

FACHARTIKEL (PEER-REVIEW)

- Radda, D., Zühlsdorf, A., Spiller, S., Kühl, S. (2024): Greenwashing in food labelling: Consumer de-ception by claims of climate neutrality and the importance of an interpretative labelling approach, in Food Quality and Preference Vol. 122, <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2024.105294>.
- 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, DOI: DOI.org/10.1371/journal.pone.0272220.
- Gunarathne, A., Hemmerling, S., Labonte, N., Zühlsdorf, A., Spiller, A. (2022): Passionate about food: exploring „foodie“ segmentation by nutritional knowledge, in: Journal of Consumer Marketing 39 (7): 678-690. Doi.org/10.1108/JCM-10-2019-3470
- Lemken, D., Zühlsdorf, A., Spiller, A. (2021): Improving Consumers' Understanding and Use of Carbon Footprint Labels on Food: Proposal for a Climate Score Label – EuroChoices 20 (2). DOI: Doi.org/10.1111/1746-692X.12321.
- Jürkenbeck, K., Zühlsdorf, A., Spiller, A. (2020): Nutrition Policy and Individual Struggle to Eat Healthily: The Question of Public Support, in: Nutrients 12 (2), 516. DOI: Doi.org/10.3390/nu12020516.
- Kühl, S., Zühlsdorf, A., Spiller, A. (2019): „Ist doch sowieso alles künstlich“? Verbraucherverständnis der gesetzlichen Aromabezeichnungen, in: Ernährungs Umschau 66 (7): 128-135. DOI: Doi.org/10.4455/eu.2019.026.
- Weinrich, R., Overbeck, C., Spiller, A., Zühlsdorf, A. (2018): Mogelpackungen und fehlende Zutaten: Zur Wirkung von relativierenden Verpackungshinweisen, in: Ernährungs Umschau 65 (7), S. 120-125. DOI: 10.4455/eu.2018.028.
- Spiller, A., Zühlsdorf, A., Nitzko, S. (2017): Instrumente der Ernährungspolitik. Ein Forschungsüberblick – Teil 2, in: Ernährungs Umschau 64 (4): M204-M209, DOI: 10.4455/eu.2017.015.
- Spiller, A., Zühlsdorf, A., Nitzko, S. (2017): Instrumente der Ernährungspolitik. Ein Forschungsüberblick – Teil 1, in: Ernährungs Umschau 64 (3): M146-M153, DOI: 10.4455/eu.2017.012.
- Weinrich, R., Kühl, S., Zühlsdorf, A., Spiller, A. (2016): Zum Verbraucherverständnis von Alpen- und Weidemilch, in: German Journal of Agricultural Economics, 67, 3, S. 197-210.
- Weinrich, R., Nitzko, S., Spiller, A., Zühlsdorf, A. (2015): Verbraucherverständnis von Verkehrsbezeichnungen, in: Journal für Verbraucherschutz und Lebensmittelsicherheit 10, S. 13- 22. DOI 10.1007/s00003-014-0905-9.
- Weinrich, R., Kühl, S., Zühlsdorf, A., Spiller, A. (2014): Consumer Attitudes in Germany towards Different Dairy Housing Systems and Their Implications for the Marketing of Pasture Raised Milk, in: International Food and Agribusiness Management Review 17 (4), S. 205-221.
- Spiller, A., Zühlsdorf, A., Nitzko, S. (2014): Lebensmittelkennzeichnung und Verbrauchervertrauen. Zugleich eine Erwiderung auf den Beitrag von Dr. Almut Pflüger in ZLR 3/2014, in: ZLR (5/2014), S. 523-539.
- Lülfes-Baden, F., Spiller, A., Zühlsdorf, A., Mellin, M. (2008): Customer Satisfaction in Farmer-to-consumer Direct Marketing, International Food and Agribusiness Management Review, Vol. 11, No. 2, S. 49-72.
- Lüth, M., Spiller, A., Wegener, A., Zühlsdorf, A. (2005): Köche als Kunden: Direktvermarktung landwirtschaftlicher Spezialitäten an die Gastronomie, in: Berichte über Landwirtschaft 83 (2), S. 278-293.

FORSCHUNGSBERICHTE UND GUTACHTEN

- Zühlsdorf, A., Jürkenbeck, K., Schulze, M., Spiller, A. (2025): Wasserblindheit? So steht Deutschland zum Wasserschutz. Ergebnisse einer Bevölkerungsbefragung zu Wasserknappheit, Hochwasser und Wasserqualität, wissenschaftliche Studie im Auftrag der Heinrich-Böll-Stiftung, Göttingen.
- Zühlsdorf, A. (2025): Hülsenfrüchte im deutschen LEH: Bewährte Klassiker oder Trendfood? Eine qualitative Marktübersicht im Rahmen des Forschungsprojektes StrahL, Göttingen.
- Zühlsdorf, A., Kühl, S., Schäfer, A., Spiller, A. (2024): Wann Mengenangaben in der Zutatenliste vermisst werden. Verbraucherstudie zum Informationsbedürfnis bei der Zutatenkennzeichnung von Lebensmitteln, (zusammenfassender Ergebnisbericht und kommentiertes Chartbook), wissenschaftliche Studie im Auftrag des vzbv, Göttingen.
