



Presse-Information

## **Nutri-Score gewinnt Befragung durch Verständlichkeit**

### **bofrost\* präsentiert Ergebnisse aktueller Kundenbefragung**

**Straelen, 13. August 2019 – Im Rahmen der aktuellen Diskussion zu Lebensmittelkennzeichnungssystemen in Deutschland hat der europäische Marktführer im Direktvertrieb von Eis- und Tiefkühlspezialitäten Kunden befragt. Dabei haben sich 94 Prozent der Befragten grundsätzlich für die Einführung einer zusätzlichen Kennzeichnung ausgesprochen. Der Nutri-Score liegt in der Präferenz der befragten Kunden vorn (37 %), dicht gefolgt vom Modell des BLL (36 %). Mit deutlichem Vorsprung liegt der Nutri-Score in puncto Verständlichkeit vorn: So haben 70 Prozent der befragten bofrost\*Kunden in der Befragung mit Hilfe des Nutri-Score verschiedene Eisprodukte ernährungs-physiologisch korrekt eingeordnet. Das Gleiche gelang mit dem hier zweitplatzierten MRI-Modell nur 35 Prozent der Befragten, gefolgt von Keyhole (27%) und BLL (8%).**

Bereits im März hat bofrost\* den Nutri-Score eingeführt und gehört mit Danone, Mestemacher, Iglo u.a. zu den Vorreitern. „Wir haben uns für die Einführung des Nutri-Scores entschieden, weil wir unseren Kunden eine transparente und leicht verständliche Orientierungshilfe an die Hand geben wollen“, kommentiert Matthias van der Donk, Bereichsleiter Corporate Marketing, Communication, Strategy. „Daneben ist für uns die Perspektive auf die europäische Einsetzbarkeit ein wesentliches Entscheidungskriterium, da wir in zwölf europäischen Ländern aktiv sind.“

Neben dem direkten, persönlichen Kontakt der rund 6.000 Verkaufsfahrerinnen und Verkaufsfahrer zu ihren Kunden führt bofrost\* regelmäßig Befragungen zu aktuellen Trends und Vorlieben mit dem unternehmenseigenen Onlinepanel durch, in dem sich die Kunden des Unternehmens registrieren und anonymisiert befragt werden können. An der Befragung zum Nutri-Score haben über 1.000 bofrost\*Kunden in Deutschland teilgenommen.

bofrost\* steht seit mehr als 50 Jahren für erstklassige Qualität, herausragenden Service und vor allem individuelle Beratung. Das 1966 gegründete Familienunternehmen mit Hauptsitz in Straelen am Niederrhein ist heute mit 248 Niederlassungen in 12 europäischen Ländern der europäische Marktführer im Direktvertrieb von Eis- und Tiefkühlspezialitäten. Vier Millionen Kunden, davon rund 2,3 Millionen in Deutschland, wissen die



## Presse-Information

lückenlos geschlossene Tiefkühlkette und die erstklassige Frische, aber auch die Reinheits- und Geschmacksgarantie zu schätzen. Nachhaltigkeit, der verantwortungsvolle Umgang mit den Ressourcen der Natur und soziales Engagement sind wichtige Bestandteile der Firmenphilosophie.

Seit Unternehmensgründung setzt sich bofrost\* für Kinder in Not ein. In den vergangenen Jahren hat das Unternehmen durch das Engagement seiner Kunden und Mitarbeiter verschiedene Projekte für hilfsbedürftige Kinder mit insgesamt über zehn Millionen Euro allein in Deutschland unterstützt. Seit 2016 ist bofrost\* Partner der „Stiftung RTL – Wir helfen Kindern e. V.“

Mehr Informationen zu bofrost\*, den Produkte und Dienstleistungen finden Sie unter [www.bofrost.com](http://www.bofrost.com).

### **Ihre Ansprechpartner:**

bofrost\* Dienstleistungs GmbH & Co. KG GmbH  
Andrea Becker  
Tel.: 02834 707-727  
E-Mail: [andrea.becker@bofrost.de](mailto:andrea.becker@bofrost.de)

impact Agentur für Kommunikation  
Esther Ritthoff  
Tel.: 040 4313023-3  
E-Mail: [e.ritthoff@impact.ag](mailto:e.ritthoff@impact.ag)