

GRÜNE WOCHEN BERLIN 2006

**KONSUMENTENTEST
(Wild)Fruchtsaft**

durchgeführt:
Süßmost- und Weinkelterei Hohenseefeld
und
PROSENS GmbH Rehbrücke

Konsumententest im Zuge des Projektes:
Produkt- und Verfahrensentwicklungen für
funktionelle Getränke und Lebensmittelzutaten aus
Wildfrüchten

Dieses Projekt wird
vom europäischen
Fonds für regionale
Entwicklung und dem
Land Brandenburg
kofinanziert.



TESTDESIGN:

- Monadische Präsentation von zwei Proben:

1. Sanddorn-Molke-Fruchtsaft
2. Pinacolada

in 0,1 l Klarsichtbecher.

- Fragebogen zum Selbstauffüllen mit 5er Skala für die Bewertung von Aussehen, Geruch, Geschmack und Gesamteindruck (von „gefällt mir gar nicht“ bis „gefällt mir sehr“)

-Befragung von ca. 200 Verwender von Fruchtsäften incl. Sanddorn-erzeugnisse unterteilt in:

- + weiblich / männlich,
- + 5 Altersgruppen von 15 bis über 55, in der Auswertung zusammengezogen in 3 Gruppen,
- + Stadt-/Landbewohner.

Ergebnisse

- **Sanddorn-Molke-Getränk**

Darstellung der Urteile nach den Verteilungen der ersten beiden Boxen (gefällt mir und gefällt mir sehr) in Aussehen, Geruch, Geschmack und Gesamteindruck mit Angabe der Mittelwerte.

