

Die Auswirkungen von Darstellung und Erklärung des Nutriscores auf die Produktauswahl

Autoren: Omar Doar, Nicolas Heil, Luisa Zirpel

Projektarbeit im Rahmen des Empiriepraktikums „Die Wirkung von Ernährungsampeln“ unter der Leitung von Prof. Dr. Philipp Sprengholz.

Motivation

Der Nutri-Score ist ein leicht verständliches, fünfstufiges Nährwertkennzeichnungssystem, das entwickelt wurde, um Verbraucher*innen bei der Auswahl gesünderer Lebensmittel zu unterstützen (Grunert, Wills, & Fernández-Celemin, 2010). Es zielt darauf ab, komplexe Nährwertinformationen zu vereinfachen und so eine bewusste und gesündere Kaufentscheidung zu fördern (Hersey et al., 2013). Die zentrale Fragestellung der vorliegenden präregistrierten Studie (<https://aspredicted.org/qtvk=gpww.pdf>) war, in welchem Ausmaß der Nutri-Score sowie zusätzliche Informationen über seine Funktionsweise das Entscheidungsverhalten der Verbraucher*innen beeinflussen. Untersucht wurde, ob und wie stark der Nutri-Score die Wahl zwischen zwei Produkten lenkt, von denen eines im Vergleich zum anderen als gesünder dargestellt wurde. Darüber hinaus wurde analysiert, ob der Nutri-Score allein ausreicht, um Verbraucher*innen zu einer gesünderen Entscheidung zu bewegen, oder ob zusätzliche Erklärungen über seine Bedeutung notwendig sind.

