

Wie Verbraucher:innen über den Nutri-Score denken

Wissenschaftliche Studie im Auftrag von Foodwatch Deutschland

Anke Zühlsdorf, Kristin Jürkenbeck, Anna Dittmann, Achim Spiller
Göttingen, November 2025



Autor:innen:

- Dr. Anke Zühlsdorf
- Dr. Kristin Jürkenbeck
- Anna Dittmann
- Prof. Dr. Achim Spiller

Weiterführende Informationen über die Studienautor:innen finden Sie am Berichtsende:

Kontakt:

Zühlsdorf + Partner | Agentur für
Lebensmittelmarketing und Verbraucherforschung
www.zuehlsdorf-und-partner.de

Auftraggeber: Foodwatch Deutschland, Berlin.

Disclaimer: Der Auftraggeber hat keinen Einfluss auf die Datenanalyse und Interpretation der Ergebnisse genommen.

Bitte zitieren als: Zühlsdorf, A., Jürkenbeck, K., Dittmann, A., Spiller, A. (2025): Wie Verbraucher:innen über den Nutri-Score denken. Wissenschaftliche Studie im Auftrag von Foodwatch Deutschland, Göttingen.

KI-Hinweis: KI-Systeme wurden zur Literaturrecherche und zur Ideengewinnung hinsichtlich Ausgangslage, wissenschaftlicher Konzepte und Interpretationen herangezogen – nicht zum Schreiben von Texten.

Inhalt

1. Kernergebnisse der Befragung
2. Studienhintergrund und Stand der Forschung
3. Studiendesign
4. Die Befragungsergebnisse im Detail: Vierstufiges Design
 - a. Stufe 1: Intuitive Einschätzung des Nutri-Scores
 - b. Stufe 2: Bewertung des Nutri-Scores nach Info-Treatment zur Nährwerttabelle und Nutri-Score
 - c. Stufe 3: Bewertung des Nutri-Scores nach Info-Treatment zum Nutri-Score-Algorithmus
 - d. Stufe 4: Bewertung des Nutri-Scores nach Info-Treatment zum wissenschaftlichen Hintergrund und zur Freiwilligkeit
5. Treiber der Verbrauchereinstellung zum Nutri-Score
6. Wissenschaftliche Einordnung und Empfehlungen
7. Literatur
8. Über die Autor:innen



KERNERGEBNISSE

Kernergebnisse der Befragung

(Bundesweite Online-Befragung von 1.103 Verbraucher:innen im August 2025 nach Quotenauswahl gem. Bevölkerungsquerschnitt)

Die Befragung unterstreicht das **Potenzial des Nutri-Scores** als verbraucherfreundliches Kennzeichnungssystem. Zugleich zeigen die Ergebnisse, dass dieses Potenzial derzeit **nicht ausgeschöpft** wird:

- **Hoher Wiedererkennungswert und positive Grundeinschätzung:** Die intuitiv verständliche Farb- und Buchstabenskala führt zu einem hohen Wiedererkennungswert. Der gestützte Bekanntheitsgrad des Nutri-Scores liegt bei 91 % – ein ausgesprochen guter Wert. Das Label wird in der Bevölkerung insgesamt breit befürwortet.
- **Schwache Top-of-Mind-Präsenz:** Ungestützt nennen jedoch nur 14 % der Befragten den Nutri-Score als Label für eine gesunde Lebensmittelauswahl – ein deutlicher Hinweis auf geringe Alltagspräsenz und fehlende Verankerung im Kaufverhalten.
- **Vertrauensdefizite:** Das System ist zwar auf Anhieb verständlich, aber die oberflächliche Kenntnis führt nicht zu stabilem Vertrauen. Zweifel bestehen insbesondere an der Neutralität des Systems (59% sind mindestens teilweise skeptisch) und an der Zuverlässigkeit der Bewertungen (67% halten den Nutri-Score mindestens teilweise für irreführend).
- **Unsicherheit in der Anwendung:** 80 % der Befragten sind unsicher, ob sie den Nutri-Score richtig anwenden.
- **Lücke zwischen Nutzung und Nutzungspotential:** 66 % würden ein farblich-interpretatives Label grundsätzlich beim Einkaufen nutzen, doch nur 31 % nutzen den Nutri-Score derzeit häufig oder sehr häufig beim Einkauf. Nur 12 % lehnen ihn klar ab – das zeigt ein hohes unausgeschöpftes Potenzial.
- **Wunsch nach Verbindlichkeit und Information:** Zwei Drittel der Befragten (66 %) sprechen sich für eine verbindliche Einführung des Nutri-Scores aus; nur 16 % sind dagegen. Noch mehr Verbraucher:innen (71 %) wünschen sich mehr Erklärungen und Informationen.

!! Fazit: Die ernährungspolitische Wirkung des Nutri-Scores wird derzeit vor allem durch **Vertrauensdefizite** und eine **zu geringe Marktpräsenz** geschwächt – auch weil zu wenige Unternehmen ihre Produkte mit dem Nutri-Score kennzeichnen.



STUDIENHINTERGRUND UND STAND DER FORSCHUNG

Über den Nutri-Score

- Der Nutri-Score ist ein vereinfachtes Nährwertkennzeichnungssystem für Lebensmittel, das in mehreren europäischen Ländern ergänzend zur obligatorischen Nährwerttabelle (gem. LMIV) von Unternehmen freiwillig genutzt werden kann.
- Der Nutri-Score bewertet Lebensmittel anhand ihrer Nährstoffzusammensetzung und ausgewählter Zutaten. Das Ergebnis wird auf einer fünfstufigen Farb- und Buchstabenskala dargestellt – von A (grün = günstig) bis E (rot = ungünstig).
- Grundlage der Bewertung ist ein in Frankreich von unabhängigen Wissenschaftler:innen entwickelter Algorithmus, der die Nährwertangaben pro 100 g bzw. 100 ml eines Produkts berücksichtigt. Je niedriger die Gesamtpunktzahl ist, desto besser fällt der Nutri-Score für ein Produkt aus (Julia et al. 2025). Ungünstige Inhaltsstoffe (z. B. Zucker, gesättigte Fettsäuren, Salz) erhöhen die Punktzahl; günstige Inhaltsstoffe (z. B. Ballaststoffe, Obst, Gemüse, Hülsenfrüchte) führen zu einem geringeren (also besseren) Punktwert.
- Die Weiterentwicklung des Kennzeichnungssystems erfolgt durch ein unabhängiges wissenschaftliches Gremium (Scientific Committee), während die übergeordnete Steuerung bei einem Steering Committee mit Vertreter:innen der Administration der teilnehmenden Länder liegt (Merz et al. 2024; <https://www.bmleh.de/DE/themen/ernaehrung/lebensmittelkennzeichnung/freiwillige-angaben-und-label/nutri-score/nutri-score-coen-berichte.html>)




Ernährungspolitische Einordnung

- Viele Menschen sind verunsichert bei der Gesundheitseinschätzung von Lebensmitteln. In einer zu Beginn des Jahres 2025 durchgeführten Befragung haben 60 % dem Statement zugestimmt „Es gibt viele widersprüchliche Informationen darüber, was gesund ist und was nicht.“ (Preißner & Schäfer 2025).
- Nährwertkennzeichnungen (Gesundheitslabel) auf der Vorderseite von Lebensmittelverpackungen („Front-of-Pack Labels“, FOP-Labels) sollen Verbraucher:innen bei einer gesundheitsbewussten Auswahl von Lebensmitteln unterstützen und damit zur Prävention ernährungs(mit-)bedingter Erkrankungen beitragen.
- Interpretative, farblich codierte Kennzeichnungsmodelle wie der Nutri-Score verdichten die Nährstoffqualität eines Lebensmittels zu einem eindimensionalen Score (Cowburn & Stockley 2005; Dubois et al. 2021; Song 2021; Kelly et al. 2024). Solche Labels auf der Vorderseite finden deutlich mehr Beachtung als die klassische Nährwerttabelle auf der Rückseite und sind leichter verständlich (Shrestha et al. 2023; Andreani et al. 2025).
- Empirische Studien zeigen überwiegend Vorteile des Nutri-Scores gegenüber anderen Nährwertkennzeichnungen (z. B. Kelly 2024; Mazzù 2021; MRI 2020; Storcksdieck genannt Bonsmann et al. 2020; Talati et al. 2019; Egnell et al. 2018). Es kann aber zu kognitiven Dissonanzen kommen, wenn der Score Ergebnisse zeigt, die von der eigenen Gesundheitseinschätzung der Menschen deutlich abweicht (Mazzù et al. 2024).
- Der Nutri-Score wird derzeit in sieben EU-Ländern freiwillig verwendet und zählt damit zu den am weitesten verbreiteten FOP-Labels in Europa. Politische Initiativen, die eine EU-weit verpflichtende Einführung anstreben, sind bislang u. a. am Widerstand einzelner Mitgliedsstaaten wie Italien und Ungarn gescheitert. In Frankreich hat das Parlament Anfang November 2025 deshalb beschlossen, eine national verbindliche Einführung anzustreben (Dongo 2025).
- In Deutschland wurde das Label nach einer langjährigen politischen Debatte im Jahr 2020 vom BMLEH als vereinfachtes Nährwertkennzeichen gemäß LMIV (Regulation (EU) No. 1169/2011) zugelassen. Allerdings blieben die anschließenden Motivations-, Informations- und Kommunikationsmaßnahmen zur Marktetablierung des Kennzeichnungssystems gegenüber Unternehmen und der breiten Öffentlichkeit begrenzt.

Status quo

- In Deutschland fand der Nutri-Score zunächst rasch Verbreitung, da sich mehrere führende Markenartikler (u. a. Dr. Oetker, Iglo, Danone) sowie die vier größten Handelsunternehmen (Rewe, Edeka, ALDI, Lidl) mit ihren Eigenmarken beteiligten.
- Nach (der etwas veralteten) Erhebung aus dem Jahr 2022 sind etwa 40 % der Lebensmittel im deutschen Lebensmitteleinzelhandel mit dem Label versehen (Verbraucherzentralen 2022). Seit der jüngsten Anpassung des Bewertungsalgorithmus, die bei bestimmten Produktgruppen zu einer strengerem, aber zutreffenderen Bewertung führte (Hafner & Pravst 2024), haben sich einige Unternehmen – insbesondere aus der Backwaren- und Milchbranche – wieder von der Kennzeichnung zurückgezogen. Auch in anderen Bereichen, etwa der Biobranche oder im Segment der Erfrischungsgetränke, stößt der Nutri-Score weiterhin auf Skepsis und wird kaum verwendet.
- In der Schweiz hat der marktführende Händler Migros jüngst seinen Ausstieg aus dem System angekündigt, was die Akzeptanz des Labels dort erheblich beeinträchtigen könnte (NZZ 2024). Auch in Deutschland erschwert die weiterhin geringe Beteiligung in vielen Warengruppen einen sinnvollen Produktvergleich im Lebensmittelgeschäft. Zudem kann eine geringe Kennzeichnungsdichte das Vertrauen der Verbraucher:innen in das System schwächen (Cerf et al. 2024).
- Parallel dazu deuten verschiedene Studien auf Verständnisprobleme und kommunikative Herausforderungen im öffentlichen Diskurs über den Nutri-Score hin (Hafner & Pravst 2024; Hémar-Nicolas et al. 2024).

 Die alltagspraktische Bedeutung des Nutri-Scores beim Lebensmitteleinkauf bleibt damit bislang hinter seinem Potenzial zurück (BMLEH 2024; Preißner & Schäfer 2025). Derzeit steht der Nutri-Score „auf der Kippe“ – diese unklare Zukunft bildet den Anlass für die vorliegende Studie.

Verbraucherverständnis: Aktueller Forschungsstand (I)

- Der Nutri-Score hat sich in zahlreichen Studien als wirksames Instrument erwiesen, um Verbraucher:innen zu fundierteren und gesünderen Kaufentscheidungen zu befähigen (MRI 2020, Storcksdieck genannt Bonsmann et al. 2020; Pettigrew et al. 2023; Andreani et al. 2025).
- Im Vergleich zu anderen Nährwertkennzeichnungssystemen wie der GDA-Angabe, dem Ampelsystem oder dem Health Star Rating wird der Nutri-Score von Verbraucher:innen am besten verstanden. Dies zeigt sich insbesondere beim korrekten Ranking von Produkten nach ihrer Nährwertqualität (objektives Verständnis). Studien belegen, dass das Vorhandensein des Nutri-Scores das objektive Verständnis der Nährstoffqualität von Lebensmitteln deutlich verbessert – stärker als eine Situation ohne Kennzeichnung oder mit alternativen FOP-Systemen (Storcksdieck genannt Bonsmann et al. 2020; Andreani et al. 2025).
- In zahlreichen Untersuchungen wird der Nutri-Score als besonders schnell erfassbar, leicht verständlich und wenig verwirrend wahrgenommen. Häufig wird er im Vergleich zu anderen Kennzeichnungsmodellen als übersichtlicher und hilfreicher bewertet. Die Kombination aus Buchstaben- und Farbskala beeinflusst die Wahrnehmung der Gesundheitsqualität eines Produkts stark, kann fehlerhafte Gesundheitseinschätzungen korrigieren und steigert – mit zunehmender Bekanntheit – auch die Unterstützung für eine verpflichtende Einführung (Andreani et al. 2025).
- Zudem trägt er zur Verringerung ungünstiger Halo-Effekte bei, also der Tendenz, einzelne positive Produkteigenschaften fälschlich auf das gesamte Produkt zu übertragen (Jürkenbeck et al. 2022).
- Vor allem in Online- und Laborsimulationen zeigt sich ein klarer positiver Einfluss auf das Konsumverhalten: Der Nutri-Score fördert die Auswahl nährstoffreicherer Produkte, reduziert Portionsgrößen und steigert die Zahlungsbereitschaft für besser bewertete Lebensmittel. In realen Einkaufssituationen fallen diese Effekte jedoch geringer aus. Sie sind stark kontext- und produktabhängig und variieren zwischen Zielgruppen – mit dem größten Nutzen für weniger ernährungsbewusste Verbraucher:innen (Andreani et al. 2025).
- Ein aktuelles systematisches Review kommt zudem zu dem Ergebnis, dass die Effekte des Nutri-Scores auf die tatsächliche Lebensmittelauswahl, die Ernährungsqualität und Gesundheitsindikatoren insgesamt moderat ausfallen – insbesondere in Real-Life-Studien. Deutliche Wirkungen lassen sich vor allem bei Produkten mit den Bewertungen A oder B beobachten, während für Produkte mit den Kategorien C–E sowie für die Verbesserung des allgemeinen Ernährungswissens bislang nur geringe Effekte nachgewiesen werden konnten (Muzzioli et al. 2025).

Verbraucherverständnis: Aktueller Forschungsstand (II)

- Ein groß angelegtes Feldexperiment in Frankreich zeigte, dass der Nutri-Score als einziges Kennzeichnungssystem die Ernährungsqualität des gesamten Einkaufskorbs signifikant verbessern konnte (Ducrot et al. 2016). Der Effekt war dabei vor allem bei Produkten mit hoher Nährstoffqualität (Kategorie A/B) sichtbar, während er bei Artikeln mittlerer oder niedriger Qualität (Kategorie C–E) deutlich schwächer ausfiel.
 - Einige Studien deuten an, dass der Nutri-Score nicht in allen Kontexten überlegen ist: Seine Wirksamkeit variiert in Abhängigkeit von Produktgruppe, Land und der Präsenz konkurrierender Kennzeichnungssysteme (Andreani et al 2025).
 - Insgesamt gilt der Nutri-Score als hilfreiches Instrument, dass aber allein nicht ausreicht. Er erleichtert gesündere Entscheidungen, ersetzt aber keine umfassende Ernährungspolitik. Die Forschung der letzten Jahre zeigt zunehmend, dass deutliche Verbesserungen nur durch einen integrierten Mix aus Maßnahmen erreicht werden können (Spiller et al. 2017; dies. 2017a; WBAE 2020). Der Nutri-Score bildet dabei einen zentralen Baustein dieses politikstrategischen Instrumentariums.
 - Neben dem objektiven Verständnis spielt auch das subjektive Verständnis – also der Bekanntheitsgrad, die wahrgenommene Verständlichkeit, Attraktivität und Vertrauenswürdigkeit – eine zentrale Rolle für die Akzeptanz und Nutzung eines Labels.
 - ✓ Laut BMLEH-Ernährungsreport (2024) haben 88 % den Nutri-Score schon einmal wahrgenommen (gegenüber 71% in 2022).
 - ✓ Auf Basis von Expert:innen-Interviews konstatieren Skretkowicz & Perret (2024) ein eher verhalten positives Bild zur Glaubwürdigkeit, mit branchenspezifischer Skepsis.
 - ✓ In einer näherungsweise repräsentativen Erhebung ermitteln Preißner & Schäfer (2025) einen gestützten Bekanntheitsgrad von 93 % und einen Verwendungsgrad von 35 % (immer/häufig) für den Nutri-Score. 78 Prozent der Befragten sehen eine verpflichtende Kennzeichnung aller verarbeiteten Lebensmittel mit dem Nutri-Score als sehr oder eher sinnvoll an.
- !!** Insgesamt liegen aber zum subjektiven Verständnis des Nutri-Scores wenig Studien vor – hier setzt die vorliegende Studie an, insbesondere zu: Bekanntheit (offen und gestützt), subjektivem und objektivem Wissen, Nutzungsverhalten (Alltagsrelevanz, Nutzungsbereitschaft und Nutzungsbarrieren), Vertrauen, Labelpräferenzen, Verunsicherung, Nutzenbewertung (kognitiv, affektiv, intentional), Bewertung im sozialen Umfeld.



STUDIENDESIGN

Ziel der Studie: Fünf Jahre nach Einführung – Wo steht der Nutri-Score?

- Ziel der empirischen Studie ist die Erfassung des aktuellen Einstellungsspektrums zum Nutri-Score in der Bevölkerung sowie die Analyse der zugrundeliegenden Hintergrundfaktoren. Ein differenziertes Bild der Verbraucher:innen-Perspektive knapp fünf Jahre nach Einführung des Nutri-Scores fehlt bisher.
- Die Studie knüpft an den aktuellen Stand der Konsumforschung an und adressiert die folgenden Themenfelder:
 - ✓ Was ist beim Essen wichtig?
 - ✓ Bedeutung von Labels für den Lebensmittelkauf
 - ✓ Bekanntheit des Nutri-Scores (offen und gestützt)
 - ✓ Subjektives und objektives Wissen,
 - ✓ Nutzungsverhalten (Alltagsrelevanz, Nutzungsbereitschaft und -barrieren)
 - ✓ Vertrauen
 - ✓ Labelpräferenzen
 - ✓ Verunsicherung
 - ✓ Nutzenbewertung (kognitiv, affektiv, intentional)
 - ✓ Bewertung im sozialen Umfeld
 - ✓ Sie untersucht diese Themen auch mit Blick auf Unterschiede zwischen verschiedenen sozio-kulturellen Gruppen (Alter, Geschlecht, Bildung, Parteipräferenzen etc.) und analysiert Treiberfaktoren der Einstellung zum Nutri-Score.

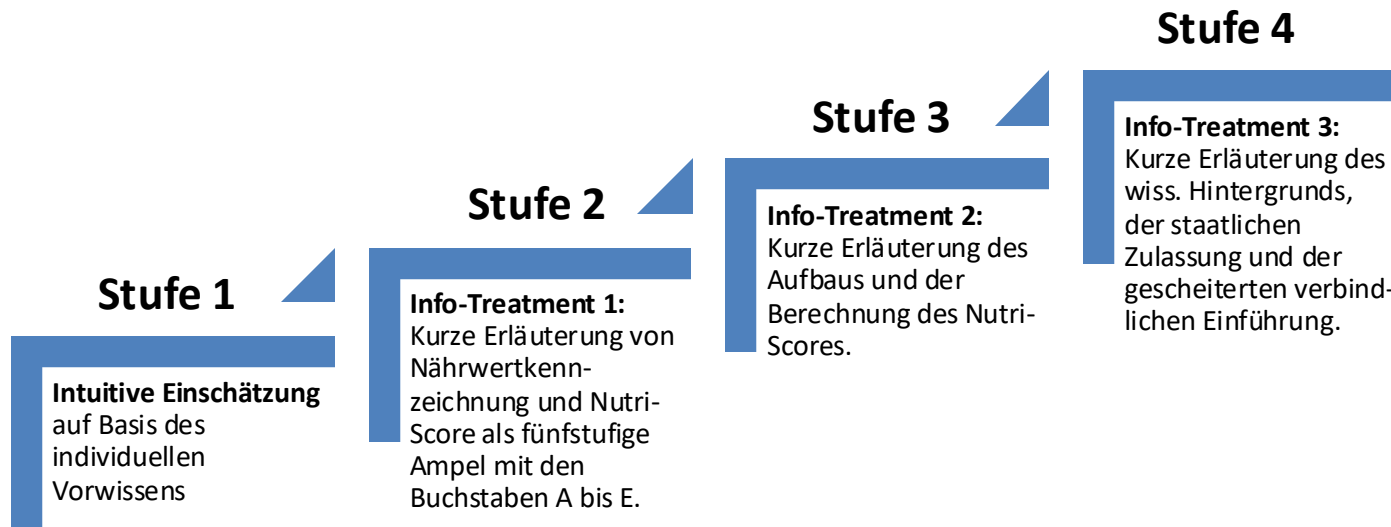
Befragungsmerkmale und Methodik

Methodensteckbrief	
Stichprobengröße	• n =1.103
Erhebungsmethode	<ul style="list-style-type: none">• Standardisierte Online-Befragung• Strikte Randomisierung zur Vermeidung von Reihenfolgeeffekten
Zielgruppe	Verbraucherinnen und Verbraucher in Deutschland ab einem Alter von 16 Jahren
Auswahlverfahren	<ul style="list-style-type: none">• Rekrutierung durch ein Online-Access-Panel (annähernd repräsentativer Bevölkerungsquerschnitt)• Quotenvorgabe von Alter, Geschlecht, Bildung (Schulabschluss), Region (Ost- und Westdeutschland)
Befragungsdauer	ca. 17 Minuten
Feldphase	14. – 21. August 2025
Feldarbeit	<ul style="list-style-type: none">• Bilendi GmbH (Bilendi & Respondi, Köln)• zusätzlich: umfassende eigene Qualitätskontrolle durch eingestreute Testfragen, Exklusion von Straightlinern bei zu kurzen Antwortzeiten, Plausibilitätskontrollen
Auswertungsmethodik	• Uni-, bi- und multivariate Statistik

Stichprobenbeschreibung: Annähernd repräsentativer Bevölkerungsquerschnitt

Merkmale der Stichprobe	
Alter in Jahren	Altersdurchschnitt in Jahren: 49; Altersgruppen: 16-34 (26,3%), 35-49 (21,8%), 50-64 (28,4%), 65-80 (23,5%)
Geschlecht	Männlich (50,1%), weiblich (49,5%), divers (0,4%)
Region	Ost (14,7%), West (85,3%)
Schulabschluss	Ohne Abschluss/Hauptschulabschluss (33,8%), Realschul- oder vergleichbarer Abschluss (30,7%), Abitur/Fachabitur (Hochschul-/ Fachhochschulreife) (35,5%)
Einkommen	Unter 1300€ (17,0%), 1300€-2599€ (29,8%), 2600€-4499€ (33,6%), 4500€ oder mehr (19,6%)
Zuständigkeit für den Lebensmitteleinkauf	Ich alleine (49%), überwiegend ich (20,7%), zu gleichen Teilen ich und andere Person(en) (25,7), überwiegend jemand anderes (4,1%), ausschließlich jemand anderes (0,5%)
Parteipräferenzen (Sonntagsfrage)	CDU/CSU (20,3%), SPD (15,5%), Die GRÜNEN (10,9%), Die LINKE (9,3%), FDP (4,0%), BSW (3,8%), AfD (22,6%), eine andere Partei (13,6%)

Vierstufiges Befragungsdesign und Ergebnisdarstellung



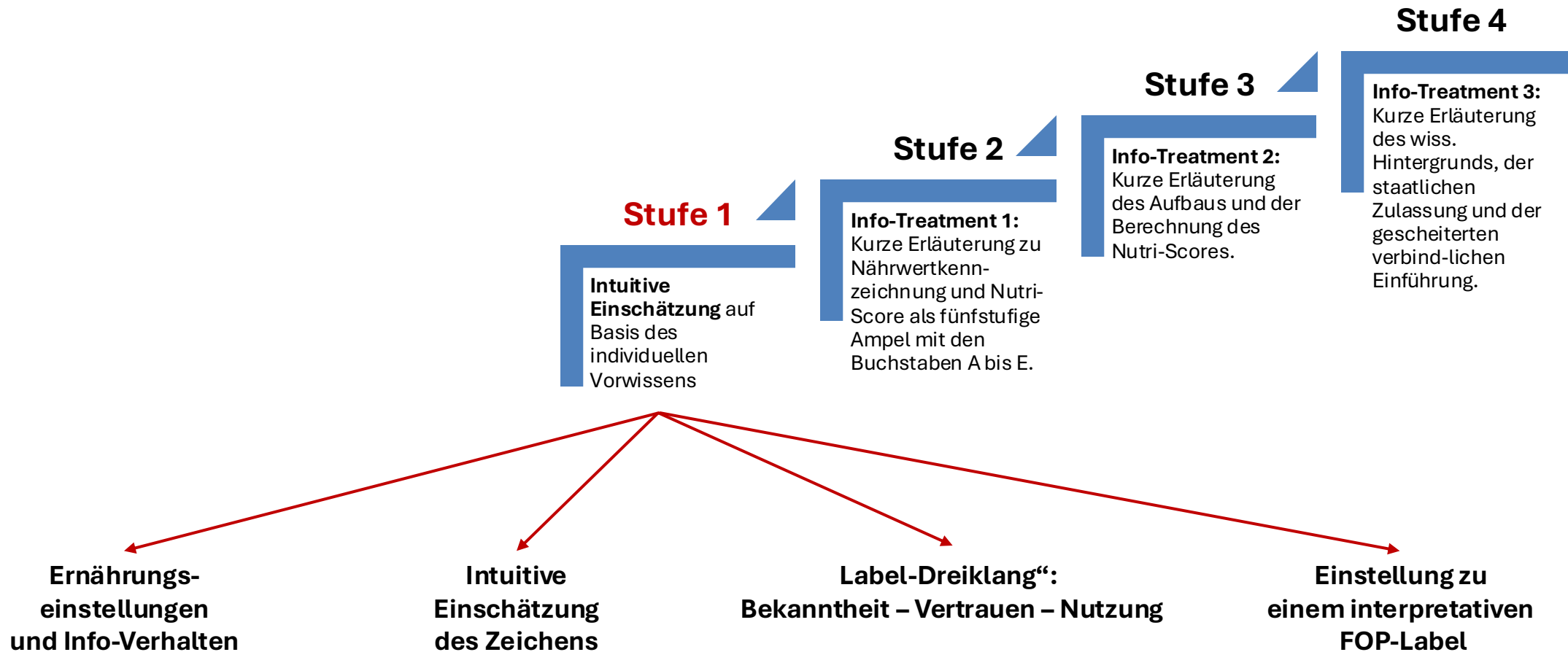
- Die Befragung ist im Kern vierstufig aufgebaut:
 - ✓ Zunächst erfolgte eine erste Abfrage des Wissens und der intuitiven Einstellung zum Nutri-Score.
 - ✓ Im Verlauf wurden in drei Schritten zunehmend mehr Informationen über den Nutri-Score bereitgestellt (vgl. die Info-Treatments im Anhang).
 - ✓ Zwischen den drei Info-Treatments erfolgten jeweils unterschiedliche Wissens-, Einstellungs- und Bewertungsfragen.
- Daneben wurden als Kontrollvariablen weitere ernährungsbezogene Aspekte erfasst.
- Aus Gründen der Übersichtlichkeit ist die nachfolgende Ergebnisdarstellung sachlogisch aufgebaut. Sie orientiert sich an den vier Befragungsstufen, aber nicht durchgängig an der Reihenfolge im Fragebogen. Soweit nicht anders dargestellt liegt der Befragung eine Datenbasis von 1.103 Befragten zugrunde.



