

ECROPOLIS: Sensorik-Marketing für Bio-Lebensmittel



M.Sc.
Marie-Louise Cezanne,
Wissenschaftliche
Assistentin, marie-louise.
cezanne@zhaw.ch



Dipl. oec. troph.,
Annette Bongartz,
Dozentin und Leiterin der Fachgruppe
Lebensmittel-Sensorik,
annette.bongartz@zhaw.ch

Sensorische Eigenschaften von Lebensmitteln sind wichtige marktrelevante Faktoren – selbstverständlich auch für Bio-Produkte. Da gesetzliche Regelungen und Vorschriften europäischer Anbau- und Herstellerverbände strenge Auflagen für die Herstellung und Verarbeitung ökologischer Lebensmittel aufweisen, ergeben sich auch im Hinblick auf deren sensorische Eigenschaften teilweise erhebliche Unterschiede zu konventionellen Produkten.

Hersteller und Händler von Bio-Lebensmitteln stützen sich in der Debatte um die hohe Qualität ihrer Produkte bislang eher auf rein lebensmitteltechnologische Erkenntnisse. Da aber der

«Geschmack» von Lebensmitteln ein wichtiges Kriterium für den Kaufentscheid der Konsumenten darstellt, steht die Sensorik von Bio-Lebensmitteln im EU-Forschungsprojekt ECROPOLIS (www.ecropolis.eu) im Zentrum des Interesses.

Sensorische Analyse

Insgesamt sechs europäische Nationen (Italien, Deutschland, Frankreich, Niederlande, Polen, Schweiz) beteiligen sich an dem Projekt. In jedem Land werden Vertreter verschiedener Produktgruppen (Milchprodukte, Backwaren, Fleischprodukte, Pflanzenöle, Tomatenprodukte und Äpfel) untersucht. Subjektive Unterschiede und Präferenzen innerhalb der Produktgruppen werden mittels Konsumententests identi-

fiziert und sensorische Charakteristika der Produkte mittels Profilierung objektiv beschrieben. Die Verknüpfung der resultierenden Daten (→ Preference Mapping) führt schlussendlich zu einer Pan-Europäischen Landkarte, welche die sensorischen Charakteristika der Produkte im Zusammenhang mit den Präferenzen der Konsumenten für die betrachteten Bio-Lebensmittel aufzeigt.

Gesammeltes Produktwissen auf Abruf

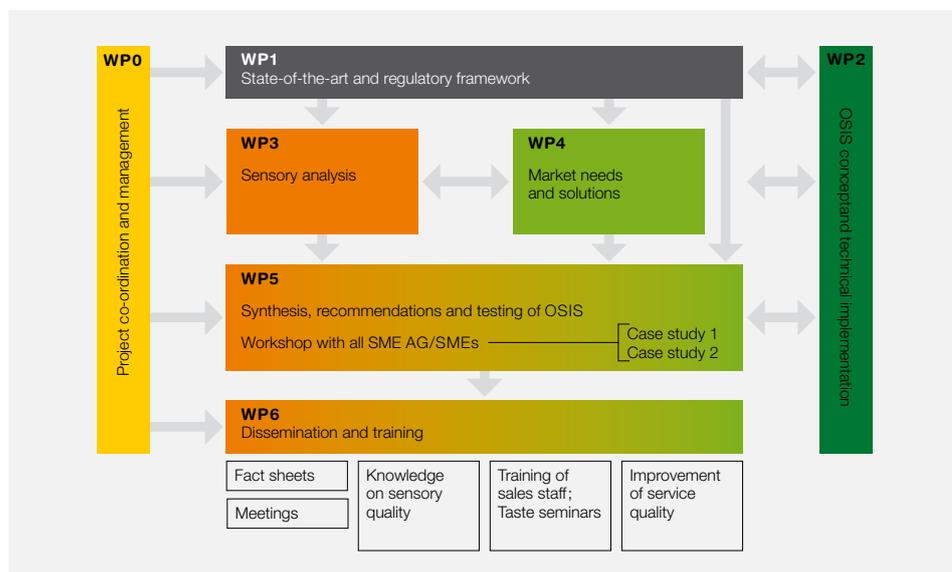
Neben sensorischen Untersuchungen werden im Rahmen des Projekts auch z. B. die gesetzlichen Rahmenbedingungen für die Herstellung von Bio-Lebensmitteln in den einzelnen Teilnehmerstaaten abgeklärt. Ausserdem werden via Konsumentenbefragungen Bedürfnisse der Zielgruppe «Bio» abgeklärt. Alle Ergebnisse fliessen in eine interaktive Onlinedatenbank mit Namen OSIS (Organic Sensory Information System). Konsumenten, Händler und Produzenten von Bio-Produkten werden dort Zugriff auf folgende Daten/Informationen haben:

1. Sensorische Profile (objektive Beschreibungen) ausgewählter Produkte
2. Konsumentengruppen (Cluster) mit unterschiedlichen Präferenzen für ausgewählte Produkte
3. Informationen zum Kaufverhalten und zur Erwartungshaltung der Konsumenten an Bio-Lebensmittel
4. Strategische Empfehlungen zu Produktion und Marketing von Bio-Lebensmitteln

Dissemination und Training

Die Publikation der Ergebnisse und das Angebot an Fortbildungsveranstaltungen, inklusive der Bereitstellung von Trainingsmaterialien für alle Interessenvertreter sowie Verkaufspersonal von Bio-Lebensmitteln, bedeuten für den Bio-Sektor einen fundierten Zugewinn an Know-how. Die Entwicklung von Bio-Produkten «nach Mass», d. h. abgestimmt auf die Vorstellungen und Bedürfnisse der Konsumentinnen und Konsumenten, sowie ein gezieltes Sensorik-Marketing wird möglich.

Die Koordination des Projektes ECROPOLIS, das im 7. Forschungsrahmenprogramm der Europäischen Kommission mit 2,1 Mio. € gefördert wird, liegt beim Schweizerischen Forschungsinstitut für biologischen Landbau (FiBL).



Projekt-Struktur.

Forschungsprojekt

ECROPOLIS – Organic sensory information system (OSIS): documentation of sensory properties through testing and consumer research for the organic industry

Projektleitung ZHAW:	Annette Bongartz
Projektdauer:	01/2009–12/2011
Partner:	diverse aus Deutschland, Frankreich, Italien, den Niederlanden, Polen und der Schweiz
Förderung:	Seventh Research Framework Programme (FP7) of the European Union
Projektvolumen:	2 112 000.00 € (gesamt)/202 548.80 € (ZHAW)