitteleinzelhandel in der BRD und in West-Berlin

		G E S C H Ä F T S T Y P			
		GESAMT	Kaufhäuser/ Einkaufs-/ Vorbereiter- märkte	Lebensmittelfilialen/ Geschäfte, die zu Ketten/Genossen- schaften gehören	Freie Lebens- mitteleinzel- handels- geschäfte
VERSTÄRKUNG UND ERWEITERUNG DES SCHUTZES VOR IRRE- FÜHRUNG UND TÄUSCHUNG	Basis	202	7	118	72
		§	abs.	§	§
Packung täuscht oft über Inhalt		2	1	-	4
Unnütziges Gesetz		8	1	9	7
Täuschung kommt beim Einzelhandel weniger vor, liegt beim Hersteller		6	-	7	5
Keine Täuschung bekannt		3	-	2	4
Gesetz müßte strenger gehandhabt werden		2	1	2	-
Führt zu Preiserhöhungen		2	1	-	3
Verkaufen nur abgepackte Ware		2	-	2	3
Sonstiges		5	1	6	4
Wird nicht		4	-	4	3
Keine Angabe		6	-	8	8
		101	13	98	103

Frage 9: Bitte sagen Sie mir, wie Sie die Bestimmungen auf dieser Liste aus der Sicht des Handels beurteilen (Listenvorlage)

GRUNDESAMTHEIT:

Lebensmitteleinzelhandel in der BRD und in West-Berlin

		G E S C H Ä F T S T Y P			
		GESAMT	Kaufhäuser/ Einkaufs-/ Verbraucher- märkte	Lebensmittelfilialen/ Geschäfte, die zu Ketten/Gesessen- schaften gehören	Preis Lebens- mitteleinzel- handels- geschäfte
INTENSIVIERUNG DER LEBENSMITTELÜBERWACHUNG	Basis	202	7	118	72
		§	abs.	§	§
Positiv		31	3	28	39
Hilft den Kunden		1	-	1	3
Ist notwendig (bei manchen Artikeln)		2	-	1	4
Stärkere Kontrollen gewünscht		4	1	4	3
Es müßten alle Geschäftstypen kontrolliert werden		9	3	3	8
Hersteller muß stärker kontrolliert werden		6	-	6	6
Kontrolle nur durch Fachleute		3	-	3	3
Gesetzliche Bestimmungen sind ausreichend		9	1	13	3

- Fortsetzung nächste Tabelle -

- Fortsetzung -

Frage 9: Bitte sagen Sie mir, wie Sie die Bestimmungen auf dieser Liste aus der Sicht des Handels beurteilen (Listenvorlage)

GRUNDGESAMTHEIT:

Lebensmitteleinzelhandel in der BRD und in West-Berlin

		GESAMT	GEMEINDEGRÖSSENKLASSE			REGELMÄSSIGE LESER VON			PREISAUSSCHREIBEN	
			Unter 20000 EW	20000 - unter 100000 EW	100000 u. mehr EW	HÖR ZU	TEST	Lebensmittel-seitigung	Erhalten	Delesen
INTENSIVIERUNG DER LEBENSMITTELÜBERWACHUNG	Basis	202	86	45 +)	71	66	29 +)	133	35 +)	33 +)
		§	§	§	§	§	§	§	§	§
War schon streng genug vor der Reform		4	7	2	3	6	3	4	6	6
Nicht notwendig		7	10	-	7	3	-	6	3	3
Kleinlich, Schikane		5	3	-	10	5	-	3	3	3
Macht mehr Arbeit		2	4	2	-	-	-	2	-	-
Achte (Zentrale) selbst darauf		5	6	7	2	9	10	5	3	3
Sonstiges		6	7	-	7	3	3	3	-	-
Weiß nicht		2	2	2	2	-	-	3	-	-
Keine Angabe		7	9	4	7	5	3	10	3	6
		99	98	102	97	98	102	98	103	99

+) Richtwerte

Frage 9: Bitte sagen Sie mir, wie Sie die Bestimmungen auf dieser Liste aus der Sicht des Handels beurteilen (Listenvorlage)

GRUNDOESANTHEIT:

