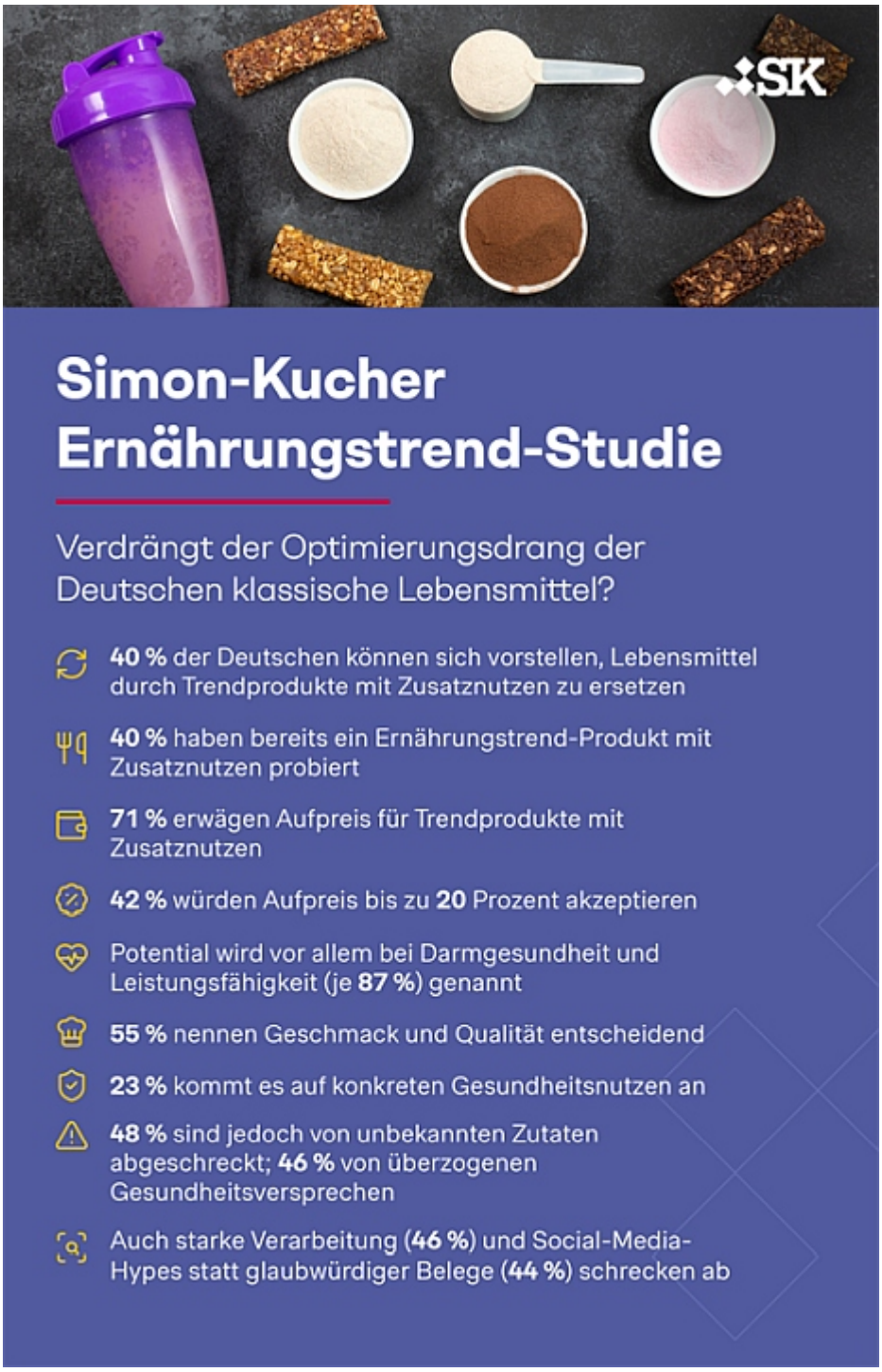
Ernährungstrends: Zusatznutzen zählt, Geschmack entscheidet

Artikel vom **27. November 2026**
Dienstleistungen

Eine Studie von Simon-Kucher zeigt, dass viele Menschen in Deutschland offen für Lebensmittel mit Zusatznutzen sind. Besonders Darmgesundheit und Leistungsfähigkeit ziehen Interesse auf sich. Entscheidend bleiben aber Geschmack, Qualität und glaubwürdige Belege.