- **Pinacolada**

Darstellung der Urteile wie beim Sanddorngetränk

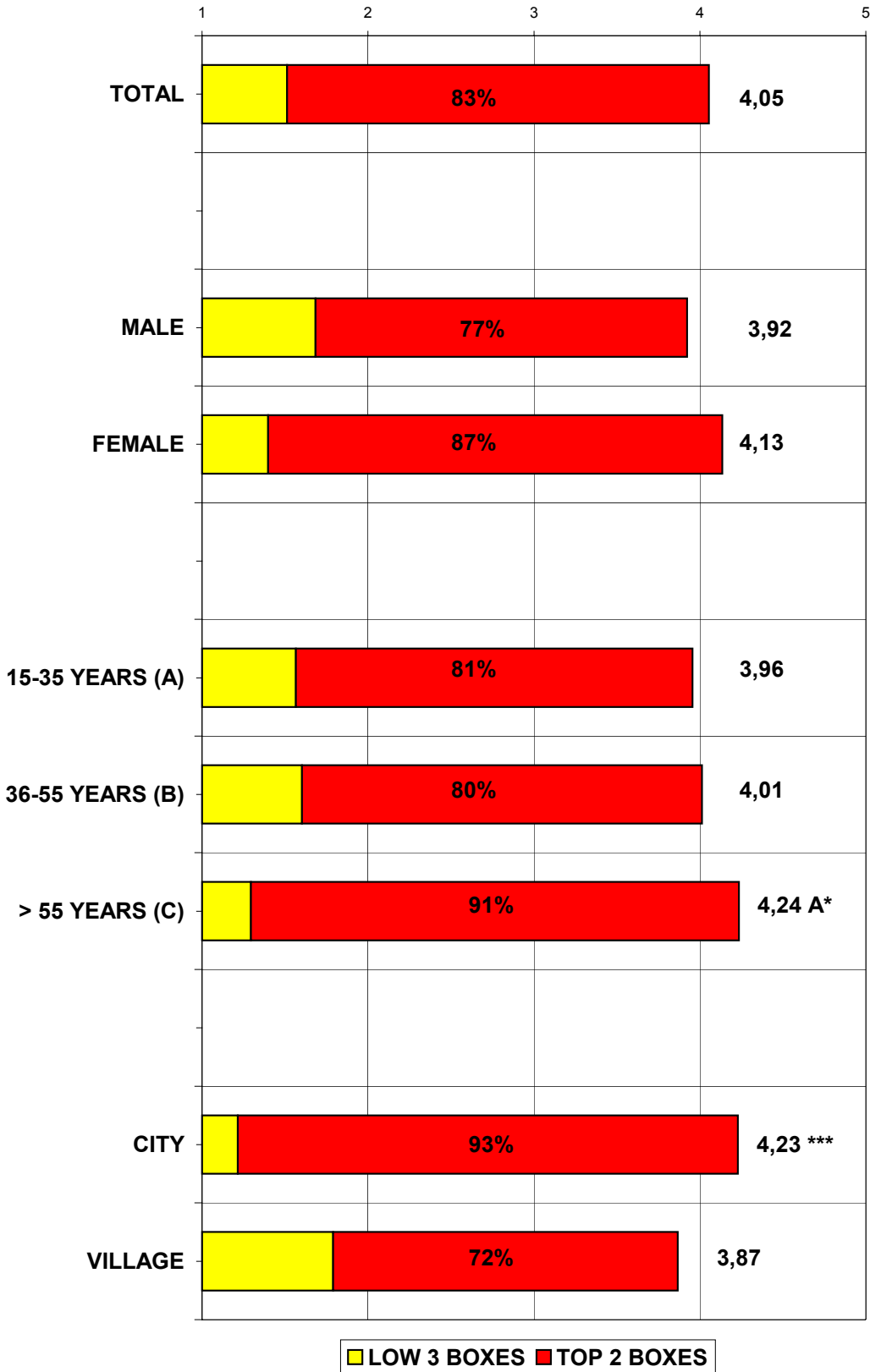
- **Tabellen der Mittelwerte**

Sanddorn-Molke: N = 203

Pinacolada: N = 200

BELIEBTHEIT AUSSEHEN "SANDDORN" TOTAL, SUBGROUPS

1=I do not like it at all 5=I like it very much