Lobensmittelleinzelhandel in der BRD und in West-Berlin

		G E S C H Ä P T S T Y P			
		GESAMT	Kaufhäuser/ Einkaufs-/ Verbraucher- märkte	Lobensmittelfilialen/ Geschäfte, die zu Ketten/Genossen- schaften gehören	Freie Lebens- mittelleinzel- handels- geschäfte
REFORM DES LEBENS- MITTELSTRAFRECHTES	Basis	202 §	7 abs.	118 §	72 §
Positiv		25	3	20	32
Nicht nur zum Vorteil des Ver- brauchers, nützt auch dem Handel		2	-	2	1
Sollte strenger sein		3	-	3	3
Bestimmungen		3	-	3	4
Gut, da man bei Anzeige nicht mehr als vorbestraft gilt		1	-	1	1
Hersteller, Kaufhäuser müssen zur Rechenschaft gezogen werden können		3	-	3	3
Reform überflüssig		4	-	3	6
Zu streng		6	-	4	8

- Fortsetzung nächste Tabelle -

- Fortsetzung -

Frage 9: Bitte sagen Sie mir, wie Sie die Bestimmungen auf dieser Liste aus der Sicht des Handels beurteilen (Listenvorlage)

GRUNDESAMTHEIT:

Lebensmitteleinzelhandel in der BRD und in West-Berlin

		GESAMT	GEMEINDEGRÖSSENKLASSE			REGELMÄSSIGE LESER VON			PREISAUSSCHREIBEN	
			Unter 20000 EW	20000 - unter 100000	100000 u. mehr EW	HÖR ZU	TEST	Lebens- mittel- zeitung	Er- halten	Ge- lesen
REFORM DES LEBENS- MITTELSTRAFRECHTES	Basis	202	86	45 +)	71	66	29 +)	133	35 +)	33 +)
		§	§	§	§	§	§	§	§	§
Es hat sich nichts geändert		3	-	-	7	2	-	2	3	3
Schwer anwendbar		3	2	7	1	3	-	3	3	3
Betrifft mich nicht		4	7	2	1	5	-	5	-	-
Keine Erfahrung, kann ich nicht beurteilen		22	21	20	25	11	7	17	9	9
Sonstiges		4	6	4	3	6	-	4	6	6
Keine Angabe		<u>17</u>	<u>32</u>	<u>13</u>	<u>11</u>	<u>17</u>	<u>24</u>	<u>20</u>	<u>36</u>	<u>41</u>
		100	98	101	101	98	99	101	98	98

+) Richtwerte

Frage 10: Wie haben Sie sich über die neuen Bestimmungen des Lebensmittelrechts informiert?

GRUNDOESAMTHEIT:

Lebensmitteleinzelhandel in der BRD und in West-Berlin

	G E S C H Ä F T S T Y P			
	GESAMT	Kaufhäuser/ Einkaufs-/ Verbraucher- märkte	Lebensmittelfilialen/ Geschäfte, die zu Ketten/Genossen- schaften gehören	Freie Lebens- mitteleinzel- handels- geschäfte
Basis	202	7	118	72
	§	abs.	§	§
Fachzeitschriften	32	2	30	37
Broschüre des Einzelhandelsverbandes	19	0	17	24
Rundschreiben d.Zentrolo, Umläufe, Hauspost	24	3	34	5
Zeitschriften, Zeitungen	13	2	12	13
Fernsehen	3	0	3	3
Radio	2	0	2	3
Informationsblätter d.Verbrauchermarktes	4	0	3	5
Gesetzestexte gelesen	8	1	8	6
Gespräche, Diskussionen im Kollegenkreis	1	0	1	2
Seminare	3	1	4	-
Arbeitgeber hat informiert	1	1	1	-
Lieferanten haben informiert	3	0	1	3
Sonstiges	12	0	11	16
Keine Information	10	0	10	13
Keine Angabe	2	0	2	-
	<u>137</u>	<u>10</u>	<u>139</u>	<u>132</u>

Frage 11: Wie informieren und schulen Sie Ihr Personal
im Hinblick auf das nunmehr geltende Lebens-
mittelrecht?