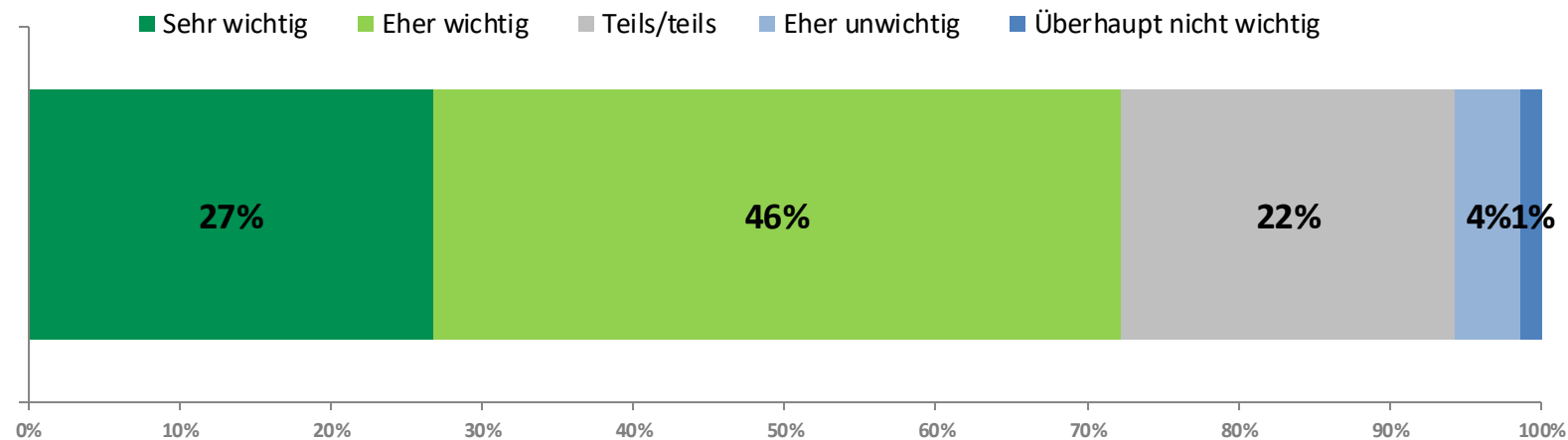
DIE BEFRAGUNGSERGEBNISSE IM DETAIL

Lesehinweis für die im Folgenden angegebenen Prozentwert: Die dargestellten Anteilswerte sind auf eine volle Zahl gerundet. Daher kann es vorkommen, dass sie sich nicht zu 100 Prozent aufsummieren. Aus demselben Grund können sogenannte „Topbox-Werte“ (durch Addition zusammengefasste Kategorien wie: „stimme voll und ganz zu“ und „stimme zu“) von der Summe der dargestellten Einzelkategorien abweichen.

Vierstufiges Befragungsdesign: Ergebnisse Stufe 1



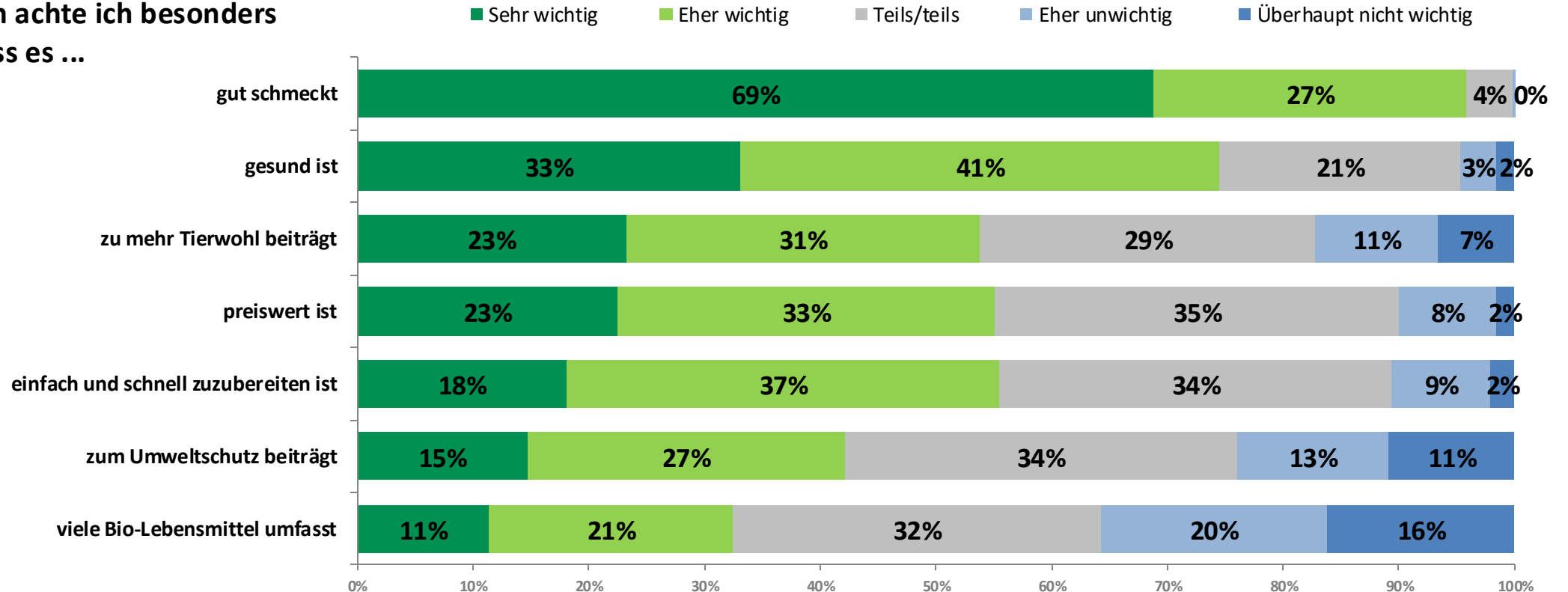
Ernährung hat für viele Menschen einen hohen Stellenwert im Alltag



Frage: Wenn Sie sich einmal mit anderen Menschen in Deutschland vergleichen: Welche Bedeutung hat Ernährung in Ihrem Alltag?
Basis: 1.103 Befragte. Angaben in % aller gültigen Antworten

Geschmack und gesunde Ernährung sind die wichtigsten Aspekte beim Essen

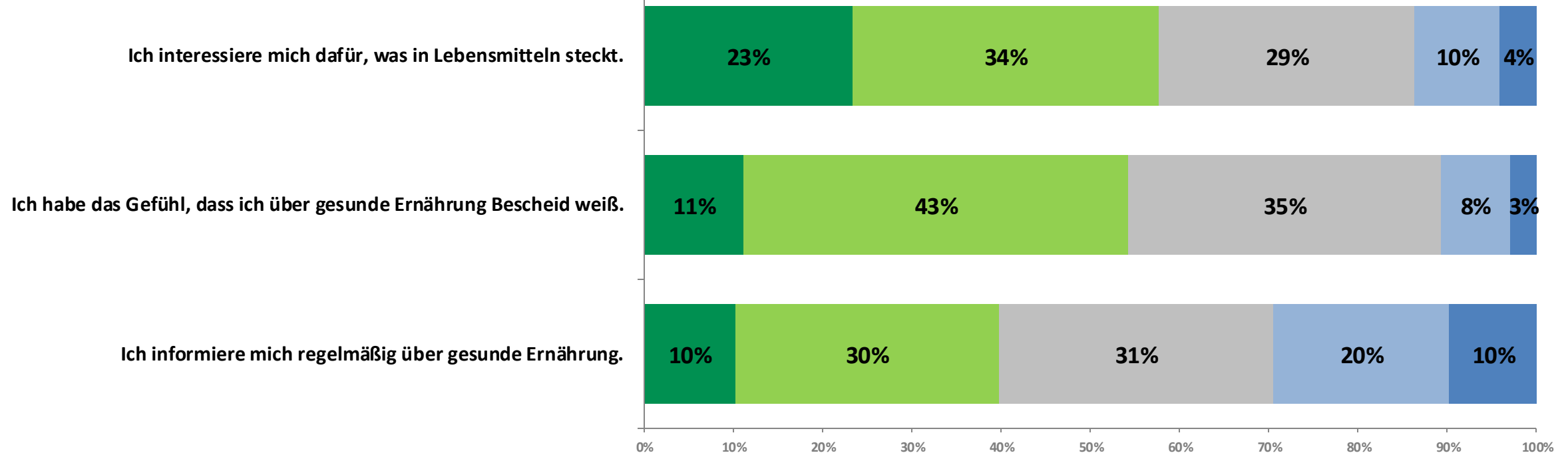
Beim Essen achte ich besonders
darauf, dass es ...



Frage: Worauf kommt es Ihnen beim Essen an? Wie wichtig sind Ihnen die folgenden Aspekte bei Ihrer Ernährung?
 Basis: 1.103 Befragte. Angaben in % aller gültigen Antworten

Einstellung zu gesunder Ernährung (I)

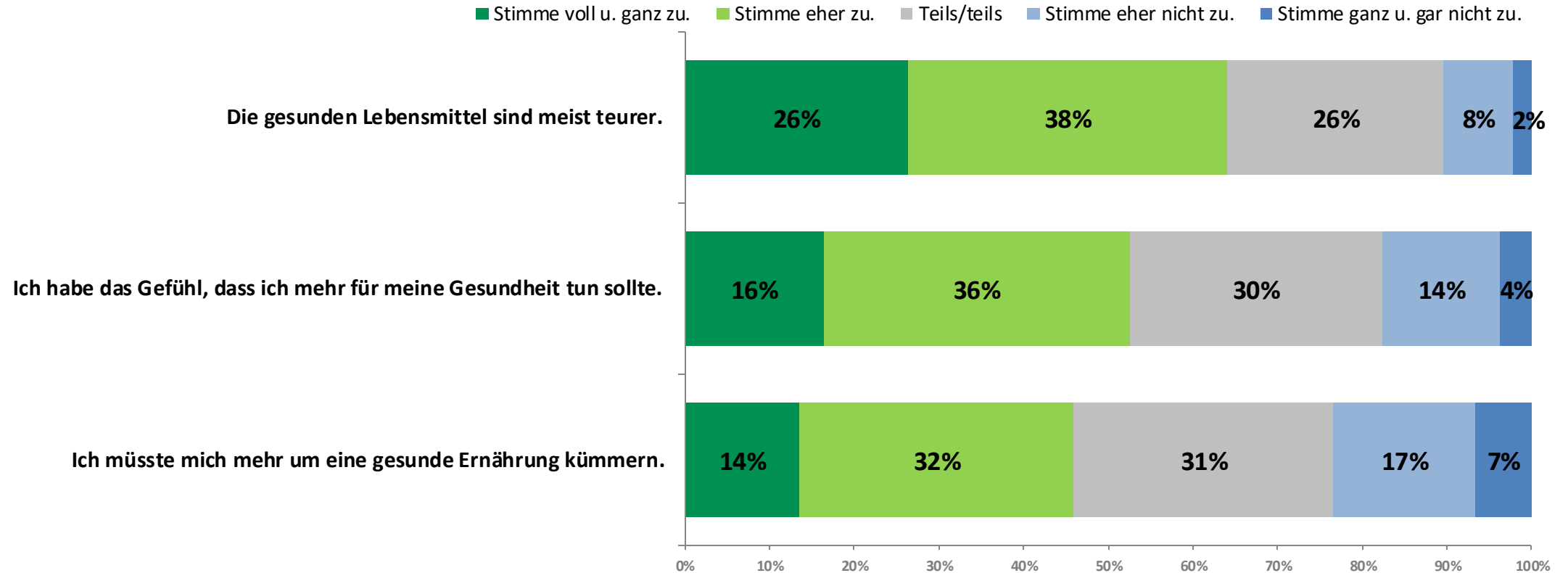
■ Stimme voll u. ganz zu. ■ Stimme eher zu. ■ Teils/teils ■ Stimme eher nicht zu. ■ Stimme ganz u. gar nicht zu.



Frage: Wie stehen Sie zu den folgenden Aussagen?

Basis: 1.103 Befragte. Angaben in % aller gültigen Antworten

Einstellung zu gesunder Ernährung (II)

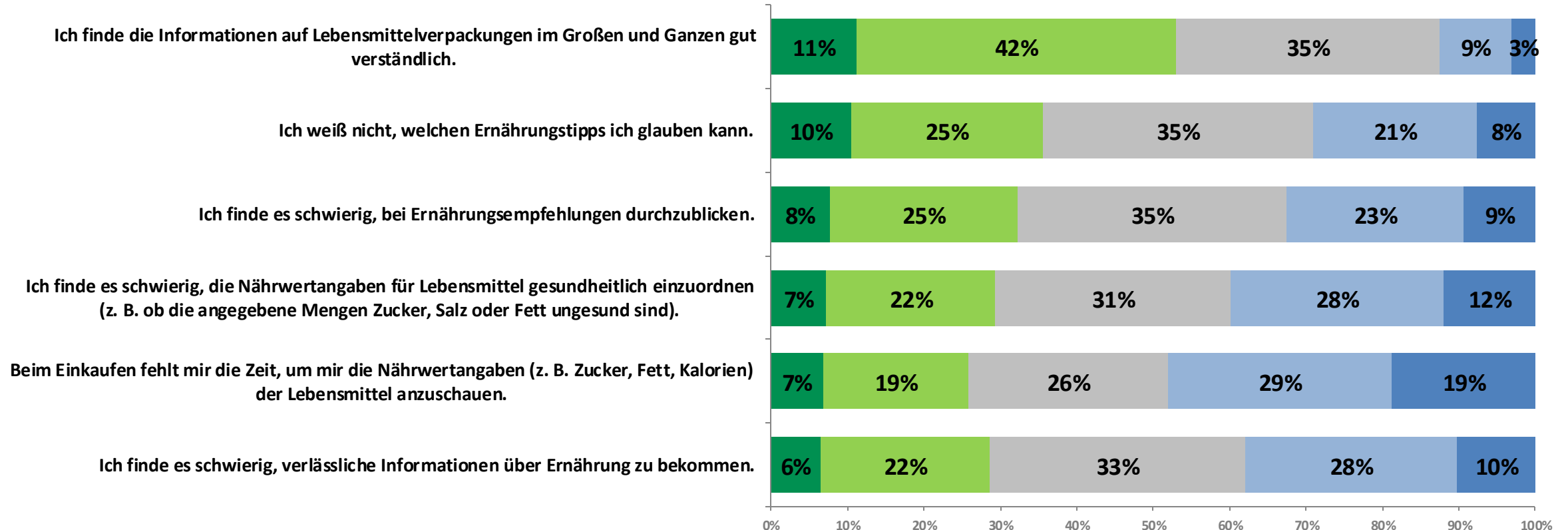


Frage: Wie stehen Sie zu den folgenden Aussagen?

Basis: 1.103 Befragte. Angaben in % aller gültigen Antworten

Einstellung zu gesunder Ernährung (III)

■ Stimme voll u. ganz zu. ■ Stimme eher zu. ■ Teils/teils ■ Stimme eher nicht zu. ■ Stimme ganz u. gar nicht zu.



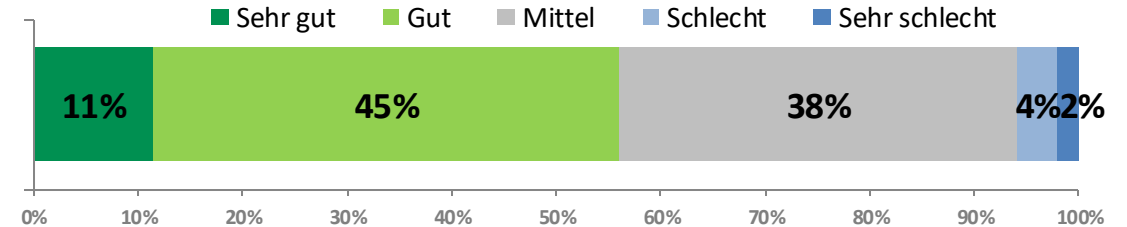
Frage: Wie stehen Sie zu den folgenden Aussagen?

Basis: 1.103 Befragte. Angaben in % aller gültigen Antworten

Selbstwahrnehmung der eigenen Informiertheit über gesunde Ernährung

- Mehr als die Hälfte der Befragten (56 %) fühlen sich in punkto gesunder Ernährung sehr gut bzw. gut informiert.
- Eine positive Selbstwahrnehmung korreliert statistisch (starke bzw. mittlere Korrelationen) mit der Zustimmung zu den folgenden Aussagen:
 - ✓ Ich informiere mich regelmäßig über gesunde Ernährung. ($r=0,50$)
 - ✓ Ich interessiere mich für das, was in Lebensmitteln steckt. ($r=0,42$)

r = Korrelationskoeffizient

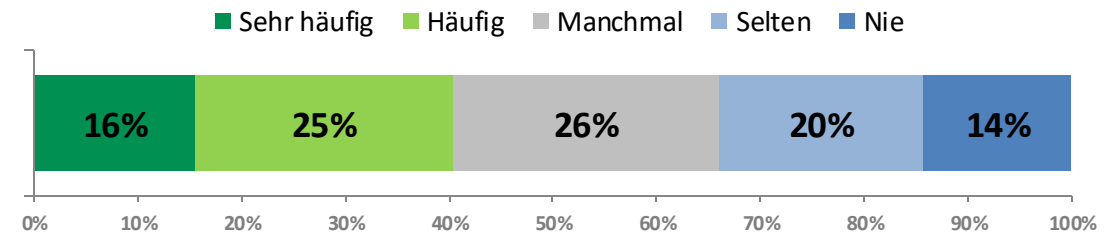


Frage: Wie gut fühlen Sie sich allgemein über gesunde Ernährung informiert?
Basis: 1.103 Befragte. Angaben in % aller gültigen Antworten

Blick auf die Nährwerttabelle beim Lebensmittelkauf

- Die Nährwerttabelle ist als Informationsquelle im Bewusstsein der meisten Verbraucher:innen verankert, aber ein gutes Drittel beachtet sie selten bis nie.
- Die Beachtung der Nährwerttabelle korreliert den beiden Aussagen:
 - ✓ Ich informiere mich regelmäßig über gesunde Ernährung. ($r=0,57$)
 - ✓ Ich interessiere mich dafür, was in Lebensmitteln steckt. ($r=0,56$)
- und
 - ✓ mit der Selbstwahrnehmung der Informiertheit über gesunde Ernährung ($r=0,38$).
- Die Nährwerttabelle ist ein Instrument für hoch-involvierte, gesundheitsinteressierte Verbraucher:innen

r = Korrelationskoeffizient



Beispiel für eine Nährwerttabelle	
Nährwertangaben	je 100 g
Energie	1.354 kJ 320 kcal
Fett	5,5 g
• davon gesättigte Fettsäuren	1,5 g
Kohlenhydrate	60,1 g
• davon Zucker	23,6 g
Eiweiß	7,6 g
Salz	0,07 g

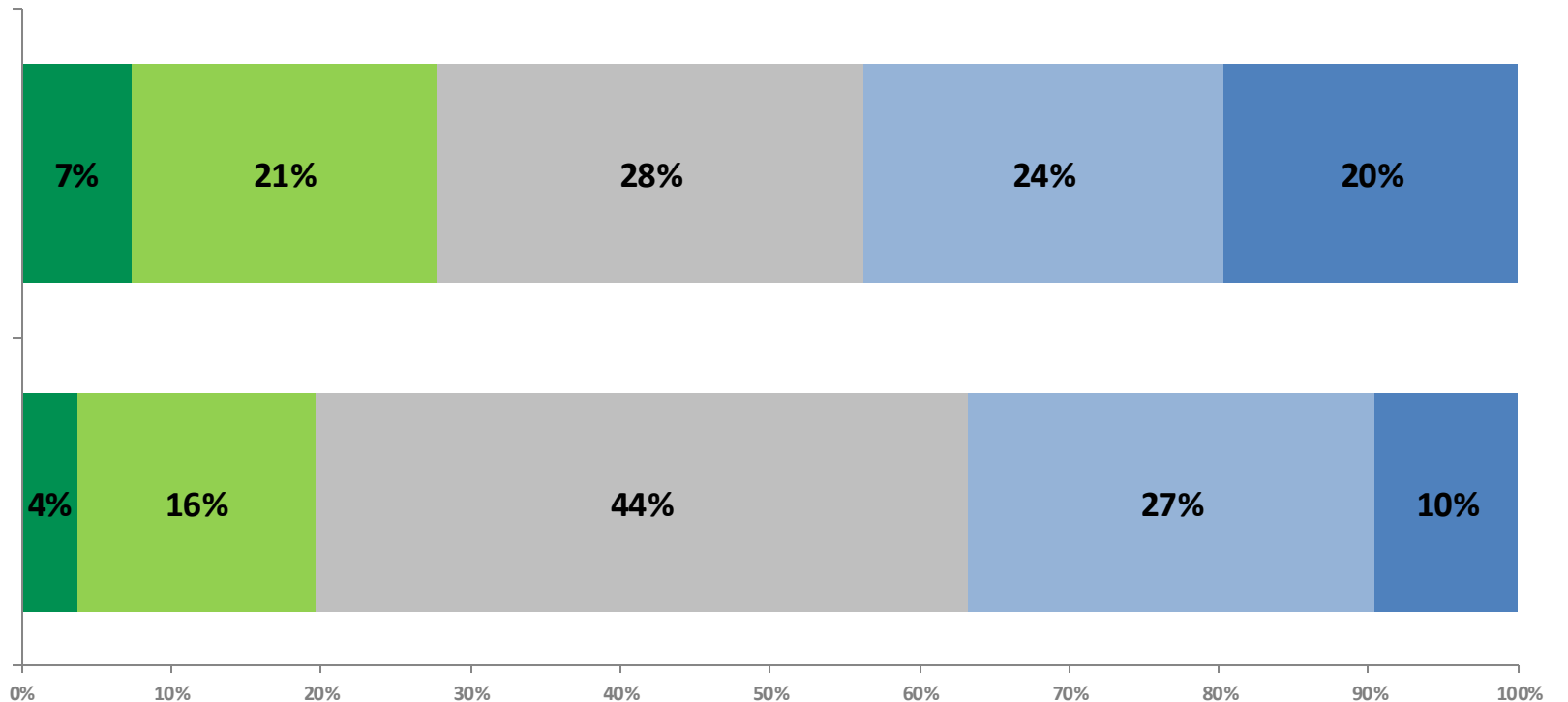
Frage: Wie häufig werfen Sie beim Einkauf einen genaueren Blick auf die Nährwerttabelle, die zum Beispiel wie unten abgebildet aussieht, bevor Sie ein Lebensmittel kaufen?
Basis: 1.103 Befragte. Angaben in % aller gültigen Antworten

Bedeutung des Nutri-Scores für den Lebensmittelkauf



■ Stimme voll u. ganz zu. ■ Stimme eher zu. ■ Teils/teils ■ Stimme eher nicht zu. ■ Stimme ganz u. gar nicht zu.

Ich nutze den Nutri-Score, um Lebensmittel zu vergleichen.



Frage: Was denken Sie über die folgenden Aussagen?
Basis: 1.103 Befragte. Angaben in % aller gültigen Antworten

Zum Vergleich: Wie stark sind die Beachtung der Nährwerttabelle und des Nutri-Scores mit dem Gesundheitsinteresse und -wissen gekoppelt?

- Eine wichtige Frage für die Einschätzung des Nutri-Scores ist, ob dieser – ähnlich wie die Nährwerttabelle – im Wesentlichen von den besonders Gesundheitsinteressierten genutzt wird.
- Hinsichtlich der Beachtung der Nährwerttabelle („Wie häufig werfen Sie beim Einkauf einen genaueren Blick auf die Nährwerttabelle“) zeigen sich starke Korrelationen zu:
 - ✓ Ich informiere mich regelmäßig über gesunde Ernährung ($r=0,57$)
 - ✓ Ich interessiere mich dafür, was in Lebensmitteln steckt ($r=0,56$)
- Zum Vergleich weisen die Werte für den Nutri-Score („Ich nutze den Nutri-Score, um Lebensmittel zu vergleichen“) nur mittlere Korrelationen auf:
 - ✓ Ich informiere mich regelmäßig über gesunde Ernährung ($r=0,38$)
 - ✓ Ich interessiere mich dafür, was in Lebensmitteln steckt ($r=0,33$)

!! Diese Ergebnisse weisen darauf hin, dass der Nutri-Score im Vergleich zur Nährwerttabelle etwas breiter zugänglich ist – auch für weniger involvierte Verbraucher:innen.

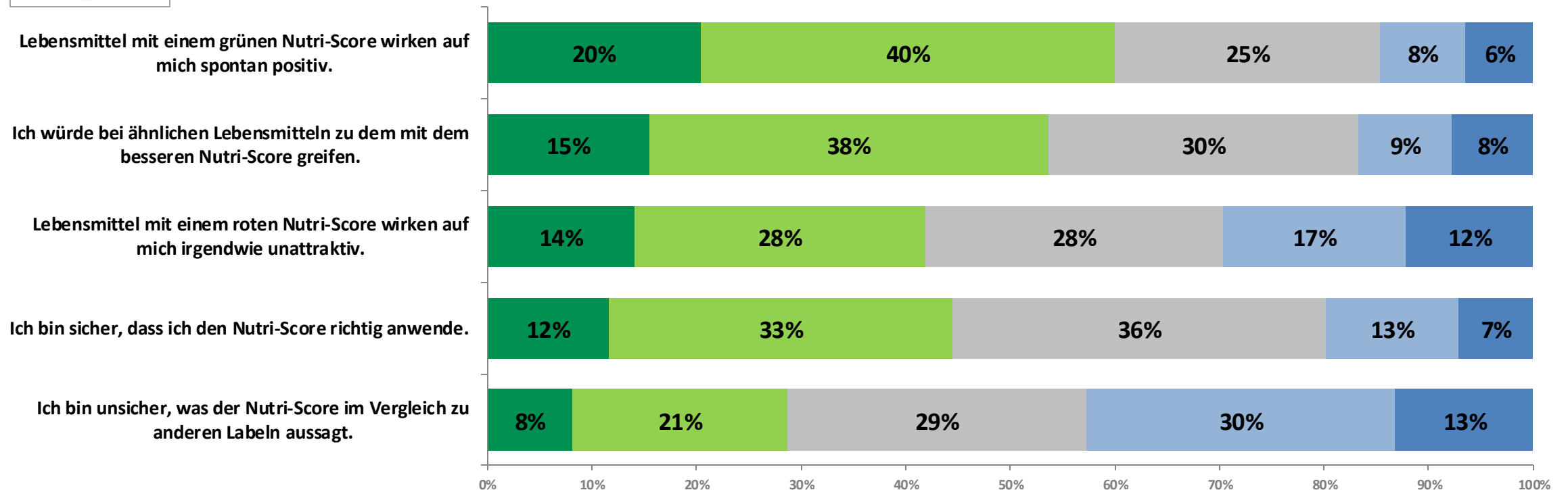
Zwischenfazit: Ernährungseinstellungen und Info-Verhalten

- Ernährung ist in Deutschland für die Menschen ein wichtiges Thema – für 73 % wichtig bzw. eher wichtig.
- Und eine gesunde Ernährung ist (nach dem Geschmack) das zweitwichtigste Motiv – nur für 5 % ist gesundes Essen nicht wichtig. Gesundheit ist damit das wichtigste Nachhaltigkeitsziel aus Sicht der Menschen (was die erheblichen Ernährungsprobleme einer alternden Gesellschaft reflektiert, die um die Relevanz einer gesunden Ernährung weiß, aber überfordert ist).
- Rund die Hälfte der Menschen hat bei Gesundheit und Ernährung ein schlechtes Gewissen und will mehr tun.
- Rund ein Drittel informiert sich regelmäßig über gesunde Ernährung, ein weiteres Drittel teilweise, das restliche Drittel kaum bis gar nicht. Info-Verhalten und selbst eingeschätztes Wissen korrelieren deutlich.
- Auch die Verbraucherverunsicherung hängt deutlich mit dem subjektiven Informationsstand über gesunde Ernährung zusammen. Diejenigen, die sich gut informiert fühlen, sind deutlich weniger verunsichert.
- Die vorhandenen Angaben auf Lebensmitteln werden Großteils als verständlich angesehen, aber:
 - ✓ Rund 70 % sind verunsichert, wissen mindestens teilweise nicht, was bzw. wem sie Glauben schenken sollen.
 - ✓ Rund 60 % fällt es mindestens teilweise schwer, Nährwertangaben einzuordnen.
 - ✓ Ähnlich viele finden es mindestens teilweise schwierig, verlässliche Informationen über Ernährung zu erhalten.
- Insgesamt zeigt sich eine Ambivalenz zwischen positiver Selbsteinschätzung des Wissens und gleichzeitiger Verunsicherung bei einem Teil der Probanden.
- Die Nährwerttabelle ist ein Instrument für hoch-involvierte, gesundheitsinteressierte Verbraucher:innen.

