

DIN 10977

ICS 67.240

Einsprüche bis 2020-06-17

Entwurf**Sensorische Analyse –
Sensorische Claims –
Überprüfung produktbezogener und vergleichender Claims**

Sensory analysis –
Sensory claims –
Verification of product-related and comparative claims

Analyse sensorielle –
Revendications sensorielles –
Vérification des revendications attribuées en fonction des produits et comparatives

Anwendungswarnvermerk

Dieser Norm-Entwurf mit Erscheinungsdatum 2020-04-17 wird der Öffentlichkeit zur Prüfung und Stellungnahme vorgelegt.

Weil die beabsichtigte Norm von der vorliegenden Fassung abweichen kann, ist die Anwendung dieses Entwurfs besonders zu vereinbaren.

Stellungnahmen werden erbeten

- vorzugsweise online im Norm-Entwurfs-Portal von DIN unter www.din.de/go/entwuerfe bzw. für Norm-Entwürfe der DKE auch im Norm-Entwurfs-Portal der DKE unter www.entwuerfe.normenbibliothek.de, sofern dort wiedergegeben;
- oder als Datei per E-Mail an nal@din.de möglichst in Form einer Tabelle. Die Vorlage dieser Tabelle kann im Internet unter www.din.de/go/stellungnahmen-norm-entwuerfe oder für Stellungnahmen zu Norm-Entwürfen der DKE unter www.dke.de/stellungnahme abgerufen werden;
- oder in Papierform an den DIN-Normenausschuss Lebensmittel und landwirtschaftliche Produkte (NAL), 10772 Berlin oder Saatwinkler Damm 42/43, 13627 Berlin.

Die Empfänger dieses Norm-Entwurfs werden gebeten, mit ihren Kommentaren jegliche relevanten Patentrechte, die sie kennen, mitzuteilen und unterstützende Dokumentationen zur Verfügung zu stellen.

Gesamtumfang 23 Seiten

DIN-Normenausschuss Lebensmittel und landwirtschaftliche Produkte (NAL)

Inhalt

	Seite
Vorwort	3
1 Anwendungsbereich	4
2 Normative Verweisungen	5
3 Begriffe	5
4 Methoden	7
4.1 Allgemeines	7
4.2 Affektive, hedonische Claims	7
4.3 Auf Produkteigenschaften bezogene Claims	7
4.4 Vergleichende Claims	7
5 Produkte	8
6 Prüfraum und Prüfgeräte	8
6.1 Prüfraum	8
6.2 Prüfgeräte	8
7 Vorbereitung der Prüfproben	8
7.1 Allgemeine Angaben zur Prüfung	8
7.2 Gesondert festzulegende Angaben	9
8 Statistische Auswertung und Anforderungen	9
8.1 Allgemeine Vorgaben	9
8.2 Nachweis von Gleichheit / Äquivalenz / Nicht-Unterlegenheit	9
8.3 Beschreibende Prüfungen	10
8.4 Vergleichende Prüfungen	11
8.4.1 Paarweise Vergleichsprüfung	11
8.4.2 Dreiecksprüfung	12
8.4.3 Weitere Unterschiedsprüfungen	14
8.5 Weitere Tests	14
9 Prüfbericht	14
Anhang A (normativ) Vorgehen der Überprüfung unterschiedlicher Claims	15
Anhang B (informativ) Fallbeispiel	16
Anhang C (normativ) Übersichtstabelle	22
Literaturhinweise	23

Bilder

Bild 1 — Übersicht über die in dieser Norm behandelten Sensory Claims mit Verweis auf die zugehörigen Abschnitte (Grafik in Anlehnung an ISO 20784 [1])	4
Bild B.1 — Schritte eines „Claim Substantiation“ Prozesses	16
Bild B.2 — Mittelwerte Profilprüfung (N = 12, 2 Wiederholungen)	20

