



Bundesministerium  
für Ernährung  
und Landwirtschaft



# Deutschland, wie es isst

Der BMEL-Ernährungsreport 2016





# Inhalt

Stimmt's? Oder nicht?	6
Das isst Deutschland	8
Das kauft Deutschland ein	16
Das will Deutschland	24

Das Meinungsforschungsinstitut Forsa hat im Oktober 2015 im Auftrag des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) eine repräsentative Befragung von 1.000 Bundesbürgerinnen und Bürgern ab 14 Jahre durchgeführt.

Die Ergebnisse der Befragung zeigt der BMEL-Ernährungsreport 2016: **Deutschland, wie es isst.**



Liebe Leserinnen und Leser,

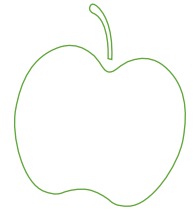
ist Deutschland, wie es isst? Das wäre zu einfach formuliert. Der Ernährungsreport des BMEL spürt vielmehr Trends auf und bildet Entwicklungen ab: Was essen die Deutschen am liebsten? Kochen sie noch selbst oder lassen sie kochen? Ist Salat das neue Schnitzel? Sind Männer die neuen Haushaltsmanager? Wie beeinflusst uns die Werbung auch hinsichtlich vermeintlich gesundheitlicher Trends? Kann das Angebot an Lebensmitteln die hohen Erwartungen der Verbraucherinnen und Verbraucher an Lebensmittel erfüllen?

Die Antworten auf diese Fragen zeigen viel von dem, wie Deutschland isst, und in der Tat auch ein wenig davon, wie Deutschland ist: vielfältig, anspruchsvoll und genussvoll. Sie spiegeln den demografischen Wandel ebenso wie ein sich wandelndes Geschlechterbild.

Gleichzeitig sind sie Rückenwind für meine Politik: Denn die Deutschen wollen eben nicht, dass wir den Teller mit Gesetzen vollpacken. Im Gegenteil: Sie schätzen die hohe Qualität unserer Lebensmittel, informieren sich gezielt und genießen bewusst. Die Ernährung ist und bleibt damit als Mittelpunkt des Alltags und Ausgangspunkt für Gemeinschaft und Gesundheit fest verankert. Auch das ist Deutschland.

Ihr

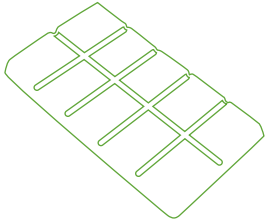
**Christian Schmidt MdB**  
**Bundesminister für Ernährung und Landwirtschaft**



### Frauen ernähren sich viel gesünder!

# Ja.

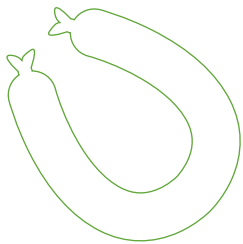
Bei deutlich mehr Frauen (85 %) als bei Männern (66 %) kommen Obst und Gemüse täglich auf den Tisch. Der Anteil der Männer, die täglich Softdrinks trinken (16 %), liegt auch um zehn Prozentpunkte höher als der der Frauen (6 %). 42 Prozent der Männer (Frauen 33 %) naschen zudem gern vor dem Fernseher; 37 % bereiten sich gerne eine schnelle Tiefkühlpizza zu (Frauen 27 %).



### Frauen naschen mehr als Männer!

# Nein.

Frauen und Männer sind in gleichem Maße Naschkatzen! Sogar etwas mehr Männer (22 %) als Frauen (21 %) essen jeden Tag Süßes.



### Immer mehr Menschen verzichten auf Fleisch!

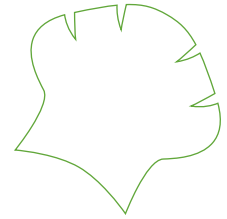
# Ja und nein.

Mit nur drei Prozent der Befragten liegt die Zahl derer, die nie Fleisch oder Wurst essen, recht niedrig. Frauen sind mit sechs Prozent bei den Vegetariern viel häufiger vertreten als Männer (1 %). Gleichzeitig sind immer mehr Menschen bereit, mehr Geld für Fleisch auszugeben, das aus artgerechter Haltung stammt.