Intuitive Einschätzung des Nutri-Scores



■ Stimme voll u. ganz zu. ■ Stimme eher zu. ■ Teils/teils ■ Stimme eher nicht zu. ■ Stimme ganz u. gar nicht zu.



Frage: Was denken Sie über die folgenden Aussagen?
Basis: 1.103 Befragte. Angaben in % aller gültigen Antworten

Zwischenfazit: Intuitive Einschätzung des Nutri-Scores

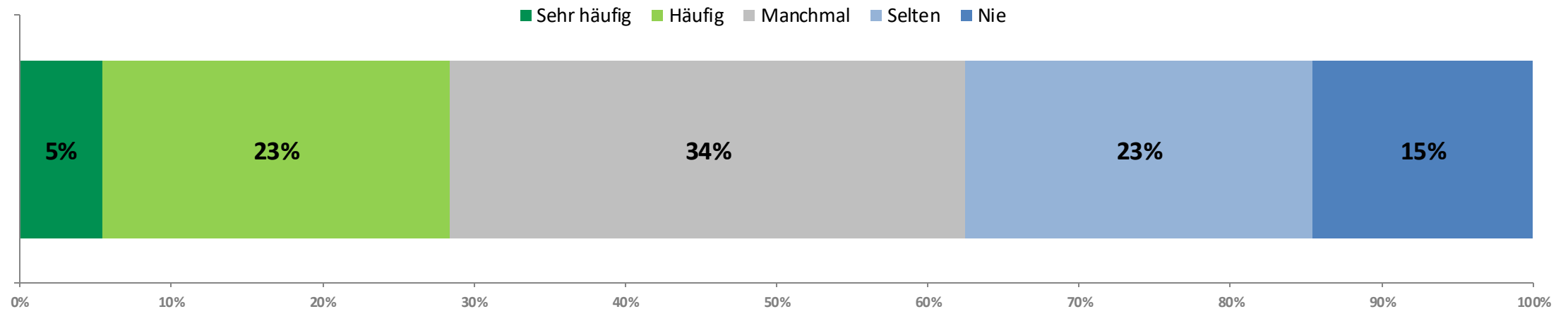
- In dieser ersten Stufe der Befragung hatten die Befragten noch keine Infos zum Nutri-Score erhalten – außer dass ihnen das Label gezeigt wurde. Es handelt sich daher angesichts des geringen Wissens um eine erste intuitive Einschätzung.
- Das zentrale Ergebnis:
 - ✓ Gut 70 % sind sich mindestens teilweise unsicher, was der Nutri-Score aussagt und
 - ✓ 80 % sind sich zumindest teilweise unsicher, ob sie das Label richtig verwenden.
- Der eingangs dargestellte Forschungsstand zum Nutri-Score zeigt sehr deutlich, dass der Nutri-Score anderen Labels im Hinblick auf die intuitive Verständlichkeit überlegen ist. Gleichwohl ist Begleitkommunikation zur Etablierung des Labels notwendig. Die Studienergebnisse verweisen darauf, dass weiterer Kommunikationsbedarf besteht – zumal Menschen in der Selbsteinschätzung zu eher optimistischer Bewertung tendieren („optimistic bias“).

Nutri-Score: Bekanntheitsgrad / Vertrauen / Verwendung

1. Beachtung von Labeln beim Lebensmittelkauf
2. Ungestützte Bekanntheit von gesundheitsbezogenen Labeln auf Lebensmitteln
3. Gestützter Bekanntheitsgrad
4. „Label-Dreiklang“: Bekanntheit – Vertrauen – Verwendung im Vergleich



Allgemeine Beachtung von Labeln beim Lebensmitteleinkauf




Frage: Wie häufig achten Sie im Allgemeinen bei Ihrem Lebensmitteleinkauf auf Label (Zeichen) auf der Verpackung?

Basis: 1.103 Befragte. Angaben in % aller gültigen Antworten

Kennzeichen für den Gesundheitsbeitrag eines Lebensmittels: Offene Abfrage

- 54% der Befragten haben kein Label genannt, an dem sie erkennen können, ob ein Lebensmittel zu einer gesunden Ernährung beiträgt oder nicht.
- 46% haben mindestens ein Label genannt (vgl. Tabelle).
 - Der Nutri-Score (inkl. gleichbedeutender Nennungen wie A-B-C-D-E oder Ampel) wurde lediglich 149-mal genannt.
 - Auffällig häufig wurden dagegen Label genannt, die für ökologische Landwirtschaft stehen.

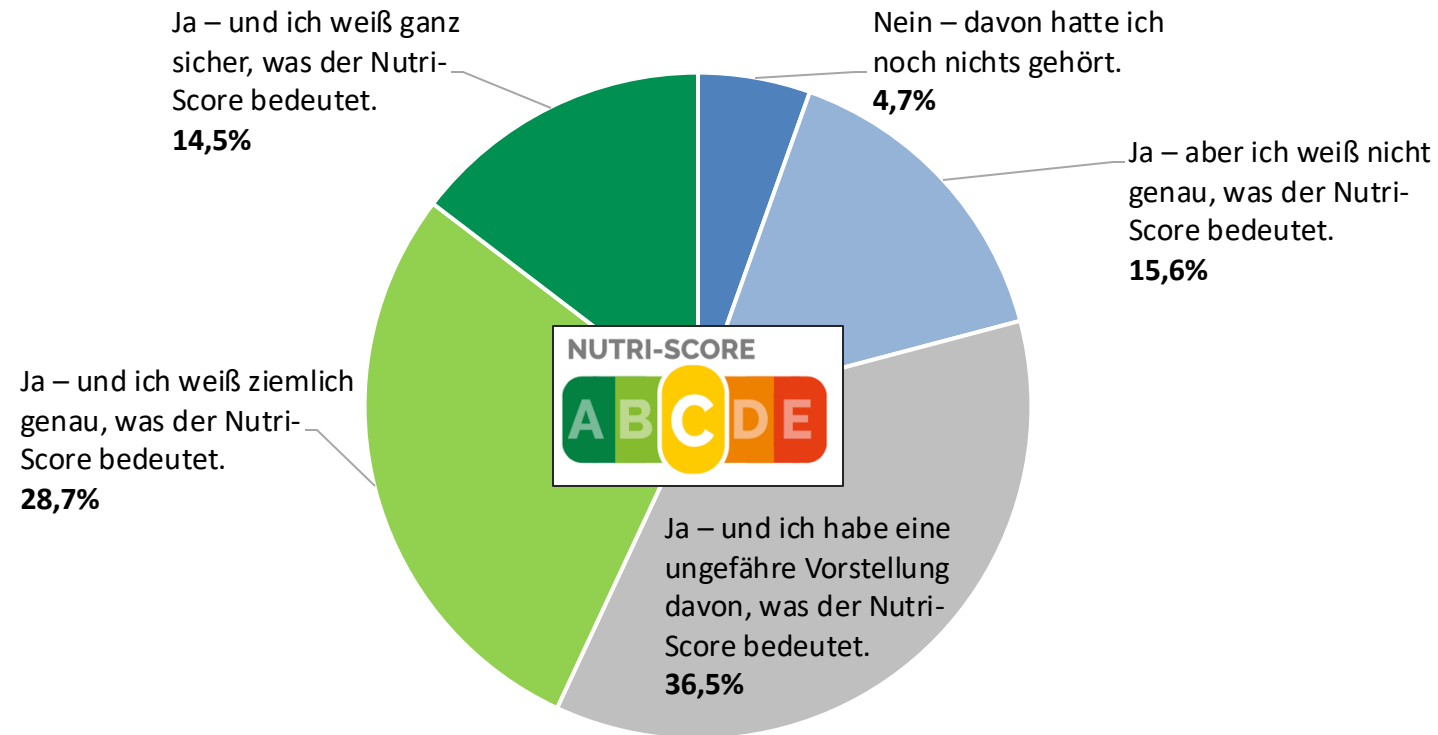

 Der Nutri-Score erreicht damit einen ungestützten Bekanntheitsgrad von 14 %.

Label	Anzahl Nennungen	Anteil aller Befragten, die das Label genannt haben
Bio	264	24 %
Nutri-Score	149	14 %
Tierwohl / Tierhaltung	84	8 %
Fairtrade	72	7 %
Demeter	52	5 %
Vegan / Vegetarisch	38	3 %
Bioland	22	2 %
Naturland	10	1 %
MSC	8	1 %
Blauer Engel	8	1 %
Sonstige Nennungen mit Gesundheitsbezug: „Proteinhaltig“, „DGE“, „ungesättigte Fettsäuren“, „viele Ballaststoffe“, „wenig oder kein Zucker“		

Frage: Auf Lebensmitteln gibt es verschiedene Siegel oder Labeln (Zeichen), die für bestimmte Eigenschaften stehen. Kennen Sie vielleicht Label, an denen Sie erkennen können, ob ein Lebensmittel zu einer gesunden Ernährung beiträgt oder nicht? Bitte alle nennen, die Sie kennen.

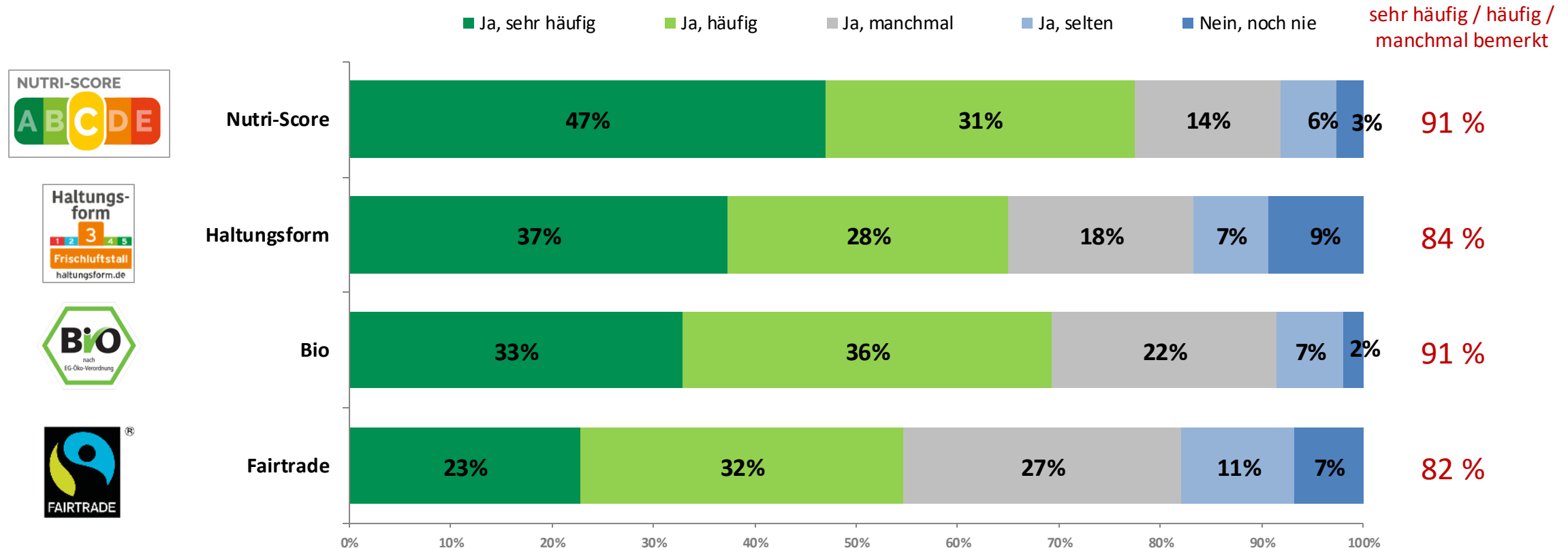
Basis: 1.103 Befragte. Nur gültige Antworten

Subjektives Wissen über den Nutri-Score



Frage: Auf manchen Lebensmitteln ist der hier abgebildete Nutri-Score auf der Verpackung zu finden. Hatten Sie vor dieser Umfrage schon einmal von dem Nutri-Score gehört?
Basis: 1.103 Befragte. Nur gültige Antworten

Gestützter Bekanntheitsgrad im Vergleich (sehr häufig bis manchmal bemerkt)



Frage: Haben Sie die folgenden Label (Zeichen) schon einmal beim Einkaufen bemerkt?

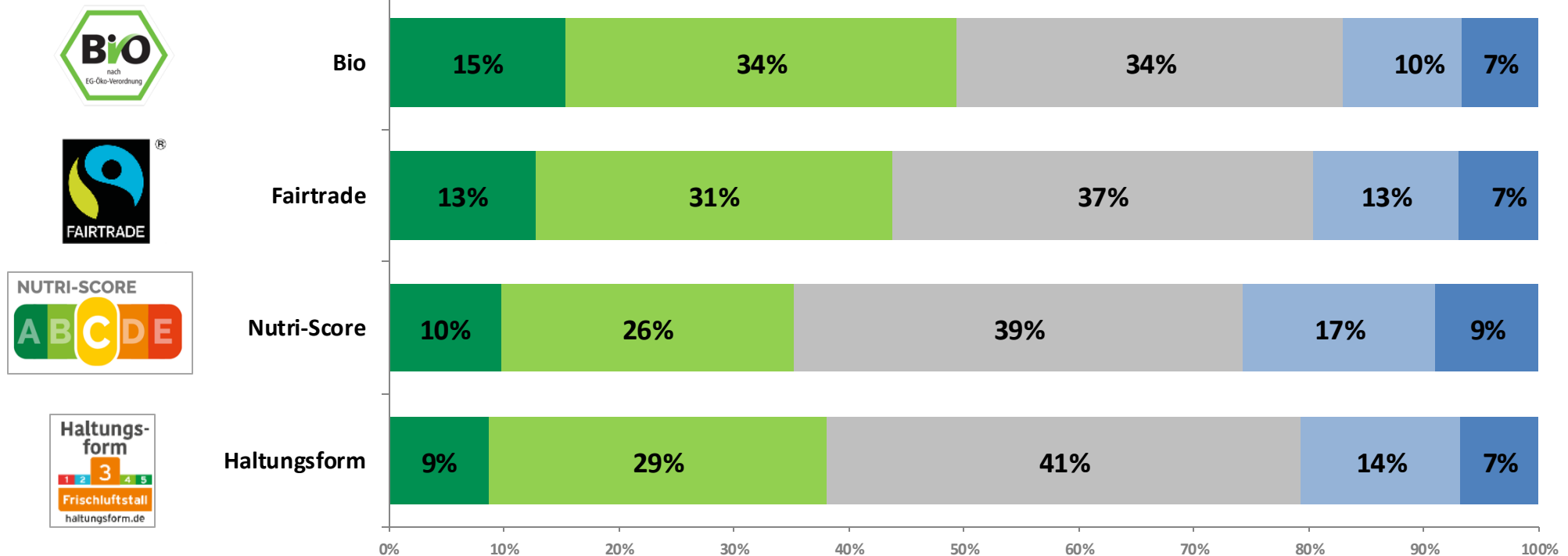
Basis: 1.103 Befragte. Angaben in % aller gültigen Antworten

Vertrauen in die vier Label (volles und viel Vertrauen)

In dieses Label habe ich ...

■ volles Vertrauen ■ viel Vertrauen ■ etwas Vertrauen ■ kaum Vertrauen ■ überhaupt kein Vertrauen

Topboxes



Frage: Wie schätzen Sie diese spontan ein?

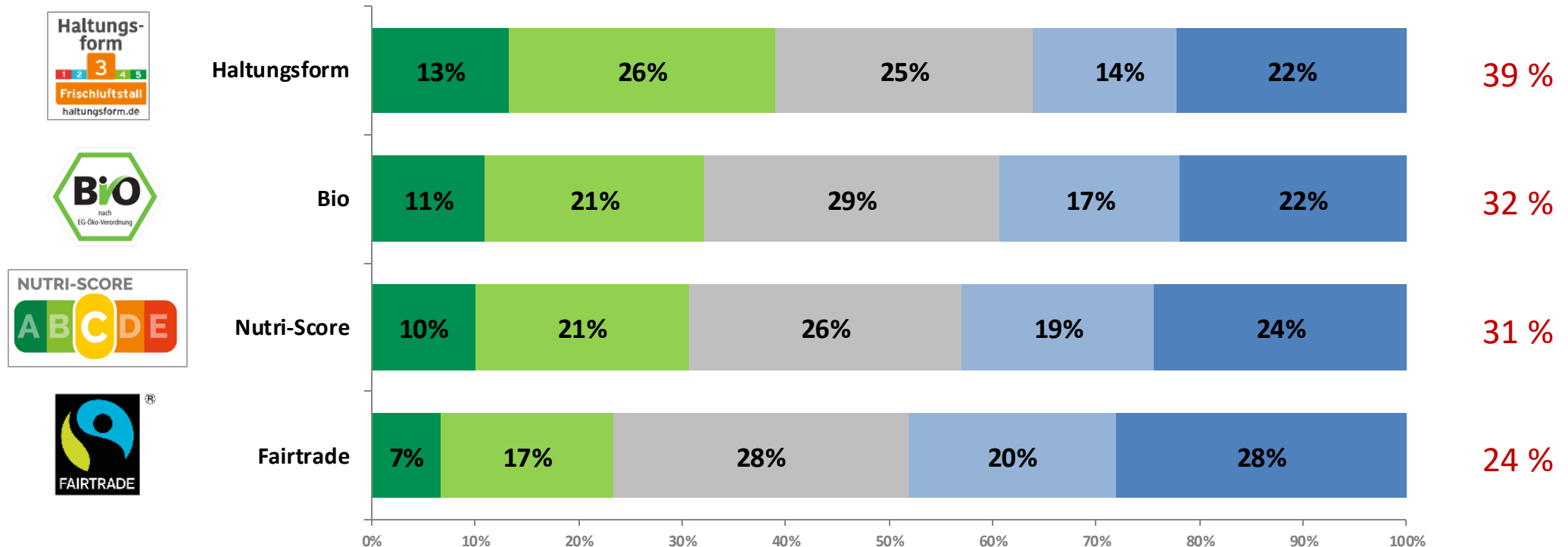
Basis: 1.103 Befragte. Angaben in % aller gültigen Antworten

Labelnutzung (sehr häufig oder häufige Verwendung)

Das Label nutze ich ...

sehr häufig häufig manchmal selten nie

Topboxes



Frage: Nutzen Sie diese Label für Ihre Einkaufsentscheidungen im Supermarkt?

Basis: 1.103 Befragte. Angaben in % aller gültigen Antworten

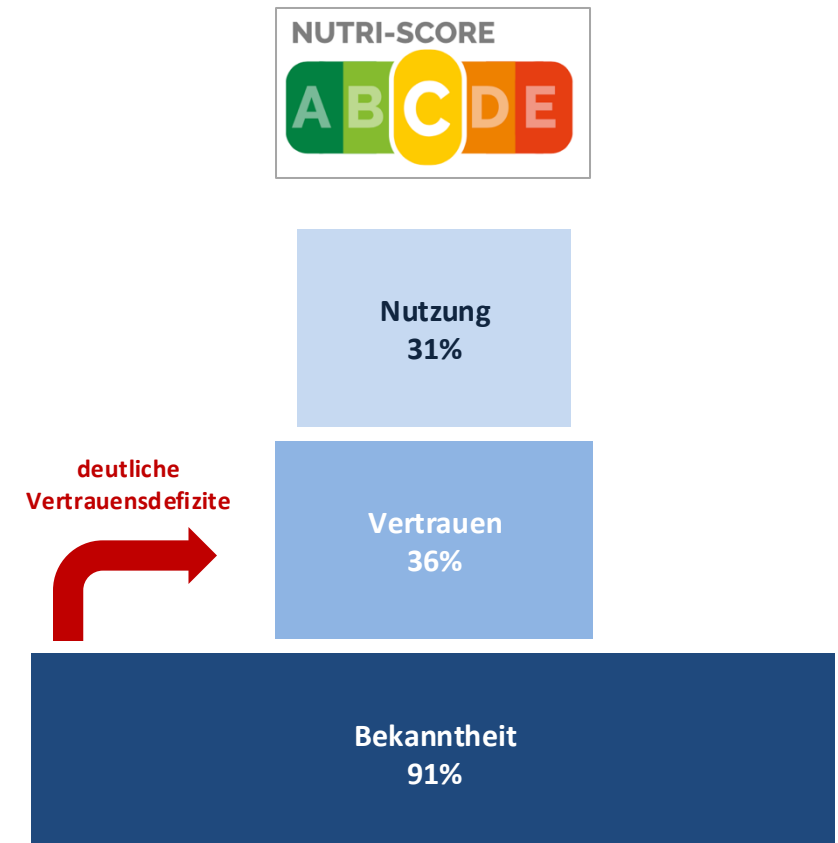
„Label-Dreiklang“ macht das Vertrauensproblem des Nutri-Scores deutlich

- In der Markenforschung beschreibt der „Marken-Dreiklang“ (Bekanntheit – Sympathie – Kauf) wichtige Erfolgsfaktoren zu Beurteilung der Markenstärke. Auf Label übertragen werden hier die Werte für Bekanntheit, Vertrauen und Nutzung betrachtet.
- Die Werte (91 % - 36 % - 31 %), die der Nutri-Score erzielt, deuten fehlendes Vertrauen als zentrales „Markenproblem“ an:
 - ✓ Der (gestützte) Bekanntheitsgrad (91 % mindestens manchmal bemerkt) ist gut - der ungestützte mit 14 % allerdings gering. Viele Verbraucher:innen haben das Label schon mal wahrgenommen, aber es ist nicht wirklich präsent.
 - ✓ Von den Personen, die den Nutri-Score kennen, vertraut weit mehr als die Hälfte dem Nutri-Score nicht richtig (39 % teils/teils).
 - ✓ Diejenigen, die dem Nutri-Score vertrauen (36 %), nutzen das Zeichen dann allerdings ganz überwiegend (31 %)!



Die beiden zentralen Kommunikationsherausforderungen liegen damit:

- ✓ In einer Vertiefung des Wissens (das bisher eher oberflächlich ist, siehe dazu auch die nachfolgenden Ergebnisse) – reine Sichtbarkeit im Markt führt nicht allein zu Wissen und Vertrauen.
- ✓ Im Aufbau von Vertrauen durch Vertrauenswerbung – Vertrauensaufbau ist mehr als Wissensvermittlung.



Vergleich der Labelstärken



Nutzung
31%

Vertrauen
36%

Bekanntheit
91%

Nutri-Score



Nutzung
32%

Vertrauen
49%

Bekanntheit
91%

Deutsches Biosiegel



Nutzung
39%

Vertrauen
38%

Bekanntheit
84%

Tierhaltungslabel



Nutzung
24%

Vertrauen
44%

Bekanntheit
82%

Fairtrade

- Bio hat seinen Bekanntheitswert relativ gut ins Vertrauen übersetzt. Gewünschter gleichmäßigerer Verlauf.
- Fairtrade hat einen guten Vertrauenswert im Vergleich zur Bekanntheit, fällt aber bei der Nutzung (Kauf) etwas ab.
- Nutri-Score und Haltungsform-Label haben beide ein deutliches **Vertrauensproblem**.

Zwischenfazit: Labelkenntnisse, -vertrauen und -nutzung

- Label sind auf Lebensmitteln im Vergleich zu anderen Warengruppen relativ präsent, allerdings gibt es aufgrund des geringen Regulierungsgrades eine große Vielzahl an Labels (Label-Dschungel), auch solche, die eher irreführend sind.
 - Aus der Forschung ist bekannt, dass Label vor diesem Hintergrund der Bevölkerung wichtig sind, aber bisher nur begrenzt herangezogen werden. Die Ergebnisse unserer Studie bestätigen dies:
 - ✓ 28 % geben eine häufigere Nutzung von Labels an, noch mehr allerdings (34 %) nutzen diese nur manchmal, was eine geringe Nutzungsintensität anzeigt.
 - Die (gestützt) bekanntesten Label auf dem deutschen Lebensmittelmarkt sind das staatliche deutsche Bio-Zeichen und der Nutri-Score.
 - Das staatliche Bio-Zeichen wird überraschenderweise (ungestützt) auch am häufigsten als Gesundheitslabel benannt.
 - Der Nutri-Score wird bei Vorlage des Bildes sehr gut erkannt (nur 9 % haben ihn selten oder gar nicht bemerkt)*, aber ungestützt nur relativ selten (14 %) als Gesundheitslabel genannt (geringer Top-of-Mind-Wert; der Nutri-Score ist wenig präsent)**. Die Verwendung ist mit 31 % daher relativ gering.***
 - Die Differenz zwischen einem geringen ungestützten Wert und dem guten Erkennen (gestützt) zeigt:
 - ✓ Der Nutri-Score ist graphisch gut gestaltet und wird entsprechend wiedererkannt.
 - ✓ Aber er ist nicht präsent, nicht im Gedächtnis verankert, nicht salient, entsprechend auch wenig genutzt, da die mentale Verknüpfung fehlt.
 - ✓ Marketingtechnisch: klassischer Funnel-Bruch zwischen Wiedererkennung, Vertrauen und tatsächlicher Anwendung am POS.
- !! Es gibt eine erste gute Basis, aber ohne stärkere Kommunikation bleiben die Wirkung und damit der Gesundheitseffekt gering.

* Die Studie von Preißner & Schäfer 2025 weist fast gleichlautend einen gestützten Bekanntheitsgrad von 93 % aus. ** In der TK-Studie 2023 haben ohne Bildvorlage 59 % der Befragten angegeben, den Nutri-Score nicht zu kennen. ***Preißner & Schäfer 2025 geben sehr ähnlich einen Verwendungsgrad von 35 % (immer/häufig) an.

Einstellung zu einem interpretativen FOP-Label

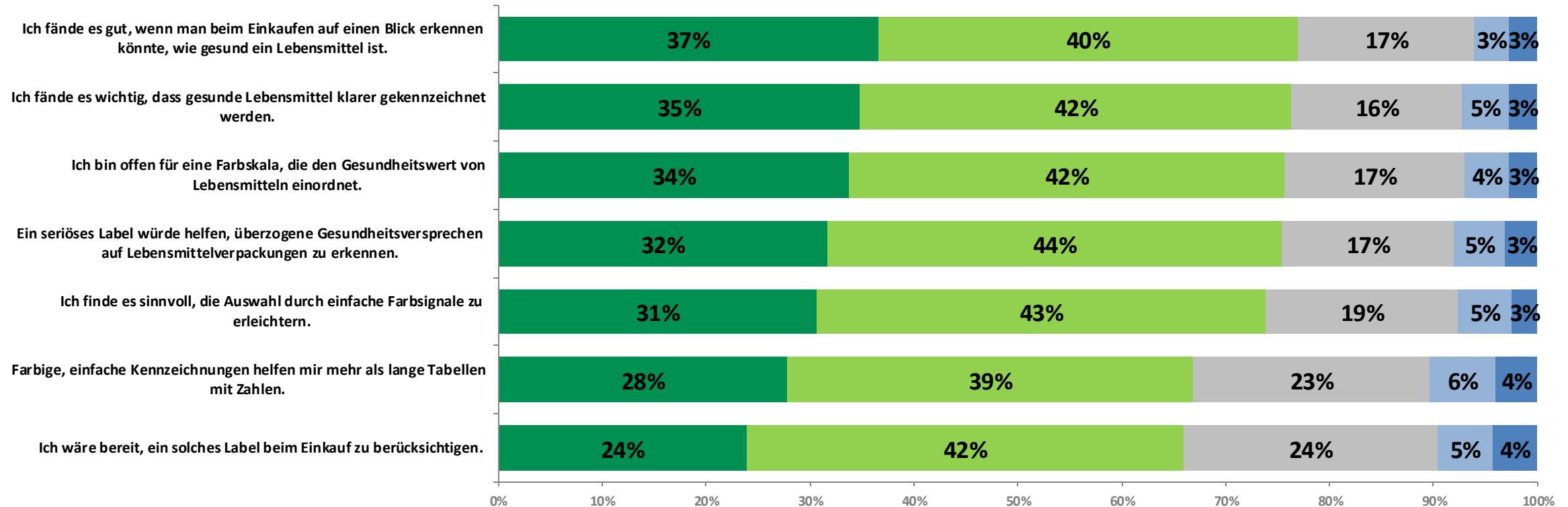
Die folgenden Fragen richten sich auf das Interesse an einem einfach verständlichen, gesundheitsbezogenen FoP-Label. Hier wurde noch nicht konkret auf den Nutri-Score eingegangen, sondern generell auf eine solche Form des Labellings. Die Fragen zielen darauf, das grundsätzlich vorhandene Nutzungspotenzial für den Nutri-Score abzuschätzen.