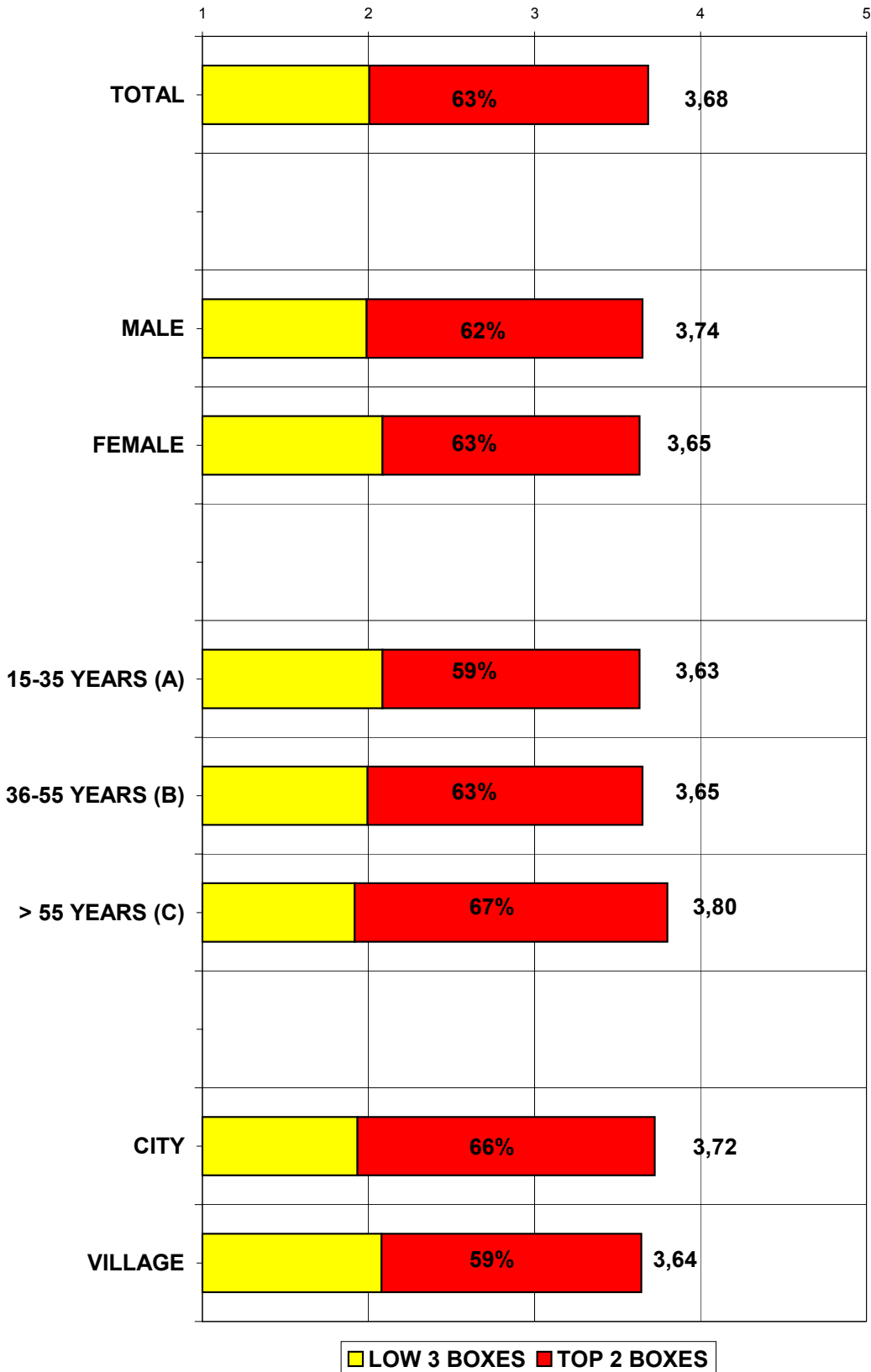


■ LOW 3 BOXES ■ TOP 2 BOXES

significance on 99%=***, 95%=**, 90%=* level MEAN

BELIEBTHEIT GERUCH "SANDDORN" TOTAL, SUBGROUPS

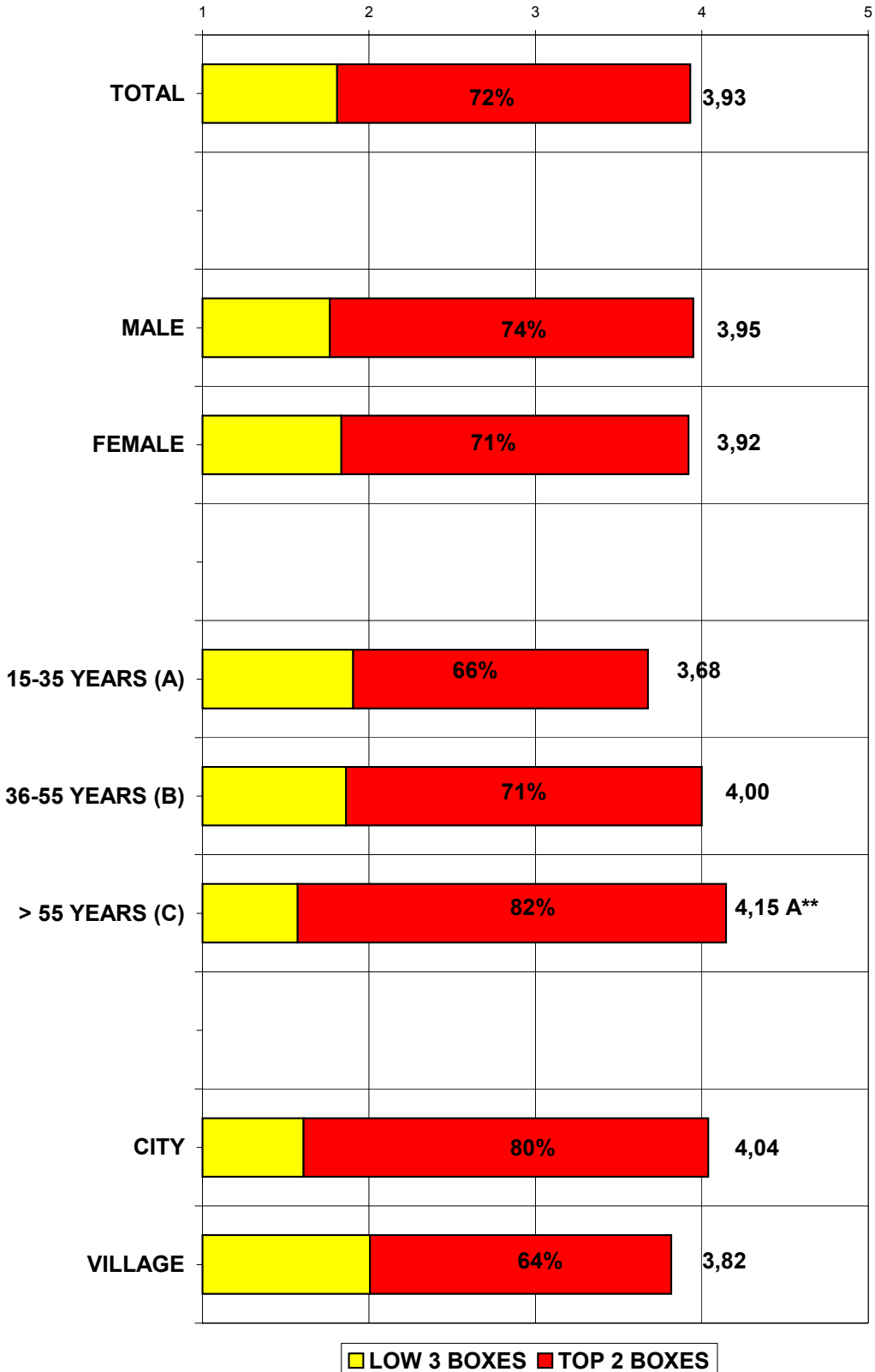
1=I do not like it at all 5=I like it very much