Zentrale Ergebnisse der Studie (Bild: Simon-Kucher).

Lebensmittel mit Zusatznutzen sind für viele Menschen in Deutschland keine Nische mehr. Laut der Ernährungstrendstudie von Simon-Kucher können sich 40 % der Befragten vorstellen, klassische Produkte durch Trendvarianten zu ersetzen. Gemeint sind etwa Proteinjoghurt, ballaststoffhaltige Limonade oder Kreatinwasser. Ebenso viele haben bereits ein Trendprodukt mit Zusatznutzen probiert. Die Ergebnisse zeigen: Der Wunsch nach optimierter Ernährung trifft auf eine spürbare Zahlungsbereitschaft. 71 % der Befragten würden für entsprechende Produkte einen Aufpreis erwägen, und 42 %

akzeptieren nach eigenen Angaben sogar Preise von bis zu 20 % mehr. Damit gewinnen Produkte an Bedeutung, die neben dem Grundnutzen zusätzliche Eigenschaften versprechen, etwa mehr Ballaststoffe, zugesetztes Kreatin oder Unterstützung beim Muskelerhalt.

Darmgesundheit und Leistungsfähigkeit im Fokus

Das größte Potenzial sieht die Studie bei Produkten für Darmgesundheit und körperliche Leistungsfähigkeit. Beide Bereiche werden jeweils mit 87 % genannt. Damit stehen Themen wie Mikrobiom, Ballaststoffanreicherung, Proteinversorgung und leistungsorientierte Ernährung im Mittelpunkt des Interesses. Trotzdem bleibt der konkrete Gesundheitsnutzen nicht das wichtigste Kaufkriterium. 55 % nennen Geschmack und Qualität als entscheidend. Nur 23 % geben an, dass ihnen der konkrete Ernährungsnutzen besonders wichtig ist. Die Studie zeigt damit, dass ein Zusatznutzen Interesse wecken kann, aber keine sensorische Qualität ersetzt. Wenn ein Produkt nicht schmeckt oder qualitativ nicht überzeugt, könnte es wohl dauerhaft schwerlich im Warenkorb landen.

Skepsis gegenüber unbekannten Zutaten

Es existieren jedoch auch deutliche Vorbehalte. So schrecken etwa 48 % der Befragten unbekannte Zutaten ab. Jeweils 46 % nennen überzogene Gesundheitsversprechen und starke Verarbeitung als Kaufhindernisse. 44 % reagieren kritisch auf Social-Media-Hypes, wenn glaubwürdige Belege fehlen. Damit wird Vertrauen zu einem zentralen Faktor. Produkte mit Zusatznutzen müssen nachvollziehbar erklären, welche Inhaltsstoffe enthalten sind, welchen Zweck sie erfüllen und worauf die Aussagen beruhen. Überzogene Claims oder unklare Rezepturen können die Kaufbereitschaft dämpfen. Die Befragten zeigen Interesse an funktionalen Lebensmitteln, wollen aber keine schwer verständlichen Zutatenlisten oder Versprechen ohne erkennbare Grundlage.

Über die Studie

Die Studie zu Ernährungstrends wurde im September 2026 von Simon-Kucher in Zusammenarbeit mit dem unabhängigen Marktforschungsinstitut Appinio durchgeführt. Befragt wurden 1500 Personen aus Deutschland, Frankreich, den USA und den Niederlanden zu Ernährungstrends, Kaufbereitschaft und Kaufkriterien. Die berichteten Ergebnisse beziehen sich auf die Aussagen von 334 Menschen aus Deutschland.

Hersteller aus dieser Kategorie

© 2025 Kuhn Fachverlag