- Zühlsdorf, A., Kühl, S., Schäfer, A., Spiller, A. (2024): Shrink- und Skimpflation bei Lebensmitteln: Indirekte Preiserhöhungen aus Verbraucherperspektive. Verbraucherstudie zur Preiswahrnehmung und Akzeptanz indirekter Preiserhöhungen, (zusammenfassender Ergebnisbericht und kommentiertes Chartbook), wissenschaftliche Studie im Auftrag des vzbv, Göttingen.
- Zühlsdorf, A., Kühl, S., Radda, D., Spiller, A. (2023): Grüne Marketingclaims auf Lebensmitteln: Verbraucherstudie zum Verständnis von umwelt- und klimabezogenen Werbeaussagen, (zusammenfassender Ergebnisbericht und kommentiertes Chartbook), wissenschaftliche Studie im Auftrag des vzbv, Göttingen.
- Spiller, A., Zühlsdorf, A., Iweala, S. (2023): Transformation der Lebensmittelwertschöpfungskette: transparent, nachhaltig, versorgungssicher, Scoping Paper für das Fachforum Ernährungswirtschaft des Grünen Wirtschaftsdialogs e. V., Göttingen.
- Eberle, U., Rödder, M., Zühlsdorf, A., Spiller, A., Reehag, R. (2021): Klimalabel versus Eco-Score – Optionen zur Klima- und Umweltkennzeichnung von Lebensmitteln, Gutachten im Auftrag des Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit.
- Zühlsdorf, A., Jürkenbeck, K., Schulze, M., Spiller, A. (2021): Politicized Eater: Jugendreport zur Zukunft nachhaltiger Ernährung, wissenschaftliche Studie im Auftrag der Heinrich-Böll-Stiftung, Göttingen.
- Zühlsdorf, A., Jürkenbeck, K., Mehlhose, C., Spiller, A. (2021): „Süße“-Marketingclaims: Wie verstehen Verbraucher Werbehinweise zu Zuckerreduktion, Süßungsmitteln und anderen süßenden Zutaten auf Lebensmitteln? Ergebnisse zweier repräsentativer Umfragen (zusammenfassender Ergebnisbericht und kommentiertes Chartbook), wissenschaftliche Studie im Auftrag des vzbv, Göttingen.
- Zühlsdorf, A., Jürkenbeck, K., Spiller, A. (2019): Gesundheits- und Zutatenmarketing im Marktsegment Brot und Kleingebäck. Verbrauchererwartungen an Brotnamen und Nährwertclaims sowie Kennzeichnungspräferenzen in Bäckereien (zusammenfassender Ergebnisbericht und kommentiertes Chartbook), wissenschaftliche Studie im Auftrag des vzbv, Göttingen.
- Spiller, A., Zühlsdorf, A. (2018): Haltungskennzeichnung und Tierschutzlabel in Deutschland. Anforderungen und Entwicklungsperspektiven. Wissenschaftliches Gutachten im Auftrag von Greenpeace Deutschland e. V., Göttingen.
- Zühlsdorf, A., Jürkenbeck, K., Spiller, A. (2018): Lebensmittelmarkt und Ernährungspolitik 2018. Verbrauchereinstellungen zu zentralen lebensmittel- und ernährungspolitischen Themen (Ergebnisbericht und kommentiertes Chartbook), wissenschaftliche Studie im Auftrag des vzbv, Göttingen.
- Kühl, S., Zühlsdorf, A., Viergutz, T., Fellner, J., Spiller, A. (2017): Zutatenhinweise auf Lebensmittelverpackungen: Verbraucherwahrnehmung im Spannungsfeld von Produktaufmachung, tatsächlichen Zutatenanteilen und Aromen (zusammenfassender Ergebnisbericht und kommentiertes Chartbook), wissenschaftliche Studie im Auftrag des vzbv, Göttingen.
- Hemmerling, S., Schütz, K., Krestel, N., Zühlsdorf, A., Spiller, A. (2016): Trendsegment Foodies: Die neue Leidenschaft für Lebensmittel. Ergebnisse einer Zielgruppenanalyse für den deutschen Lebensmittelmarkt (zusammenfassender Ergebnisbericht und kommentiertes Chartbook), Göttingen.
- Zühlsdorf, A., Kühl, S., Gaulty, S., Spiller, A. (2016): Wie wichtig ist Verbrauchern das Thema Tierschutz? Präferenzen, Verantwortlichkeiten, Handlungskompetenzen, Politikoptionen. (zusammenfassender

- Ergebnisbericht und kommentiertes Chartbook) wissenschaftliche Studie im Auftrag des Verbraucherzentrale Bundesverband e. V. (vzbv), Göttingen.
- Zühlsdorf, A., Spiller, A. (2015): Verbraucherwahrnehmung von Lebensmittelverpackungen. Ergebnisbericht des Projekts „Repräsentative Verbraucherbefragungen im Rahmen des Projektes ‚Lebensmittelklarheit 2.0‘“, Göttingen.