Tabellen

Tabelle 1 — Kritische Werte für die paarweise Vergleichsprüfung mit den o.g. Kriterien	12
Tabelle 2 — Kritische Werte für den Dreieckstest mit den o. g. Kriterien.	13
Tabelle A.1 — Übersichtstabelle zum Vorgehen der Überprüfung unterschiedlicher Claims, die jeweiligen Details sind den zugehörigen Kapiteln zu entnehmen	15
Tabelle B.1 — Ergebnisse Profilprüfung (Skala: 0: nicht vorhanden bis 10: deutlich vorhanden)	19
Tabelle B.2 — Ergebnisse Akzeptanz- und Präferenztest (Skala: 1: gefällt überhaupt nicht bis 9: gefällt besonders gut)	21

Vorwort

Dieses Dokument wurde vom Arbeitsausschuss NA 057-08-01 AA „Sensorik“ des DIN-Normenausschusses Lebensmittel und landwirtschaftliche Produkte (NAL) erarbeitet.

Aktuelle Informationen zu diesem Dokument können über die Internetseiten von DIN (www.din.de) durch eine Suche nach der Dokumentennummer aufgerufen werden.

1 Anwendungsbereich

Das vorliegende Dokument enthält Anforderungen zur Überprüfung produktbezogener und vergleichender Werbeaussagen (Claims) die mittels sensorischer Methoden und quantitativer Auswertung belegt werden. Aussagen, die nur durch einzelne Expertenmeinungen belegt werden sollen, liegen daher nicht im Anwendungsbereich dieser Norm und gelten gemäß dieser Norm nicht als Sensory Claims.

Das Dokument ist anwendbar für Konsumgüter mit dem Schwerpunkt Lebensmittel und Genussmittel, über die der Produzent (Werbe-)Aussagen bezüglich sensorischer Eigenschaften (Sensory Claims) machen möchte. Diese können sich nur auf das betreffende Produkt, auf Produktveränderungen oder aber auf Unterschiede im Vergleich zu anderen Produkten beziehen. Um zu vermeiden, dass Produkte mit undifferenzierten oder unzutreffenden Sensory Claims beworben werden, müssen diese auf eine fundierte Basis gestellt werden. Hierfür bietet diese Norm eine Guideline.

Diese Norm beschäftigt sich nicht mit sogenannten marktschreierischen Claims (engl.: „puffery“), die sensorisch nicht zu belegen sind (z. B. weißer als weiß, oder leckerste Joghurt im Universum).

Eine Übersicht über die in dieser Norm behandelten Sensory Claims ist in Bild 1 angegeben.