significance on 99%=***, 95%=**, 90%=* level MEAN

BELIEBTHEIT GESCHMACK "SANDDORN" TOTAL, SUBGROUPS

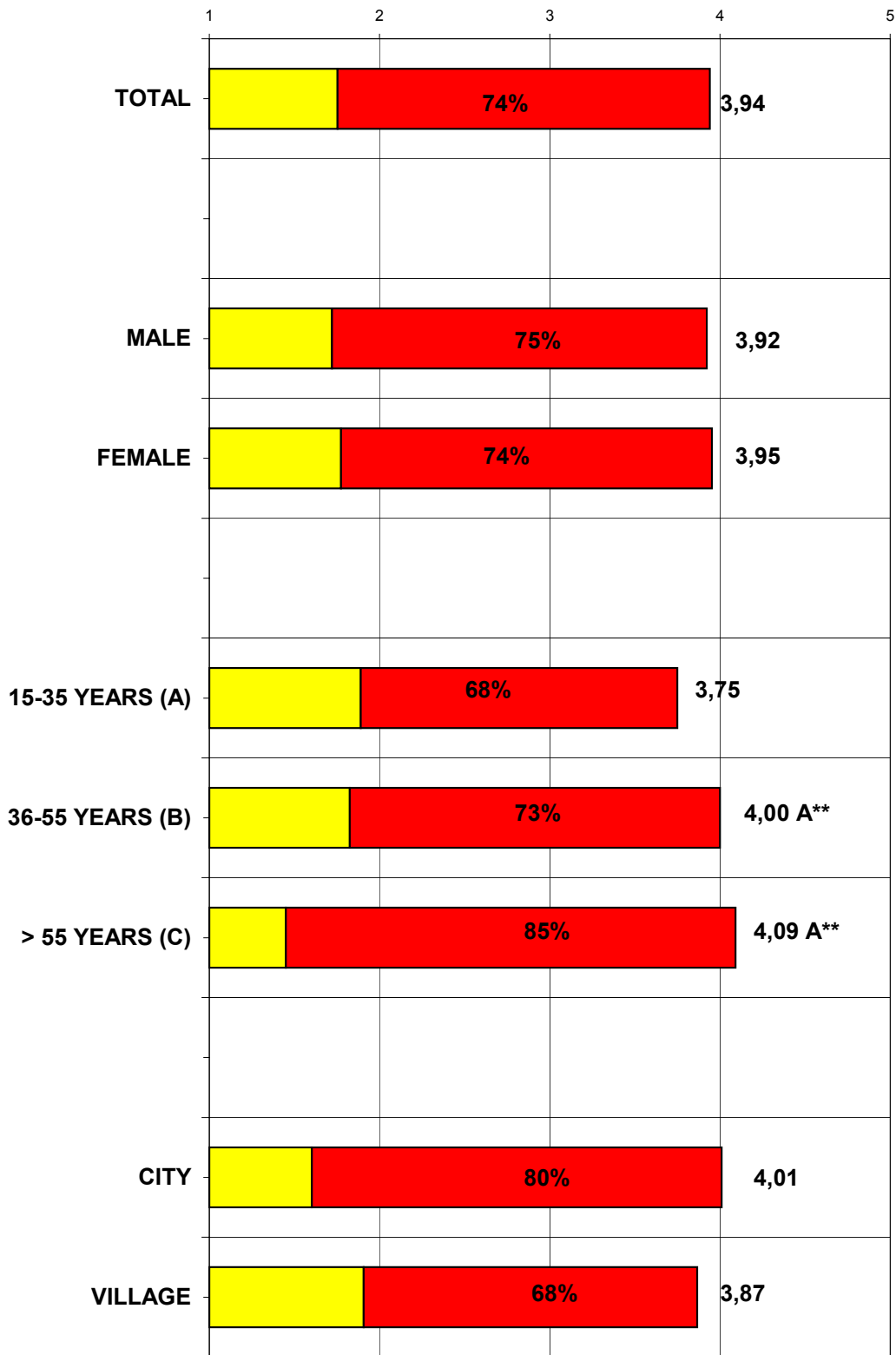
1=I do not like it at all 5=I like it very much