- Zühlsdorf, A., Spiller, A. (2015): Repräsentative Verbraucherbefragungen im Rahmen des Projektes ‚Lebensmittelklarheit 2.0‘. Kommentiertes Chartbook zur wissenschaftlichen Begleitforschung zum Internetportal Lebensmittelklarheit im Auftrag des Verbraucherzentrale Bundesverband e. V. (vzbv), Göttingen.
- Zühlsdorf, A., Nitzko, S.; Spiller, A. (2013): Kennzeichnung und Aufmachung von Lebensmitteln aus Sicht der Verbraucher: Empirische Untersuchungsbefunde. Ergebnisbericht und kommentiertes Chartbook im Rahmen des Projekts „Fokusgruppen und Verbraucherbefragungen als begleitende Verbraucherforschung zum Internetportal www.lebensmittelklarheit.de der Verbraucherzentralen und des Verbraucherzentrale Bundesverbands“, Göttingen.
- Zühlsdorf, A., Spiller, A. (2012): Grauzone Lebensmittelkommunikation: Empirische Studie zur Verbraucherwahrnehmung im Spannungsfeld von Informationsanforderungen und Aufmerksamkeitsregeln, Studie im Auftrag der Verbraucherzentralen, Göttingen.
- Zühlsdorf, A., Spiller, A. (2012): Trends in der Lebensmittelvermarktung: Begleitforschung zum Internetportal lebensmittelklarheit.de: Marketingtheoretische Einordnung praktischer Erscheinungsformen und verbraucherpolitische Bewertung, wissenschaftliche Studie im Auftrag des Verbraucherzentrale Bundesverband e. V. (vzbv), Göttingen.
- Zühlsdorf, A., Franz, A. (2011): Transparenzerhebung der regionalen Landesprogramme. Wissenschaftliche Studie im Auftrag der Verbraucherzentralen, 2. Aufl., Berlin.
- Zühlsdorf, A., Nowak, B. (2011): Einkaufsstättenwahl und Kaufverhalten nach dem Dioxinskandal: Ergebnisse einer Sondierungsstudie im Auftrag des Bundesverbandes Naturkost Naturwaren (BNN) Herstellung und Handel e. V., Göttingen.
- Zühlsdorf, A., Wentrot, G. K. (2011): Nachhaltig backen: Hintergrundwissen und gute Beispiele aus der betrieblichen Praxis von Handwerksbäckern, Praxishandbuch für Handwerksbäcker, herausgegeben von der Wolf ButterBack KG, Fürth.
- Spiller, A., Zühlsdorf, A. (2009): Wohlfühlen, Bio und Gesundheit: Eine vergleichende Analyse der Alltagsbedürfnisse von Käufersegmenten im Backwarenmarkt, Göttingen.
- Spiller, A., Zühlsdorf, A. (2008): Bio-Backwaren in Handwerksbäckereien – Verbraucherbefragung der Universität Göttingen zu den Einkaufsvorlieben von Bäckereikunden, Göttingen.
- Spiller, A., Zühlsdorf, A. (2008): Bio-Backwaren in Handwerksbäckereien – Unternehmensbefragung der Universität Göttingen zum Sortiment und Marketing sowie zu den Erfolgsfaktoren von Mischbäckereien, Göttingen.
- Spiller, A., Zühlsdorf, A. (2008): Bio-Backwaren in Handwerksbäckereien – Unternehmensbefragung der Universität Göttingen zum Sortiment und Marketing sowie zu den Erfolgsfaktoren von reinen Biobäckern, Göttingen.
- Joswig, A., Zühlsdorf, A. (2008): Marketing für Reformhäuser: Senioren als Zielgruppe, Diskussionsbeitrag 0801 des Instituts für Agrarökonomie der Universität Göttingen, Göttingen.
- Spiller, A., Staack, T., Zühlsdorf, A. (2004): Absatzwege für landwirtschaftliche Spezialitäten: Potenziale des Mehrkanalvertriebs, Diskussionsbeitrag 0404 des Instituts für Agrarökonomie der Universität Göttingen, Göttingen, <http://www.uni-goettingen.de/de/72592.html>.
- Bodenstein, G., Spiller, A., Zühlsdorf, A. (1998): Umweltschützer als Zielgruppe des ökologieorientierten Innovationsmarketing – Ergebnisse einer Befragung von BUND-Mitgliedern, Diskussionsbeitrag des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaften der Universität Duisburg Nr. 246, Duisburg 1998.
- Bodenstein, G., Fessel, S., Spiller, A., Zühlsdorf, A. (1992): Zum Vorschlag der EG-Kommission für ein Öko-Auditing: Akzeptanzsicherung in der Risikogesellschaft oder Bilanzierung betrieblichen Umwelthandelns,

MONOGRAFIEN UND BUCHBEITRÄGE

- Spiller, A., Zühlsdorf, A. (2022): Da geht mehr: Pädoyer für eine ambitionierte Ernährungspolitik, in: Hirschfelder, G. (Hrsg.), Wer bestimmt, was wir essen? Ernährung zwischen Tradition und Utopie, Markt und Moral, Stuttgart, S. 90-111.