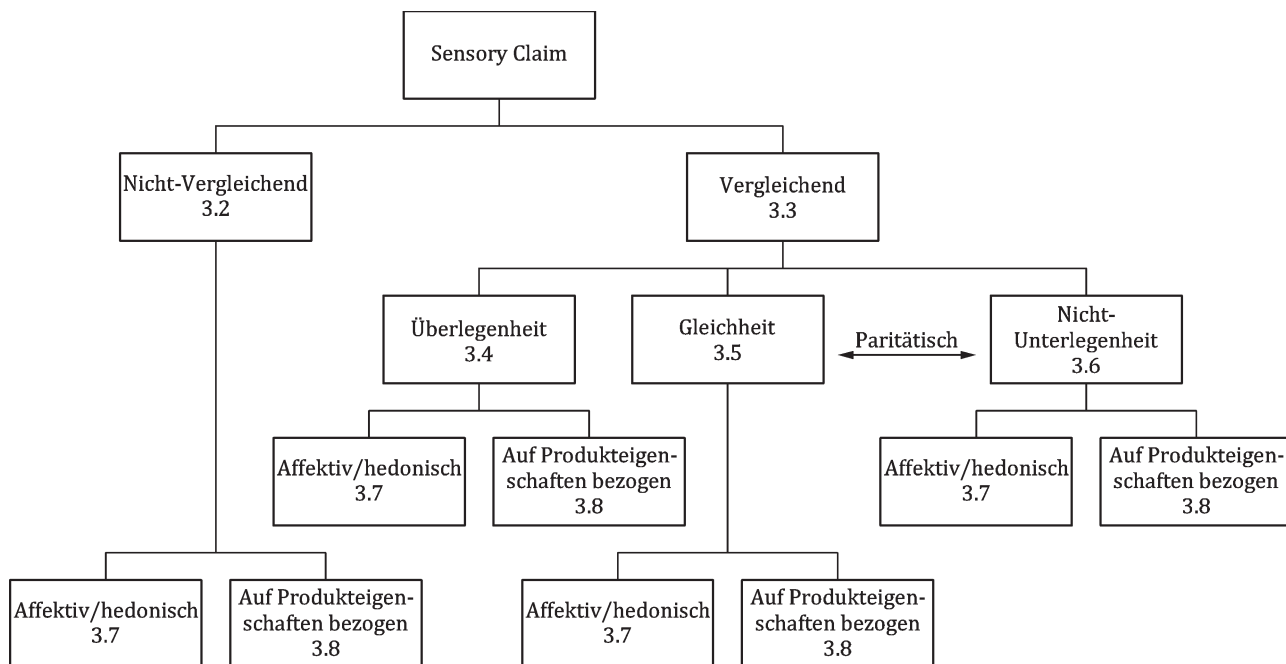


Bild 1 — Übersicht über die in dieser Norm behandelten Sensory Claims mit Verweis auf die zugehörigen Abschnitte (Grafik in Anlehnung an ISO 20784 [1])

2 Normative Verweisungen

Die folgenden Dokumente werden im Text in solcher Weise in Bezug genommen, dass einige Teile davon oder ihr gesamter Inhalt Anforderungen des vorliegenden Dokuments darstellen. Bei datierten Verweisungen gilt nur die in Bezug genommene Ausgabe. Bei undatierten Verweisungen gilt die letzte Ausgabe des in Bezug genommenen Dokuments (einschließlich aller Änderungen).

DIN EN ISO 4120, *Sensorische Analyse — Prüfverfahren — Dreiecksprüfung*

DIN EN ISO 5492, *Sensorische Analyse — Vokabular*

DIN EN ISO 5492/A1, *Sensorische Analyse — Vokabular — Änderung 1*

DIN EN ISO 5495, *Sensorische Analyse — Prüfverfahren — Paarweise Vergleichsprüfung*

DIN EN ISO 8586, *Sensorische Analyse — Allgemeiner Leitfaden für die Auswahl, Schulung und Überprüfung ausgewählter Prüfer und Sensoriker*

DIN EN ISO 8589, *Sensorische Analyse — Allgemeiner Leitfaden für die Gestaltung von Prüfräumen*

DIN EN ISO 11136, *Sensorische Analyse — Methodologie — Allgemeiner Leitfaden für die Durchführung hedonischer Prüfungen (Verbrauchertests) in einem kontrollierten Umfeld*

DIN EN ISO 13299, *Sensorische Analyse — Prüfverfahren — Allgemeiner Leitfaden zur Erstellung eines sensorischen Profils*

3 Begriffe

Für die Anwendung dieses Dokuments gelten die Begriffe nach DIN EN ISO 5492, DIN EN ISO 5492/A1 und die folgenden Begriffe.

DIN und DKE stellen terminologische Datenbanken für die Verwendung in der Normung unter den folgenden Adressen bereit:

— DIN-TERMinologieportal: verfügbar unter <https://www.din.de/go/din-term>

— DKE-IEV: verfügbar unter <http://www.dke.de/DKE-IEV>

3.1

Sensory Claim

Aussage über ein Produkt mit Bezug auf dessen sensorische Eigenschaft(en)

Anmerkung 1 zum Begriff: Ziel eines Sensory Claims ist in der Regel die Hervorhebung des Produktes, beispielsweise gegenüber einem direkten Wettbewerbsprodukt, oder um besondere Produkteigenschaften als verkaufsförderndes Argument herauszustellen.

