

## **Frischobst und -gemüse in Kundenzeitschriften des LEH** von Eveline Theußen

Das Forschungsprojekt Fruchthandel an der Universität Duisburg hat in einer Stichprobenanalyse untersucht, in welchen Formen, mit welchen Inhalten und in welchem Umfang Frischobst und -gemüse in Publikumszeitschriften thematisiert wird. In eine erste Untersuchung wurden sämtliche Ausgaben von je zwei Illustrierten, Zeitschriften, Funkzeitschriften, Frauenzeitschriften und Jugendzeitschriften des 1. Quartals 1999 einbezogen (vgl. Fruchthandel-Magazin, Nr. 42/1999, S. 14-15). Ergänzend dazu wurden nunmehr Kundenzeitschriften des Lebensmitteleinzelhandels analysiert. Und zwar wurden nach dem bisherigen Verfahren sämtliche

Ausgaben der Kundenzeitschriften von

- EDEKA (Journal für perfektes Haushalten),
- SPAR (Haushaltsjournal) und
- TEGUT (tegut... marktplatz)

aus dem Zeitraum Januar 1999 bis einschließlich Juni 1999 auf verbale, bildhafte oder tabellarische Wiedergabe von O+G-Themen hin untersucht. Wie aus der Übersicht zu entnehmen ist, wurden insgesamt 232 Befunde ermittelt. Von denen sind allein 112 der Kategorie Blickfang zuzuordnen. Diese häufig vorgefundene Verwendung von Obst und Gemüse als Blickfang überrascht bei werblich eingesetzten Kundenzeitschriften im Lebensmitteleinzelhandel nicht. Zu beachten ist allerdings, dass die EDEKA-Kundenzeitschrift im Gegensatz zu den anderen -monatlich erscheinenden-Kundenzeitschriften wöchentlich erscheint und in Form eines sog. Einkaufszettels ausgewählte Produkte mit Text und Bild vorstellt. Den zweiten und dritten Rang in der Häufigkeit nehmen Rezepte und warenkundlichen Berichte ein, mit denen auf Frischobst und -gemüse Bezug genommen wird. Die warenkundlichen Berichte enthalten jedoch regelmäßig nur wenige Informationen über Frischobst und -gemüse. Eine Ausnahme stellt die TEGUT-Kundenzeitschrift dar. Sie enthält eine Sammelkarte in Verbindung mit einem Sammelrezept. Auf dieser Sammelkarte sind wichtige Informationen über Herkunft, Aussehen, Inhaltsstoffe und Wirkung etc. der jeweils vorgestellten "Monatsfrucht" verzeichnet. Gesundheits- und Schönheitstipps werden durch bildliche Darstellungen von Frischobst und -gemüse aufgewertet. Statistiken oder Grafiken, die sich auf Frischobst und -gemüse beziehen, sind kaum vorhanden. Insgesamt konnten vier solcher Darstellungen erfasst werden, von ihnen sind drei innerhalb von Rezeptvorschlägen aufgeführt, und eine ist gesondert ausgewiesen. Im Gegensatz zu der Vielzahl von produktbezogenen Werbeanzeigen der Lebensmittelindustrie ließ sich nahezu keine direkte Werbung für Obst und Gemüse feststellen. Eine Ausnahme bildet eine im SPAR-Haushaltsjournal von Chiquita geschaltete Anzeige mit Verweis auf das 100jährige Firmenjubiläum. Indirekte Werbung für Frischobst und -gemüse kommt ausschließlich im SPAR-Haushaltsjournal vor. Insgesamt lässt sich feststellen, dass die Kundenzeitschriften des Lebensmitteleinzelhandels eine Vielzahl von visuellen Kontakten mit Frischobst und -gemüse bieten. Hinsichtlich Form und Inhalt lassen die Informationen über O+G jedoch einige Wünsche offen.

**Kommunikationsformen und -inhalte über Frischobst und -gemüse  
in ausgewählten Kundenzeitschriften des LEH**

(Anzahl der Befunde von Januar 1999 bis einschl. Juni 1999)

	O+G- Berichte	Gesund- heits und Schön- heitstipps	Rezepte	Blickfang	Statistik/ Grafik	Werbung direkt	Werbung indirekt	Sonstige Bezüge	Σ
<b>TEGUT<sup>1</sup></b>	12	5	8	20	-	-	-	-	45
<b>SPAR<sup>2</sup></b>	5	4	17	21	3	1	19	-	70
<b>EDEKA<sup>3</sup></b>	12	9	24	71	1	-	-	-	117
<b>Σ</b>	29	18	49	112	4	1	19	-	232

- 1) tegut....marktplatz
- 2) Haushaltjournal
- 3) Journal für perfektes Haushalten

Veröffentlicht im FRUCHTHANDEL 18/2000, S. 13.