- Zühlsdorf, A. (2016): Regionales im Visier, in: Lebensmittelpraxis, EHI Retail Institute (Hrsg.), Factbook Lebensmittelhandel 2017, S. 24-34.
- Spiller, A., Zühlsdorf, A., Nitzko, S. (2015): Ernährungskultur und Lebensmittelklarheit: Autonomy Enhancing Governance als Voraussetzung einer neuen Ernährungskultur, in: Pfriem, R., Hochmann, L., Gmeiner, N., Hurrelmann, K., Karczarzyk, A., Lautermann, C., Lenz, C. (Hrsg.): Die Kultivierung des Ökonomischen - Kulturelle Prozesse, kulturelle Praktiken, kulturelle Kompetenzen. Festschrift für Irene Antoni-Komar zum 60. Geburtstag, Marburg 2015.
- Weinrich, R., Nitzko, S., Spiller, A., Zühlsdorf, A. (2015): Verbraucherverständnis der Gestaltung von Lebensmittelverpackungen, in: Mußhoff, O. et al. (Hrsg.), Neuere Theorien und Methoden in den Wirtschafts- und Sozialwissenschaften des Landbaus, Schriften der Gesellschaft für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften des Landbaus e. V., Band 50, Göttingen, S. 235-248.
- Birner, R., Bitsch, V., Heißenhuber, A., Lippert, C., Spiller, A., Schulze-Pals, L., Gangdorfer, M., Zühlsdorf, A. (2013): Organized Session: Brauchen wir eine Post-Autistische Agrarökonomie?, in: Bahrs, E. et al. (Hrsg.). Herausforderungen des globalen Wandels für Agrarentwicklung und Welternährung. Schriften der Gesellschaft für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften des Landbaus e. V., Band 48, Hohenheim, S. 337-349.
- Spiller, A., Zühlsdorf, A. (2013): Wettbewerbsstrategien, Verbraucherverunsicherung und Funktionsfähigkeit des Qualitätswettbewerbs auf dem deutschen Lebensmittelmarkt: Empirische Ergebnisse. In: BMELV (Hrsg.): Fachtagung „Täuschungsschutz bei Lebensmitteln“. Erfahrungen, Herausforderungen, Lösungsansätze vom 27. und 28. November 2012, Berlin, S. 14-24.
- Spiller, A., Zühlsdorf, A. (2012): Lebensmittelzusatzstoffe und Clean Labelling: Der Verbraucher im Spannungsfeld zwischen Information und Erwartung, in: H. Wilhelm Schaumann Stiftung (Hrsg.): 24. Hülsenberger Gespräche 2012, Lübeck 06. bis 08. Juni 2012, S. 180-191.
- Böhm, J., Albersmeier, A., Spiller, A., Zühlsdorf, A. (2009): Kommunikation mit der Öffentlichkeit – mehr als Krisen-PR, in: Böhm, J., Albersmeier, F., Spiller, A. (Hrsg.): Die Ernährungswirtschaft im Scheinwerferlicht der Öffentlichkeit. Reihe: Agrarökonomie, Bd. 4, Lohmar-Köln, S. 3-16.
- Kennerknecht, R., Bolten, J., Spiller, A., Zühlsdorf, A. (2007): Marketing im Naturkostfachhandel. Eine empirische Untersuchung zur Kundenzufriedenheit und Kundenbegeisterung, Göttingen.
- Spiller, A., Zühlsdorf, A., Schaltegger, S., Petersen, H. (2007): Nachhaltigkeitsmarketing II. Gestaltung & Einsatz der Marketing-Instrumente, Kurseinheit des MBA-Studiengangs Sustainability Management an der Universität Lüneburg, Lüneburg.
- Spiller, A., Zühlsdorf, A., Schaltegger, S., Petersen, H. (2007): Nachhaltigkeitsmarketing I. Grundlagen, Herausforderungen & Strategien, Kurseinheit des MBA-Studiengangs Sustainability Management an der Universität Lüneburg, Lüneburg.
- Bolten, J., Kennerknecht, R., Spiller, A., Zühlsdorf, A. (2007): Kundenzufriedenheit im Naturkostfachhandel: Determinanten und Erfolgswirksamkeit, in: Kuhlmann, F., Schmitz, P.M. (Hrsg.): Good Governance in der Agrar- und Ernährungswirtschaft. Schriften der Gesellschaft für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften des Landbaues e.V., Band 42, Münster-Hiltrup, S. 427-436.
- Mellin, M., Spiller, A., Zühlsdorf, A. (2007): From field to plate: Farmer-to-consumer direct marketing for organic and regional products, in: Zikeli, S., Claupein, W., Dabbert, S., Kaufmann, B., Müller, T., Valle Zarate, A. (Hrsg.): Zwischen Tradition und Globalisierung, Beiträge zur 9. Wissenschaftstagung Ökologischer Landbau, Band 2, Universität Hohenheim 20.-23. März 2007, Berlin, S. 741-744.

- Spiller, A., Zühlsdorf, A. (2006): Landwirte: Rohstofflieferanten oder Trendsetter? In: Pfriem, R., Raabe, T., Spiller, A. (Hrsg.): OSSENA. Das Unternehmen nachhaltige Ernährungskultur: Betriebswirtschaftliche Fragestellungen, Marburg, S. 173-201.