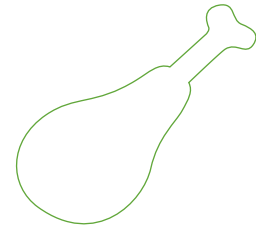
# Stimmt's?

**Jugendliche haben keinen Bezug zum Kochen!****Ja und  
nein.**

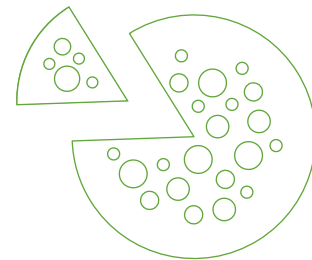
81 Prozent der jungen Erwachsenen zwischen 14 und 18 Jahren geben an, sehr gern zu kochen! Die unter 19-Jährigen kochen jedoch noch sehr selten – 30 Prozent von ihnen kochen normalerweise gar nicht selbst.

**Oder nicht?****Männer lieben Fleisch!****Ja.**

In der Tat essen mehr Männer (47 %) als Frauen (22 %) täglich Fleisch.

**In Single-Haushalten kocht der Lieferdienst!****Nein.**

In 46 Prozent der Ein-Personen-Haushalten wird mindestens zwei- bis dreimal pro Woche gekocht und ein Drittel der Alleinlebenden kocht jeden Tag. Nur acht Prozent geben an, dass sie in der Regel keine Speisen selbst zubereiten.



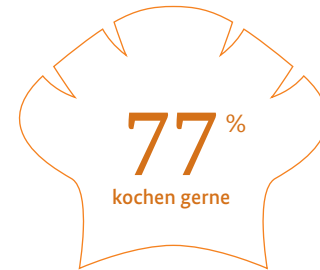
# Deutsche kochen gern, aber selten!

Deutschland kocht gern. Gut drei Viertel der Befragten (77 %) geben an, dass ihnen Kochen Spaß macht. Diese Begeisterung zieht sich durch alle Altersgruppen und trifft auf Alleinlebende ebenso zu wie auf Familien. Besonders ausgeprägt ist die Kochlust bei jungen Erwachsenen bis 29 Jahre (81 %), Frauen (80 %) und Großstädtern (80 %).

Doch zwischen „gern tun“ und „tatsächlich tun“ klafft eine Lücke: Nur eine Minderheit der Befragten (41 %) kocht täglich. Überdurchschnittlich häufig tun dies Frauen (51 %) und die über 60-Jährigen (50 %). Ein gutes Fünftel der Befragten (22 %) steht hingegen höchstens einmal pro Woche am Herd, gut die Hälfte davon (12 %) greift sogar nie zum Kochlöffel.



So gern kocht  
Deutschland



**Wo** Menschen mit einem Partner zusammenleben, wird häufiger täglich gekocht (49 %) als in Fällen, wo jemand ohne Partner lebt (30 %).

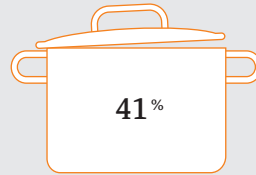
Unter den Nichtköchern sind die Männer klar überrepräsentiert: Jeder fünfte männliche Befragte (20 %) gibt an, normalerweise gar nicht selbst zu kochen – bei den Frauen gilt das gerade mal für vier Prozent.



So oft kocht Deutschland selbst



51%

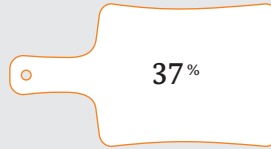


41%

fast täglich

31%

37%

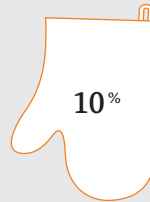


37%

zwei- bis dreimal pro Woche

36%

8%

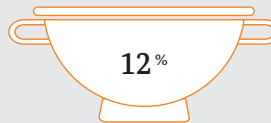


10%

selten bis etwa einmal pro Woche

13%

4%



12%

eigentlich nie

20%



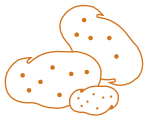
# Salat schlägt Schnitzel!