significance on 99%=***, 95%=**, 90%=* level MEAN

GESAMTEINDRUCK "SANDDORN" TOTAL, SUBGROUPS

1=I do not like it at all 5=I like it very much

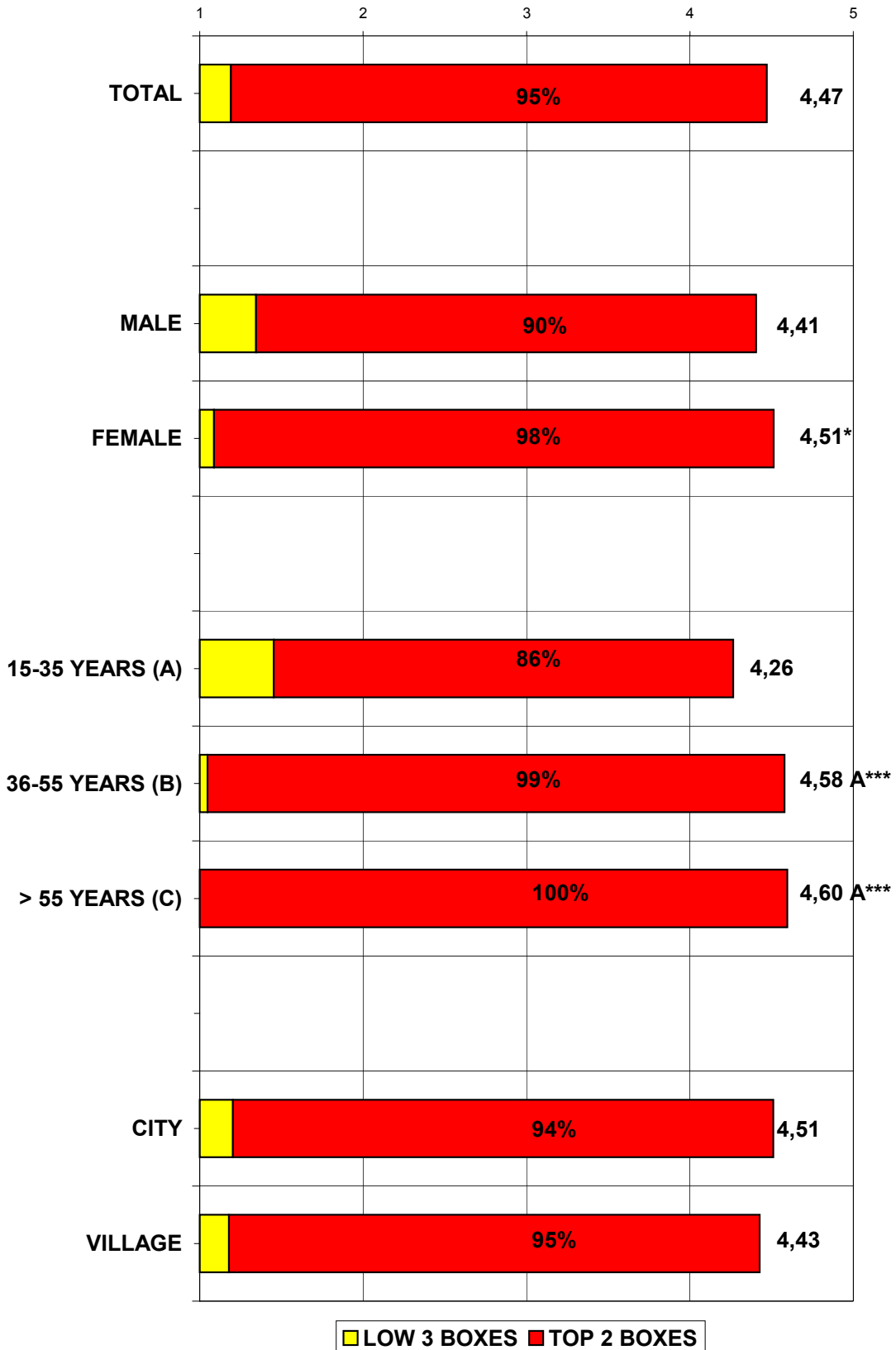


■ LOW 3 BOXES ■ TOP 2 BOXES