- Spiller, A., Zühlsdorf, A., Lüth, M., Wegener, A. (2006): Mehr als Jägerschnitzel? Die bürgerliche Gastronomie zwischen Preisdruck und Qualitätsprofilierung, in: Pfriem, R., Raabe, T., Spiller, A. (Hrsg.): OSSENA. Das Unternehmen nachhaltige Ernährungskultur: Betriebswirtschaftliche Fragestellungen, Marburg, S. 265-286.
- Zühlsdorf, A., Spiller, A. (2006): Regionalvermarktung in einer globalisierten Welt – soziokulturelle Grenzen und ökonomische Chancen, in: Pfriem, R., Raabe, T., Spiller, A. (Hrsg.): OSSENA. Das Unternehmen nachhaltige Ernährungskultur: Betriebswirtschaftliche Fragestellungen, Marburg, S. 395-428.
- Mellin, M., Spiller, A., Zühlsdorf, A. (2006): Kundenzufriedenheit in der Direktvermarktung, in: Pfriem, R., Raabe, T., Spiller, A. (Hrsg.): OSSENA. Das Unternehmen nachhaltige Ernährungskultur: Betriebswirtschaftliche Fragestellungen, Marburg, S. 203-234.
- Schulze, H., Papirny, P., Spiller, A., Zühlsdorf, A., Mellin, M., Staack, T. (2006): Verbindung von agrar-ökonomischer Forschung und Beratung durch neue Formen des E-Consulting: Aufbau eines internetgestützten Benchmarkingsystems für landwirtschaftliche Direktvermarkter, in: Proceedings zur 26. GIL Jahrestagung „Land- und Ernährungswirtschaft im Wandel – Aufgaben und Herausforderungen für die Agrar- und Umwelteinformatik“, 06.-08. März 2006, Potsdam, S. 265-268.
- Spiller, A., Zühlsdorf, A. (2002): Öko-Marketing, Fernuniversität Hagen.
- Zühlsdorf, A. (2002): Gesellschaftsorientierte Public Relations: Eine strukturationstheoretische Analyse der Interaktion von Unternehmen und Kritischer Öffentlichkeit, Dissertation, Wiesbaden 2002.

PRAXISORIENTIERTE FACHARTIKEL

- Jürkenbeck, K., Schulze, M., Spiller, A., Zühlsdorf, A. (2025): Deutschland und das Wasser, in: Heinrich-Böll-Stiftung, Bund für Umwelt- und Naturschutz Deutschland und Le Monde Diplomatie, Wasseratlas 2025, S. 46 f.
- Zühlsdorf, A., Schulze-Ehlers, B., Spiller, A. (2024): Wegweiser dringend gesucht! Hintergrund, Entwicklungsstand und Herausforderungen von Klima- und Umweltlabeln auf Lebensmitteln, in: Ernährungs Umschau 3/2024, S.142-152.
- Zühlsdorf, A., Spiller, A., Lemken, D., (2022): Mehr Transparenz schaffen. Plädoyer für ein staatliches Klima-/Umweltlabel auf Lebensmitteln, in: Agrarbündnis e. V. (Hrsg.), Der kritische Agrarbericht 2022, S. 340-344, Hamm.
- Zühlsdorf, A., Lemken, D., Spiller, A. (2022): Jugendumfrage. Veränderung gewollt, in: Heinrich-Böll-Stiftung, Bund für Umwelt- und Naturschutz Deutschland und Le Monde Diplomatie, Pestizidatlas 2022, S. 40 f.
- Spiller, A., Zühlsdorf, A., Jürkenbeck, K., Schulze, M. (2021): Jugendumfrage: Weniger Fleisch. Mehr Future, in: Heinrich-Böll-Stiftung, Bund für Umwelt- und Naturschutz Deutschland und Le Monde Diplomatie, Fleischatlas 2021, S. 34 ff.
- Hemmerling, S., Zühlsdorf, A., Spiller, A. (2017): Wenn Lebensmittel zur Leidenschaft werden. Ergebnisse einer Zielgruppenanalyse für den deutschen Lebensmittelmarkt. In: ASG: Ländlicher Raum, Nr. 3/2017, S. 18-20.
- Spiller, A., Zühlsdorf, A., Nitzko, S. (2017): Die Mischung macht's: Strategien und Instrumente der Ernährungspolitik. In: Ernährung im Fokus, 9-10 2017: 268-273
- Spiller, A., Zühlsdorf, A., Hemmerling, S. (2017): Trendsetter im Lebensmittelmarkt: Göttinger Studie untersucht die Zielgruppe der Foodies, in: Lebensmittelzeitung, Nr. 11, 17.03.2017, S. 42.
- Zühlsdorf, A., Kühl, S., Gauly, S., Spiller, A. (2016): Sind Verbraucher Bremser beim Thema Tierschutz? In: ASG: Ländlicher Raum, Nr. 1/2016, S. 19-21.
- Zühlsdorf, A., Kühl, S., Spiller, A. (2014): Marketingtrend Weidemilch: Milchviehhaltung der Zukunft aus Verbrauchersicht. In: Molkerei Industrie Nr. 5/2014, S. 4-6.