Dazu wurde folgender einleitender Text vorgegeben:

„Es werden unterschiedliche Maßnahmen diskutiert, wie man die Menschen bei einer gesunden Ernährung besser unterstützen kann. Ein Vorschlag ist ein vertrauenswürdiges Label für alle Lebensmittel. Die Kriterien sollen wissenschaftlich begründet sein und auf einer Farbskala einordnen, wie stark ein Lebensmittel zu einer gesunden Ernährung beiträgt.“

Einstellung zu einem interpretativen FOP-Label (I)

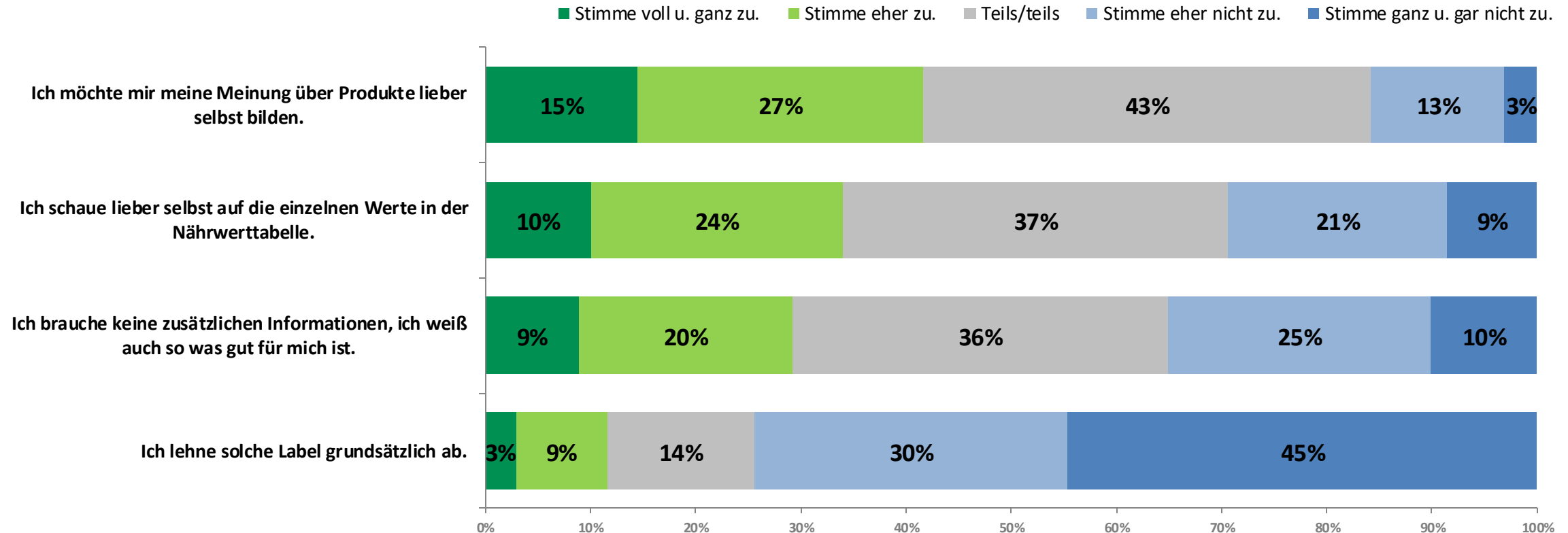
■ Stimme voll u. ganz zu. ■ Stimme eher zu. ■ Teils/teils ■ Stimme eher nicht zu. ■ Stimme ganz u. gar nicht zu.



Frage: Es werden unterschiedliche Maßnahmen diskutiert, wie man die Menschen bei einer gesunden Ernährung besser unterstützen kann. Ein Vorschlag ist ein vertrauenswürdiges Label für alle Lebensmittel. Die Kriterien sollen wissenschaftlich begründet sein und auf einer Farbskala einordnen, wie stark ein Lebensmittel zu einer gesunden Ernährung beiträgt. Was denken Sie grundsätzlich über ein solches Label?

Basis: 1.103 Befragte. Angaben in % aller gültigen Antworten

Einstellung zu einem interpretativen FOP-Label (II)



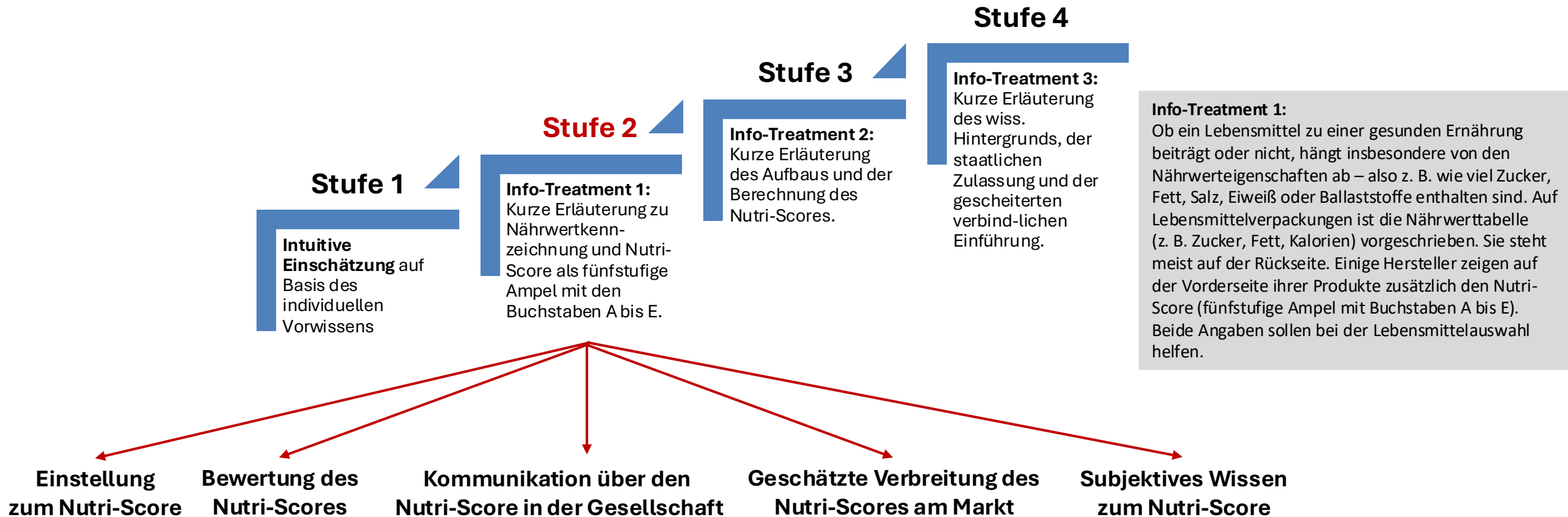
Frage: Es werden unterschiedliche Maßnahmen diskutiert, wie man die Menschen bei einer gesunden Ernährung besser unterstützen kann. Ein Vorschlag ist ein vertrauenswürdiges Label für alle Lebensmittel. Die Kriterien sollen wissenschaftlich begründet sein und auf einer Farbskala einordnen, wie stark ein Lebensmittel zu einer gesunden Ernährung beiträgt. Was denken Sie grundsätzlich über ein solches Label?

Basis: 1.103 Befragte. Angaben in % aller gültigen Antworten

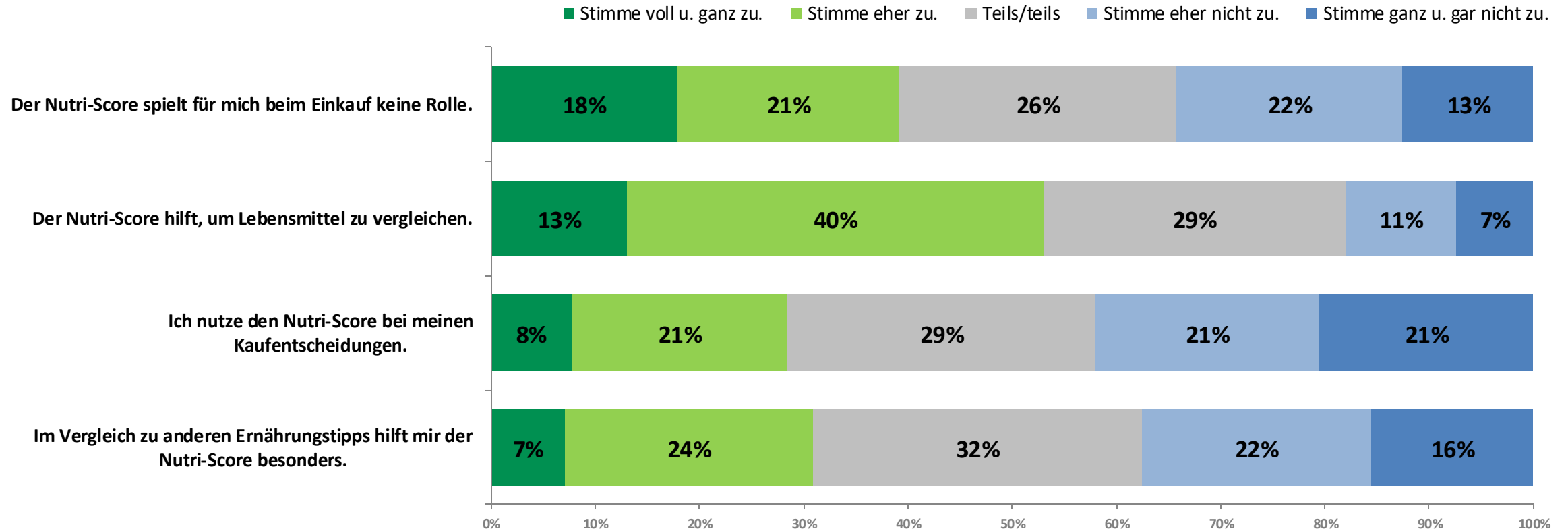
Zwischenfazit: Einstellung zu einem interpretativen FOP-Label

- Mit rund 75 % Zustimmung über verschiedene Statements zeigt sich eine klare Unterstützung zu einer farblich-interpretativen Gesundheitskennzeichnung von Lebensmitteln.
 - !! 66 % sagen, dass sie bereit wären, ein eines farblich-interpretativen Label beim Einkauf zu berücksichtigen. Aktuell nutzen aber lediglich
 - 31 % der Befragten den Nutri-Score sehr häufig/häufig für Einkaufsentscheidungen im Supermarkt (vgl. Labeldreiklang).
- Es gibt (nur) 12 % klare Ablehner eines solchen Zeichens („lehne grundsätzlich ab“).
- Größer ist der Anteil derjenigen, die mit Reaktanz reagieren. Der Nutri-Score macht über die Ampelfarben die gesundheitliche Bewertung der Produkte deutlich erkennbar. Er kann daher aus psychologischer Sicht Reaktanz auslösen. Das Risiko der Reaktanz entsteht, weil die Farbskala eine normative Wertung vermittelt. Wer Autonomie betont, empfindet das ggf. als Gängelung.
 - ✓ Die drei abgefragten Statements weisen auf diese Gefahr hin (z. B. 42 % Zustimmung zu: „Ich möchte mir meine Meinung lieber selber bilden.“; 29 % Zustimmung zu „Ich brauche keine zusätzlichen Informationen, ich weiß auch so was für mich gut ist“)
 - !! Implikation: Das Label kann paradoxerweise, also gerade weil es wirksam auf ein Problem hinweist, zur Abwertung seiner
 - Glaubwürdigkeit führen, wenn es mit starken Genussgewohnheiten kollidiert.
- Forschungsergebnisse zu Schockbildern und Warnhinweisen aus der Alkohol- und Tabakdiskussion deuten an (Noar et al. 2016; Hobin et al. 2020): Kurzfristig kommt es in beachtlichem Maße zu Reaktanz und Verdrängung (Bummerang-Effekte), langfristig überwiegen die intendierten Effekte (Verhaltensanpassungen).

Vierstufiges Befragungsdesign: Ergebnisse Stufe 2



Einstellung zum Nutri-Score (I)

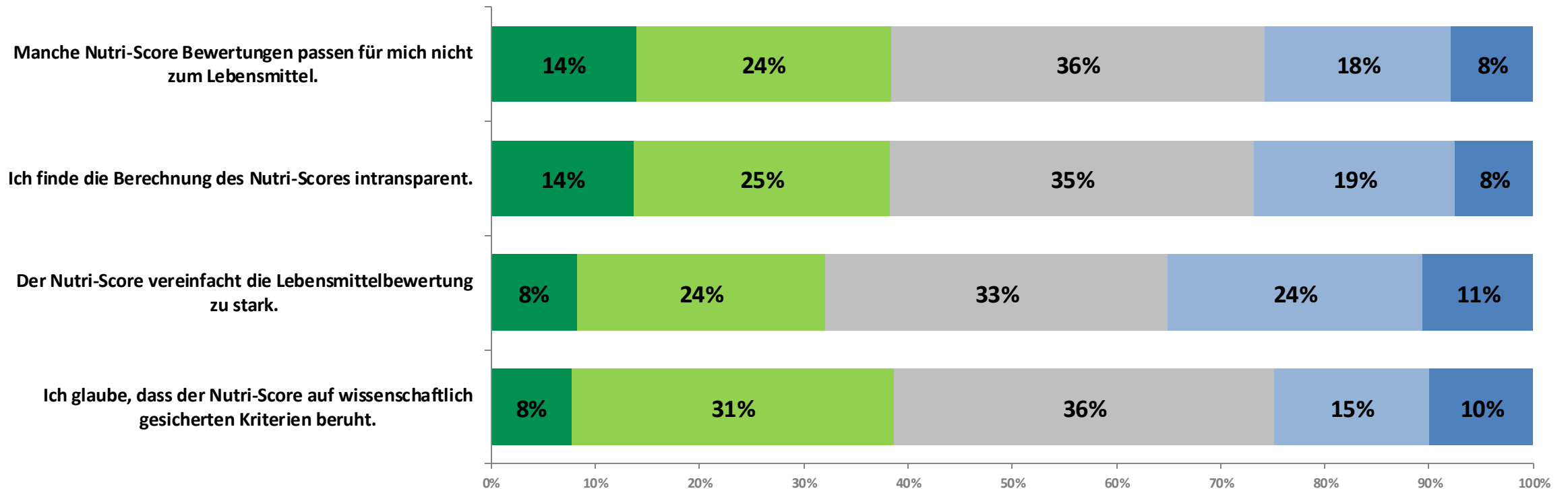


Frage: Manche Menschen finden den Nutri-Score auf Lebensmittelverpackungen hilfreich, andere nicht. Was denken Sie?

Basis: 1.103 Befragte. Angaben in % aller gültigen Antworten

Einstellungen zum Nutri-Score (II)

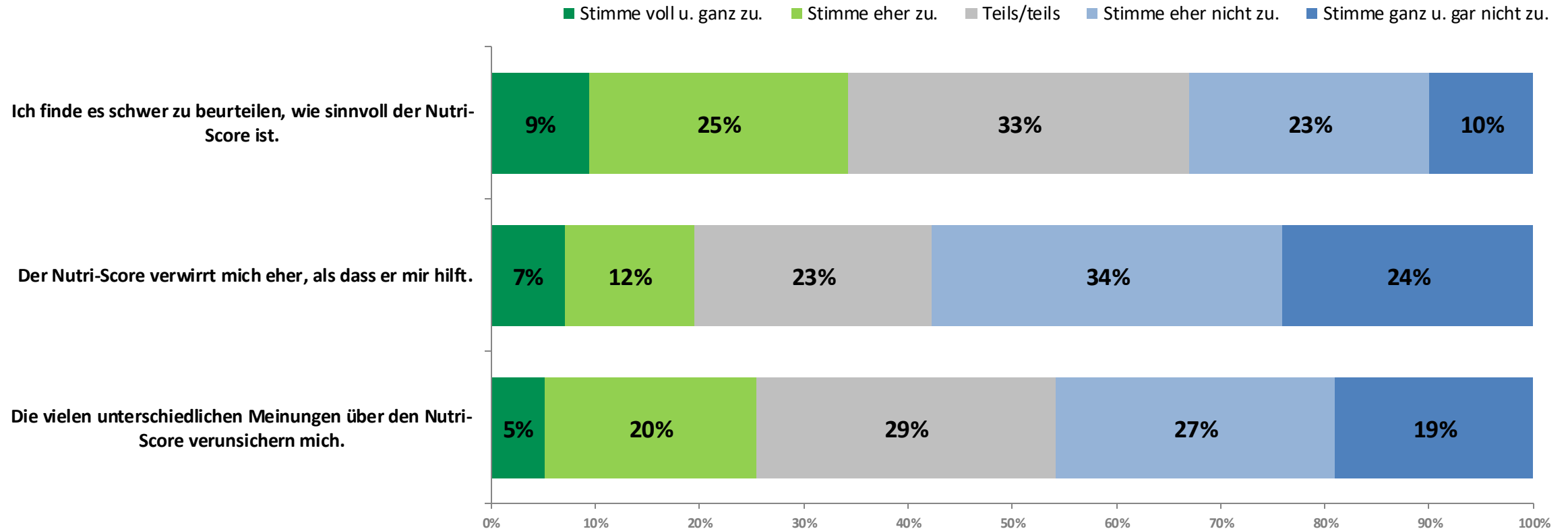
■ Stimme voll u. ganz zu. ■ Stimme eher zu. ■ Teils/teils ■ Stimme eher nicht zu. ■ Stimme ganz u. gar nicht zu.



Frage: Manche Menschen finden den Nutri-Score auf Lebensmittelverpackungen hilfreich, andere nicht. Was denken Sie?

Basis: 1.103 Befragte. Angaben in % aller gültigen Antworten

Einstellung zum Nutri-Score (III)



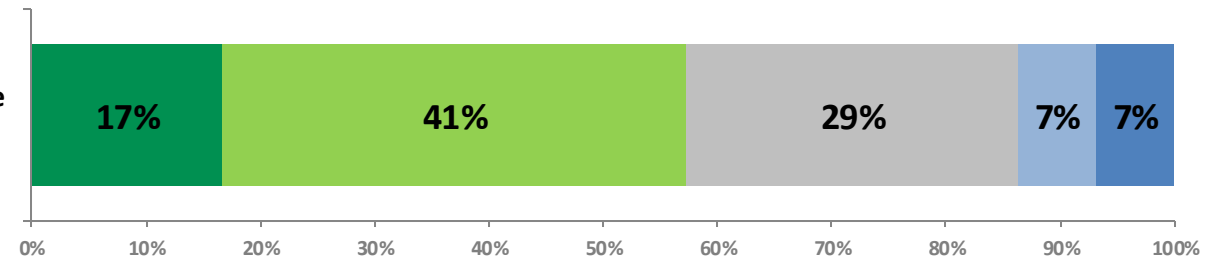
Frage: Manche Menschen finden den Nutri-Score auf Lebensmittelverpackungen hilfreich, andere nicht. Was denken Sie?

Basis: 1.103 Befragte. Angaben in % aller gültigen Antworten

Einstellung zum Nutri-Score (IV)

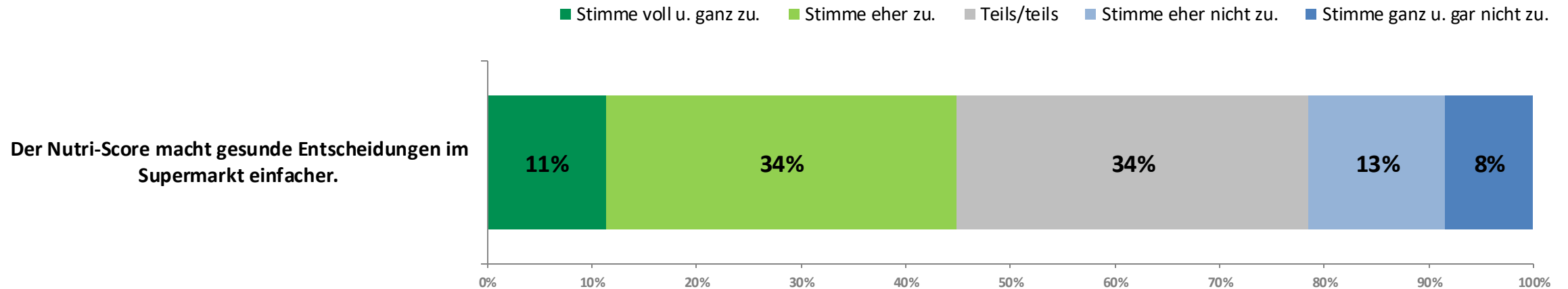
■ Stimme voll u. ganz zu. ■ Stimme eher zu. ■ Teils/teils ■ Stimme eher nicht zu. ■ Stimme ganz u. gar nicht zu.

Es ist gut, wenn die Hersteller ihre Rezepturen verändern, um einen besseren Nutri-Score zu bekommen.



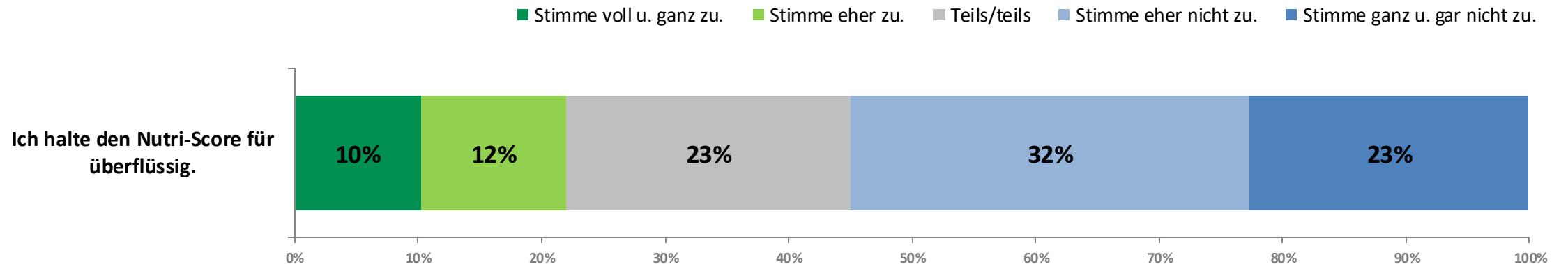
Frage: Manche Menschen finden den Nutri-Score auf Lebensmittelverpackungen hilfreich, andere nicht. Was denken Sie?
Basis: 1.103 Befragte. Angaben in % aller gültigen Antworten

Bewertung des Nutri-Scores (I)



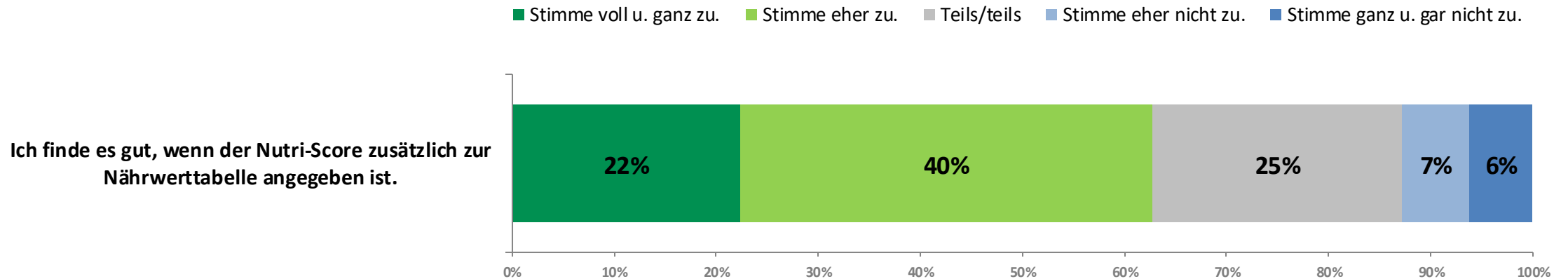
Frage: Manche Menschen finden den Nutri-Score auf Lebensmittelverpackungen hilfreich, andere nicht. Was denken Sie?
Basis: 1.103 Befragte. Angaben in % aller gültigen Antworten

Bewertung des Nutri-Scores (II)



Frage: Manche Menschen finden den Nutri-Score auf Lebensmittelverpackungen hilfreich, andere nicht. Was denken Sie?
Basis: 1.103 Befragte. Angaben in % aller gültigen Antworten

Bewertung von Nährwerttabelle und Nutri-Score im Vergleich



Frage: Manche Menschen finden den Nutri-Score auf Lebensmittelverpackungen hilfreich, andere nicht. Was denken?
Basis: 1.103 Befragte. Angaben in % aller gültigen Antworten

Wichtigkeit von Nährwerttabelle und Nutri-Score im Vergleich

Nährwerttabelle auf dem Beispielprodukt



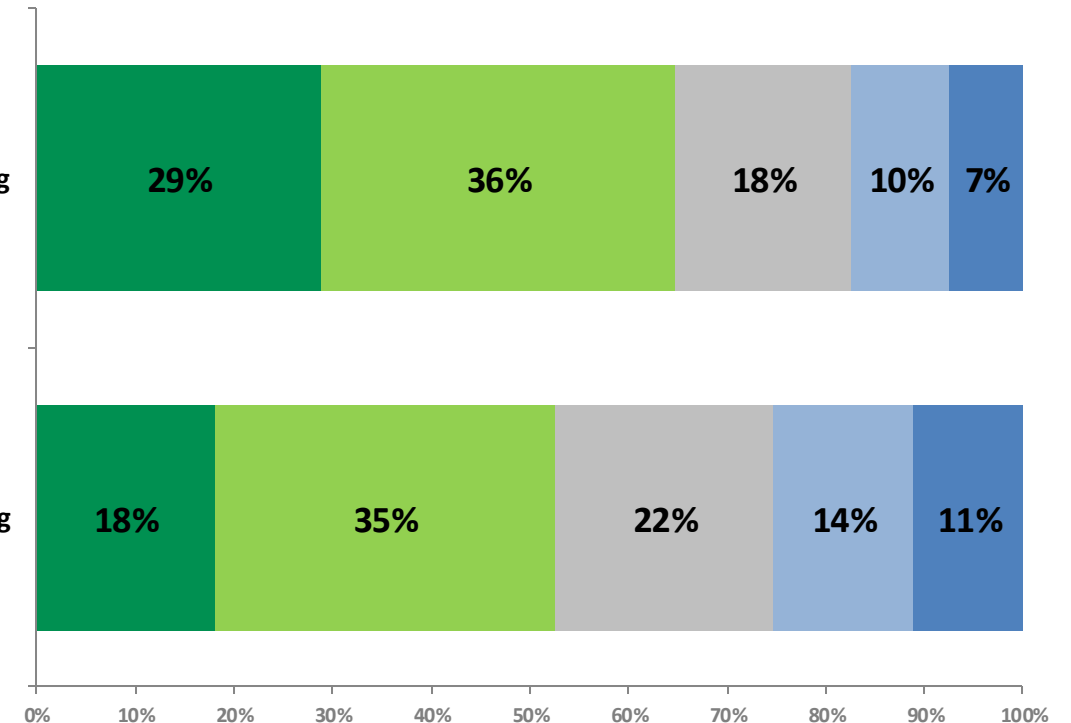
Nährwerttabelle auf der Rückseite einer Verpackung

