


Name:	Klasse 4BK	Fach: WOP	ARBEITSAUFTRAG Nr. 9	 S C H W A Z	
Ausgabetermin: 15.12.2020	Abgabetermin: 22.12.2020		Kontrolle:		
Thema: No-Name oder Marke?					
Ziele: Markenpsychologie verstehen und anwenden					
Nr.	Themenbereich	Aufgabenstellungen	Unterlagen/ Material	Sozialform	Bemerkungen
1	Anwenden	<u>Zusammenfassung der gezeigten Dokumentation:</u>  <a href="https://www.zdf.de/dokumentation/zdfzeit/zdfzeit-no-name-oder-marke-1-102.html">https://www.zdf.de/dokumentation/zdfzeit/zdfzeit-no-name-oder-marke-1-102.html</a>  Der große Lebensmittel Test. Pizza Tiefkühlgemüse usw. vieles gibt es als No-Name oder Markenware.  Schmeckt das Original oder Nachahme? Wie steht es um die Qualität der Produkte?  Welche Tests wurden bei den einzelnen durchgeführt?  Schreiben Sie eine ausführliche Zusammenfassung (ca. 1 Setie!)  Wenn ihr einkaufen geht, schaut ihr beim Kauf auf Marken oder No-Name Produkte? Welche Erfahrungen haben Sie damit? Bitte mind. 5 ganze Sätze!	Word	Einzelarbeit <input type="checkbox"/>	
2		Erstellt ein Handout	Word		
3		Das Handout fließt in die Benotung mit ein			

Mit meiner Unterschrift bestätige ich, dass ich den Arbeitsauftrag sorgfältig gelesen habe und die Aufgabenstellungen gewissenhaft bearbeiten werde.

Datum, Unterschrift: \_\_\_\_\_

1.

Bei diesem Produkttest soll herausgefunden werden, ob Markenprodukte oder No Name Produkte besser schmecken.

Als erstes wurden Tiefkühlpizzen verglichen. Hier herrscht zwischen Markenprodukt und No Name Produkt ein Preisunterschied von über 100%. Um herauszufinden, ob das gerechtfertigt ist, geht Nelson Müller in die Wagner Fabrik und fragt den Produktentwickler, welche Rohstoffe in der Steinofenpizza enthalten sind. Der Teig ist wie jede andere Pizza gemacht, sagt selbst der Produktentwickler. Beim Käse wird auch gespart, denn Wagner verwendet keinen Mozzarella, sondern den um 30% günstigeren Edamer. Bei den Pizzen von Aldi, Lidl und Penny wird der gleich teure Gouda verwendet. Bei den Pizzen von Edeka wird der teure Mozzarella verwendet. Nelson Müller findet bei den anderen Belagbestandteilen auch keine Besonderheiten zu No Name Produkten. Die Menge an Belag wurde auch geprüft und es kam erschreckenderweise heraus, dass die No Name Produkte rund ein Drittel mehr Belag haben als die Wagner Pizza. Bei einem Labortest kam jedoch heraus, dass Penny und Lidl weniger Belag verwenden, als auf der Packung draufsteht. Beim Geschmackstest wurde herausgefunden, dass 70% die Markenpizza bevorzugen und 30% nur das No Name Produkt. Der Ausschlaggebende Faktor ist das Backverfahren beim Hersteller.

Als nächstes wird das Schlemmerfilet von Iglo mit den No Name Marken verglichen. Hier ist das Markenprodukt doppelt so teuer. Bei einer Kundenbefragung in einem Supermarkt kam heraus, dass jeder das Schlemmerfilet von Iglo wählen würde, da mit Iglo Qualität und Vertrauen in Verbindung gesetzt wird. Nachdem Nelson Müller den Preis bei dem Iglo Schlemmerfilet erhöht hat, sind trotzdem drei viertel immer noch für das Markenprodukt. Danach wurde das Fanggebiet des Fisches verglichen, welches überraschenderweise bei allen das gleiche ist. Auch bei der Prüfung der Fischqualität kam es zum gleichen Ergebnis. Der Fischanteil hingegen ist bei Iglo 71%, bei No Name Produkten 75%. Iglo verwendet sogar hingegen seiner Konkurrenten immer noch Palmfett. Beim Geschmackstest wählten 56% das Markenprodukt und 44% das No Name Produkt.

Danach wird die Hähnchenschnitte von Zibo mit den No Name Produkten verglichen. Der große Unterschied zwischen Schnitte und Schnitzel ist, dass in der Schnitte nur Fleischreste verarbeitet werden und im Schnitzel nicht. Für das Aroma und Feuchtigkeit, wird Hähnchenhaut dazugegeben. Für den Geschmack werden Salz, Gewürze, Zucker und Gewürze verwendet. Damit die Schnitte zusammenhält wird Phosphat verwendet und für die Saftigkeit braucht man einfach nur Wasser hinzugeben. Gekühlt wird die Schnitte mit Stickstoff. Für die Panade wird eine Mischung aus Reismehl und Wasser gebraucht. Bei der Prüfung

der Fleischqualität wird festgestellt, dass das Markenprodukt nur 10% Muskelfleisch besitzt, wobei das No Name Produkt 70% Muskelfleischanteil hat. Der Geschmackstest ergibt, dass 55% der Tester sich für das Markenprodukt entschieden haben. Man sollte trotzdem eher zum Schnitzel anstatt zur Schnitte greifen. Beide Kosten gleich viel, aber das Schnitzel darf nur aus Muskelfleisch bestehen und nicht mehr als 35% Panade besitzen.