significance on 99%=***, 95%=**, 90%=* level MEAN

BELIEBTHEIT AUSSEHEN "PINACOLADA" TOTAL, SUBGROUPS

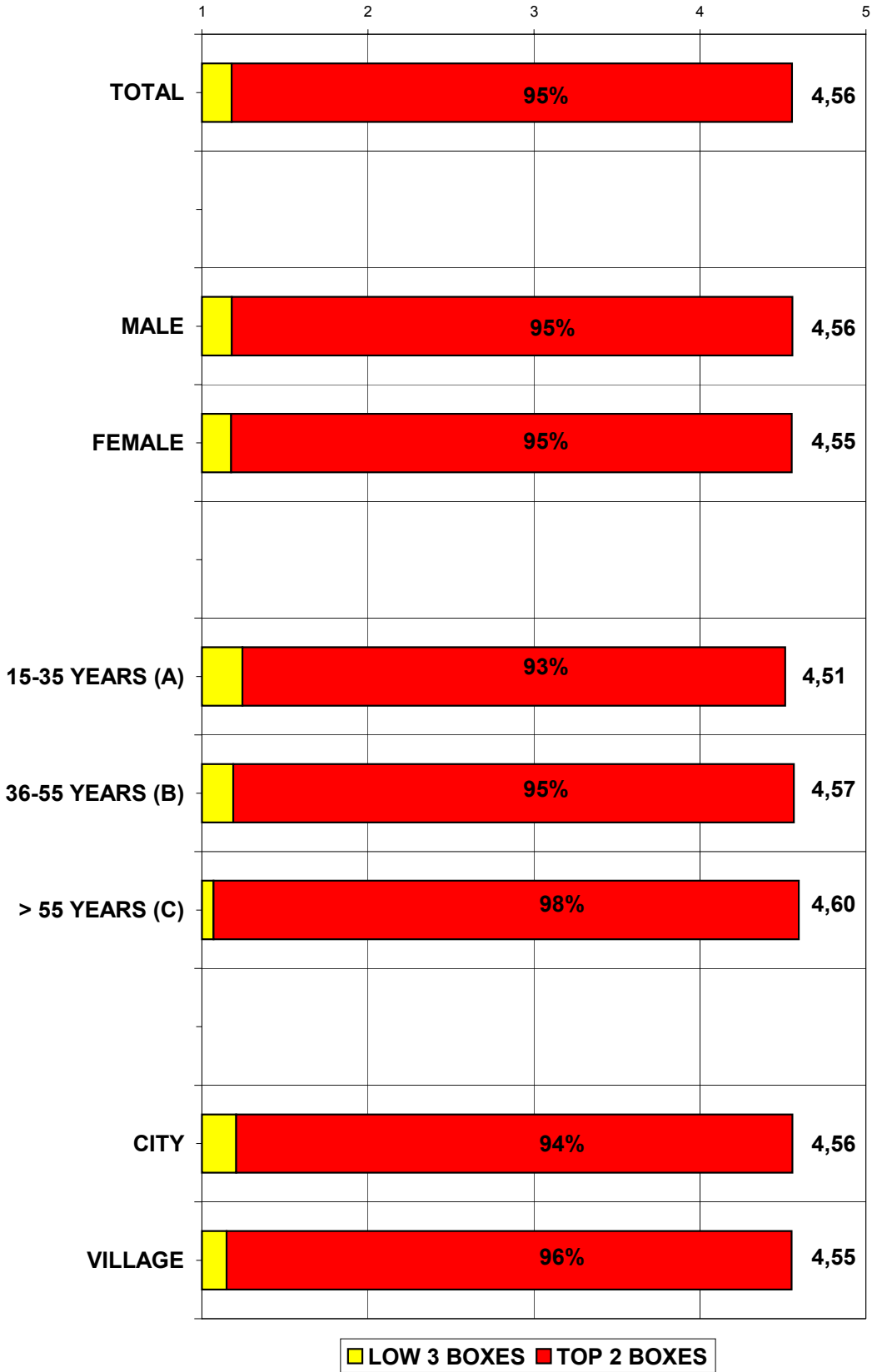
1=I do not like it at all 5=I like it very much



