

Noch große Verbraucherbedenken bei Nahrungsergänzungsmitteln

Eine aktuelle YouGov-Umfrage zeigt, wie die Deutschen Nahrungsergänzungsmittel nutzen, welche Herausforderungen Hersteller haben und welche Marken besonders bekannt sind.

Köln, 25.10.2018. Drei von fünf Deutschen haben schon einmal Nahrungsergänzungsmittel zu sich genommen, also Produkte, die aus beispielsweise Vitaminen, Mineralstoffen, Spurenelementen, Aminosäuren und auch Ballaststoffen, Pflanzen- oder Kräuterextrakten bestehen. Die Nährstoffe werden in hochdosierter Form und in kleinen Mengen aufgenommen und sollen eine ernährungsspezifische oder physiologische Wirkung haben. Der häufigste Nutzungsgrund für eine Einnahme ist dabei die allgemeine Gesundheit (61 Prozent). Auch die körperliche Fitness steht für gut ein Drittel (35 Prozent) im Vordergrund. Fast ebenso viele Befragte erhoffen sich eine gezielte Verbesserung ihrer körperlichen Funktionen. Dies sind die [Ergebnisse einer aktuellen Analyse](#) des internationalen Marktforschungs- und Beratungsinstituts YouGov, für die 1.094 Personen ab 18 Jahren aus Deutschland bevölkerungsrepräsentativ mit dem [YouGov Omnibus](#) befragt wurden.

Informationsdefizite und Bedenken bei Verbrauchern noch hoch

Insgesamt besteht bei den Verbrauchern noch eine Reihe von Bedenken gegenüber Nahrungsergänzungsmitteln. Mehr als zwei von fünf Befragten (42 Prozent) sehen diese skeptisch, da sie sich bei der Zusammensetzung unsicher sind. Diese Unsicherheit spiegelt sich auch in der Frage nach einer zukünftigen Anwendung wider: nur 8 Prozent wollen demnach in Zukunft Nahrungsergänzungsmittel einnehmen, ein gutes Viertel hat kein Interesse (28 Prozent). Auch finden zwei Drittel der Befragten (65 Prozent), dass Nahrungsergänzungsmittel in ihrer Wirkung überschätzt sind. Dies mag auch daran liegen, dass knapp der Hälfte (48 Prozent) die Mittel noch zu wenig bekannt sind.

Doppelherz kennen die meisten, Dextro Energy nutzen die meisten

Die Hälfte der Befragten (51 Prozent) gibt an, dass die Marke bzw. der Hersteller ein wichtiger Einkaufsaspekt bei Nahrungsergänzungsmitteln ist, bei fast ebenso vielen ist dies unwichtig (49 Prozent). Die bekannteste, wenn auch nicht meistgenutzte unter den 36 für die Studie abgefragten Marken ist Doppelherz (75 Prozent Bekanntheit bei 16 Prozent Nutzung). Viel besser steht hingegen Kneipp mit 72 Prozent Bekanntheit und 31 Prozent Nutzung da. Ebenso bekannt ist Klosterfrau Melisengeist, wird jedoch nur von jedem Fünften (22 Prozent) genutzt. Dextro Energy belegt bei der Bekanntheit den vierten Platz, wird auf der anderen Seite aber am häufigsten genutzt, nämlich von gut einem Drittel (35 Prozent).

„Obwohl die Mehrheit der Deutschen schon einmal Nahrungsergänzungsmittel verwendet hat und somit über Erfahrung mit deren Umgang verfügt, fühlen sich viele schlecht informiert“, sagt Philipp Schneider, Head of Marketing bei YouGov. „Die Hersteller sollten daher mit detaillierter Kenntnis der verschiedenen Zielgruppen gezielt Vorteile und Mehrwerte kommunizieren, um eventuelle Bedenken zu zerstreuen.“

Gustav-Heinemann-Ufer 72
50968 Köln
Tel: +49 (0) 221 42061 444
Fax: +49 (0) 221 42061 1444



Gerade die vor uns liegende Erkältungszeit liefert vor dem Hintergrund, dass die meisten Nahrungsergänzungsmittel aus gesundheitlichen Gründen gekauft werden, hierfür einen passenden Anlass.“

Die vollständige Analyse zum Thema Nahrungsergänzungsmittel kann kostenfrei unter der Angabe von Kontaktdaten hier heruntergeladen werden: www.yougov.de/download/nahrungsergaenzungsmittel

Medienvertreter können die Analyse über den Pressekontakt erhalten.

Für die Analyse wurden die Bekanntheit und Nutzung folgender Nahrungsergänzungsmittel analysiert (in alphabetischer Reihenfolge), Abtei, Basica, Biolectra, Biovital, Bullrich Säure-Basen-Balance, Calcium-Sandoz, Cefasel, Centrum, Crataegutt, Curazink, Dextro Energy, DHU Schüßler Salze, Doppelherz, Eunova, Floradix, Frubiase, Gingium, Klosterfrau Melissengeist, Kneipp, Lactosolv, Magnesiocard, Magnesium Diasporal, Magnesium Verla, Magnetrans, Orthomol, Pflüger Schüssler Salze, Sandoz, Tai Ginseng, Taxofit, Tebonin, Tetesept, Vitasprint, Voltax, Zink Verla

Pressekontakt:

YouGov Deutschland GmbH
Lisa Inhoffen
Manager PR
Tel.: +49 (0) 221 420 61 – 444
E-Mail: presse@yougov.de

+++ +++ +++

Über YouGov:

YouGov ist eine internationale Data and Analytics Group. Unsere Daten basieren auf unserem hochgradig partizipativen Panel, bestehend aus weltweit 6 Millionen Menschen. Aus diesem kontinuierlichen Datenstrom, kombiniert mit unserer breiten Forschungsexpertise und Branchenerfahrung, haben wir eine systematische Forschungs- und Marketingplattform entwickelt.

Mit 36 Standorten in 23 Ländern und Panelmitgliedern in 38 Ländern verfügt YouGov über eines der zehn größten Marktforschungsnetzwerke weltweit.

Weitere Informationen finden Sie unter yougov.de

YouGov Deutschland GmbH
Gustav-Heinemann-Ufer 72

Gustav-Heinemann-Ufer 72
50968 Köln
Tel: +49 (0) 221 42061 444
Fax: +49 (0) 221 42061 1444



50968 Köln
presse@yougov.de