GRUNDGESAMTHEIT:
Lebensmittel Einzelhandel in der BRD und in West-Berlin

	GESAMT	GEMEINDEGRÖßENKLASSE			REGELMÄSSIGE LESER VON			PREISAUSSCHREIBEN	
		Unter 20000 EW	20000 - unter 100000 EW	100000 u. mehr EW	HÖR ZU	TEST	Lebens- mittel- zeitung	Er- halten	Ga- lesen
Basis	202	86	45 +)	71	66	29 +)	133	35 +)	33 +)
	‰	‰	‰	‰	‰	‰	‰	‰	‰
Besprechungen im Kollegienkreis, Fachgespräche	27	23	37	25	36	24	34	37	40
Mündliche Vorträge	15	16	20	12	16	4	19	15	16
Umläufe, Rundschreiben, Aushang	16	17	22	13	22	30	21	28	26
Lehrlinge erhalten Schulung durch Lehrlingsausbilder, Berufsschule	2	3	4	-	2	-	1	3	4
Vorweise auf Fachzeitschriften	5	5	5	3	7	-	6	10	7
Zusätzliche Spezialschulung	5	5	11	2	8	14	6	4	4
Familienbetrieb	4	5	-	5	2	8	2	7	7
Sonstiges	15	8	11	25	8	9	12	12	9
Überhaupt nicht	28	36	13	26	21	20	21	13	14
Keine Angabe	1	1	3	-	2	-	1	3	4
	<u>118</u>	<u>119</u>	<u>126</u>	<u>111</u>	<u>124</u>	<u>109</u>	<u>123</u>	<u>132</u>	<u>131</u>

+) Richtwerte

Frage 18: (Dieses Faltblatt wird über Medien mit hoher Reichweite
gestreut, um den Verbraucher auf seine Rechte hinzuweisen,
die ihm das geltende Lebensmittelrecht gibt)
Warum halten Sie diese Aktion für ...

	F A L T B L A T T I S T				
	GESAMT	Sehr wichtig	Wichtig	Weniger wichtig	Un- wichtig
Basis	202	25 +)	112	47 +)	16 +)
	ß	ß	ß	ß	ß
Der Verbraucher soll informiert werden	53	88	71	11	-
Aufklärung nützt auch den Handel	7	12	11	-	-
Mitwirkung des Kunden am Verbraucherschutz ist erwünscht	2	4	4	-	-
Beseitigt Unsicherheit des Kunden	2	-	4	-	-
Verbund der Massenmedien	4	-	4	9	-
Alles muß seine Ordnung haben	1	4	1	-	-
Wegen der Bilder des Faltblattes	1	12	-	-	-
Faltblatt wird nicht gelesen	19	-	4	33	50
Kunden werden einseitig informiert	3	4	2	6	6
Aktion ist zu teuer	6	-	-	11	48
Früher war das auch nicht notwendig	1	-	-	4	-
Einwände gegen Gestaltung des Preisausschreibens	1	-	-	4	6
Sonstiges	4	4	-	13	6
Kann ich nicht beurteilen	2	-	3	-	6
Keine Angabe	3	-	2	2	13
	<u>109</u>	<u>128</u>	<u>106</u>	<u>113</u>	<u>131</u>

+) Richtwerte

Frage 19: Bitte sagen Sie mir zu jeder Behauptung auf dieser Liste, ob Sie persönlich zustimmen oder nicht zustimmen (Listenvorlage)

GRUNDGESAMTHEIT:

Lebensmitteleinzelhandel in der BRD und in West-Berlin

		G E S C H Ä F T S T Y P			
	GESAMT	Kaufhäuser/ Einkaufs-/ Verbraucher- märkte	Lebensmittelfilialen/ Geschäfte, die zu Ketten/Genossen- schaften gehören	Freie Lebens- mitteleinzel- handels- geschäfte	
Basis	202	7	118	72	
	§	abs.	§	§	
Die Verbraucher werden durch das geltende Lebensmittelrecht einseitig begünstigt					
stimme zu	31	2	30	31	
stimme nicht zu	66	5	67	68	
Keine Angabe	2	0	3	2	
	99	7	100	101	
Durch Aktionen wie dieses Faltblatt wird der Verbraucher gegen den Handel vorgeingenommen					
stimme zu	37	2	36	35	
stimme nicht zu	61	5	61	65	
Keine Angabe	2	0	3	-	
	100	7	100	100	