significance on 99%=***, 95%=**, 90%=* level MEAN

BELIEBTHEIT GERUCH "PINACOLADA" TOTAL, SUBGROUPS

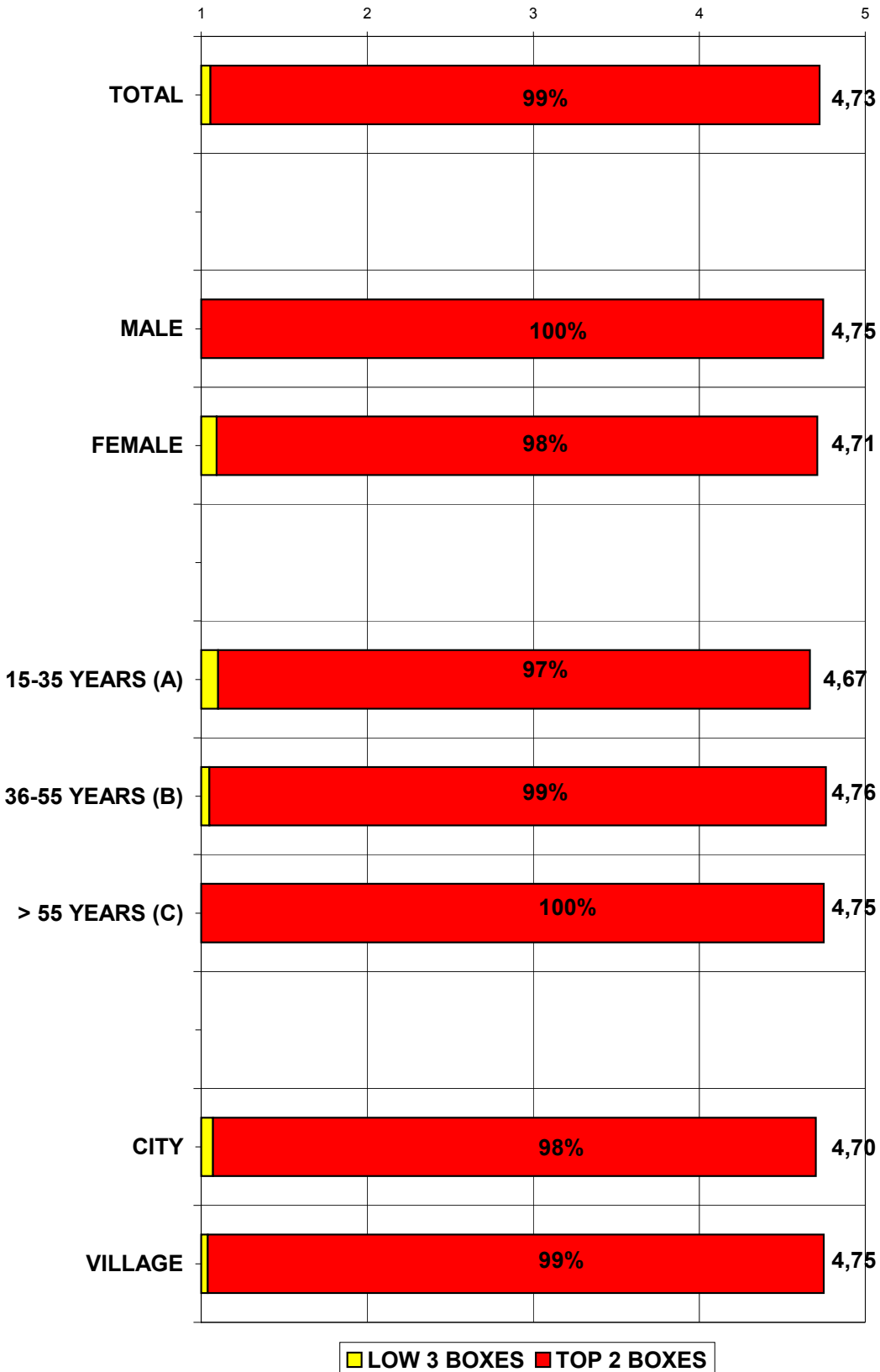
1=I do not like it at all 5=I like it very much



