

E I N E E R H E B U N G Ü B E R D I E R E I C H W E I T E U N D  
W I R K U N G S W E I S E V O N F A L T B L Ä T T E R N Z U M  
T H E M A S C H A D S T O F F E

H E S S , U . ; M A C H T O L F , M ; O L T E R S D O R F , U .  
I N S T I T U T F Ü R E R N Ä H R U N G S W I S S E N S C H A F T E N D E R J U S T U S - L I E B I G - U N I V E R S I T Ä T G I E S S E N

P R O B L E M S T E L L U N G

Der Einsatz von Broschüren zur Ernährungsaufklärung  
und -information wird häufig kritisiert.  
Bisherige Untersuchungen ergaben:

ERNÄHRUNGSBROSCHÜREN SPRECHEN NUR WENIGE AN.  
LEDIGLICH MOTIVIERTE UND INTERESSIERTE SOWIE  
FRAUEN, NICHTERWERBSTÄTIGE UND HÖHER GEBILDETE  
WERDEN ERREICHT.

Aus diesem Vorwurf ergeben sich die folgenden Fragen:

ERREICHT MAN MIT DEM M E D I U M BROSCHÜRE GENERELL  
NUR DIESE BESTIMMTEN PERSONENGRUPPEN?

oder

LIEGT DIES SPEZIELL IM T H E M A ERNÄHRUNG BEGRÜNDET?

oder

LIEGT DIES IN DER MANGELNDEN A K T U A L I T Ä T D E R  
"HERKÖMMLICHEN" ERNÄHRUNGSBROSCHÜREN BEGRÜNDET?

## HYPOTHESEN

- a) BROSCHÜREN ZUR AUFKLÄRUNG UND INFORMATION ÜBER DAS  
THEMA UMWELT  
(= ANDERES T H E M A)
- b) BROSCHÜREN ZUR AUFKLÄRUNG UND INFORMATION ÜBER DAS  
THEMA SCHADSTOFFE IN DER NAHRUNG  
(= A K T U E L L E S ERNÄHRUNGSTHEMA)
- ERZIELEN EINE GRÖßERE REICHWEITE <sup>1)</sup>
  - WERDEN STÄRKER WAHRGENOMMEN <sup>2)</sup>
  - BEWIRKEN EINEN GRÖßEREN WISSENSZUWACHS <sup>3)</sup>
- ALS "HERKÖMMLICHE" ERNÄHRUNGSBROSCHÜREN.

### Definition:

- 1) Reichweite: -Nutzerquote  
-Abweichung der soziodemographischen  
Zusammensetzung der Lesergruppen von  
der der Stichprobe
- 2) Wahrnehmung: -Intensität der Beachtung der Maßnahme  
-Intensität der Broschürennutzung
- 3) Wissenszuwachs: -höherer broschürenbezogener  
Wissensstand der Versuchsgruppe  
im Vergleich zur Kontrollgruppe

---

## HYPOTHESENÜBERPRÜFUNG (2)

Die Schriften waren jeweils mit einem Begleitschreiben der Verbraucherberatung Bielefeld versehen.

Nach 6-12 Tagen wurden die ausgewählten Haushalte aufgesucht und jeweils ein über 18jähriges, deutschsprachiges Haushaltsmitglied interviewt.

Zur Überprüfung des Wissenszuwachses wurden zusätzlich 40 Kontrollhaushalte (S-, C-KONTOLLGRUPPE) befragt.

Mit dem eingesetzten FRAGEBOGEN wurden Aussagen gewonnen über

- Reichweite der Faltblätter
- Wahrnehmung der Maßnahme
- Intensität der Faltblattnutzung
- Beurteilung von Maßnahme und Faltblättern
- Faltblattbezogenes Wissen
- Faktoren, die das Nutzungsverhalten und das Vorwissen im Bereich Ernährung/Umwelt beeinflussen können:
  - Ernährungs-/Umweltinteresse
  - Einstellung zur Ernährung/Umwelt/Gesundheit/Schadstoffen
  - Informationsverhalten im Bereich Ernährung/Umwelt

# ERGEBNISSE

## STICHPROBE:

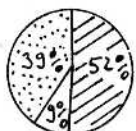
Insgesamt konnte die Stichprobe zu 44% ausgeschöpft werden.

	Ansatz (abs.)	Erreicht (abs.)
S-Versuchsgruppe	148	61
C-Versuchsgruppe	149	46
S-Kontrollgruppe	20	21
C-Kontrollgruppe	20	20

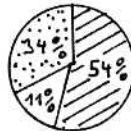
Die erreichte Stichprobe erwies sich als nicht repräsentativ für die Bevölkerung der BRD. Sie enthielt mehr Frauen, weniger Volks-/Hauptschulabsolventen, mehr Abiturienten, weniger Arbeiter und mehr Beamte. Auch für die Einwohner Güterslohs war sie nicht repräsentativ.

## REICHWEITE: NUTZERQUOTE:

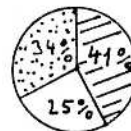
C-VERSUCHSGRUPPE    S-VERSUCHSGRUPPE    E-VERSUCHSGRUPPE



N=46



N=61



N=303

= Faltblatt bewußt nicht gelesen (NICHTLESER)  
 = " nicht beachtet (NICHTBEACHTER)  
 = " vollständig/teilweise gelesen (LESER)

Im Herbst 1985 wurde mit einer Stichprobe von 337 Haushalten der Stadt Gütersloh (mehrstufiges Auswahlverfahren) ein Feldexperiment durchgeführt.