3.2.

Nicht-vergleichende Claims

absolute Aussage zu einem Produkt ohne jeglichen Bezug auf (ein) andere(s) Produkt(e)

BEISPIEL „cremig“, „knusprig“, „lecker“

3.3

Vergleichende Claims

Aussage zu einem Produkt in Bezug auf ein oder mehrere andere(s). Häufig handelt es sich dabei um Produkt(e) eines Mitbewerbers oder eine vorherige Variante des beworbenen Produkts

BEISPIEL „genauso cremig wie das Original, bei 25 % weniger Fett“, „jetzt noch knuspriger“, „schmeckt besser als der Marktführer“

Anmerkung 1 zum Begriff: Die folgenden Aussagen fallen auch in die Kategorie der vergleichenden Claims, da durch das Wort „besonders“ (o. ä.) dem Verbraucher suggeriert wird, dass diese Eigenschaft im Vergleich zur bekannten Produktkategorie auffällig ausgeprägt ist: „herausragend cremig“, „besonders knusprig“, „besonders lecker“.

3.4

Claims auf Überlegenheit

(en: superiority)

Bewerben eines Produkts mit einer Aussage, dass dieses Produkt bezüglich bestimmter sensorischer Eigenschaften besser (z. B. stärker ausgeprägt, intensiver) ist als ein oder mehrere Vergleichsprodukt(e)

BEISPIEL „cremiger als der Marktführer“, „knuspriger als das Original“, „leckerer als...“

3.5

Claims auf Gleichheit (Parität)

Bewerben eines Produkts mit einer Aussage, dass dieses Produkt bezüglich bestimmter sensorischer Eigenschaften vergleichbar zu einem (selten mehreren) Vergleichsprodukt(en) ist

BEISPIEL „genauso cremig wie der Marktführer“, „genauso knusprig wie das Original“, „genauso lecker, weniger Zucker“

Anmerkung 1 zum Begriff: Absolute Gleichheit ist grundsätzlich nicht nachweisbar. Stattdessen müssen Grenzen definiert werden, innerhalb derer Unterschiede als nicht nennenswert bzw. nicht Verbraucher-relevant betrachtet werden (siehe 8.2).

Anmerkung 2 zum Begriff: Gleichheit bedeutet in der Praxis, dass die Eigenschaften nicht nennenswert schwächer, aber insbesondere auch nicht nennenswert stärker ausgeprägt sind. Da es in der Regel um positive Attribute geht, ist die zweite implizite Aussage („nicht nennenswert stärker“) selten relevant, so dass häufig Tests auf (statistische) Nicht-Unterlegenheit verwendet werden (siehe 3.6 und Abschnitt 8), um einen Claim auf Gleichheit zu unterstützen.

3.6

Claims auf Nicht-Unterlegenheit

(en: non-inferiority)

Bewerben eines Produktes mit einer Aussage, dass dieses Produkt bezüglich bestimmter sensorischer Eigenschaften nicht schlechter ist als ein (oder mehrere) Vergleichsprodukt(e).

BEISPIEL „mindestens genauso cremig wie der Marktführer“, „mindestens genauso knusprig wie das Original“, „nicht weniger beliebt als der Marktführer“

3.7

Claims auf affektive / hedonische Produkteigenschaften

Aussage bezüglich der Bevorzugung oder anderweitig subjektiven Beurteilung eines Produkts durch ungeschulte Verbraucher

BEISPIEL „schmeckt jetzt noch besser“, „Verbraucher bevorzugen XYZ“, „XYZ gefällt am besten“

3.8

Claims auf objektive / beschreibende Produkteigenschaften

Aussage bezüglich bestimmter Produktcharakteristika, in der Regel spezieller sensorische Attribute

BEISPIEL „cremig“, „nussiges Aroma“, „knusprig“, „intensiveres Aroma als XYZ“, „genauso fruchtig, aber weniger süß als XYZ“

4 Methoden

4.1 Allgemeines

Abhängig von der Art des Claims müssen unterschiedliche Methoden und zugehörige Normen zur Überprüfung dieser Claims angewendet werden. Dabei ist es erforderlich, dass der Claim **vor** der Untersuchung definiert und dann mit einer angemessenen Methode überprüft wird.