Nutri-Score Kennzeichnung auf einem Beispielprodukt



Nutri-Score auf der Vorderseite einer Verpackung

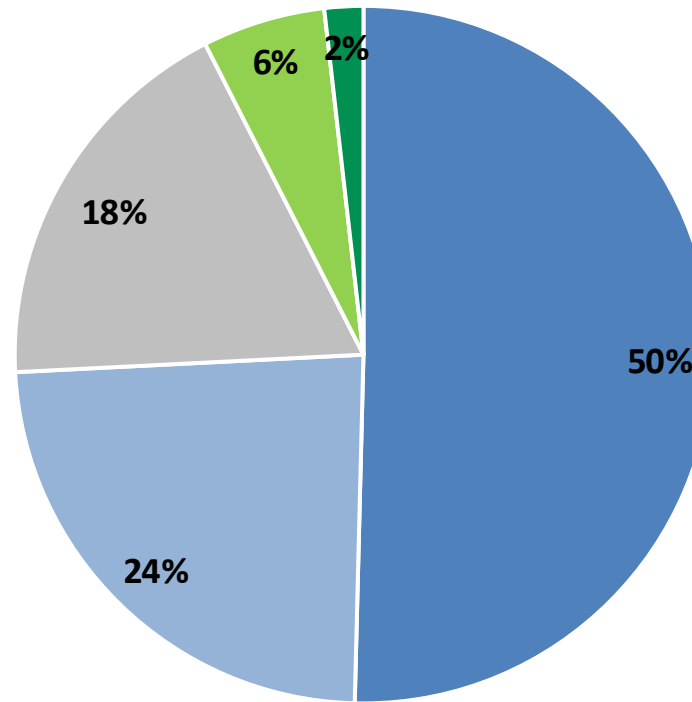
■ Sehr wichtig ■ Eher wichtig ■ Weder noch ■ Eher nicht wichtig ■ Überhaupt nicht wichtig



Frage: Wie wichtig sind Ihnen persönlich diese Angaben jeweils beim Lebensmitteleinkauf? (Visualisierung am Produktbeispiel).
Basis: 1.103 Befragte. Angaben in % aller gültigen Antworten

Kommunikation über den Nutri-Score in der Gesellschaft

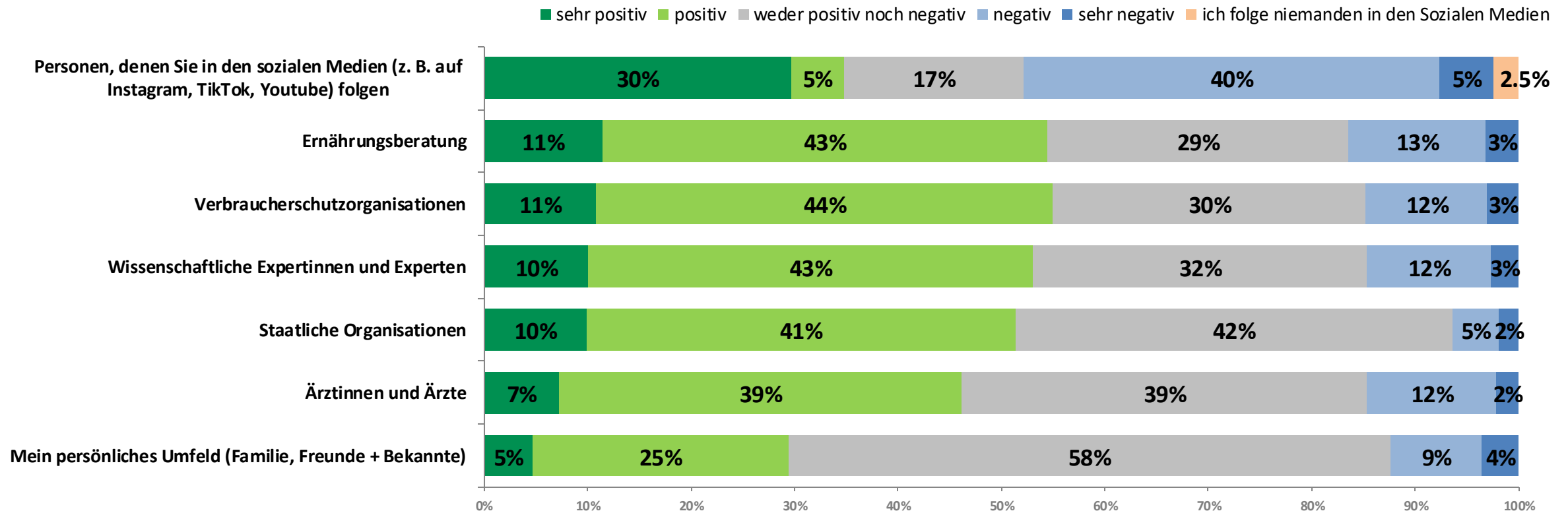
■ nie ■ selten ■ manchmal ■ häufig ■ sehr häufig



Über den Nutri-Score wird im sozialen Umfeld kaum gesprochen

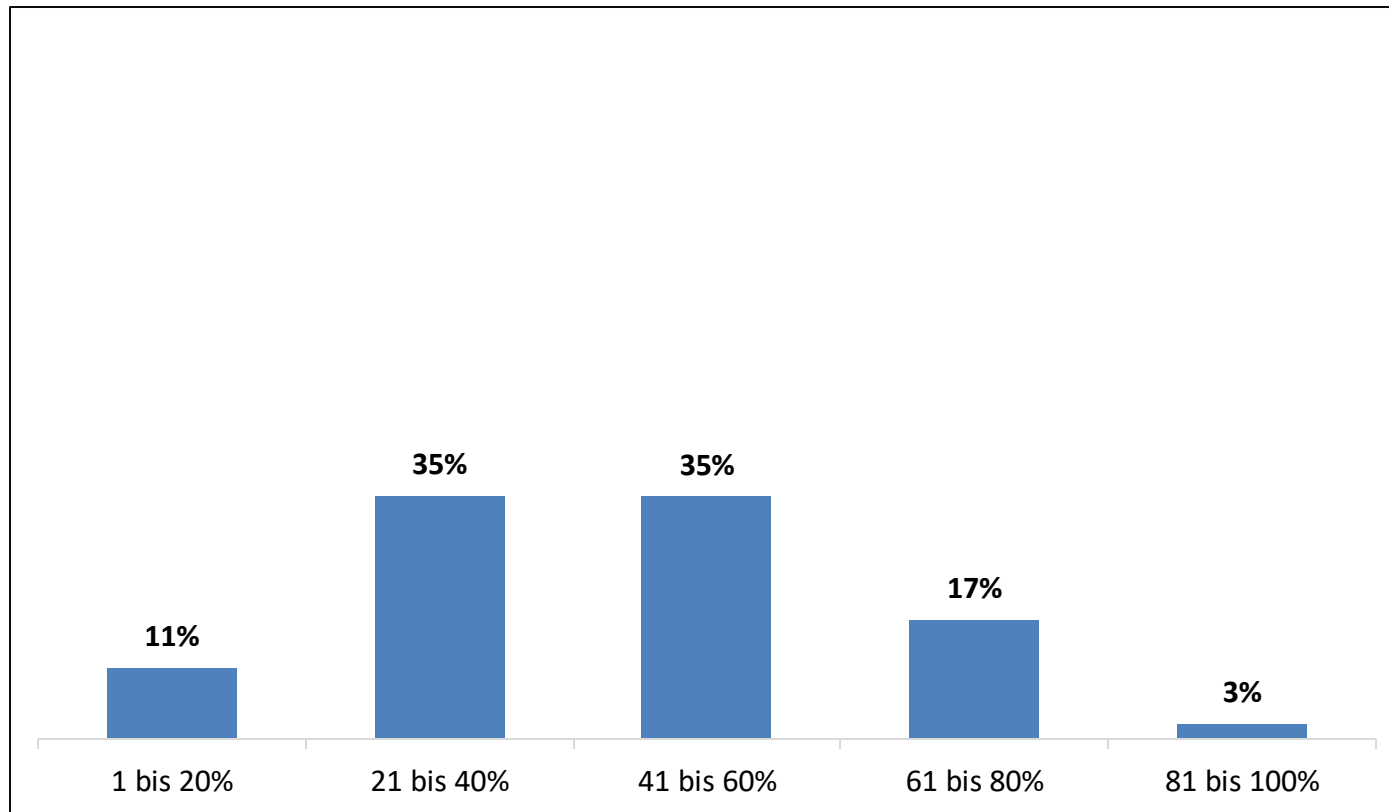
Frage: Haben Sie sich schon einmal im Familien-, Freundes- oder Kollegenkreis über den Nutri-Score unterhalten?
Basis: 1.103 Befragte. Angaben in % aller gültigen Antworten

Wahrgenommene Bewertung des Nutri-Scores in der Gesellschaft



Frage: Was glauben Sie, wie die folgenden Gruppen im Großen und Ganzen zum Nutri-Score stehen?
Basis: 1.103 Befragte. Angaben in % aller gültigen Antworten

Geschätzte Verbreitung des Nutri-Scores am Markt

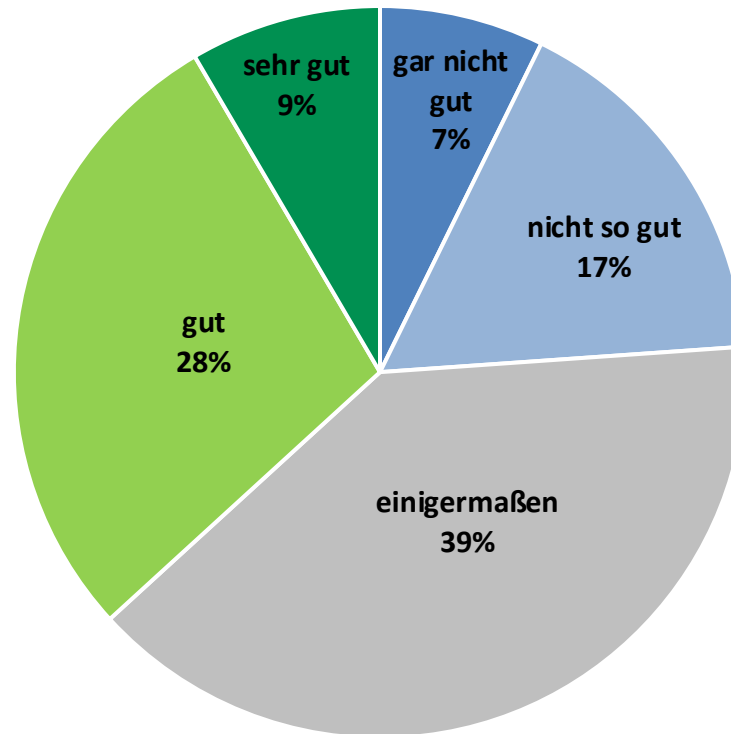


Frage: Was würden Sie schätzen: Auf wieviel Prozent der Lebensmittelverpackungen im Supermarkt ist der Nutri-Score heute in Deutschland aufgedruckt?

Basis: 1.103 Befragte. Angaben in % aller gültigen Antworten

- Die Verbreitung des Nutri-Scores im Markt (ca. 40 %, vgl. Verbraucherzentralen 2022) wird von den Probanden im Großen und Ganzen einigermaßen zutreffend eingeschätzt. 10,5 % unterschätzen, 20 % überschätzen die Verbreitung des Nutri-Scores.

Subjektives Wissen über den Nutri-Score



Frage: Den Nutri-Score gibt es noch nicht so lange. Wie gut fühlen Sie sich bisher über den Nutri-Score informiert?
Basis: 1.103 Befragte. Angaben in % aller gültigen Antworten

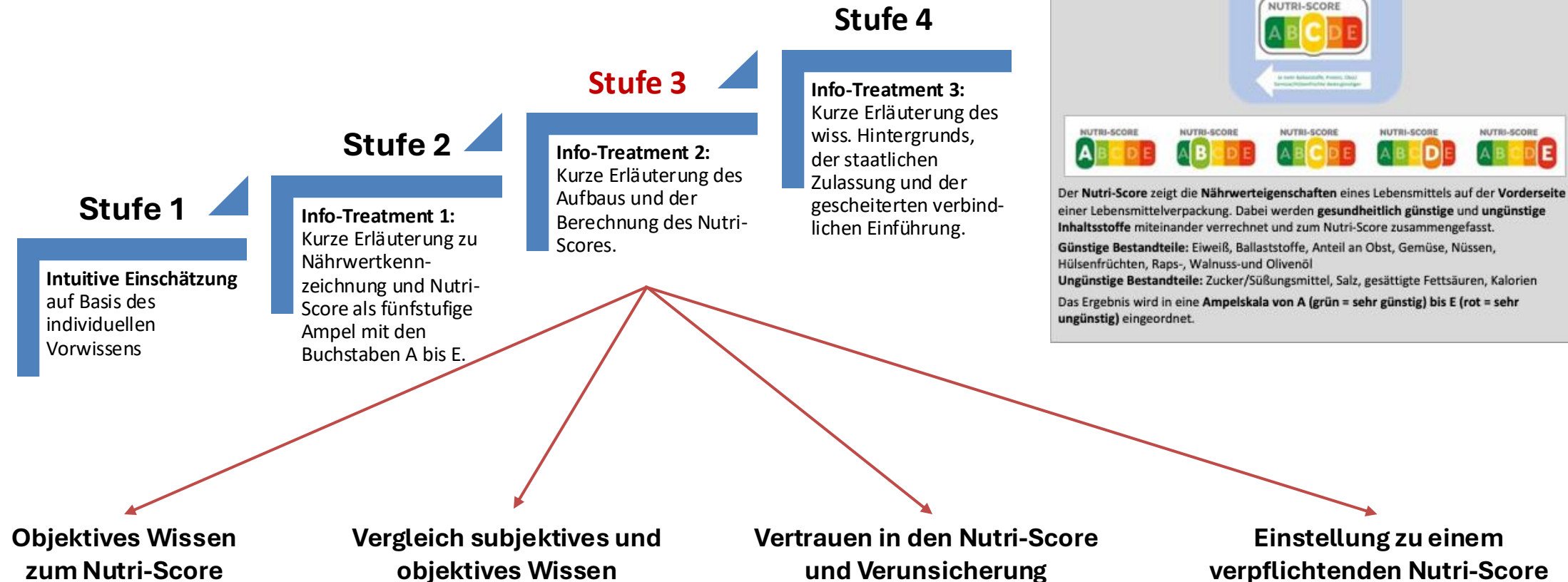
Zwischenfazit nach Info-Treatment 1

- Nach einem sachlichen Info-Text über den Nutri-Score (vgl. nebenstehend) zeigt sich der komplementäre Charakter von Nutri-Score und Nährwerttabelle:
 - ✓ 62 % der Befragten wünschen sich den Nutri-Score als ergänzende Angabe zur Nährwerttabelle, weitere 25 % teilweise. Nur 7 % lehnen dies ab.
- Gefragt nach der Wichtigkeit beider Informationsformen ergibt sich ein bekanntes Bild: Verbraucher:innen schätzen die Möglichkeit sich detailliert informieren zu können:
 - ✓ 65 % finden die Nährwerttabelle sehr wichtig oder eher wichtig; beim (noch neuen) Nutri-Score sind dies 53 %.
- Aufschlussreich ist, dass sich gut die Hälfte aller Befragten noch niemals mit Menschen im sozialen Umfeld über den Nutri-Score unterhalten hat. Dies bestätigt die oben konstatierte geringe Präsenz des Labels.
- Die Verbreitung des Nutri-Scores im Markt (ca. 40 %) wird von den Probanden im Großen und Ganzen einigermaßen zutreffend eingeschätzt. 10,5 % unterschätzen, 20 % überschätzen die Verbreitung des Nutri-Scores.
- Die Positionen von Influencern in den Sozialen Medien wird sehr unterschiedlich wahrgenommen – 35 % stoßen auf (stark) unterstützende Positionen, 45 % auf ablehnende. Dies spricht für sehr unterschiedliche „Bubble“ (Filterblaseneffekt).
- Offline-Meinungsführer und Bedarfsberater:innen werden alle als deutlich unterstützender wahrgenommen. Allerdings sind sich viele auch unsicher.
- Die Einstellung des eigenen Umfeldes (Familie, Freunde) zum Nutri-Score wird von 58 % als neutral wahrgenommen. Das bestätigt die oben als gering ausgewiesene Kommunikationsintensität. Der Nutri-Score ist für die meisten Menschen bisher kein Kommunikationsthema.

Info-Treatment 1:


Ob ein Lebensmittel zu einer gesunden Ernährung beiträgt oder nicht, hängt insbesondere von den Nährwerteigenschaften ab – also z. B. wie viel Zucker, Fett, Salz, Eiweiß oder Ballaststoffe enthalten sind. Auf Lebensmittelverpackungen ist die Nährwerttabelle (z. B. Zucker, Fett, Kalorien) vorgeschrieben. Sie steht meist auf der Rückseite. Einige Hersteller zeigen auf der Vorderseite ihrer Produkte zusätzlich den Nutri-Score (fünfstufige Ampel mit Buchstaben A bis E). Beide Angaben sollen bei der Lebensmittelauswahl helfen.

Vierstufiges Befragungsdesign: Ergebnisse Stufe 3



Info-Treatment 2:

Wie funktioniert der Nutri-Score?



Der **Nutri-Score** zeigt die **Nährwerteigenschaften** eines Lebensmittels auf der **Vorderseite** einer Lebensmittelverpackung. Dabei werden **gesundheitlich günstige** und **ungünstige Inhaltsstoffe** miteinander verrechnet und zum Nutri-Score zusammengefasst.

Günstige Bestandteile: Eiweiß, Ballaststoffe, Anteil an Obst, Gemüse, Nüssen, Hülsenfrüchten, Raps-, Walnuss- und Olivenöl

Ungünstige Bestandteile: Zucker/Süßungsmittel, Salz, gesättigte Fettsäuren, Kalorien

Das Ergebnis wird in eine **Ampelskala von A (grün = sehr günstig) bis E (rot = sehr ungünstig)** eingeordnet.

Wissen zum Nutri-Score nach Erklärung der Funktionsweise

- Die Probanden wurden nach der Erklärung, was der Nutri-Score ist und wie er berechnet wird (2. Info-Treatment; siehe rechts), detaillierter zu ihrem Verständnis befragt.
- Ziel ist es, das Verständnis der Verbraucher:innen für die Funktionsweise und den Aussagegehalt des Nutri-Scores zu erheben.
- Dazu wurden Statements genutzt, die unterschiedliche, z. T. auch in der aktuellen Diskussion kontrovers vertretene Einschätzungen wiedergeben. So werden in der Öffentlichkeit, z. T. auch in der Fachöffentlichkeit, unterschiedliche Vorstellungen dazu vertreten, für welche Vergleiche der Score herangezogen werden darf.
- Manche der abgefragten Aussagen sind eindeutig richtig oder falsch, andere greifen kontroverse Aspekte auf.

Info-Treatment 2:

Wie funktioniert der Nutri-Score?



Der **Nutri-Score** zeigt die **Nährwerteigenschaften** eines Lebensmittels auf der **Vorderseite** einer Lebensmittelverpackung. Dabei werden **gesundheitlich günstige** und **ungünstige Inhaltsstoffe** miteinander verrechnet und zum Nutri-Score zusammengefasst.

Günstige Bestandteile: Eiweiß, Ballaststoffe, Anteil an Obst, Gemüse, Nüssen, Hülsenfrüchten, Raps-, Walnuss- und Olivenöl

Ungünstige Bestandteile: Zucker/Süßungsmittel, Salz, gesättigte Fettsäuren, Kalorien

Das Ergebnis wird in eine **Ampelskala von A (grün = sehr günstig) bis E (rot = sehr ungünstig)** eingeordnet.

Methodische Vorbemerkungen

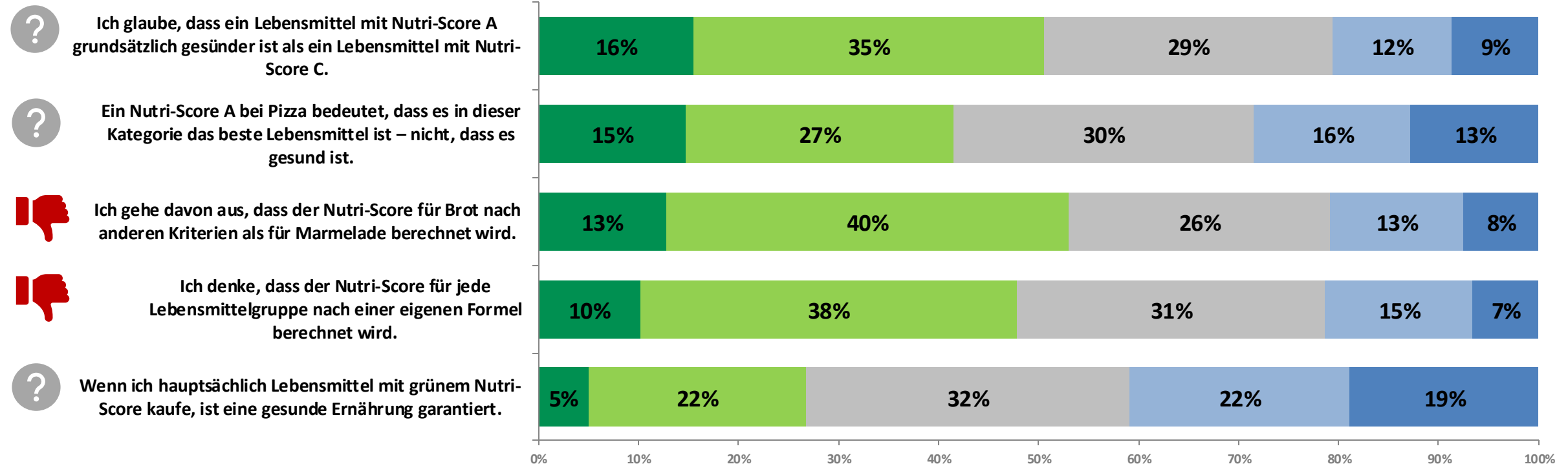
- Die Autor:innen sind sich bewusst, dass in der Fachöffentlichkeit der Begriff „gesund“ in Bezug auf den Nutri-Score teilweise vermieden wird und stattdessen von einem „günstigem Nährwertprofil“ gesprochen wird.
 - ✓ Dies ist wissenschaftlich präziser, da sich der Nutri-Score im wesentlichen auf Makronährstoffe, die auf der Verpackung in der Nährwerttabelle angegeben sind, bezieht. Hinzu kommen allerdings Ballaststoffe sowie Obst- und Gemüseanteile sowie Nüsse, die indirekt auch Mikronährstoffe einbeziehen.
 - ✓ Letztlich zeigen eine Reihe wissenschaftlicher Studien auf, dass der Nutri-Score im Ergebnis und durchschnittlich sehr wohl zu einer gesünderen Lebensmittelauswahl beiträgt.
 - ✓ Für eine Befragung und für die öffentliche Diskussion ist aber der Begriff „Gesundheit“ sinnvoller, da nur dieser eindeutig für alle Befragten verständlich ist.
- Angesichts der derzeit unklaren Positionen über die Deutung und das Anwendungsspektrum des Nutri-Scores wurde für die Abfrage des Wissensstandes eine fünfstufigen Zustimmungsskala verwendet.

Wissensstand über die Anwendung des Nutri-Scores

 falsch

 umstritten

■ Trifft voll u. ganz zu. ■ Trifft eher zu. ■ Teils/teils ■ Trifft eher nicht zu. ■ Trifft ganz u. gar nicht zu.




Frage: Der Nutri-Score soll beim Lebensmittelkauf eine gesündere Produktwahl erleichtern. Was denken Sie über die folgenden Aussagen jetzt nachdem Sie den Infotext gelesen haben? Basis: 1.103 Befragte. Angaben in % aller gültigen Antworten

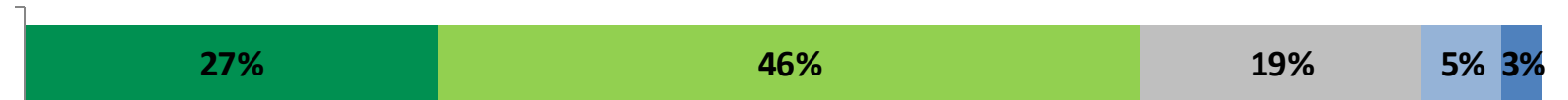
Wissensstand über die Anwendung des Nutri-Scores


 **stimmt**

 **umstritten**

■ Stimme voll u. ganz zu. ■ Stimme eher zu. ■ Teils/teils ■ Stimme eher nicht zu. ■ Stimme ganz u. gar nicht zu.

 Mit dem Nutri-Score können gleiche Produkte von unterschiedlichen Herstellern (z. B. Joghurts unterschiedlicher Marken) verglichen werden.




 Der Nutri-Score hilft, zu erkennen, wie gesund ein Lebensmittel insgesamt ist.




 Der Nutri-Score hilft gesunde und ungesunde Lebensmittel zu unterscheiden.




 Mit dem Nutri-Score können verschiedene Sorten eines Produktes (z. B. Naturjoghurt mit Fruchtjoghurt) verglichen werden.



 Mit dem Nutri-Score können verschiedene Lebensmittel für den gleichen Zweck (z. B. Käse, Wurst, Aufstrich als Brotbelag) verglichen werden.










 Mit dem Nutri-Score soll man alle Lebensmittel miteinander vergleichen können (z. B. Brot mit Käse).







0% 10% 20% 30% 40% 50% 60% 70% 80% 90% 100%

Frage: Der Nutri-Score soll beim Lebensmittelkauf eine gesündere Produktwahl erleichtern. Was denken Sie über die folgenden Aussagen jetzt nachdem Sie den Infotext gelesen haben? Basis: 1.103 Befragte. Angaben in % aller gültigen Antworten

Hintergrundinformationen zu den Statements (I)

Aussagen	Einordnung	
Mit dem Nutri-Score können gleiche Produkte von unterschiedlichen Herstellern verglichen werden (z. B. verschiedene Joghurtmarken).		Ein Hauptziel des Nutri-Scores, der darüber auch einen Wettbewerb um gesündere Erzeugnisse zwischen den Herstellern anregen soll.
Mit dem Nutri-Score können verschiedene Sorten eines Produktes verglichen werden (z. B. Natur- versus Fruchtojoghurt)		Zentrale Funktion des Nutri-Scores, um die Auswahl der Menschen auf eine gesündere Variante zu lenken.
Der Nutri-Score hilft zu erkennen, wie gesund ein Lebensmittel insgesamt ist.		Wissenschaftlich gut belegt.
Der Nutri-Score hilft, gesunde und ungesunde Lebensmittel zu unterscheiden.		Wissenschaftlich gut belegt.
Mit dem Nutri-Score können verschiedene Lebensmittel für den gleichen Zweck verglichen werden“ (z. B. Käse versus Wurst)		Die Vergleichbarkeit solcher Substitute wird ganz überwiegend wissenschaftlich angenommen.
Ich gehe davon aus, dass der Nutri-Score für Brot nach anderen Kriterien als der für Marmelade berechnet wird		Der Bewertungsalgorithmus ist identisch.
Ich denke, dass der Nutri-Score für jede Lebensmittelgruppe nach einer eigenen Formel berechnet wird.		Tatsächlich gibt es nur für Öle/Fette, Getränke und alle anderen Lebensmittel einen jeweils eigenen Bewertungsalgorithmus. Für Käse gibt es innerhalb der Kategorie der allgemeinen Lebensmittel eine Sonderregelung.