- Fortsetzung nächste Tabelle -

- Fortsetzung 1 -

Frage 19: Bitte sagen Sie mir zu jeder Behauptung auf dieser Liste, ob Sie persönlich zustimmen oder nicht zustimmen (Listenvorlage)

GRUNDGESAMTHEIT:

Lebensmittelo Einzelhandel in der BRD und in West-Berlin

G E S C H Ä F T S T Y P

	GESAMT	Kaufhäuser/ Einkaufs-/ Verbraucher- märkte	Lebensmittelfilialen/ Geschäfte, die zu Ketten/Gesossen- schaften gehören	Freie Lebens- mittelo Einzel- handels- geschäfte
Basis	202	7	118	72
	§	abs.	§	§
Die meisten Verbraucher interessieren sich gar nicht für Aufklärungen, wie sie in diesem Faltblatt stehen				
stimme zu	59	5	63	53
stimme nicht zu	38	2	36	42
Keine Angabe	3	0	1	5
	100	7	100	100
Aktionen wie dieses Faltblatt verschaffen dem Thema eine übertriebene Aktualität				
stimme zu	47	2	47	30
stimme nicht zu	50	5	50	48
Keine Angabe	3	0	3	2
	100	7	100	100

- Fortsetzung nächste Tabelle -

- Fortsetzung 2 -

Frage 19: Bitte sagen Sie mir zu jeder Behauptung auf dieser Liste, ob Sie persönlich zustimmen oder nicht zustimmen (Listenvorlage)

GRUNDGESAMTHEIT:

Lebensmittel Einzelhandel in der BRD und in West-Berlin

G E S C H Ä F T S T Y P

	GESAMT	Kaufhäuser/ Einkaufs-/ Verbraucher- märkte	Lebensmittelfilialen/ Geschäfte, die zu Ketten/Genossen- schaften gehören	Freie Lebens- mittel Einzel- handelsgeschäfte
Basis	202	7	118	72
	%	abs.	%	%
Der Verbraucher, der seine Rechte kennt, honoriert auch die Anstrengungen des Handels				
stimme zu	76	6	75	77
stimme nicht zu	21	0	23	21
Keine Angabe	3	1	3	2
	100	7	101	100
Ich habe beobachtet, daß mehr und mehr Verbraucher kritischer einkaufen				
stimme zu	76	5	77	76
stimme nicht zu	23	2	22	23
Keine Angabe	1	0	1	2
	100	7	100	101

- Fortsetzung nächste Tabelle -

- Fortsetzung 3 -

GRUNDGESAMTHEIT:

Lebensmitteleinzelhandel in der BRD und in West-Berlin

Frage 19: Bitte sagen Sie mir zu jeder Behauptung auf dieser Liste, ob Sie persönlich zustimmen oder nicht zustimmen (Listenvorlage)

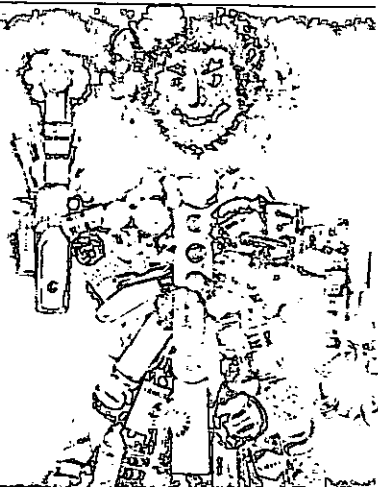
	GESAMT	G E S C H Ä F T S T Y P		
		Kaufhaus/ Einkaufs-/ Verbraucher- märkte	Lebensmittelfilialen/ Geschäfte, die zu Ketten/Gesessen- schaften gehören	Freie Lebens- mitteleinzel- handels- geschäfte
Basis	202	7	118	72
	§	abs.	§	§
Die Bestimmungen des geltenden Lebens- mittelgesetzes - z.B. keine Irreführung des Verbrauchers, Abgabe nur frischer Lebensmittel - wurden auch vor dem 1.1.1975 beachtet				
stimme zu	91	5	90	94
stimme nicht zu	7	1	8	6
Keine Angabe	1	1	2	-
	99	7	100	100
Das Thema Verbraucherschutz ist schon seit längerer Zeit aktuell				
stimme zu	91	7	91	92
stimme nicht zu	6	0	7	9
Keine Angabe	2	0	2	3
	99	7	100	100