Deutschland liebt Pasta. Ohne jede Vorgabe wurden die Befragten gebeten, drei Gerichte zu nennen, die sie besonders gerne essen. Spaghetti, Spätzle & Co. sichern sich mit 35 Prozent klar den ersten Platz beim Rennen um den Titel des Lieblingsgerichts der Deutschen. Mit deutlichem Abstand folgen Gemüse- und Kartoffelgerichte (18 %) sowie Fischgerichte (16 %). Das Schnitzel muss sich mit elf Prozent dem Salat (15 %) geschlagen geben. Fleisch und Wurst stehen dennoch hoch im Kurs – bei vier von fünf Befragten (83 %) kommen mehrmals die Woche Fleischprodukte auf den Tisch. Besonders bei männlichen Befragten gehört Fleisch dazu: Männer essen mehr als doppelt so häufig (47 %) wie Frauen (22 %) jeden Tag Wurst und Fleisch.



Entsprechend sind sie unter Vegetariern unterrepräsentiert: Während sechs Prozent der Frauen angeben, nie Fleisch oder Wurst zu essen, ernährt sich lediglich ein Prozent der Männer fleischlos. Frauen achten auch öfter darauf, täglich Obst und Gemüse zu essen: 85 Prozent der Frauen, aber nur 66 Prozent der Männer.

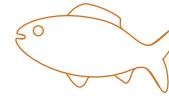
18 %  
Kartoffel-  
gerichte



18 %  
Gemüse-  
gerichte



16 %  
Fisch-  
gerichte



15 %  
Salat

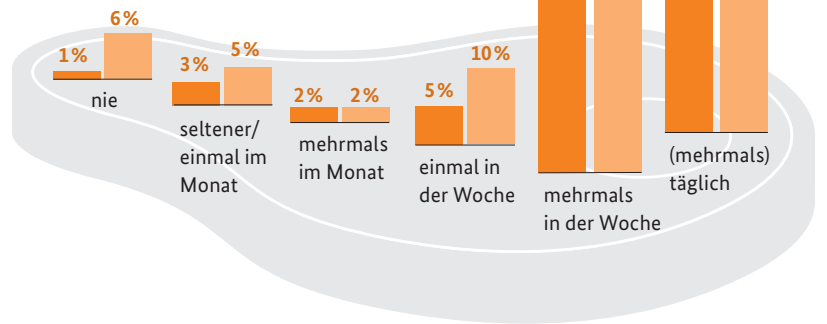


Das isst Deutschland  
am liebsten

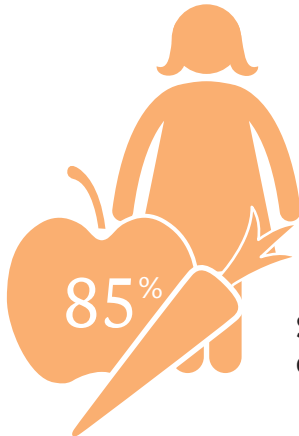
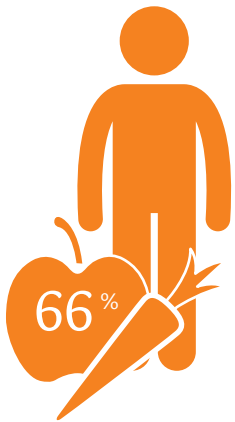


Mehrfachnennung möglich

So oft stehen Fleisch und  
Wurst auf dem Tisch

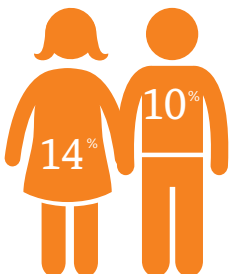


So viele Deutsche  
essen täglich Obst und Gemüse



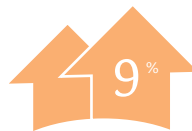
### Wegen Allergien oder Unverträglichkeiten werden bestimmte Produkte vermieden