- Zühlsdorf, A., Spiller, A. (2013): Kennzeichnung in der Kritik: Deutlicher Nachbesserungsbedarf in punkto Verständlichkeit. In: Deutsche Lebensmittel Rundschau Nr. 11/2013, S. 570-574.
- Zühlsdorf, A.; Nitzko, S.; Spiller, A. (2013): Kennzeichnung und Aufmachung von Lebensmitteln aus Verbrauchersicht. In: Deutsche Molkerei Zeitung Nr. 12/2013, S. 20-21.
- Zühlsdorf, A.; Nitzko, S.; Spiller, A. (2013): Es mangelt am Verständnis. Kennzeichnung und Aufmachung von Lebensmitteln aus Sicht der Verbraucher. In: Fleischwirtschaft Nr. 6/2013, S. 10-12.
- Zühlsdorf, A., Nowak, B. (2011): Profitiert der Naturkostfachhandel vom Vertrauensvorsprung bei Lebensmittelkrisen auch langfristig? In: BNN-Nachrichten III/2011, September 2011, S. 3 - 5.
- Spiller, A., Theuvsen, L., Franz, A., Deimel, I., von Meyer, M. und A. Zühlsdorf (2010): Animal Welfare als Profilierungsinstrument: Nachhaltigkeit bei Lebensmitteln umfasst auch den Tierschutz und gewinnt an Bedeutung für die Vermarktung. In: Fleischwirtschaft, Nr. 3, S. 74-76.
- Spiller, A., Theuvsen, L., Franz, A., Deimel, I., von Meyer, M. und A. Zühlsdorf (2010): Perspektiven für ein Europäisches Tierschutzlabel. In: ASG: Ländlicher Raum, Nr. 2, S. 36-38.
- Zühlsdorf, A. (2009): Kommunikation ist mehr als Krisen-PR. In: Genograph 4/2009, S. 22-24.
- Stockebrand, N., Joswig, A., Spiller, A., Zühlsdorf, A. (2008): Direkt vor die Tür. In: Hof Direkt, Bd. 4, S. 34-36.

- Wasserblindheit? So steht Deutschland zum Wasserschutz. Vortrag zur Vorstellung der Studienergebnisse im Rahmen des Online-Mittagstalks der Heinrich Böll Stiftung: Was denkt Deutschland über Wasser? am 18.02.2025.
- Zur Rolle nachfolgender Generationen bei der Transformation des Ernährungssystems. Impulsreferat von Dr. Anke Zühlsdorf im Rahmen einer Online-Veranstaltung der Niedersächsischen Ernährungsstrategie am 13.06.2024.
- Klimakennzeichnung auf Lebensmitteln aus Perspektive von Verbraucher:innen. Vortrag im Rahmen einer Veranstaltung der Initiative ‚Together for Carbon Labelling‘ (TCL) unter der Schirmherrschaft des Büros der SPD-Abgeordneten Rita Hagl-Kehl im Bundestag am 14.12.2023 in Berlin.
- Deepdive „Generalverdacht Greenwashing – wie selbstbewusste Nachhaltigkeitskommunikation gelingt.“ Paneldiskussion im Rahmen des Deutschen Nachhaltigkeitskongresses am 24.11.2023 in Düsseldorf.
- Grüne Marketingclaims auf Lebensmitteln. Impulsvortrag im Rahmen der Online-Veranstaltung „Niedersachsens Ernährungsstrategie: Mehr Nachhaltigkeit durch Innovationen in der Lebensmittelindustrie“ am 29. August 2023.
- Klimalabel für Lebensmittel: Einstieg in die Umweltkennzeichnung oder Beitrag zum Labelschunegel? Vortrag im Rahmen der Veranstaltung „Klimafreundlicher Essen und Trinken“ unter der Schirmherrschaft des Büros der SPD-Abgeordneten Rita Hagl-Kehl im Bundestag am 06. Juli 2023 in Berlin.
- Greenwashing-Potenzial klima- und umweltbezogener Marketingclaims. Vortrag im Rahmen des EEKlim-Fachbeirats am 30. März 2023 in Göttingen.
- Grüne Marketingclaims auf Lebensmitteln: Ergebnisüberblick der Verbraucherstudie zum Verständnis von umwelt- und klimabezogenen Werbeaussagen im Rahmen der 19. Sitzung der Beraterrunde zur BMEL Initiative „Klarheit und Wahrheit bei der Kennzeichnung und Aufmachung von Lebensmitteln“ am 02. Februar 2023 (online)
- Verzehrswende, aber wie? Wie ein Klimalabel den Wandel unterstützen kann. Diskussionsinput zur Podiumsdiskussion der Witzenhäuser-Konferenz am 25.11.22 in Witzhausen.
- Kennzeichnung pflanzlicher Alternativen zu tierischen Lebensmitteln. Impulsvortrag zur Schreibklausur des WBAE am 21.07.22 in Göttingen
- Gesundheitsmarketing: Wenn Brotnamen Gesundheit versprechen. Vortrag im Rahmen des DGE Kongress 2021 (Vortragsreihe V4 – Ernährungsverhaltensforschung 1) am 17.02.21.