Auszüge aus dem - im Original farbigen - Faltblatt

"Das grosse Verbraucher-Quiz"

DAS GROSSE VERBRAUCHER- QUIZ

ÜBER
10.000
PREISE



**Täglich schützt es - jedem nützt es:
das Lebensmittelrecht.**

Mit Recht verlangt heute der Bürger von seinem Staat weitgehenden Schutz vor möglichen Gefahren. Dazu gehört auch ein umfassender Verbraucherschutz. Im Verkehr mit Lebensmitteln schützt das Lebensmittelrecht den Verbraucher vor Gesundheitsgefährdungen und Täuschung. Damit diese Rechtsvorschriften auch in der Praxis voll wirksam werden können, ist die aktive

Mitarbeit jedes einzelnen Verbrauchers notwendig. Er muß überlegt und in Kenntnis seiner Rechte einkaufen. Um hierzu in der Lage zu sein, sollte er sich zumindest Grundkenntnisse des sehr umfangreichen Lebensmittelrechts aneignen. Dieses Verbraucher-Quiz soll dazu eine kleine Hilfe sein. Machen Sie mit? Ich wünsche Ihnen viel Spaß und Glück dabei.



Katharina Focke

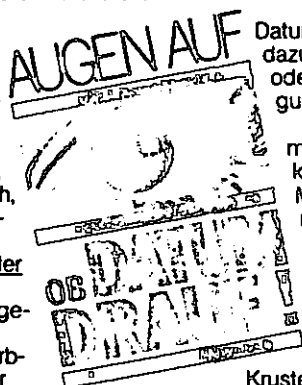
Dr. Katharina Focke
Bundesministerin für Jugend, Familie und Gesundheit

Auszüge aus dem - im Original farbigen - Faltblatt

"Das grosse Verbraucher-Quiz"

Achten Sie beim Einkauf darauf: auf vielen Lebensmitteln tierischer Herkunft, die in Packungen oder Behältnissen an den Verbraucher abgegeben werden, zum Beispiel Fleisch, Wurst, Geflügel, Fisch, Fischerzeugnisse, Milch, Butter, Frischkäse muß unverschlüsselt das Herstellungs-, Abpack- bzw. Abfülldatum oder die Mindesthaltbarkeitsdauer nach Tag, Monat und Jahr angegeben sein.

Bei besonders leicht verderblichen Erzeugnissen tierischer Herkunft ist zusätzlich zur Angabe des Herstellungs-, Abpack- oder Abfülldatums der Hinweis „auch bei Kühlung nur begrenzt haltbar“ notwendig. Ist die Mindesthaltbarkeit nur unter bestimmten Lagerbedingungen erreichbar, so sind neben dem



Datum der Mindesthaltbarkeit die dazu erforderliche Temperatur oder die sonstigen Lagerbedingungen anzugeben.

Bei pasteurisierter Konsummilch (Trinkmilch) und Frischkäse braucht die Angabe des Mindesthaltbarkeitsdatums nur durch die Worte „gekühlt mindestens haltbar bis...“ zu erfolgen.

Bei bestimmten tiefgefrorenen Lebensmitteln tierischer Herkunft, wie bei Fleisch, Fleischerzeugnissen, Fisch, Krusten-, Schalen- und Weichtieren sowie bei nicht aufgeschnittener Dauerwurst, Rohschinken und Rauchfleisch, kann die Angabe der Mindesthaltbarkeit nach Monat und Jahr erfolgen. Bei Erzeugnissen, die mindestens ein Jahr haltbar sind (Vollkonserven), genügt die Angabe des Jahres.

Butter	Frischfleisch	Joghurt
bei +10° bis +12° mindestens haltbar bis 12.10.75 Hofmeier	Mindesthaltbarkeit 08.10.1975 Bismarck	2.10.
8.10. Trinkmilch	10.75 Dauerwurst	1975 Vollkonserve

Rohes Hackfleisch darf nur am Tage der Herstellung verkauft werden. Tiefgefroren darf rohes Hackfleisch in Tiefkühlgeräten vor der Abgabe an den Verbraucher bis zu 3 Monaten gelagert werden. Deshalb auf das Herstellungsdatum achten.

Hackfleisch