Als letztes wird das Tiefkühlgemüse verglichen. Hier Frosta mit seinen No Name Konkurrenten. Das Tiefkühlgemüse von Frosta kostet 6 Euro, die No Name Produkte hingegen nur 1,70 bis 3,80 Euro. Bei keinem Tiefkühlgemüse außer bei Frosta sind die Herkunftsländer der Gemüsesorten ersichtlich. Die Bohnen werden in Deutschland angebaut und geerntet. Verarbeitet müssen sie möglichst schnell werden. Nachdem Sie Schockgefrostet wurden, geht es nach Bremerhaven, wo alle Gemüsesorten gemeinsam verpackt werden. Bei einer Isotopenanalyse wurde die Herkunft der No Name Bohnen herausgefunden. Dieses Stammen auch aus derselben Region, aus der die Frosta-Bohnen sind. Bei einer Befragung des Geschäftsführers, bestätigt dieser, dass Frosta für alle No Name Produkte die Bohnen produziert. Jedoch einen Unterschied gibt es zwischen Frosta Tiefkühlgemüse und No Name Tiefkühlgemüse: In den No Name Produkten sind Geschmacksverstärker enthalten. Der Geschmackstest ergibt, dass 55% der Testteilnehmer das No Name Produkt besser schmeckt.

***Wenn ihr einkaufen geht, schaut ihr beim Kauf auf Marken oder No-Name Produkte? Welche Erfahrungen haben Sie damit?***

Bei Lebensmittel probiere ich zuerst das No Name Produkt und dann das Markenprodukt und entscheide dann welches besser schmeckt. Hier habe ich zum Beispiel die Erfahrung gemacht, dass mir das Gemüse von Hofer besser schmeckt, als das Gemüse von Iglo oder die Chips von No Name Marken mehr nach Kartoffel schmecken als z.B. Kelly's.

Bei Kleidung habe ich bis jetzt mit No Name Produkten nur schlechte Erfahrungen gemacht. Alle Jeans die ich bis jetzt von No Name Marken besitze färben ab oder passen nicht so gut, wobei die Jeans von Tommy Hilfiger, die ich besitze immer gute Qualität haben und sich sehr gut anfühlen, wenn ich sie trage. Bei T-Shirts bevorzuge ich auch eher Marken T-Shirts, da bei den No Name T-Shirts die ich hatte der Aufdruck schon beim ersten Waschgang heruntergeht oder wenn man nur mit der Hand ein paar Mal darüberfährt. Die T-Shirts, die ich von Jack und Jones habe, kosten gleich viel und fühlen sich auch gut an und nicht eher rau und kratzig wie No Name Produkte. Aber ich habe auch einmal ein Problem mit einem Marken T-Shirt gehabt. Bei einem T-Shirt von Tommy Hilfiger haben sich beim Waschen die Farben miteinander verbunden und ich hatte kein Blau, Rot und Weißes T-Shirt mehr sondern ein Blau, Rot, Rosafarbenes.

## Handout No Name oder Marke

In dem Video von ZDF wurden verschiedene Produkte von Marken und No Name Produkte miteinander verglichen.

Bei der Tiefkühlpizza herrscht zwischen No Name Produkt und Markenprodukt ein Preisunterschied von 100% obwohl das Markenprodukt die gleichen Zutaten enthält. Selbst bei der Menge an Belag hat die Markenpizza schlechter als die No Name Pizzen abgeschnitten, mit zirka ein Drittel weniger. Der Geschmackstest der Produkte ergab jedoch, dass 70% der Testteilnehmer sich für die Markenpizza entschieden.

Die Schlemmerfilets sind bei der Marke doppelt so teuer, wie wenn man sich für das No Name Produkt entscheiden würde. Hier sind Herkunft und Qualität des Fisches gleich. Kundenbefragungen ergaben, dass fast alle eher das Markenprodukt wählen würden, weil sie die Marke mit Qualität verbinden und diese sie an ihre Kindheit erinnere und sie würden selbst wenn der Preis höher wäre sich für die Marke entscheiden. Jedoch der Geschmackstest ergibt, dass nur 56% eher die Marke bevorzugen als das No Name Produkt.

Hähnchenschnitten weisen keinen Preisunterschied auf. Eher im Gegenteil, das No Name Produkt war hier vier Cent teurer als das Markenprodukt. Die Herstellungsweise von Hähnchenschnitten kann man eher als Pfusch bezeichnen, da viele billige Produkte wie Wasser oder Phosphor verwendet werden. Hier ergab der Geschmackstest, dass 56% der Menschen sich für das Markenprodukt entschieden haben.

Bei dem Tiefkühlgemüse ist das Markenprodukt fast drei Mal so teuer als das No Name Produkt. Das Markenprodukt hatte klare Angaben zur Herkunft der Gemüsesorten, wobei das No Name Produkt keine Herkunftsangabe hatte. Nach einer Isotopenanalyse wurde festgestellt, dass das No Name Gemüse aus der gleichen Region wie das Markengemüse stammt. Der Unterschied zwischen Marke und No Name ist aber, dass beim No Name Gemüse Geschmacksverstärker hinzugefügt wurden. Der Geschmackstest hier ergab, dass 55% der Testteilnehmer das No Name Produkt besser schmeckte.