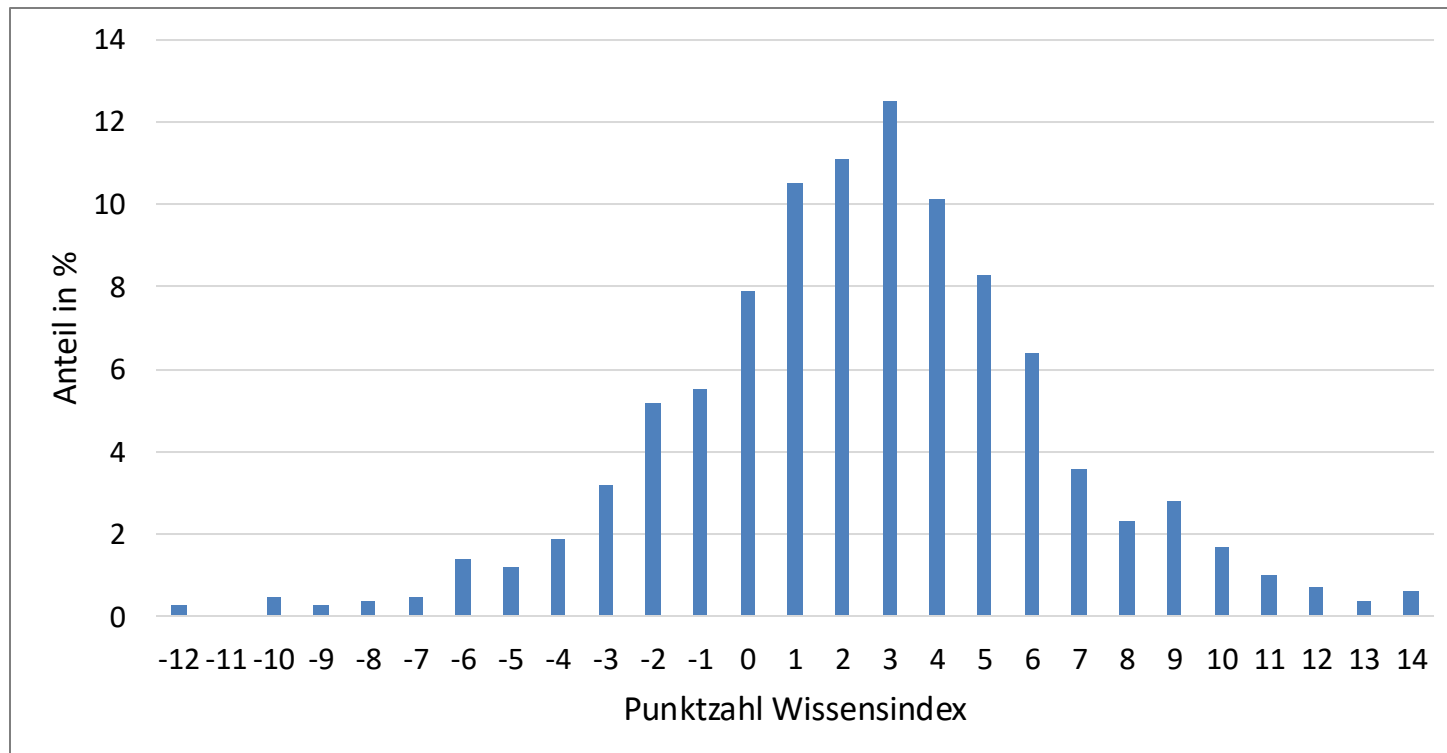
Hintergrundinformationen zu den Statements (II)

Aussagen	Einordnung
Mit dem Nutri-Score soll man alle Lebensmittel miteinander vergleichen können (z. B. Brot mit Käse).	 In der Fachöffentlichkeit ist die Frage, ob der Nutri-Score auch für den Vergleich von Lebensmitteln mit gänzlich unterschiedlicher Funktion sinnvoll ist, strittig. Dafür spricht, dass viele Lebensmittel im gleichen Bewertungsalgorithmus berechnet werden und es spezielle Berechnungsformeln nur für Getränke und Fette/Öle gibt.* Dagegen wird angeführt, dass Lebensmittelkategorien unterschiedliche Einsatzzwecke haben. Allerdings zielt der Nutri-Score ernährungspolitisch auf eine grundsätzliche Veränderung des Ernährungsstils durch Verschiebungen zwischen den Kategorien. Eine einheitliche Bezugsbasis (100 g) und der gleiche Algorithmus ermöglichen Kreuzvergleiche (Cross-Category). Ausnahmen wären Halbfertigprodukte, die noch weiter zubereitet werden müssen (z. B. Tütensuppen, TK-Pommes). Auch die Vergleichbarkeit von Produktgruppen, die mit einem anderen Bewertungsalgorithmus berechnet werden (z. B. Getränke, Öle) ist unklar; allerdings werden diese Produktgruppen auch kaum als austauschbar aufgefasst werden.
Ich glaube, dass ein Lebensmittel mit Nutri-Score A grundsätzlich gesünder ist als ein Lebensmittel mit Nutri-Score C.	 Die Aussage durch das Wort „grundsätzlich“ problematisch, da es drei unterschiedliche Kategorien mit jeweils anderem Bewertungsalgorithmus gibt.
Wenn ich hauptsächlich Lebensmittel mit Nutri-Score A kaufe, ist eine gesunde Ernährung garantiert.	 Eine gesunde Ernährung beruht auf einer ausgewogenen Lebensmittelauswahl (siehe DGE-Ernährungskreis). Daher ist das Item durch die Formulierung „garantiert“ strittig, aber in der Tendenz ist ein hoher Anteil von „grünen“ Produkten vorteilhaft und mit dem Nutri-Score intendiert.
Ein Nutri-Score A bei Pizza bedeutet, dass es in dieser Kategorie das beste Lebensmittel ist – nicht das es gesund ist.	 Die Aussage ist aufgrund des Wortes „gesund“ problematisch. Viele Expert:innen würden die Formulierung „günstiges Nährwertprofil“ bevorzugen, was allerdings das Verbraucherverständnis einschränken würde. Strittig ist auch hier die Frage der Kategorienvergleichbarkeit.

* Sonderregelung Käse in der Gruppe der allgemeinen Lebensmittel: Für die meisten Lebensmittel gilt eine zusätzliche Bedingung: Wenn ein Produkt mehr als 11 N-Punkte für ungünstige Inhaltsstoffe hat, dürfen Eiweißpunkte (P = Punkte für günstige Inhaltsstoffe) nur dann abgezogen werden, wenn der Obst-/Gemüse-/Nussanteil $\geq 40\%$ ist. Damit soll verhindert werden, dass stark verarbeitete, fettreiche Produkte durch etwas Eiweiß „aufgehübscht“ werden. **Bei Käse** wird diese Einschränkung **nicht angewendet**. Hier gilt **immer einfach** $N - P$, egal wie hoch der N-Wert ist. Das wurde eingeführt, weil Käse naturgemäß viel Fett (\rightarrow viele N-Punkte) enthält, aber gleichzeitig auch ein wertvoller Eiweißlieferant ist. Ohne diese Sonderregel würde nahezu jeder Käse automatisch sehr schlecht abschneiden.

Wissen: Wissensindex

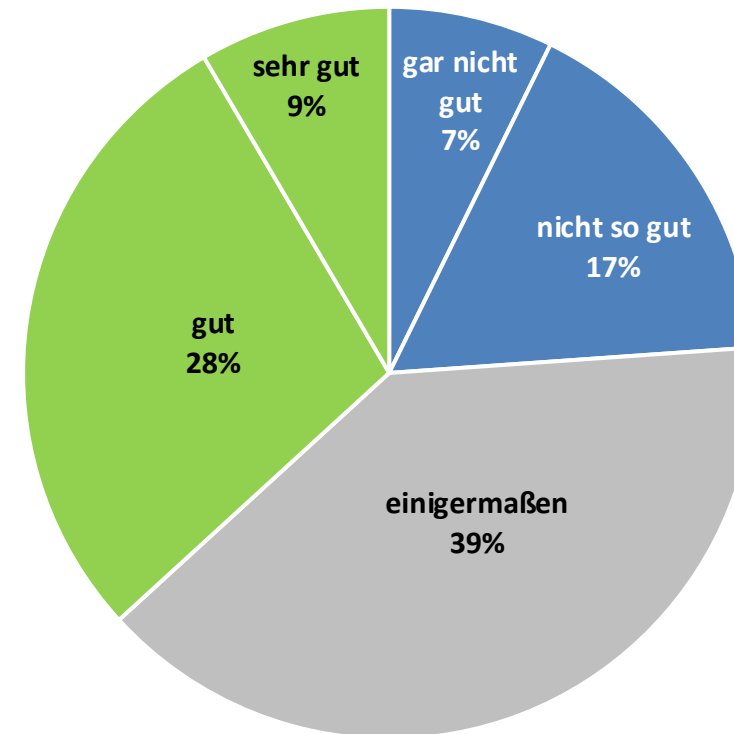
- Aus den fünf klar zutreffenden und den zwei eindeutig falsch formulierten Items wurde ein Wissensindex ermittelt¹. Der Index reicht von -12 (alle Items außer 1 Item falsch beantwortet) bis +14 Punkte (alle Items richtig beantwortet), mit einem Mittelwert von 2,5.
- Der Wert 0 beim Index steht für Probanden, die sich entweder durchgängig nicht festlegen wollten oder für solche, die mal falsch, mal richtig gelegen haben. Der Wert würde sich auch bei einfachem Raten ergeben.



¹Für die Berechnung des Wissensindex wurden nur die klar zutreffenden bzw. falsch formulierten Items herangezogen. Für eine klar falsche Einschätzung wurden 2 Punkte abgezogen, bei einer tendenziell falschen Antwort 1 Punkt abgezogen, bei teils/teils Antwort wurde kein Punkt vergeben, bei tendenziell zutreffenden Antworten wurde ein Punkt vergeben, bei klar zutreffenden Antworten plus 2 Punkte.

Subjektives Wissen: Selbsteinschätzung

- In Stufe 1 der Befragung wurde die Selbsteinschätzung des eigenen Wissensstands über den Nutri-Score erhoben.
- Hiernach lassen sich folgende Gruppen identifizieren:
 - ✓ 39 % der Befragten sind sich unsicher über ihren Wissensstand.
 - ✓ 37% der Befragten schätzen ihren Informationsstand (tendenziell) positiv ein.
 - ✓ 24 % fühlen sich (eher) schlecht informiert.
- Im nächsten Schritt wurden diese drei Gruppen im Hinblick auf ihr Abschneiden bei den (objektiven) Wissensfragen betrachtet. Auf der nachfolgenden Seite sind die jeweils erreichten Punktwerte beim Wissensindex dargestellt.

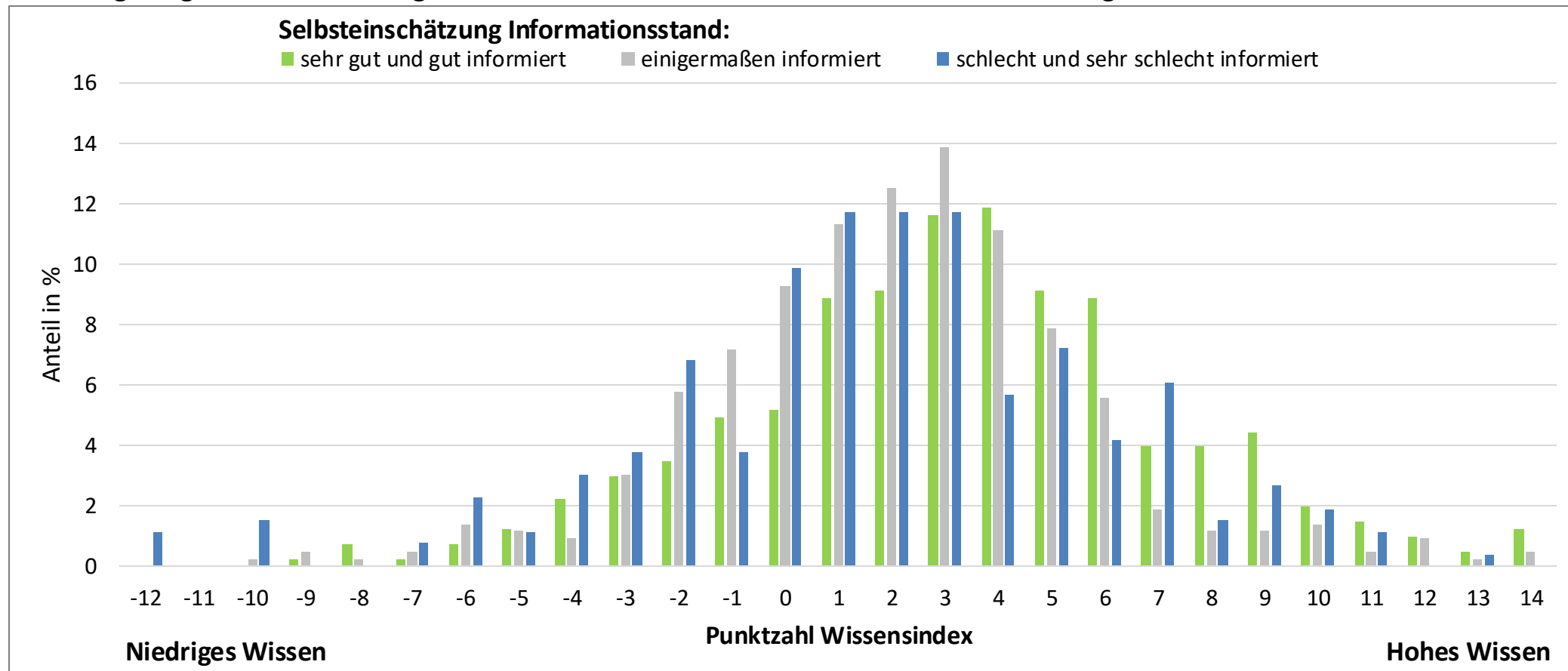


Frage: Den Nutri-Score gibt es noch nicht so lange. Wie gut fühlen Sie sich bisher über den Nutri-Score informiert?

Basis: 1.103 Befragte. Angaben in % aller gültigen Antworten


Vergleich subjektives versus objektives Wissen zum Nutri-Score

- Die Gegenüberstellung zeigt: Selbsteinschätzung und tatsächliches Wissen stimmen nur wenig überein:
 - ✓ Signifikante, aber schwache Korrelation von 0,14.
 - ✓ Der geringe Zusammenhang deutet auf Unsicherheiten in der Selbsteinschätzung hin.

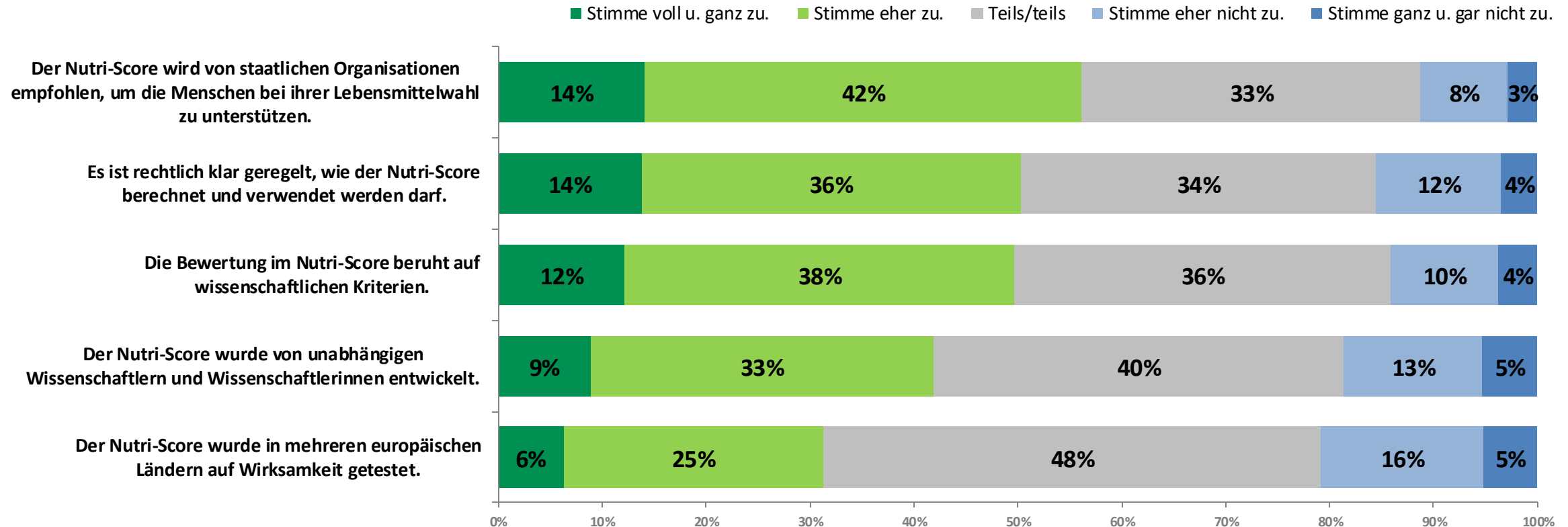


Zwischenfazit: Wissen zum Nutri-Score (Bias bei der Selbsteinschätzung)

- Der Abfrage war ein Info-Treatment mit der Grundidee des Nutri-Scores vorangestellt – vergleichbar zu Erklärungen in vielen „offiziellen“ Darstellungen. Die Ergebnisse zeigen, dass angesichts rudimentärer Basisinformationen Interpretationsspielräume beim Anwendungswissen verbleiben:
 - ✓ Mit jeweils 20-30 % „teils/teils“-Antworten zeigt sich insgesamt eine relativ hohe Unsicherheit.
 - ✓ Den zutreffend formulierten Items wird überwiegend korrekt zugestimmt (ca. 50-75 %).
 - ✓ Den beiden eindeutig unzutreffenden Aussagen stimmen jedoch ebenfalls 50-60 % der Befragten zu; nur rund 20 % erkennen hier, dass diese Aussagen nicht zustimmen.
- Die Falschantworten betreffen Fragen zum Anwendungsspektrum des Nutri-Scores. Es ist den meisten Verbraucher:innen nicht klar, dass der Score für fast alle Produkte einheitlich ist und nur Getränke sowie Fette/Öle/Nüsse/Saaten als eigenständige Produktgruppen anders berechnet werden.
- Vor diesem Hintergrund erstaunt die tendenziell positive Selbsteinschätzung des Informationsstandes durch die Probanden.
 - ✓ Möglicherweise ist die positive Selbsteinschätzung auf die intuitiv gute Verständlichkeit des Labels zurückzuführen. Dass bei den Detailfragen zur Anwendung des Labels Schwächen bestehen, ist den Verbraucher:innen möglicherweise selbst nicht bewusst.
 - ✓ Hinzu kommt die allgemeine Tendenz zur positiven Einschätzung des eigenen Wissens und Informationsstandes, die in der psychologischen Forschung unter dem Begriff „Selbstüberschätzungseffekt/Above-Average-Effekt“ gut dokumentiert ist (Hoorens 1993). Der Dunning-Kruger Effekt beschreibt eine besondere Form der Selbstüberschätzung, wonach Personen mit geringem Wissen in besonderem Maße ihr Wissen überschätzen. Dieser Effekt ist auch für Ernährungswissen nachgewiesen (Scheiber et al. 2023).

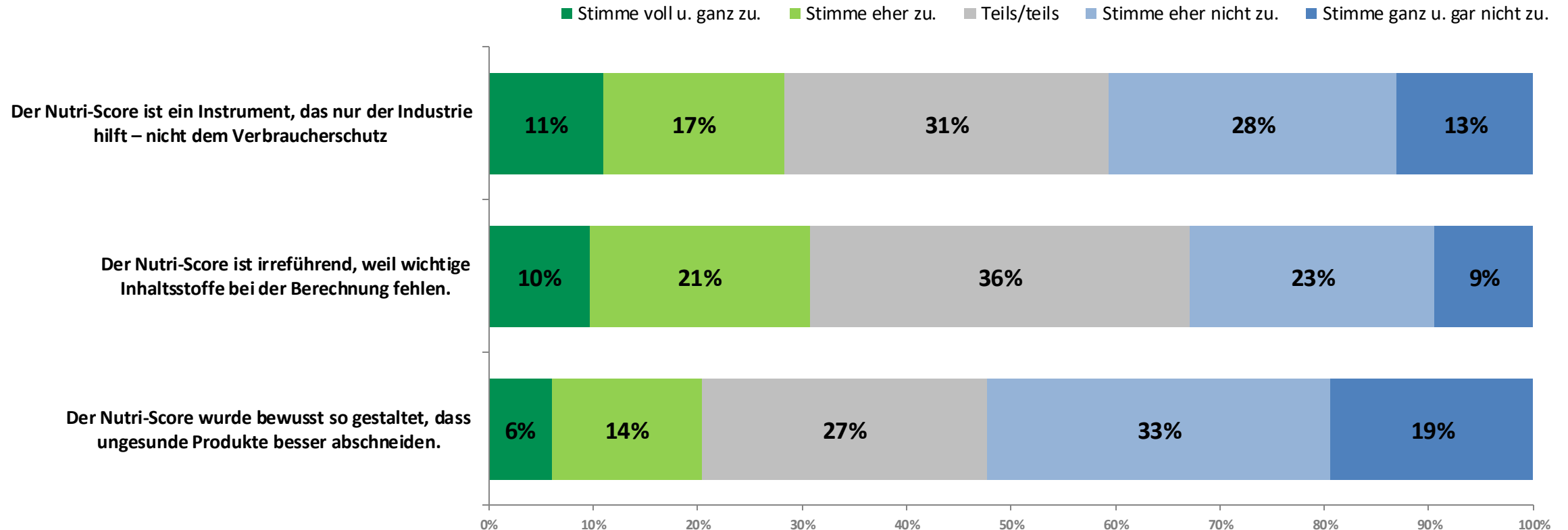
 Die unsichere Wissensbasis über den Hintergrund des Nutri-Scores und dessen Anwendung macht es Verbraucher:innen schwer, die öffentliche Diskussion über Detailfragen einzuordnen. Hinzu kommt, dass auch Falschinformationen schlechter erkannt werden. Beides schwächt die Alltagsrelevanz des Labels.

Vertrauen in den Nutri-Score (I)



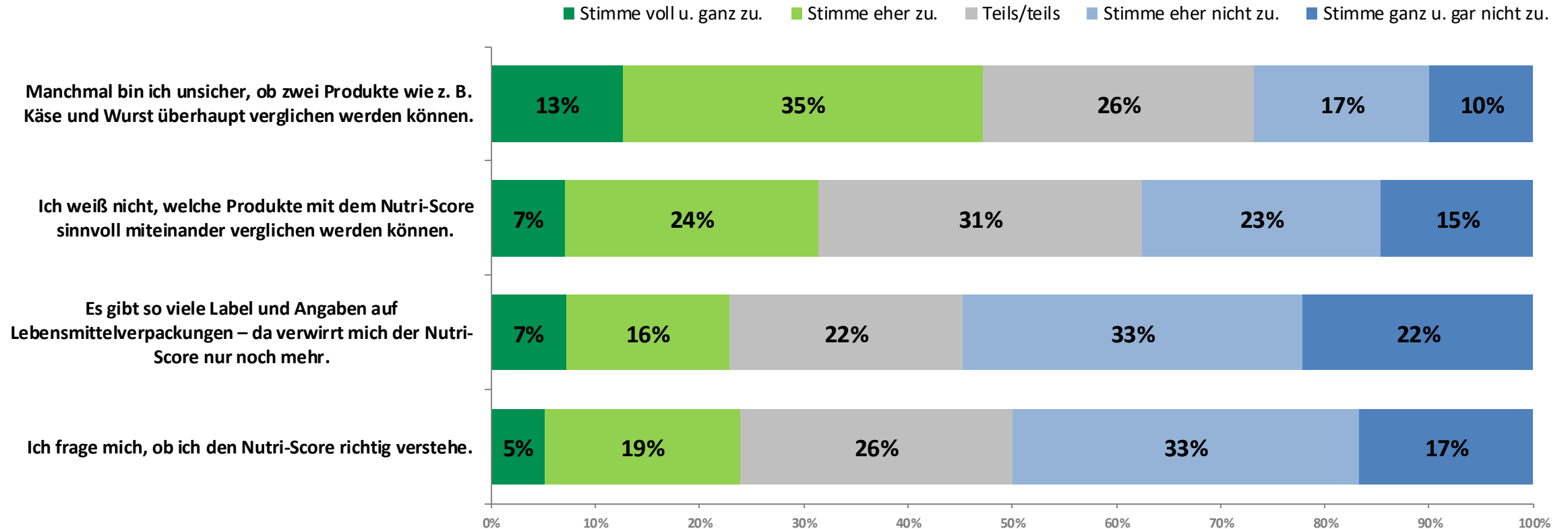
Frage: Rund um den Nutri-Score gibt es viele Meinungen – manche positiv, andere kritisch. Bitte sagen Sie uns, inwieweit die folgenden Aussagen zutreffen oder nicht.
Basis: 1.103 Befragte. Angaben in % aller gültigen Antworten

Vertrauen in den Nutri-Score (II)



Frage: Rund um den Nutri-Score gibt es viele Meinungen – manche positiv, andere kritisch. Bitte sagen Sie uns, inwieweit die folgenden Aussagen zutreffen oder nicht.
Basis: 1.103 Befragte. Angaben in % aller gültigen Antworten

Verunsicherung über die Anwendung des Nutri-Scores

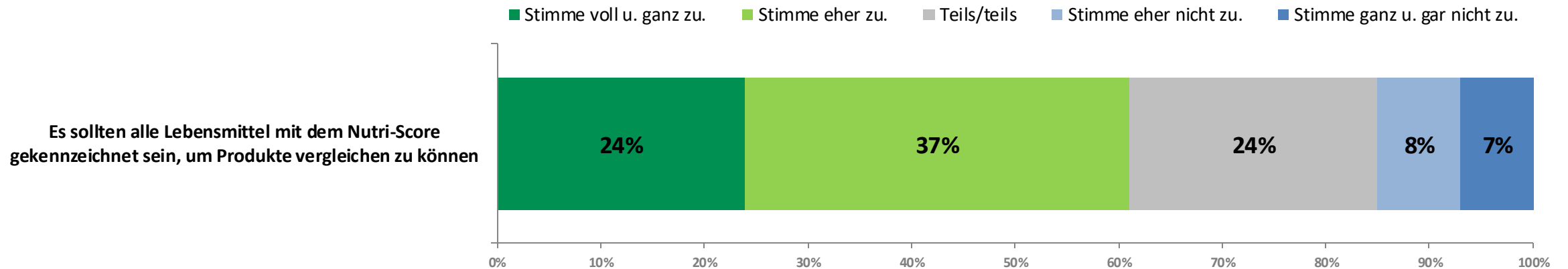


Frage: Der Nutri-Score soll beim Lebensmittelkauf eine gesündere Produktwahl erleichtern. Was denken Sie über die folgenden Aussagen jetzt nachdem Sie den Infotext gelesen haben?
Basis: 1.103 Befragte. Angaben in % aller gültigen Antworten

Zwischenfazit

- Die meisten Befragten bewerten den Nutri-Score grundsätzlich positiv, aber es gibt auch viel Unsicherheit und es verbleiben 20-30 % der Befragten, die deutlich skeptisch sind. Zweifel betreffen insbesondere die wissenschaftliche Basis und die Neutralität des Zeichens.
!! Hier wird eine breite Kommunikationsherausforderung hinsichtlich der Glaubwürdigkeit des Nutri-Scores sichtbar.
- Die bestehende Skepsis in Detailfragen spiegelt nicht zuletzt die öffentliche Diskussion über den Nutri-Score. Sowohl in den Medien, aber auch in der politischen und fachlichen Diskussion wurden bei Einführung des Labels häufig prominente Einzelbeispiele wie Olivenöl oder TK-Pommes aufgegriffen, bei denen die Bewertung unplausibel erscheint. Dahinter verbergen sich mindestens drei Fallgruppen:
 1. Anfängliche Schwächen des Algorithmus (die z. B. schon korrigiert wurden wie bei Olivenöl oder dem Ballaststoffgehalt);
 2. Produktgruppen wie TK-Pommes, die weiter zubereitet werden und bei denen die Einstufung anhand des Halbfertigproduktes nicht überzeugt (weil der Salzgehalt in der Realität hoch sein wird) und
 3. Produkte und Produktgruppen, deren Gesundheitswert in der Bevölkerung bisher (intuitiv) falsch eingeschätzt wurde – die Aufklärung über diese Produkte ist ein wesentliches Ziel des Nutri-Scores und ein wesentlicher Teil der erwünschten Wirkung (Jürkenbeck et al. 2022), bietet aber Anlass für Debatten (s. z. B. Italien Skandalisierung der Käsebewertung).