significance on 99%=***, 95%=**, 90%=* level MEAN

BELIEBTHEIT GESCHMACK "PINACOLADA" TOTAL, SUBGROUPS

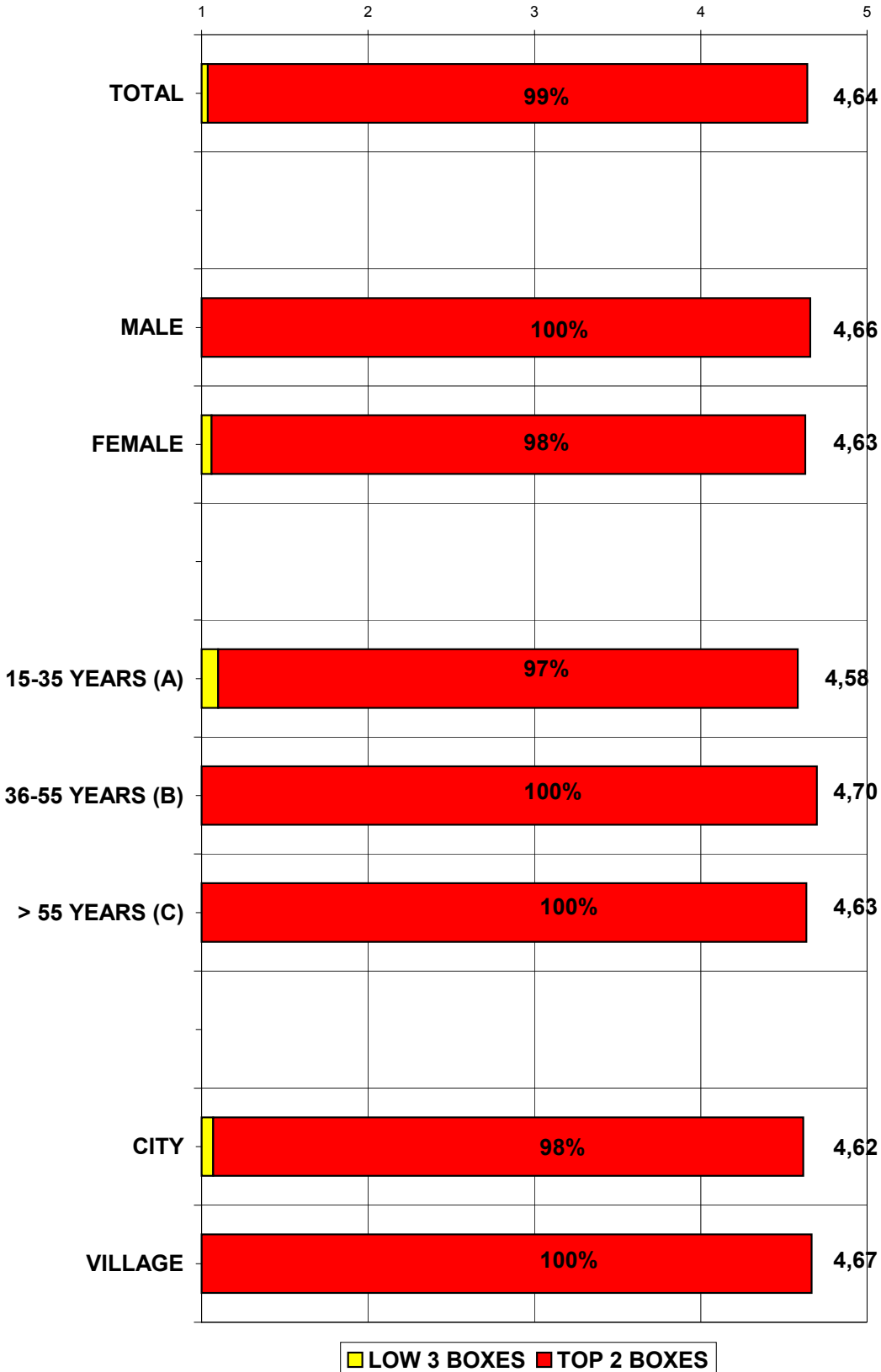
1=I do not like it at all 5=I like it very much



significance on 99%=***, 95%=**, 90%=* level MEAN

GESAMTEINDRUCK "PINACOLADA" TOTAL, SUBGROUPS

1=I do not like it at all 5=I like it very much



MITTELWERTE DER BEURTEILUNG VON SANDDORN- MOLKE-FRUCHTSAFT

SANDDORN

	AUSSEHEN	GERUCH	GESCHMACK	GESAMT
TOTAL	4,05	3,68	3,93	3,94
MALE	3,92	3,74	3,95	3,92
FEMALE	4,13	3,65	3,92	3,95
15-35 YEARS (A)	3,96	3,63	3,68	3,75
36-55 YEARS (B)	4,01	3,65	4,00	4,00
> 55 YEARS (C)	4,24	3,80	4,15	4,09
CITY	4,23	3,72	4,04	4,01
VILLAGE	3,87	3,64	3,82	3,87

MITTELWERTE DER BEURTEILUNG VON PINACOLADA

PINA COLADA

	AUSSEHEN	GERUCH	GESCHMACK	GESAMT
TOTAL	4,47	4,56	4,73	4,64
MALE	4,41	4,56	4,75	4,66
FEMALE	4,51	4,55	4,71	4,63
15-35 YEARS (A)	4,26	4,51	4,67	4,58
36-55 YEARS (B)	4,58	4,57	4,76	4,70
> 55 YEARS (C)	4,60	4,60	4,75	4,63
CITY	4,51	4,56	4,70	4,62
VILLAGE	4,43	4,55	4,75	4,67

ZUSAMMENFASSUNG:

1. Sanddorn-Molke-Fruchtsaft

- Die Mittelwerte weisen insgesamt ein Konsumentenurteil um die Box 4 (gefällt mir) aus.
- Die Urteile der Frauen und Männer sind etwa gleich.
- Die Urteile der Konsumenten über 55 Jahre liegen höher.
- Stadtbewohner bevorzugen das Getränk stärker.

2. Pinacolada

- Die Mittelwerte liegen höher als die des Sanddorn-Molke-Fruchtsaftes, d.h. im Bereich der Box 5 (gefällt mir sehr).
- Wenig Unterschied in den Untergruppen der Konsumenten.
- Höchstbewertung im Geschmack mit 4,8.