- Pläydoyer für ein verpflichtendes staatliches Klimalabel. Vortrag im Rahmen der Herbsttagung der Agrarsozialen Gesellschaft Göttingen am 05. November. Klimakrise! Landwirtschaft als Täter – Opfer – Retter?
- Gesundheitsmarketing bei Lebensmitteln: Neue Ergebnisse der Konsumforschung. Vortrag im Rahmen der Health Claims Tage 2020 der Behr’s Akademie am 12.02.20 in Köln.
- Nachhaltigkeitsmarketing für Gemüse – Herausforderungen und Trends. Vortrag im Rahmen der 54. Herbsttagung des Deutschen Gemüsebaus am 22.11.19 in Krefeld.
- Möglichkeiten der Lebensmittelkommunikation – Anforderungen aus Sicht der Verbraucherschutzforschung. Vortrag im Rahmen des 12. Wissenschaftlichen Symposiums des VGMS am 07.11.19 in Würzburg.
- Front-of-Package Labelling aus Sicht der Konsumforschung: Aktuelle Studienergebnisse zur Verbraucherwahrnehmung. Vortrag im Rahmen der 12. Akademie Fresenius (Expertenforum LMIV: Update 2019 – Kennzeichnung, Werbung & mehr) am 23.10.19 in Mainz.
- Front-of-Package Labelling – Möglichkeiten und Grenzen der Lebensmittelkommunikation. Vortrag im Rahmen des 54. Diabetes Kongresses der Deutsche Diabetes Gesellschaft (Symposium: Ernährungspolitik in Deutschland – Bestandsaufnahme 2019) am 31.05.19 in Berlin.
- Gesundheits- und Zutatenmarketing im Marktsegment Brot und Kleingebäck. Wissenschaftliche Begleitforschung im Rahmen des Projekts Lebensmittelklarheit. Vortrag im Rahmen der 15. Sitzung der Beraterrunde der Initiative "Klarheit und Wahrheit bei der Kennzeichnung und Aufmachung von Lebensmitteln“ am 03.12.2018 in Berlin.

- Die neuen Ernährungsstile - Präsentation der Studie „Foodies in Deutschland: Vortrag im Rahmen des 20. Niedersächsischen Ernährungsforums 2016 „Zwischen Vegan und Paleo - der neue Hype ums Essen!“ am 26. Oktober 2016 in Hannover.
- Wege zu einem gesünderen Produktangebot. Vor welchen Herausforderungen steht die Wirtschaft bei der Reformulierung von Rezepturen? Wie reagieren Verbraucherinnen und Verbraucher? Diskussionsinput und Podiumsdiskussion im Rahmen des öffentlichen Fachgesprächs der SPD-Bundestagsfraktion „Zu süß, zu fett, zu salzig? Gesunde Ernährung erleichtern“ am 26. September 2016 in Berlin.
- Wieviel Tierwohl wollen wir uns leisten? Diskussionsinput aus Perspektive der Verbraucherforschung. Vortrag und Podiumsdiskussion im Rahmen der Tagung „Tierhaltung im Spannungsfeld von Tierwohl, Ökonomie und Gesellschaft“ am 08. Oktober 2015 in Göttingen.
- Milchproduktion und Verbraucherwunsch, Vortrag im Rahmen der 9. AVS Konferenz am 27. Januar 2015 in Schwielowsee.
- Gesundheitsversprechen auf Lebensmittelverpackungen: Ergebnisse aus der wissenschaftlichen Begleitforschung zum Internetportal Lebensmittelklarheit, Vortrag zur Pressekonferenz der Verbraucherzentrale Bundesverband e. V. auf der Internationalen Grünen Woche am 14. Januar 2015 in Berlin.
- Regionalität aus Sicht der Konsumforschung: Kundensegmente kennen, verstehen und gewinnen. Vortrag im Rahmen des „Fitnessprogramms für Regionalinitiativen in Bayern 2014/2015“ (Praxisworkshop Marketing und Kommunikation) am 27. Oktober 2014 in Kulmbach.
- Regionalität: Schnellebige Mode oder langfristiger Trend? Vortrag im Rahmen der 16. Jahrestagung Thüringer Landwirtschaft „Offene Märkte und regionale Konzepte“ am 23. Oktober 2014 in Erfurt.
- Milcherzeugung zwischen Verbraucherwunsch und Wirklichkeit, Vortrag im Rahmen des AVS Gruppentreffens der Gruppe "Elbe - Weser" am 14. Oktober 2014 in Bremervörde.
- Begleitforschung 2014: Erste Ergebnisse, Vortrag im Rahmen der Tagung des Projekts lebensmittelklarheit.de „Verbraucher verändern den Markt“ am 22. September in Berlin.
- Vermarktung von Lebensmitteln – Wunsch und Wirklichkeit, Vortrag im Rahmen der 20. Internationalen Sommerakademie der Deutschen Bundesstiftung Umwelt: „Nachhaltige Landwirtschaft – Vom Leitbild zum Konkreten Handeln“ am 01. Juli 2014 in Ostritz-St. Marienthal.