Einstellungen zu einem verpflichtenden Nutri-Score



Frage: Der Nutri-Score soll beim Lebensmittelkauf eine gesündere Produktwahl erleichtern. Was denken Sie über die folgenden Aussagen jetzt nachdem Sie den Infotext gelesen haben?
Basis: 1.103 Befragte. Angaben in % aller gültigen Antworten

Zwischenfazit nach Info-Treatment 2

- Grundsätzlich wird der Nutri-Score von fast 60 % als hilfreich und von weiteren gut 20 % als teilweise hilfreich eingeschätzt.
- 61 % plädieren für eine verpflichtende Kennzeichnung von Lebensmitteln mit dem Nutri-Score, 24 % sind unentschieden.
- Aber gleichzeitig herrscht einige Verunsicherung: Für rund 40 % ist die Berechnung intransparent, ähnlich viele Menschen wundern sich über einzelne Produktbewertungen.
- Auch nach dem zweiten Info-Treatment (nebenstehend), in dem die Berechnung erklärt wird, verbleibt einige Unsicherheit. Auch dann ist ein Viertel der Befragten unsicher und ein weiteres Viertel teilweise unsicher, ob sie den Score richtig verstehen.

!! Diese Ergebnisse zeigen, dass über den Algorithmus hinaus das System umfassender erklärt werden sollte.

Info-Treatment 2:

Wie funktioniert der Nutri-Score?



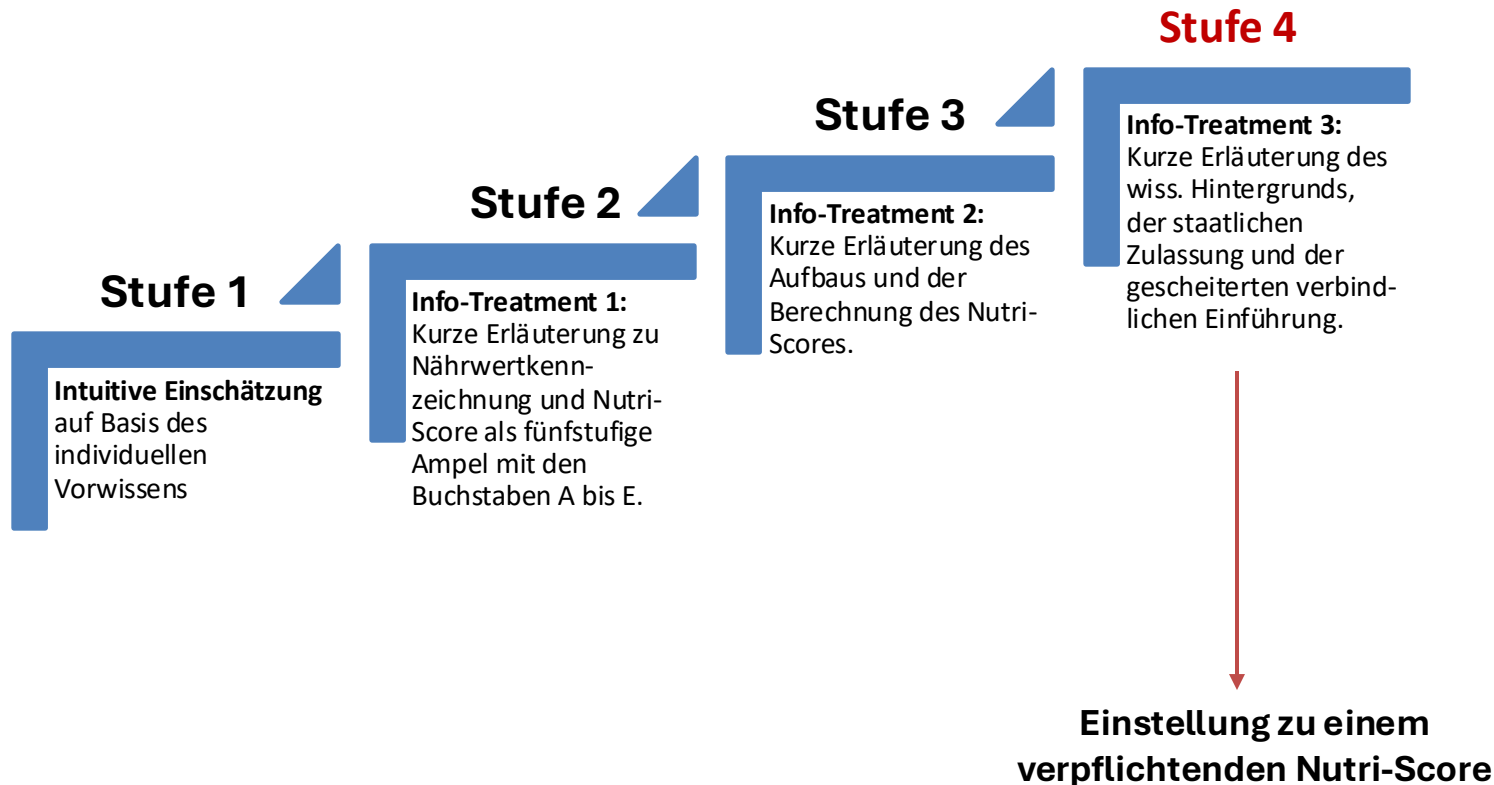
Der **Nutri-Score** zeigt die **Nährwerteigenschaften** eines Lebensmittels auf der **Vorderseite** einer Lebensmittelverpackung. Dabei werden **gesundheitlich günstige** und **ungünstige Inhaltsstoffe** miteinander verrechnet und zum Nutri-Score zusammengefasst.

Günstige Bestandteile: Eiweiß, Ballaststoffe, Anteil an Obst, Gemüse, Nüssen, Hülsenfrüchten, Raps-, Walnuss- und Olivenöl

Ungünstige Bestandteile: Zucker/Süßungsmittel, Salz, gesättigte Fettsäuren, Kalorien

Das Ergebnis wird in eine **Ampelskala von A (grün = sehr günstig) bis E (rot = sehr ungünstig)** eingeordnet.

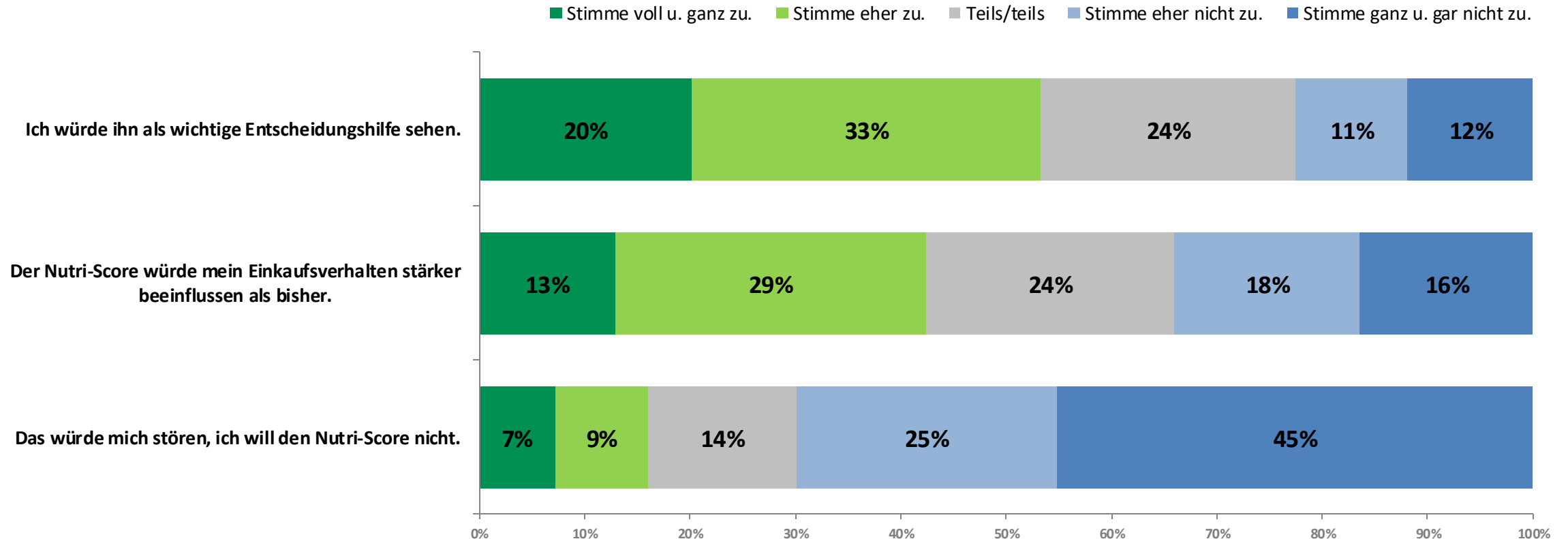
Vierstufiges Befragungsdesign: Ergebnisse Stufe 4



Info-Treatment 3: Tatsächlich ist die Berechnung des Nutri-Scores wissenschaftlich fundiert. Er wurde von **unabhängigen Wissenschaftler:innen** entwickelt. Ein internationales Forscherteam überprüft und aktualisiert die Berechnungsgrundlage fortlaufend, um neueste wissenschaftliche Erkenntnisse zu berücksichtigen. Der Nutri-Score wird in verschiedenen europäischen Ländern staatlich empfohlen. Die Umsetzung ist bisher freiwillig. Die ordnungsgemäße Anwendung wird kontrolliert. Die geplante EU-weite Kennzeichnungspflicht für alle Lebensmittel ist bisher gescheitert, weil einige Länder und Teile der Lebensmittelindustrie dagegen sind.



Einstellung zu einem verpflichtenden Nutri-Score

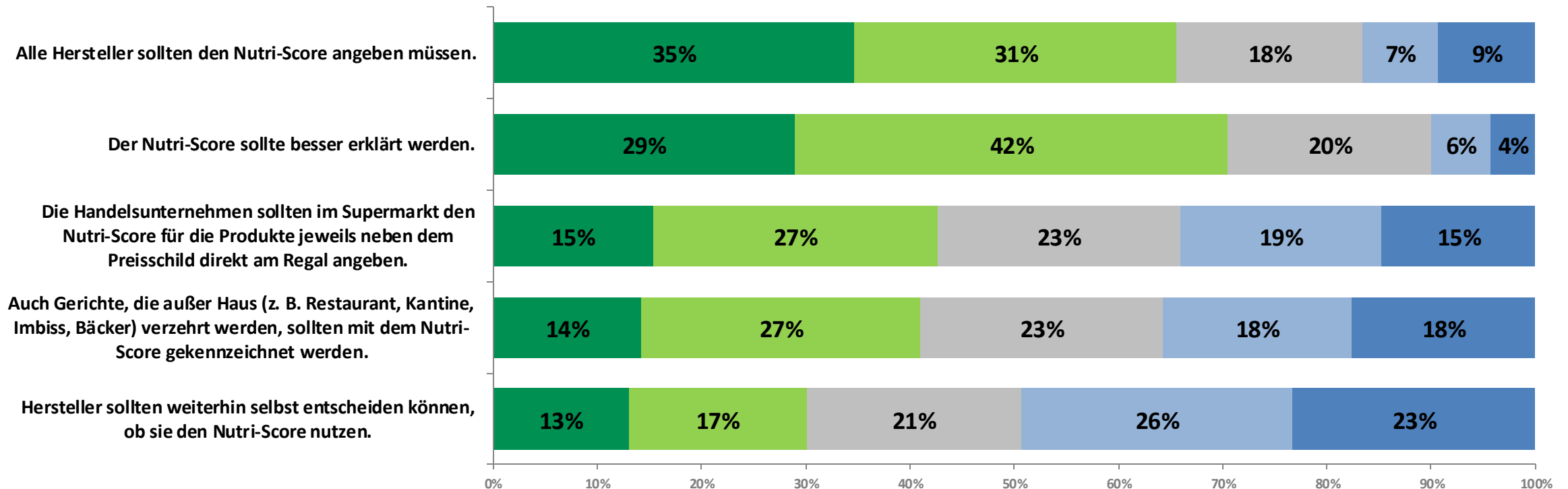


Frage: Stellen Sie sich vor, der Nutri-Score wäre verpflichtend auf allen Lebensmitteln angegeben. Wie würden Sie sich in diesem Fall verhalten?

Basis: 1.103 Befragte. Angaben in % aller gültigen Antworten

Einstellung zu einem verpflichtenden Nutri-Score

■ Stimme voll u. ganz zu. ■ Stimme eher zu. ■ Teils/teils ■ Stimme eher nicht zu. ■ Stimme ganz u. gar nicht zu.



Frage: Wenn Sie jetzt entscheiden könnten: Wie sollte die Zukunft des Nutri-Scores aussehen?
Basis: 1.103 Befragte. Angaben in % aller gültigen Antworten

Zwischenfazit: Verbraucher:innen zur Zukunft des Nutri-Scores

- Es zeigt sich eine breite Unterstützung für ein obligatorisches Label, das die ausführliche Nährwertkennzeichnung ergänzt. Zwei Drittel der Befragten (66 %) plädieren für eine verbindliche Kennzeichnung mit dem Nutri-Score – nur 16 % lehnen dies ab (zum Vergleich: in der Studie von Preißner & Schäfer (2025) erachten 78 Prozent der Befragten eine verpflichtende Kennzeichnung aller verarbeiteten Lebensmittel mit dem Nutri-Score als sehr oder eher sinnvoll.)
- Noch mehr Verbraucher:innen (71 %) wünschen sich eine bessere Erklärung und mehr Infos.
- In der Selbsteinschätzung vieler Befragter würde damit die Verhaltenswirksamkeit steigen:
 - ✓ Für 53 % wäre der Nutri-Score dann eine wichtige Entscheidungshilfe.
 - ✓ 42 % würden bei durchgängiger Kennzeichnung einen stärkeren Einfluss auf ihr Kaufverhalten erwarten.
- Die Positionen zu einer Verpflichtung der Gastronomie sind gespalten, Befürworter und Ablehner halten sich die Waage. (Interpretationsversuch: Labelling im Außer-Haus-Markt unüblich, daher schwieriger vorstellbar für die Befragten. Politisch daher erst als zweiter Schritt, und dort zunächst filialisierte Gastronomie und große Gemeinschaftsgastronomie).
- Ähnlich uneinheitlich wird ein Labelling direkt am Supermarktregal (Preisschild) eingeschätzt, was in Deutschland von REWE zu Beginn der Nutri-Score Einführung gemacht wurde, um die Eigenmarken in der Übergangszeit zu kennzeichnen, als der Nutri-Score noch nicht auf den Verpackungen aufgedruckt war (Rewe 2021). Der niederländische Einzelhändler Albert Heijn kennzeichnet in den Filialen dagegen fast vollständig auf dem Preisschild am Regal und weist den Nutri-Score für Eigenmarken und Herstellermarken aus. Allerdings ermöglicht die digitale Regalkennzeichnung (bisher) bei Albert Heijn nur eine wenig auffällige schwarz-weiße Darstellung.



TREIBER DER EINSTELLUNGEN ZUM NUTRI-SCORE

Methodische Vorbemerkungen

- Eine Regressions-Treiberanalyse prüft, welche Faktoren – z. B. Bekanntheit, Vertrauen, Alter – am stärksten mit der Einstellung zum Nutri-Score zusammenhängen, wenn man sie gleichzeitig betrachtet. Sie zeigt, ob ein Faktor die Einstellung eher positiv oder negativ beeinflusst und wie groß sein Beitrag im Vergleich zu anderen ist. Wichtig: Es werden Zusammenhänge aufgezeigt, nicht notwendig Kausalitäten.
- Mit Hilfe einer vorgelagerten Faktorenanalyse wurden mehrere Einzelitems (Fragen) zu wenigen Themenblöcken, z. B. „Glaubwürdigkeit“, gebündelt. Eine Faktorenanalyse prüft, welche Fragen statistisch zusammengehören, und bildet daraus stabile Skalen mit geringeren Messfehlern. Die zusammenfassenden Faktorwerte sind besser interpretierbarer als die Einzelfragen.
- Aus der Verdichtung mehrerer Einstellungs- und Handlungsvariablen ergaben sich folgende Einflussfaktoren:
 - Präferenz für ein einfach erkennbares FoP-Label
 - Glaubwürdigkeitszweifel am Nutri-Score
 - Nutri-Score: wissenschaftlich fundiert + staatlich administriert
 - Informationsinteresse + Beachtung Nährwerttabelle
- Weitere signifikante Einflussgrößen sind:
 - der Bekanntheitsgrad des Nutri-Scores (gestützter Bekanntheitsgrad)
 - das Wissen über den Nutri-Score (Wissensscore) sowie
 - das Geschlecht.
- Weitere Variablen (z. B. Alter, Bildung, Parteienpräferenz) wurden getestet, haben aber keine signifikante weitere Ergebnisverbesserung gezeigt.

Beschreibung der identifizierten Einflussfaktoren (I)

➤ Präferenz für ein einfach erkennbares FoP-Label

- Ich bin offen für eine Farbskala, die den Gesundheitswert von Lebensmitteln einordnet.
- Ich finde es sinnvoll, die Auswahl durch einfache Farbsignale zu erleichtern.
- Ich fände es gut, wenn man beim Einkaufen auf einen Blick erkennen könnte, wie gesund ein Lebensmittel ist.
- Ich fände es wichtig, dass gesunde Lebensmittel klarer gekennzeichnet werden.
- Farbige, einfache Kennzeichnungen helfen mir mehr als lange Tabellen mit Zahlen.

➤ Glaubwürdigkeitszweifel am Nutri-Score

- Der Nutri-Score ist irreführend, weil wichtige Inhaltsstoffe bei der Berechnung fehlen.
- Der Nutri-Score ist ein Instrument, das nur der Industrie hilft – nicht dem Verbraucherschutz.
- Der Nutri-Score kann durch Tricks in der Rezeptur manipuliert werden.
- Viele gesunde Produkte wie Käse, Orangensaft oder Olivenöl schneiden beim Nutri-Score zu schlecht ab.
- Manche Nutri-Score Bewertungen passen für mich nicht zum Lebensmittel.

Beschreibung der identifizierten Einflussfaktoren (II)

➤ **Nutri-Score: wissenschaftlich fundiert und staatlich administriert**

- Die Bewertung im Nutri-Score beruht auf wissenschaftlichen Kriterien.
- Der Nutri-Score wurde von unabhängigen Wissenschaftlern und Wissenschaftlerinnen entwickelt.
- Es ist rechtlich klar geregelt, wie der Nutri-Score berechnet und verwendet werden darf.
- Der Nutri-Score wurde in mehreren europäischen Ländern auf Wirksamkeit getestet.
- Der Nutri-Score wird von staatlichen Organisationen empfohlen, um die Menschen bei ihrer Lebensmittelwahl zu unterstützen.

➤ **Informationsinteresse + Beachtung Nährwerttabelle**

- Ich informiere mich regelmäßig über gesunde Ernährung.
- Ich interessiere mich dafür, was in Lebensmitteln steckt.
- Häufigkeit Betrachtung Nährwerttabelle
- Bedeutung der Ernährung im Alltag
- Wichtigkeit gesunder Ernährung
- Wichtigkeit der Nährwerttabelle auf der Rückseite einer Lebensmittelverpackung
- Selbsteinschätzung des Informationsstands über gesunde Ernährung

Beschreibung der zu erklärenden Faktoren (I): Gesamteinstellung zum Nutri-Score

➤ Gesamteinstellung zum Nutri-Score:

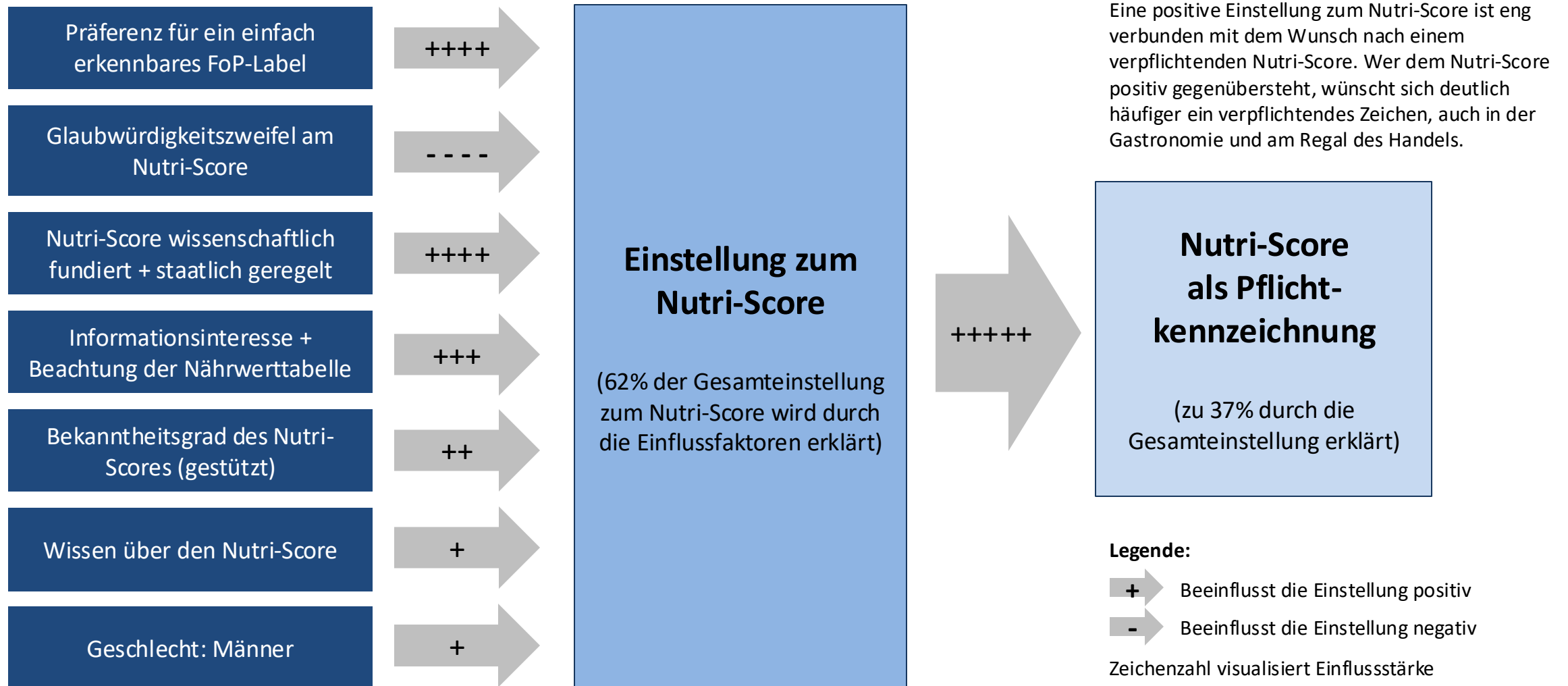
- Ich nutze den Nutri-Score bei meinen Kaufentscheidungen.
- Im Vergleich zu anderen Ernährungstipps hilft mir der Nutri-Score besonders.
- Wichtigkeit des Nutri-Scores auf der Vorderseite einer Verpackung [im Vergleich zur Nährwerttabelle auf der Rückseite]
- Der Nutri-Score macht gesunde Entscheidungen im Supermarkt einfacher.
- Ich würde ihn [verpflichtender Nutri-Score auf allen Lebensmitteln] als wichtige Entscheidungshilfe sehen.
- Der Nutri-Score hilft, um Lebensmittel zu vergleichen.
- Ich nutze den Nutri-Score, um Lebensmittel zu vergleichen.
- Ich würde bei ähnlichen Lebensmitteln zu dem mit dem besseren Score greifen.
- Vertrauen in den Nutri-Score [ohne Vorabinformation, Stufe 1 der Befragung].
- Nutzung des Nutri-Scores für Einkaufsentscheidungen [ohne Vorabinformation, Stufe 1 der Befragung].
- Lebensmittel mit einem grünen Nutri-Score wirken auf mich spontan positiv.
- *Ablehnung der Aussage:* Ich halte den Nutri-Score für überflüssig.
- *Ablehnung der Aussage:* Der Nutri-Score spielt für mich beim Einkauf keine Rolle.

Beschreibung der zu erklärenden Faktoren (II): Verpflichtung zur Nutzung des Nutri-Scores

➤ Nutri-Score: Verpflichtung zur Nutzung

- Alle Hersteller sollten den Nutri-Score angeben müssen.
- Auch Gerichte, die außer Haus (z. B. Restaurant, Kantine, Imbiss, Bückler) verzehrt werden, sollten mit dem Nutri-Score gekennzeichnet werden.
- Die Handelsunternehmen sollten im Supermarkt den Nutri-Score für die Produkte jeweils neben dem Preisschild direkt am Regal angeben.
- *Ablehnung der Aussage:* Hersteller sollten weiterhin selbst entscheiden können, ob sie den Nutri-Score nutzen.

Was beeinflusst die Einstellung zum Nutri-Score?



Statistische Hintergrundinformationen

- Statistische Merkmale der Faktorenanalyse
 - Faktoranalyse der Aussagen zur **Glaubwürdigkeitszweifel am Nutri-Score** : KMO: 0,83, erklärte Varianz: 57 Prozent
 - Faktoranalyse des **Informationsinteresse + Beachtung Nährwerttabelle**: KMO: 0,87, erklärte Varianz: 56 Prozent
 - Faktoranalyse der **Präferenz für ein einfach erkennbares FoP-Label**: KMO: 0,85, erklärte Varianz: 64 Prozent
 - Faktoranalyse der Aussagen zur **wissenschaftlichen Fundierung und staatlicher Administration**: KMO: 0,83, erklärte Varianz: 55 Prozent
 - Faktoranalyse **Gesamteinstellung zum Nutri-Score**: KMO: 0,96, erklärte Varianz: 62 Prozent
 - Faktoranalyse **Verpflichtung zur Nutzung**: KMO: 0,69, erklärte Varianz: 61 Prozent
- Statistische Merkmale des **Regressionsmodells Gesamteinstellung zum Nutri-Score** (R-Quadrat / erklärte Varianz: 62 Prozent)
 - **Präferenz für ein einfach erkennbares FoP-Label**: standardisierter Beta-Koeffizient: 0,4, hoch signifikant $= < 0,001$
 - **Glaubwürdigkeitszweifel am Nutri-Score**: standardisierter Beta-Koeffizient: -0,37, hoch signifikant $= < 0,001$
 - **Nutri-Score: wissenschaftlich fundiert + staatlich administriert**: standardisierter Beta-Koeffizient: 0,35, hoch signifikant $= < 0,001$
 - **Informationsinteresse + Beachtung der Nährwerttabelle**: standardisierter Beta-Koeffizient: 0,28, hoch signifikant $= < 0,001$
 - **Wissensscore**: standardisierter Beta-Koeffizient: 0,07, hoch signifikant $= < 0,001$
 - **Geschlecht (Männer)**: standardisierter Beta-Koeffizient: -0,52, hoch signifikant $= < 0,001$
- Statistische Merkmale des Regressionsmodells **Verpflichtung zur Nutzung** (R-Quadrat / erklärte Varianz: 37 Prozent)
 - **Einstellung zum Nutri-Score**: standardisierter Beta-Koeffizient: 0,61, hoch signifikant $= < 0,001$

Glossar:

- KMO-Wert (Kaiser-Meyer-Olkin Maß): Wert zur Beurteilung der Eignung von Daten für eine Faktorenanalyse. Ergibt Auskunft darüber, ob in einem Datensatz ausreichend große Korrelationen zwischen den Variablen vorhanden sind, um eine solche Analyse sinnvoll durchzuführen.
- Erklärte Varianz: Maß für die Erklärungskraft z. B. in der Faktoren- und Regressionsanalyse, das angibt, wieviel Prozent der unterschiedlichen Antworten in den Daten (Streuung um den Mittelwert der einzelnen Variablen) durch die Berechnung erklärt werden kann.
- Standardisierter Beta-Koeffizient: Maß für die Stärke des Zusammenhangs in der Regressionsanalyse. Bezeichnet die Änderung der abhängigen Variable, die sich aus einer Einheitsänderung der unabhängigen Variable ergibt, während alle anderen Variablen konstant gehalten werden. Deshalb bedeutet ein doppelt so hoher standardisierter Beta-Koeffizient einen doppelt so starken Einfluss.