12%  
durchschnittlich



19%  
der 19- bis 29-Jährigen

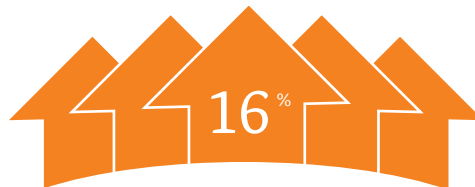
### Allergien und Unverträglichkeiten sind in großen Städten häufiger als auf dem Land



Orte bis unter  
20.000 Einwohnern



Orte mit 20.000 bis  
unter 500.000 Einwohnern



Orte mit 500.000 Einwohnern  
und mehr

### So viele Menschen greifen häufig zu Lightprodukten mit wenig Kalorien, Zucker oder Fett

Frauen 21%

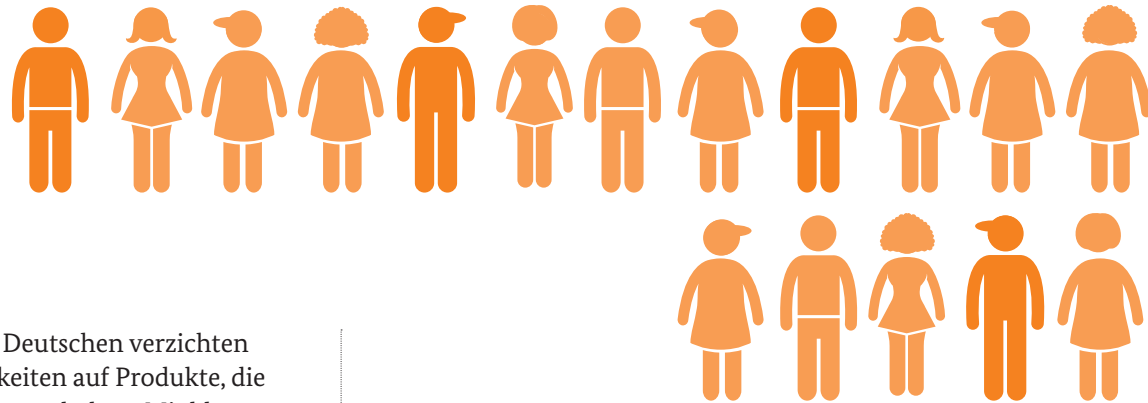
19%  
durchschnittlich

18%  
Männer



24%  
der 14- bis 18-Jährigen

# Das kommt mir (nicht) auf den Teller



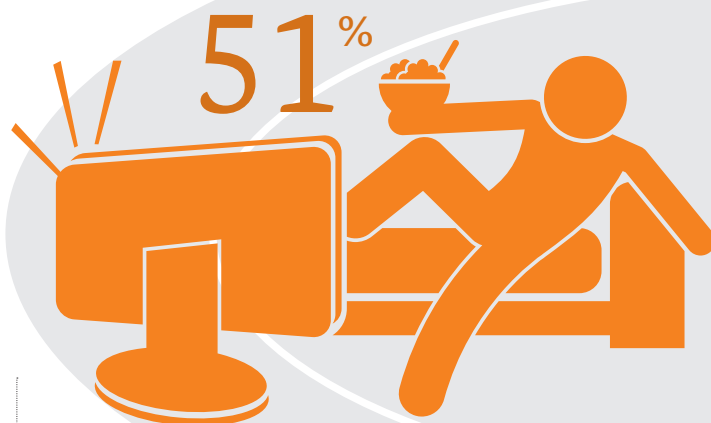
Zwölf Prozent der befragten Deutschen verzichten aufgrund von Unverträglichkeiten auf Produkte, die Laktose, Fruktose oder Gluten enthalten. Mit klaren Trends: Frauen (14 %) sind nach eigenen Angaben häufiger betroffen als Männer (10 %), über dem Durchschnitt liegen außerdem junge Erwachsene bis 29 Jahre (19 %) und Großstädter (16 %). Ein Fünftel der Befragten (19 %) greift außerdem häufig zu sogenannten Lightprodukten, die als fettreduziert, zuckerfrei oder kalorienarm beworben werden.

