

Hauptergebnisse einer Untersuchung über „Kommunikationsformen und –inhalte von Frischobst und –gemüse in Publikumszeitschriften“

Die Untersuchung umfaßt eine Analyse sämtlicher Ausgaben des 1. Quartals 1999 von 16 auflagenstarken Publikumszeitschriften auf verbale, bildhafte oder tabellarische Wiedergabe von Obst und Gemüse aller Art. Wie die Übersicht zeigt, wurden insgesamt 761 Befunde ermittelt, von denen die meisten auf Rezepte, indirekte Werbemotive und Gesundheitstipps entfallen. Relativ häufig wird Frischobst und -gemüse auch als bloßer Blickfang eingesetzt. Warenkundliche Berichte, Rezepte und Gesundheitstipps sind vor allem in Frauenzeitschriften auszumachen. Quantitative Angaben über O+G sind selten. Drei Untersuchungsergebnisse sind besonders auffällig:

In den untersuchten Jugendzeitschriften findet sich weder ein warenkundlicher O+G-Bericht noch ein Rezept oder eine O+G-bezogene Anzeige.

Das Thema Obst und Gemüse stößt durchaus auf Interesse und wird offensichtlich von den Illustrierten sowie von den Programm- und Frauenzeitschriften in ihren redaktionellen Teilen gern aufgegriffen.

Direkte Werbung für Frischobst und/oder -gemüse wird überhaupt nicht betrieben.

Diese Befunde müssen der Fruchtwirtschaft zu denken gehen; denn gerade junge Menschen an eine gesunde Lebens- und Ernährungsweise heranzuführen, liegt nicht nur im gesellschaftlichen Gesamtinteresse, sondern auch im ökonomischen Sonderinteresse von Fruchtgroß- und -einzelhandel, nämlich frühzeitig Dauerkunden zu gewinnen. Im Gegensatz zur Nahrungsmittel- und Pharmaindustrie, die mit der Illusion frischen Obstes und Gemüses geschickt wirbt und den industriellen Charakter der Produkte kaschiert (Joghurt, Pizza, Vitamintabletten usw.), müsste der Fruchthandel die tatsächliche Frische und Qualität seiner Artikel werblich besser vermitteln.

	O+G-Berichte	Gesundheits- und Schönheitstipps	Rezepte	Blickfang	Statistik/ Grafik	Werbung direkt	Werbung indirekt	Sonstige Bezüge	Σ
Stern	-	-	14	-	1	-	21	4	40
Bunte	1	12	3	-	1	-	17	2	36
Super Illu	2	23	14	5	-	-	14	3	61
Gala	-	1	14	2	-	-	1	7	25
Hörzu	12	2	14	1	-	-	4	1	34
TV Hören u. Sehen	1	4	-	12	-	-	1	6	24
Funk Uhr	1	10	32	13	1	-	3	-	60
Gong	2	2	10	17	-	-	6	-	37
Bild der Frau	10	6	49	3	-	-	37	31	136
Das neue Blatt	7	10	14	-	1	-	16	48	96
Frau im Spiegel	3	25	15	4	-	-	18	24	91
Echo der Frau	1	9	13	2	-	-	16	30	71
Bravo	-	-	-	5	-	-	-	2	7
Bravo Girl	-	5	-	3	-	-	1	19	28
Mädchen	-	5	-	4	-	-	1	-	10
Popcorn	-	1	-	3	-	-	1	-	5
Σ	40	115	192	74	4	-	159	177	761

Veröffentlicht im FRUCHTHANDEL 42/1999, S. 14 - 15.