WISSENSCHAFTLICHE EINORDNUNG UND EMPFEHLUNGEN

Kernergebnisse: Die vier Lücken des Nutri-Scores

Die Ergebnisse zeigen an vielen Stellen, dass der Nutri-Score sein Nutzungspotenzial nicht ausschöpft. Dafür gibt es verschiedene Ursachen:

1. **Verfügbarkeits-Lücke:** Wenn nur ein Teil des Sortiments gelabelt ist, fehlt im Regal der systematische Vergleich. Ohne dichte Präsenz wird ein Label kaum top-of-mind.
 - Verbreitung im Markt erhöhen. Bleibt der Nutri-Score ein freiwilliges Label, wird eine hohe Marktpräsenz nicht zu erreichen sein. Aus Herstellersicht sprechen bei einem schlechten Abschneiden die Sorge vor Imageverlust gegen die Kennzeichnung – vor allem wenn Wettbewerber nicht labeln (Eine Studie der Rabobank NL (2024) zeigt, dass 2/3 der gekennzeichneten Markenartikel A oder B-Bewertung aufweisen, bei Eigenmarken sind es nur etwa 40 Prozent. Markenartikelhersteller nutzen das System also selektiv, wenn es ihnen hilft; Händler kennzeichnen durchgängig.).
2. **Abruf-Lücke:** Gestützte Erinnerung ≠ spontane Erinnerung. Menschen wählen im Laden nach Preis, Marke und Gewohnheit. Ein Label wirkt nur, wenn es im Moment der Wahl salient ist, abgerufen werden kann. Dazu müssen die Menschen einfache Botschaften verfügbar haben.
 - Präsenz des Labels in den Medien und am Verkaufsort erhöhen und aufrecht erhalten.
3. **Bedeutungs-Lücke/Mythen:** Viele wissen nicht genau, was der Nutri-Score abbildet (Gesundheitsbeitrag) und was nicht (Verarbeitungsgrad, Zusatzstoffe, Nachhaltigkeit).
 - Aufklärungskampagnen notwendig, was der Score nicht umfasst und warum er trotzdem insgesamt sinnvoll ist.
4. **Vertrauens-Lücke:** Viele sind sich über den wissenschaftlichen und rechtlichen Status des Nutri-Scores unsicher, es bleibt unklar, wie stark man dem Zeichen vertrauen kann. Besonders viel Misstrauen gibt es in den sozialen Medien.
 - Den wissenschaftlichen Hintergrund und den halb-staatlichen Charakter betonen.
 - Mythen widerlegen.
 - Vertrauen aufbauen (siehe nächste Seite).

Learnings aus der Vertrauensforschung für den Nutri-Score

- **ABI-Modell** – Ability, Benevolence, Integrity (Mayer et al. 1995)
 - ✓ Ability: Die Zweifel an der Seriosität und dem wissenschaftlichen Hintergrund verringern.
 - ✓ Benevolence: Das Label als kleinen Stups kommunizieren, der keine Produktverbote ausspricht.
 - ✓ Integrität : Halb-staatlicher und neutraler Hintergrund (Source-Credibility), transparente Gremien und klare Regeln (prozedurale Legitimität) betonen.
- **Myth-Busting/Debunking** (Ansätze z. B. aus der Impfforschung, Schwarz et al. 2016; Chan et al. 2017): Beim Nutri-Score gibt es eine Reihe von Missverständnissen, die aktiv aufgegriffen werden sollten, ohne sie zu verstärken:
 - ✓ Mythen nicht vertieft wiederholen, sondern korrekte Funktionsweise in den Vordergrund stellen und häufig wiederholen.
 - ✓ Detaillierte Korrekturbotschaften, die neue und glaubwürdige Informationen über den Nutri-Score bereitstellen, sind effektiver als eine Botschaft, die die Fehlinformation lediglich als falsch bezeichnet.
 - ✓ Die Verständlichkeit und Umsetzbarkeit der Korrekturinformationen erhöhen.
 - ✓ Hintergrund der Fehlinformation hervorheben, statt diese nur als widerlegt zu bezeichnen (z. B. Lobbyinteressen).
 - ✓ Klare, schrittweise Darlegung und die Vermeidung von Fachjargon (wie z. B. Nährwertinformation).
 - ✓ Prebunking/Vorsorgliche Warnungen vor Fehlinformationen (wie „Vielleicht hast du schon gehört, dass der Nutri-Score angegriffen wird, weil Teile der Industrie Angst vor Transparenz haben“).
 - ✓ Gegenargumente abschwächen („Ja, der Nutri-Score umfasst keine Geschmacksverstärker, aber die sind auch nicht zentral für den Gesundheitswert“).
 - ✓ Selbstwirksamkeit stärken („Der Nutri-Score hilft dir persönlich bei einer langfristig gesunden Ernährung. Achte immer mal wieder am Regal auf die Unterschiede“).

Handlungsempfehlungen aus der Regressionsanalyse

- Eine hohe Glaubwürdigkeit und ein Wissen um den wissenschaftlichen und halbstaatlichen Hintergrund des Nutri-Scores tragen wesentlich zu einer positiven Einstellung bei.
- Positiv wirken sich auch ein höherer Bekanntheitsgrad und mehr Wissen über den Algorithmus und die Funktionsweise aus.
- Diese Elemente lassen sich beeinflussen:
 - ✓ Den wissenschaftlichen Hintergrund (Scientific Committee, Begleitforschung etc.) und die staatliche Zulassung des Nutri-Scores in die Gesellschaft kommunizieren.
 - ✓ Und damit auch deutlich machen, dass das Label nicht von wirtschaftlichen Interessen dominiert werden kann.
 - ✓ Das Label stärker aktiv abrufbar machen, z. B. über emotionale Aufladung stärker im Bewusstsein der Verbraucher:innen verankern (ungestützten Bekanntheitsgrad verbessern).
 - ✓ Wissen über die Funktionsmechanismen des Nutri-Scores vermitteln.
 - ✓ Das Zusammenspiel von „Nährwertangaben back of pack“ und „Nutri-Score front of pack“ darstellen.
- Helfen würde auch eine breite Marktdurchdringung. Aber es gibt eine Reihe von Gründen, warum sich der Nutri-Score als freiwilliges Zeichen nicht hinreichend im Markt verbreiten wird: Unternehmen meiden schlechte Bewertungen; Marken, die für Genuss stehen, fürchten kognitive Dissonanzen; Premiummarken wollen Vergleichbarkeit mit Handelsmarken vermeiden; Biohersteller fürchten um ihr Gesundheitsimage, das Brandmanagement befürchtet Kollisionen mit dem Markenbild und den Marken-Claims auf der Schauseite der Verpackung; international agierende Marken haben Schwierigkeiten bei EU-einheitlichen Verpackungen und wollen Risiken in der länderübergreifenden Markenführung vermeiden. Aus all diesen Gründen wird sich das Label nicht freiwillig genug verbreiten, deshalb wäre eine Verpflichtung wichtig.

Politikempfehlungen

!! Die Bundesregierung sollte sich auf EU-Ebene für eine obligatorische Kennzeichnung einsetzen. Auf nationaler Ebene sollten – wie derzeit in Frankreich – Spielräume für eine nationale Verpflichtung geprüft werden

Aber sie kann noch mehr tun:

- Gemeinsame Kommunikationskampagnen und Maßnahmen mit Unterstützern des Nutri-Scores in der Wirtschaft durchführen (Co-Marketing).
 - ✓ Steering-Committee, BMLEH und BLE sollte aktiver/präsenter werden.
- Den Mythen bei der Interpretation des Nutri-Scores durch eine Kampagne „So liest du den Nutri-Score“ begegnen (nach einer breiten Stakeholder-Diskussion zu diesem Verständnis, da derzeit auch in der Fachöffentlichkeit viele Unklarheiten vorherrschen).
- Zielgruppen einer staatlichen Kampagne:
 - ✓ Verbraucher:innen
 - ✓ Handel als Multiplikator
 - ✓ Opinion-Leader: Journalist:innen, Influencer:innen, Ärzt:innen, Apotheken etc.
 - ✓ Ernährungsberater:innen
 - ✓ Lehrer:innen
- Digitale Tools (wie Open Food Facts) stützen.
- Eine besondere Problematik ist die polarisierte, aber mehrheitlich aus Sicht der Befragten negative Einstellung zum Nutri-Score bei Social-Media-Influencer:innen.
- Regelmäßiges Monitoring zum Erfolg der Kommunikationsmaßnahmen aufsetzen.



Bildquelle: ChatGPT

Empfehlungen an die Wirtschaft – besonders den Lebensmittelhandel

- Eine Möglichkeit für den Handel zur Unterstützung des Nutri-Scores ist die Kennzeichnung aller Lebensmittel am Preisschild am Regal. Dies hat in den Niederlanden der führende Händler Albert Heijn vor Kurzem umgesetzt. Die bisherige kleine schwarz-weiß-Kennzeichnung ist für Vergleiche hilfreich, allerdings noch nicht aufmerksamkeitsstark genug; zukünftig könnte eine farbliche Kennzeichnung auf den elektronischen Etiketten die Informationswirkung noch deutlich verstärken.
- Die Kennzeichnung der Handelsmarken beibehalten und die Markenartikelindustrie zur Kennzeichnung auffordern (Verwendung Nutri-Score zum Leistungskriterium machen).
- Infomaterial in der (POS-)Werbung (besser erklären, also Black-Box-Charakter verringern durch Erklärungsbeispiele).
- Nudging, z. B. bessere Regalplatzierung für grün gelabelte Produkte (Defaults); Swap-Empfehlungen, POS-Infos zum Nutri-Score („gesündere Produkte in Griffweite“).
- Kleine, transparente Incentives für A/B-Käufe (z. B. über Kundenkartenprogramme).
- Priming im Online-Marketing, um den Nutri-Score ins Gedächtnis zu rücken (z. B. worauf legen Sie heute mehr Wert: Preis oder Gesundheit?)
- Nutri-Score stärker in den Ernährungsstrategien des LEH verankern:
 - ✓ Zum Bestandteil des Category-Managements im Handel machen – auch organisationsintern stärker kommunizieren und verankern.



Bildquelle: Eigenes Foto Albert Heijn-Filiale Winschoten/Friesland 09/2025



LITERATUR

Literatur

- Aaker, J. L. (1997). Dimensions of brand personality. *Journal of Marketing Research*, 34(3), 347–356. <https://doi.org/10.1177/002224379703400304>.
- Andreani, G., Sogari, G., Wongprawmas, R., Menozzi, D., & Mora, C. (2025). Nutri-Score and Eco-Score labeling: A systematic review of their impact on consumer understanding, attitudes, and behaviors. *Food Reviews International*, 41(6), 1981–2005. <https://doi.org/10.1080/87559129.2025.2460052>.
- Bundesministerium für Landwirtschaft, Ernährung und Heimat (BMLEH). (2024). Deutschland, wie es isst: Der BMEL-Ernährungsreport 2024. https://www.bmleh.de/SharedDocs/Downloads/DE/Broschueren/ernaehrungsreport-2024.pdf?__blob=publicationFile&v=4
- Bundesministerium für Landwirtschaft, Ernährung und Heimat (BMLEH). (2025). Nutri-Score. https://www.bmleh.de/DE/themen/ernaehrung/lebensmittel-kennzeichnung/freiwillige-angaben-und-label/nutri-score/nutri-score_node.html.
- Cerf, M., Serry, A. J., Marty, L., Nicklaus, S., & Ducrot, P. (2024). Evidence on consumers' perceptions, understanding and uses of the Nutri-Score to improve communication about its update: A qualitative study with shopping observations in France. *BMC Public Health*, 24(1), 3037. <https://doi.org/10.1186/s12889-024-20092-w>
- Chan, M. S., Jones, C. R., Hall Jamieson, K., & Albarracín, D. (2017). Debunking: A Meta-Analysis of the Psychological Efficacy of Messages Countering Misinformation. *Psychological science*, 28(11), 1531–1546. <https://doi.org/10.1177/0956797617714579>.
- Courbet, D., Jacquemier, L., Hercberg, S., Touvier, M., Sarda, B., Kesse-Guyot, E., Galan, P., Buttafoghi, N., & Julia, C. (2024). A randomized controlled trial to test the effects of displaying the Nutri-Score in food advertising on consumer perceptions and intentions to purchase and consume. *The international journal of behavioral nutrition and physical activity*, 21(1), 38. <https://doi.org/10.1186/s12966-024-01588-5>.
- Cowburn, G., & Stockley, L. (2005). Consumer understanding and use of nutrition labelling: a systematic review. *Public health nutrition*, 8(1), 21–28. <https://doi.org/10.1079/phn2005666>.
- Dubois, P., Albuquerque, P., Allais, O., Bonnet, C., Bertail, P., Combris, P., ... & Chandon, P. (2021). Effects of front-of-pack labels on the nutritional quality of supermarket food purchases: evidence from a large-scale randomized controlled trial. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 49(1), 119–138.
- Ducrot, P., Julia, C., Méjean, C., Kesse-Guyot, E., Touvier, M., Fezeu, L. K., Hercberg, S., & Péneau, S. (2016). Impact of different front-of-pack nutrition labels on consumer purchasing intentions: A randomized controlled trial. *American Journal of Preventive Medicine*, 50(5), 627–636. <https://doi.org/10.1016/j.amepre.2015.10.020>.
- Dongo, D. (2025). France votes to mandate Nutri-Score, exempting terroir. *Food times*, November 10, 2025. <https://www.foodtimes.eu/consumers-and-health/nutri-score-france-mandatory/>.
- Egnell, M., Talati, Z., Hercberg, S., Pettigrew, S., & Julia, C. (2018). Objective understanding of front-of-package nutrition labels: An international comparative experimental study across 12 countries. *Nutrients*, 10(10), 1542. <https://doi.org/10.3390/nu10101542>.

Literatur

- EU scientists and health professionals for Nutri-Score. (2023). Why the European Commission must choose the Nutri-Score nutrition label – a public health tool based on rigorous scientific evidence – as the harmonized mandatory nutrition label for Europe. https://nutriscore-europe.com/wp-content/uploads/2023/01/NS_rapport-EU-V10_230202.pdf
- Gielens, K., Geyskens, I., & Dekimpe, M. (2025). The brandification of private labels: Beyond budgets. <https://repository.tilburguniversity.edu/server/api/core/bitstreams/9b757483-9daf-4b81-992c-85224ba338f9/content>
- Hafner, E., & Pravst, I. (2024). A systematic assessment of the revised Nutri-Score algorithm: Potentials for the implementation of front-of-package nutrition labeling across Europe. *Food Frontiers*, 5, 947–963. <https://doi.org/10.1002/fft2.387>
- Hémar-Nicolas, V., Guichard, N., & Clauzel, A. (2024). Between dissonance and confusion: When the Nutri-Score as a nutritional signal is misinterpreted. *Food Policy*, 128, 102677. <https://doi.org/10.1016/j.foodpol.2024.102677>
- Hobin, E., Schoueri-Mychasiw, N., Weerasinghe, A., Vallance, K., Hammond, D., Greenfield, T. K., McGavock, J., Paradis, C., & Stockwell, T. (2020). Effects of strengthening alcohol labels on attention, message processing, and perceived effectiveness: A quasi-experimental study in Yukon, Canada. *International Journal of Drug Policy*, 77, 102666. <https://doi.org/10.1016/j.drugpo.2020.102666>
- Hoorens, V. (1993). Self-enhancement and superiority biases in social comparison. *European Review of Social Psychology*, 4(1), 113–139. <https://doi.org/10.1080/14792779343000040>
- Ikonen, I., Sotgiu, F., Aydinli, A., & Verlegh, P. W. (2020). Consumer effects of front-of-package nutrition labeling: An interdisciplinary meta-analysis. *Journal of the academy of marketing science*, 48(3), 360-383.
- Julia, C., Gokani, N., Hercberg, S., & Grade, A. (2025). Ten years of Nutri-Score front-of-pack nutrition labelling in Europe. *Nature Food*, 6, 239–243. <https://doi.org/10.1038/s43016-025-01141-y>
- Jürkenbeck, K., Mehlhose, C., & Zühlsdorf, A. (2022). The influence of the Nutri-Score on the perceived healthiness of foods labelled with a nutrition claim of sugar. *PLoS One*, 17(8), e0272220. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0272220>
- Kelly, B., Ng, S. H., Carrad, A., & Pettigrew, S. (2024). The potential effectiveness of front-of-pack nutrition labeling for improving population diets. *Annual Review of Nutrition*, 44(1), 405–440. <https://doi.org/10.1146/annurev-nutr-011224-030917>

Literatur

- Mai, R., & Hoffmann, S. (2015). How to combat the unhealthy = tasty intuition: The influencing role of health consciousness. *Journal of Public Policy & Marketing*, 34(1), 63–83. <https://doi.org/10.1509/jppm.14.006>.
- Mayer, R. C., Davis, J. H., & Schoorman, F. D. (1995). An integrative model of organizational trust. *Academy of Management Review*, 20(3), 709–734. <https://doi.org/10.2307/258792>.
- Max Rubner-Institut (MRI). (2020). Beschreibung und Bewertung ausgewählter „Front-of-Pack“-Nährwertkennzeichnungs-Modelle. <https://doi.org/10.25826/20200722-124647>.
- Mazzù, M. F., He, J., & Baccelloni, A. (2024). Unveiling the impact of front-of-pack nutritional labels in conflicting nutrition information: A congruity perspective on olive oil. *Food Quality and Preference*, 118, 105202. <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2024.105202>.
- Mazzù, M. F., Romani, S., Baccelloni, A., & Lavini, L. (2021). Introducing the front-of-pack acceptance model: The role of usefulness and ease of use in European consumers' acceptance of front-of-pack labels. *International Journal of Food Sciences and Nutrition*, 73(3), 378–395. <https://doi.org/10.1080/09637486.2021.1980866>.
- Merz, B., Temme, E., Alexiou, H., Beulens, J. W. J., Buyken, A. E., Bohn, T., Ducrot, P., Falquet, M. N., Solano, M. G., Haidar, H., Infanger, E., Kühnelt, C., Rodríguez-Artalejo, F., Sarda, B., Steenbergen, E., Vandevijvere, S., & Julia, C. (2024). Nutri-Score 2023 update. *Nature food*, 5(2), 102–110. <https://doi.org/10.1038/s43016-024-00920-3>.
- Muzzioli, L., Scenna, D., Frigerio, F., Manuela, S., Poggiogalle, E., Giusti, A. M., Pinto, A., Migliaccio, S., Lenzi, A., & Donini, L. M. (2025). Nutri-Score effectiveness in improving consumers' nutrition literacy, food choices, health, and healthy eating pattern adherence: A systematic review. *Nutrition (Burbank, Los Angeles County, Calif.)*, 140, 112880. <https://doi.org/10.1016/j.nut.2025.112880>.
- Noar, S. M., Hall, M. G., Francis, D. B., Ribisl, K. M., Pepper, J. K., & Brewer, N. T. (2016). Pictorial cigarette pack warnings: A meta-analysis of experimental studies. *Tobacco Control*, 25(3), 341–354. <https://doi.org/10.1136/tobaccocontrol-2014-051978>.
- Pettigrew, S., Jongenelis, M. I., Jones, A., Hercberg, S., & Julia, C. (2023). An 18-country analysis of the effectiveness of five front-of-pack nutrition labels. *Food Quality and Preference*, 104, 104691. <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2022.104691>.
- Preißner, M., & Schäfer, S. (2025). Ernährungspolitische Einstellungen und Verhaltensweisen. Ergebnisse und gutachterliche Einordnung einer internetrepräsentativen Verbraucherbefragung im Auftrag des Bundesverbandes der Verbraucherzentrale Bundesverband e. V., Berlin, https://www.vzbv.de/sites/default/files/2025-06/25-06-10_IFH_KOELN_Bericht_Ernährungspolitische-Einstellungen-und-Verhaltensweisen_1.pdf.

Literatur

- Rabobank 2024 (zitiert nach https://www.chip.de/news/Marken-nutzen-Nutri-Score-fuer-Profit-Nur-bestimmte-Produkte-bekommen-das-Label_185601486.html#:~:text=Laut%20einer%20Untersuchung%20der%20Rabobank%20kennzeichnen%20große,hingegen%20verwenden%20das%20freiwillige%20Kennzeichnungssystem%20nur%20vereinzelt).
- Raghunathan, R., Naylor, R. W., & Hoyer, W. D. (2006). The unhealthy = tasty intuition and its effects on taste inferences, enjoyment, and choice of food products. *Journal of Marketing*, 70(4), 170–184. <https://doi.org/10.1509/jmkg.70.4.170>.
- Reber, R., Schwarz, N., & Winkielman, P. (2004). Processing fluency and aesthetic pleasure: Is beauty in the perceiver's processing experience? *Personality and Social Psychology Review*, 8(4), 364–382. https://doi.org/10.1207/s15327957pspr0804_3.
- Rewe (2021): Pressemitteilung. <https://www.rewe-group.com/de/presse-und-medien/newsroom/pressemitteilungen/rewe-nutri-score-ab-sofort-fuer-alle-eigenmarken-produkte-verfuegbar/>.
- Scheiber, R., Karmasin, M., & Diehl, S. (2023). Exploring the Dunning–Kruger effect in health communication: How perceived food and media literacy and actual knowledge drift apart when evaluating misleading food advertising. *Journal of Health Communication*, 28(11), 707–727. <https://doi.org/10.1080/10810730.2023.2258085>.
- Schwarz, N., Newman, E., & Leach, W. (2016). Making the truth stick & the myths fade: Lessons from cognitive psychology. *Behavioral Science & Policy*, 2(1), 85–95. <https://doi.org/10.1177/237946151600200110>.
- Shrestha, A., Cullerton, K., White, K. M., Mays, J., & Sendall, M. (2023). Impact of front-of-pack nutrition labelling in consumer understanding and use across socio-economic status: A systematic review. *Appetite*, 187, 106587. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2023.106587>.
- Skretkowicz, Y., Perret, J. K. (2024): The Nutri-Score in the German Perception – A Qualitative Study of the Effectiveness of Front-of-pack Visual Nudging on Consumer Behaviour, Dortmund and Norderstedt, BoD Working Paper 24, https://www.econstor.eu/bitstream/10419/313088/1/ism-wp-24.pdf?utm_source=chatgpt.com.
- Song, J., Brown, M. K., Tan, M., MacGregor, G. A., Webster, J., Campbell, N. R. C., Trieu, K., Ni Mhurchu, C., Cobb, L. K., & He, F. J. (2021). Impact of color-coded and warning nutrition labelling schemes: A systematic review and network meta-analysis. *PLOS Medicine*, 18(10), e1003765. <https://doi.org/10.1371/journal.pmed.1003765>.
- Spiller, A., Zühlsdorf, A., & Nitzko, S. (2017a). Instrumente der Ernährungspolitik: Ein Forschungsüberblick – Teil 1. *Ernährungs Umschau*, 64(3), M146–M153. <https://doi.org/10.4455/eu.2017.012>.

Literatur

- Spiller, A., Zühlsdorf, A., & Nitzko, S. (2017b). Instrumente der Ernährungspolitik: Ein Forschungsüberblick – Teil 2. Ernährungs Umschau, 64(4), M204–M209. <https://doi.org/10.4455/eu.2017.015>.
- Storcksdieck genannt Bonsmann, S., Marandola, G., Ciriolo, E., van Bavel, R., & Wollgast, J. (2020). Front-of-pack nutrition labelling schemes: A comprehensive review. Europäische Kommission, Luxembourg (EUR, JRC113586). <https://doi.org/10.2760/436998>.
- Talati, Z., Egnell, M., Hercberg, S., Julia, C., & Pettigrew, S. (2019). Consumers' perceptions of five front-of-package nutrition labels: An experimental study across 12 countries. Nutrients, 11(8), 1934. <https://doi.org/10.3390/nu11081934>
- TK (Techniker Krankenkasse) (2023). Iss was Deutschland. Hamburg.
- Verbraucherzentralen. (2022). Marktcheck der Verbraucherzentralen zur freiwilligen Nährwertkennzeichnung. https://www.verbraucherzentrale.de/sites/default/files/2022-11/2022-12-01_verbraucherzentrale_bericht_marktcheck_nutri-score.pdf.
- WBAE – Wissenschaftlicher Beirat für Agrarpolitik, Ernährung und gesundheitlichen Verbraucherschutz beim BMEL. (2020). Politik für eine nachhaltigere Ernährung: Eine integrierte Ernährungspolitik entwickeln und faire Ernährungsumgebungen gestalten. Gutachten, Berlin. https://www.bmleh.de/SharedDocs/Archiv/Downloads/wbae-gutachten-nachhaltige-ernaehrung.pdf?__blob=publicationFile&v=3.
- Weder, J. (2024). Zu teuer und zu kompliziert – die Migros gibt den umstrittenen Nutri-Score auf. Neue Zürcher Zeitung. <https://www.nzz.ch/wirtschaft/die-migros-gibt-den-umstrittenen-nutri-score-auf-ld.1831250>.



ÜBER DIE AUTOR:INNEN

Zühlsdorf + Partner | Agentur für Verbraucherforschung und Lebensmittelmarketing, Göttingen ist aus der Zielsetzung entstanden, die universitäre Forschung mit aktuellen praktischen Problemstellungen im Lebensmittelmarkt zu verknüpfen. Gründungsgesellschafter sind Prof. Dr. Achim Spiller und Dr. Anke Zühlsdorf. Das Forschungsinteresse richtet sich auf die Frage, wie gesellschaftliche und ökologische Interessen in der Agrar- und Ernährungswirtschaft stärkere Berücksichtigung finden können. Seit mehr als 20 Jahren begleitet Zühlsdorf + Partner die Branche mit entsprechenden Forschungs- und Praxisprojekten.

- **Dr. Anke Zühlsdorf** ist geschäftsführende Gesellschafterin der Zühlsdorf + Partner Agentur für Verbraucherforschung und Lebensmittelmarketing und Lehrbeauftragte an der Georg-August-Universität Göttingen. Ihre Arbeitsschwerpunkte liegen in der ernährungsbezogenen Konsumforschung, der Produktkennzeichnung und der Qualitätskommunikation bei Lebensmitteln. Sie verfügt über langjährige Beratungserfahrung in der Ernährungswirtschaft und hat zahlreiche Forschungsprojekte zum Lebensmittelmarketing durchgeführt. 2016 wurde sie durch das BMLEH als Mitglied der Gruppe Wissenschaft in die Deutsche Lebensmittelbuchkommission berufen.
- **Dr. Kristin Jürkenbeck** ist wissenschaftliche Postdoc-Mitarbeiterin am Lehrstuhl „Marketing für Lebensmittel und Agrarprodukte“ der Georg-August-Universität Göttingen. Sie hat Internationales Management mit Schwerpunkt Marketing studiert und zum Thema „Determinanten einer nachhaltigen Ernährung“ promoviert.
- **Anna Dittmann** ist wissenschaftliche Mitarbeiterin am Lehrstuhl „Marketing für Lebensmittel und Agrarprodukte“ der Georg-August-Universität Göttingen. Sie hat Ernährungswissenschaften studiert und war von 11/2020 bis 06/2025 am Max-Rubner-Institut am Institut für Ernährungsverhalten tätig.
- **Prof. Dr. Achim Spiller** ist seit 2000 Professor für „Marketing für Lebensmittel und Agrarprodukte“ am Department für Agrarökonomie und Rurale Entwicklung der Georg-August-Universität Göttingen. Seine Forschungsschwerpunkte liegen in den Bereichen Konsumentenverhalten, Nachhaltigkeitsmanagement, Animal Welfare und Supply Chain Management im Agribusiness. Achim Spiller ist ordentliches Mitglied der Akademie der Wissenschaften zu Göttingen. Er ist weiterhin Mitglied und seit Dezember 2020 Vorsitzender im wissenschaftlichen Beirat für „Agrarpolitik, Ernährung und gesundheitlichen Verbraucherschutz“ des Bundesministeriums für Landwirtschaft, Ernährung und Heimat (WBAE). 2020 wurde er vom Bundeskabinett als Mitglied in der Zukunftskommission Landwirtschaft berufen, deren Co-Vorsitzender er 2024 war. Er ist Partner der Beratungsgesellschaft Zühlsdorf + Partner, Göttingen.

Kontakt



Zühlsdorf + Partner | Agentur für Lebensmittelmarketing
und Verbraucherforschung
Philipp-Oldenburger-Weg 27
37083 Göttingen



www.zuehlsdorf-und-partner.de
<https://www.linkedin.com/in/dr-anke-zuehlsdorf-085802109/>



Mail: zuehlsdorf@zuehlsdorf-und-partner.de