- Regionalität aus Sicht der Konsumforschung: Kundensegmente kennen, verstehen und gewinnen. Vortrag im Rahmen der Veranstaltung „Regionalvermarktung und Kulturlandschaft – bewährte und gute neue Wege“ am 04. April 2014 in Nümbrecht (Veranstalter: Natur- und Umweltschutzakademie NRW).
- Marketing-Strategien für regionale Lebensmittelspezialitäten: Chancen und Fallstricke im Regionalmarketing. Vortrag im Rahmen des Fachkongress „Die Zukunft is(s)t regional“ (Veranstalter: Ernährung-NRW e. V.) am 28. Mai 2013 in Düsseldorf.
- Herkunftskennzeichnung von Lebensmitteln aus Sicht der Verbraucher. Vortrag im Rahmen der Fachausschusssitzung Hauswirtschaft und Verbraucherpolitik des Deutschen Landfrauenverbandes e. V. am 23. April 2013 in Berlin.
- Aufmachung und Kennzeichnung von Lebensmitteln aus Sicht der Verbraucher. Vortrag im Rahmen des Verbraucherpolitischen Forums auf der Internationalen Grünen Woche am 24. Januar 2013 in Berlin.
- Aufmachung und Kennzeichnung von Lebensmitteln aus Sicht der Verbraucher: Empirische Untersuchungsbefunde. Vortrag im Rahmen der Sitzung der Beraterrunde zur Initiative "Klarheit und Wahrheit" des BMELV am 14. Januar 2013 in Berlin.
- Trends in Lebensmittelvermarktung: Ergebnisse der Begleitforschung zum Internetportal Lebensmittelklarheit.de. Vortrag im Rahmen der Sitzung der Beraterrunde der Initiative „Klarheit und Wahrheit bei der Aufmachung und Kennzeichnung von Lebensmitteln“ am 02. März 2012 in Berlin.
- Trends in Lebensmittelvermarktung. Vortrag im Rahmen der Sitzung der Referatsleiterinnen und Referatsleiter der Abteilung 3 "Ernährung, Lebensmittelsicherheit, Tiergesundheit" des BMELV am 20. April 2012 in Berlin.
- Grauzone Lebensmittelkommunikation. Vortrag im Rahmen der Sitzung des Arbeitskreises Lebensmittel und Ernährung (AKLE) der Verbraucherzentralen am 12. Juni 2012 in Bremen.

- Die Herkunftszeichen der Bundesländer. Vortrag im Rahmen der Sitzung des Arbeitskreises Lebensmittel und Ernährung (AKLE) der Verbraucherzentralen am 23. Juni 2010 in Rendsburg.
- Kunden(un)zufriedenheit in der Schulverpflegung: Warum es so wichtig ist, das Essen Schülerinnen und Schülern schmackhaft zu machen. Vortrag im Rahmen der Jahrestagung 2010 des Verbands für Ernährung und Diätetik (VFED) e.V. am 11. September 2010 in Aachen.
- Wellness im Stall - mit tierschutzgerechten Produkten profilieren. Vortrag im Rahmen der Agrar-marketingtage 2010 in Berlin.
- Wellness im Stall: Profilierungspotenzial tiergerechter Produkte. Vortrag im Rahmen der Demeter Marketingtagung am 29.10. 10 in Berlin.
- Bio-Backwaren im Bäckereihandwerk: Marktchancen und Stolpersteine. Vortrag im Rahmen der Ver-triebsschulung der C. Siebrecht Söhne KG am 03. September 2010 in Hannover.
- Wohlfühlen, Bio und Gesundheit: Eine vergleichende Analyse der Alltagsbedürfnisse von Käufersegmenten im Backwarenmarkt. Vortrag im Rahmen des Führungskräftekreises der Martin Braun Gruppe am 08. März 2010 in Hannover.
- Gemeinsame Potenziale nutzen: Regionalmarketing als Kooperation von handwerklichen Bio-Bäckereien und dem Naturkostfachhandel. Vortrag im Rahmen des Projektes „Regionalmarketing für Bio-Bäckereien in Niedersachsen“ am 16.11. 10 in Gleichen.
- Bio-Backwaren im Bäckereihandwerk: Sortiment – Marketing – Erfolgsfaktoren. Vortrag im Rahmen des Bioland-Bäckerseminars am 11. November 2009 in Hannover.
- Die Ernährungswirtschaft im Scheinwerferlicht der Öffentlichkeit. Vortrag im Rahmen der Sitzung des Kommunikationsausschusses des Deutschen Raiffeisenverbandes am 9. Oktober 2008 in Bonn.
- Public Campaigning: Feldzüge um die öffentliche Meinung. Vortrag im Rahmen der Verleihung des Österreichischen Wissenschaftspreises für Public Relations 2003 & Expertentagung im Bundes-ministerium für Bildung, Wissenschaft und Kultur am 28. November 2003 in Wien.
- Public Campaigning: PR-Kampagnen von Unternehmen und Organisationen. Vortrag im Rahmen des Managementseminars „Qualität der Lebensmittelproduktion“ am 19. September 2002 in Vechta.