In dieser Norm werden verschiedenen Methoden empfohlen, die für möglichst viele Produkte angewendet werden können. Gibt es gesonderte Normen und Vorschriften für spezielle Produkte, z. B. Olivenöl EWG Nr. 2568/91 [2], so müssen diese produktspezifischen Normen angewendet werden.

Sensory Claims erfordern gemäß dieser Norm eine quantitative Auswertung von Daten mehrerer Probanden oder Prüfer (je nach Claim). Sie können dementsprechend nicht nur aufgrund von Aussagen durch Einzelpersonen (z. B. Kaffeeexperten) ausgelobt werden. Im Folgenden werden mögliche Claims und ihre Methoden weiter gruppiert; dabei können einzelne Claims in mehr als eine Gruppe fallen. So sind etwa Claims bezüglich einer Bevorzugung sowohl affektiv / hedonisch (3.7) als auch vergleichend (3.3).

4.2 Affektive, hedonische Claims

Claims, die affektive Eigenschaften betreffen, müssen mittels sensorischem Verbraucherpanel getestet werden. Die genauen Anforderungen sind DIN EN ISO 11136 zu entnehmen. Gemäß dieser Norm darf die Größe einer Verbraucherstichprobe niemals geringer als 60 ausfallen, für viele Verfahren sind 100 Verbraucher als Mindeststichprobengröße festgelegt. Dabei gilt, dass die Anzahl der Verbraucher abhängig von der erforderlichen Sicherheit des Tests auszuwählen ist. In jedem Fall muss eine repräsentative Zielgruppe anhand von nachvollziehbaren Auswahlkriterien ausgewählt werden.

4.3 Auf Produkteigenschaften bezogene Claims

Claims, die produktbeschreibende Eigenschaften betreffen, sollten vorwiegend mit einem Sensorikpanel bestätigt werden. Dazu sollte ein Sensorikpanel, das nach DIN EN ISO 8586 geschult wurde, verwendet werden.

Je nach Fragestellung werden geeignete Methoden ausgewählt:

Zur Darstellung von sensorischen Eigenschaften wird eine Profilierung nach DIN EN ISO 13299 durchgeführt. Es sind solche Verfahren zu wählen, die eine statistische Auswertung vorsehen, in der Regel mit mindestens einer Wiederholungsmessung. Besonders sind die Verfahren Quantitatives beschreibendes Profil z. B. quantitative beschreibende Analyse (QDA) oder Profil der Abweichung vom Referenzstandard zu empfehlen.

In bestimmten Fällen ist es ratsam, die Relevanz der betrachteten Attribute und der Grenzwerte (etwa für Claims auf Nicht-Unterlegenheit) mit Verbrauchern zu bestätigen. Alternativ können je nach Fragestellung auch direkt Verbrauchertests durchgeführt werden, etwa Check-All-That-Apply (CATA), oder Fragen nach Zustimmung. Die Fallzahlen müssen in jedem Fall eine quantitative Auswertung mit hinreichender Präzision erlauben.

Zur Findung der beschreibenden Attribute wird empfohlen, DIN EN ISO 5492 heranzuziehen.

4.4 Vergleichende Claims

Vergleichende Claims können, je nach Fragestellung, entweder durch eine beschreibende Prüfung oder durch Unterschiedsprüfungen unterstützt werden, z. B.:

- Profilprüfung (DIN EN ISO 13299);
- paarweise Vergleichsprüfung (DIN EN ISO 5495; es ist zu beachten, dass die Option „keine Bevorzugung“ hierbei nicht vorgesehen ist);