### C-VERSUCHSGRUPPE

An 149 Haushalte wurde als Information zum T H E M A Umwelt ein AgV-Faltblatt verteilt:

C A D M I U M - B E L A S T U N G D E R U M W E L T  
= C-FALTBLATT

### S-VERSUCHSGRUPPE

148 Haushalte erhielten als A K T U E L L E Ernährungsinformation ein AID-Faltblatt:

S C H A D S T O F F E I N D E R N A H R U N G  
= S-FALTBLATT

### E-VERSUCHSGRUPPE

Ernährungsbroschüren wurden nicht verteilt. Vergleich mit diesen basieren auf Daten, die FAUST 1981 in einem ähnlichen Experiment gewonnen hat. Sie verteilt Faltblätter vom BAYRISCHEN STAATSMINISTERIUM FÜR ERNÄHRUNG, LANDWIRTSCHAFT UND FORSTEN:

V I T A M I N E , G R U N D S Ä T Z E E I N E R R I C H T I G E N E R N Ä H R U N G  
= E-FALTBLÄTTER

## ERGEBNISSE

### FALTBLATTBEZOGENES WISSEN\*

Versuchs- und Kontrollgruppen unterschieden sich, so daß nur der absolute Kenntnisstand bzgl. der Falblattinhalte, nicht aber der Wissenszuwachs gemessen werden konnte.

### WISSENSSTAND S-FALTBLATT

Fragen über natürliche Giftstoffe in Nahrungsmitteln und den Verderb von Lebensmitteln sowie allgemeine Fragen zu Schadstoffen wurden am besten beantwortet. Über chemische Rückstände wußten die Befragten wenig gut Bescheid. In diesem Bereich zeichneten sich besonders die Leser durch bessere Kenntnisse aus.

### WISSENSSTAND C-FALTBLATT

Allgemeine Fragen zu Cadmium als giftiger Stoff wurden schlechter beantwortet als ernährungs- und gesundheitsbezogene Fragen zu diesem Schwermetall.

Der Kenntnisstand der Leser war bei beiden Falblättern höher als der der jeweiligen Falblattnichtbeachter. Besser als andere schnitten auch Personen mit höherer Schulbildung ab, schlechter die über 65jährigen. Positiv auf die Testergebnisse wirkten sich ferner aktives Informationsverhalten bzw. Interesse am jeweiligen Themengebiet aus.

---

## ERGEBNISSE

### REICHWEITE: ZUSAMMENSETZUNG DER LESERGRUPPEN

Die Lesergruppen dieser Untersuchung sowie die der FAUST-Studie wichen jeweils in unterschiedlicher Weise vom Stichprobendurchschnitt ab:

#### LESER DES S-FALTBLATTS

MEHR PERSONEN MITTLEREN ALTERS  
MEHR PERSONEN MIT VOLKS-/HAUPT- UND REALSCHULABSCHLUß  
MEHR NICHTERWERBSTÄTIGE  
MEHR HAUSFRAUEN  
MEHR AN ERNÄHRUNG+UMWELT INTERESSIERTE

#### LESER DES C-FALTBLATTS

MEHR PERSONEN MIT ABITUR  
MEHR AN UMWELT INTERESSIERTE

#### LESER DER E-FALTBLÄTTER

MEHR FRAUEN  
MEHR PERSONEN MIT HÖHERER SCHULBILDUNG  
MEHR NICHTERWERBSTÄTIGE  
MEHR AN ERNÄHRUNG INTERESSIERTE

---

# ERGEBNISSE

## WAHRNEHMUNG: BEACHTUNG DER MAßNAHME

	Versuchsgruppen <sup>+</sup>		
	(in % Befragte)		
	C	S	E
Spontane Erinnerung an Faltblatt	43	57	22
Erinnerung an Titel des Faltblatts	37	41	-
Wiedererkennen des Faltblatts	59	57	65
Erinnerung an Verteilungsweg	57	61	70
Erinnerung an Faltblattherausgeber	37	34	31
n	46	61	303

<sup>+</sup>Versuchsgruppen: umfassen LESER, NICHTBEACHTER, NICHTLESER

## WAHRNEHMUNG: NUTZUNGSINTENSITÄT

Lesemenge	Lesergruppen		
	(in % Leser)		
	C	S	E
Abschnitte	58	42	58
gesamter Text	42	58	42
<u>Leseintensität</u>			
kurz gelesen	58	61	68
gründlich gelesen	42	39	32
n	24	33	100

DIE S- UND C-FALTBLÄTTER ERREICHEN PERSONENGRUPPEN, DIE IM ALLGEMEINEN DURCH ERNÄHRUNGSMÄßIGE INFORMATIONEN KAUM ZU ANZUSPRECHEN SIND.

→ AKTUALITÄT UND THEMATIK DER BROSCHÜREN BEEINFLUSSEN - WIE AUCH DIE HOHE NUTZERQUOTE ZEIGT - DIE REICHWEITE DER MAßNAHME.

Aber auch für das S- und C-Faltblatt gibt es Problemgruppen:

- wie z.B. -Frauen (C-Faltblatt)
- 18-34jährige (S-Faltblatt)
- Nicht am Thema interessierte (S-/C-Faltbl)

Groß angelegte Informationsmaßnahmen für die Gesamtbevölkerung sollten dann durchgeführt werden, wenn tatsächlich ein hoher Informationsbedarf, verursacht durch aktuelle Anlässe, besteht.

Das in solchen Fällen bei vielen Personen geweckte Interesse sollte durch die Maßnahme gestärkt werden und die Grundlage für weiterführende Informationskampagnen bilden.

SCHLUSSFOLGERUNG