

DIN EN ISO 11136:2020-11 (D)

Sensorische Analyse - Methodologie - Allgemeiner Leitfadens für die Durchführung hedonischer Prüfungen (Verbrauchertests) in einem kontrollierten Umfeld (ISO 11136:2014 + Amd 1:2020); Deutsche Fassung EN ISO 11136:2017 + A1:2020

Inhalt	Seite
Europäisches Vorwort.....	4
▣ ^{A1} Europäisches Vorwort der Änderung A1 ▣ ^{A1}	5
Vorwort.....	6
▣ ^{A1} Vorwort der Änderung Amd.1 ▣ ^{A1}	7
1 Anwendungsbereich.....	8
2 Normative Verweisungen.....	8
3 Begriffe.....	9
4 Vorüberlegungen.....	11
4.1 Studienvorschlag.....	11
4.2 Festlegung der Zielgruppe.....	12
4.3 Weiterführende Festlegungen.....	12
5 Die Verbraucherstichprobe.....	12
5.1 Allgemeines.....	12
5.2 Rekrutierung der Verbraucher.....	13
5.3 Zusammenstellung einer Verbraucherstichprobe.....	14
5.4 Segmentierung der Verbraucherstichprobe.....	15
6 Größe der Verbraucherstichprobe.....	16
6.1 Messpräzision.....	16
6.2 Festlegung der Stichprobengröße.....	16
6.3 Arbeit mit Untergruppen.....	17
6.4 Anzahl der Produktproben und Versuchsplan.....	18
6.5 Sicherheitsmarge bei der Rekrutierung.....	18
7 Prüfbereich.....	18
8 Produkte.....	18
8.1 Anonyme Vorlage der Produkte.....	18
8.2 Vorbereitung und Vorlage der Produkte.....	19
9 Durchführung.....	20
9.1 Zwei Gruppen hedonischer Prüfungen.....	20
9.2 Bewertungsprüfungen.....	20
9.3 Paarweise Vergleichsprüfung.....	21
9.4 Rangordnungsprüfung.....	22
9.5 Zusätzliche Fragen.....	22
9.6 Anweisungen für die Verbraucher.....	23
10 Organisation von Prüfsitzungen.....	24
10.1 Allgemeines.....	24
10.2 Pläne.....	24
10.3 Anzahl der in einer einzelnen Sitzung beurteilten Produkte.....	25
10.4 Art der in einer Sitzung beurteilten Produkte.....	26
10.5 Zeitpunkt der Sitzung.....	26
10.6 Wiederholung eines Produktes innerhalb einer Prüfung.....	26

10.7	Vorprüfung	27
11	Analyse der Ergebnisse	27
11.1	Allgemeines	27
11.2	Schließende Analyse	27
11.3	Bewertungen (siehe 9.2)	28
11.4	Paarweise Vergleichsprüfungen (9.3)	28
11.5	Einstufung in eine Rangordnung (9.4)	28
12	Studienbericht	28
12.1	Allgemeines	28
12.2	Produkte	29
12.3	Prüfverfahren	30
12.4	Verbraucher	30
12.5	Ergebnisse	31
12.6	Anhänge des Berichts	31
	Anhang A (informativ) Beispiel für einen Rekrutierungsfragebogen	32
	Anhang B (informativ) Verfahren zur Auswertung der Daten von Segmentierungsuntergruppen	35
	Anhang C (informativ) Pläne für die Zuordnung der Produkte zu den Verbrauchern	37
	Anhang D (informativ) Einfluss der Stichprobengröße auf die Messgenauigkeit	38
	Anhang E (informativ) Mindeststichprobengröße für bewertende Prüfungen	39
	Anhang F (informativ) Mindeststichprobengröße für Rangordnungsprüfungen	44
	Anhang G (informativ) Beispiele der Datenanalyse für Bewertungen	46
	Anhang H (informativ) Beispiele der Datenanalyse für Rangordnungen	52
	Literaturhinweise	55