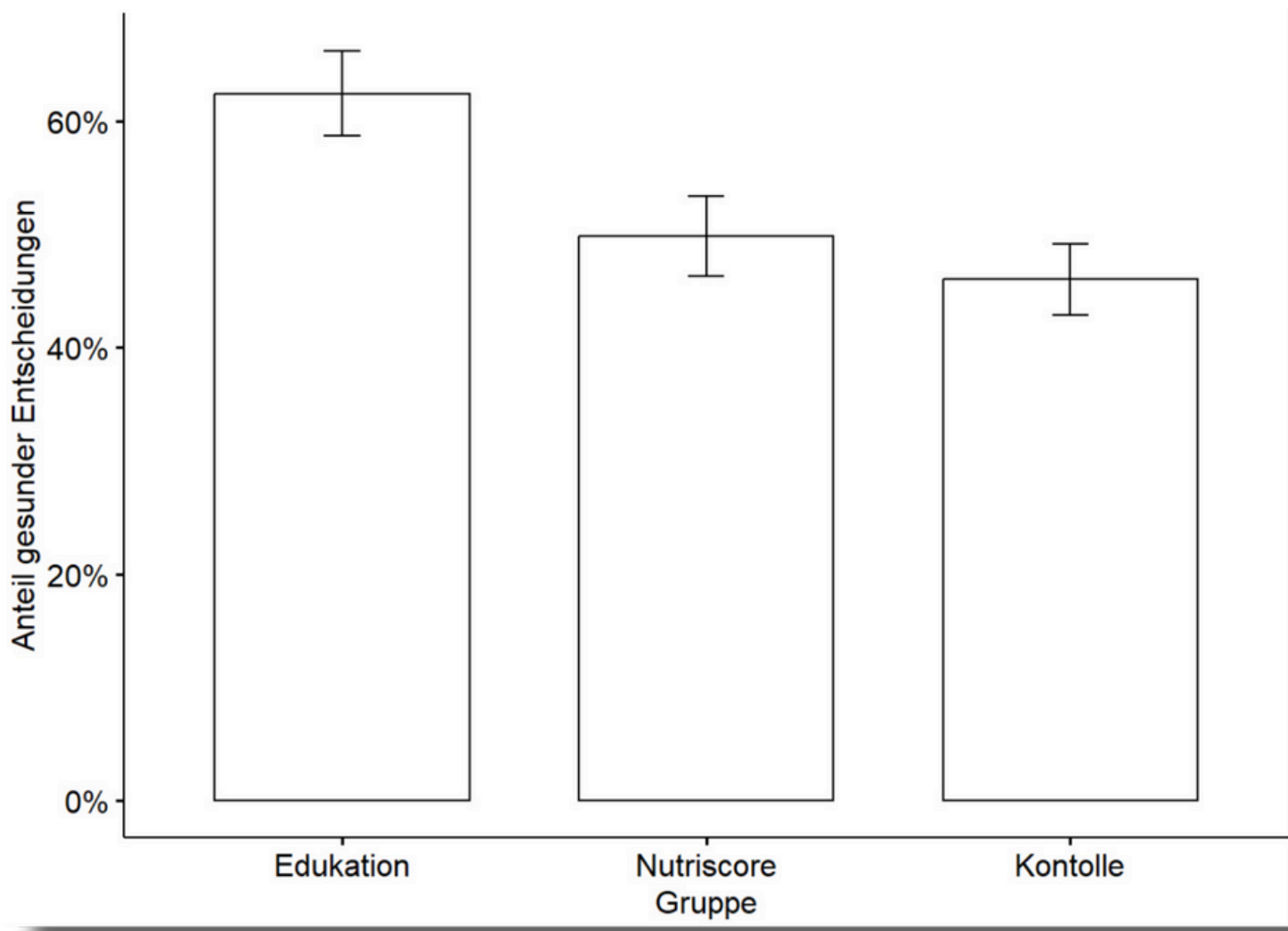
Methoden

- Bildungsgruppe (EG): Diese Gruppe, bestehend aus 137 Teilnehmer:innen, erhielt vor der Befragung eine Erklärung zum Nutri-Score, dessen Berechnung und Bedeutung. Die verfügbaren Produkte waren mit einem Nutri-Score gekennzeichnet.
- Nur-Nutri-Score-Gruppe (NS): Diese Gruppe, bestehend aus 122 Teilnehmer:innen, wurde mit Produkten konfrontiert, die mit einem Nutri-Score gekennzeichnet waren, erhielt jedoch keine einführende Erklärung.
- Kontrollgruppe (KG): Diese Gruppe, bestehend aus 106 Teilnehmer:innen, wurde mit Produkten konfrontiert, die keinen Nutri-Score aufwiesen.

Hypothesen
H1: EG > KG H2: NS > KG H3: EG > NS



Die Probanden mussten sich in 10 Durchgängen jeweils zwischen zwei ähnlichen Produkten der gleichen Marke und Kategorie entscheiden, die, sofern ein Nutri-Score abgebildet war, unterschiedliche Bewertungen aufwiesen (z.B. Pizza Margherita vs. Pizza Vier Käse).



Ergebnisse

Da die ANOVA einen signifikanten Unterschied zwischen den Gruppen zeigte ($F(2,362) = 23.62$; $p < .001$), wurden im Anschluss Tukey-Tests durchgeführt, um die Paarvergleiche zwischen den Gruppen zu untersuchen.

Ergebnisse der post-hoc-Testungen:

H1: Signifikanter Unterschied zwischen der Kontroll- und der Edukationsgruppe ($p=0.000$)

H2: Kein signifikanter Unterschied zwischen der Kontroll- und der Nutri-Score-Gruppe ($p=0.321$)

H3: Signifikanter Unterschied zwischen der Nutri-Score- und der Edukationsgruppe ($p=0.000$)

Diskussion

Die Einführung des Edukationstextes führte zu einem signifikanten Anstieg gesunder Entscheidungen um etwa 10 Prozentpunkte. Die Studie zeigte, dass der Edukationstext einen direkten Einfluss auf die Entscheidungsfindung der Teilnehmenden hatte.

Zwischen den beiden Gruppen ohne Edukationstext konnten keine statistisch signifikanten Unterschiede bei den gesunden Kaufentscheidungen festgestellt werden.

Eine interessante Anregung für zukünftige Forschung wäre, den Einfluss einer möglichen Aufmerksamkeitsverschiebung hin zum Nutri-Score auf gesündere Kaufentscheidungen zu untersuchen. Allgemein sind weitere Studien erforderlich, insbesondere zur Wahrnehmung des Nutri-Scores und seiner langfristigen Auswirkungen auf Kaufentscheidungen.

Unser Experiment zeigte, dass der Nutri-Score allein das Kaufverhalten noch nicht beeinflusst. Es ist notwendig, den Nutri-Score und seine Bedeutung den Konsumenten zu erklären und seine Relevanz effektiv zu vermitteln, um eine nachhaltige Veränderung des Kaufverhaltens zu erreichen.