Auch hier liegen die Frauen (21 %) vor den Männern (18 %). Überdurchschnittlich vertreten sind außerdem Jugendliche. Jede/-r Vierte (24 %) der 14- bis 19-Jährigen isst häufig Produkte mit reduziertem Kalorien-, Zucker- und Fettgehalt.

# Zwischen Vollwertkost, Gummibärchen und Pizza

Frauen achten stärker auf eine ausgewogene Ernährung. Ihnen gelingt das im Alltag auch häufiger als Männern (76 % zu 62 %). Frauen bevorzugen frisch Zubereitetes und greifen seltener zu Tiefkühlpizzen oder anderen Fertigprodukten. 27 Prozent der Frauen, aber 37 Prozent der Männer schlagen bei diesen Produkten gerne zu. Auch die Getränkeauswahl zeigt: 16 Prozent der Männer, aber nur sechs Prozent der Frauen trinken (mehrfach) am Tag Cola und süße Limonaden. Im Gegenzug sind Frauen aber auch die größeren Frustesser. Deutlich mehr Frauen (32 %) als Männer (15 %) geben an, öfter auch aus Frust zu essen.

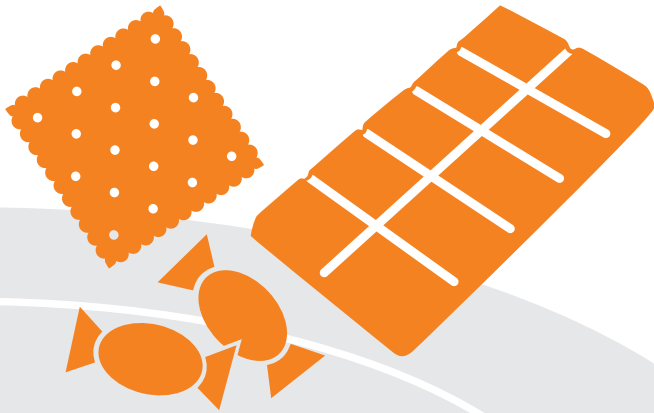
Die Lust auf Süßes ist im Alter zwischen 30 und 44 Jahren am größten – 30 Prozent der Befragten dieser Altersgruppe essen täglich Süßigkeiten. Die 19- bis 29-Jährigen sowie die über 60-Jährigen verzichten eher auf Süßwaren: Nur zwölf Prozent der Jüngeren bzw. 17 Prozent der Älteren greifen täglich bei Schokolade, Gummibärchen oder Keksen zu.



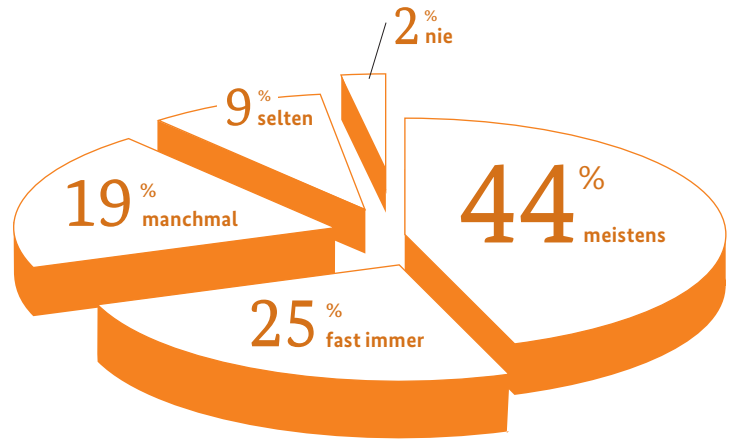
der 30- bis 44-Jährigen naschen gern vor dem Fernseher oder Computer

Zudem wird gerne vor dem Fernseher oder Computer genascht und geknabbert. Jede/-r dritte Befragte (37 %) bekennt sich zu dieser Leidenschaft, die 30- bis 44-Jährigen sind mit 51 Prozent auch hier ganz vorne.

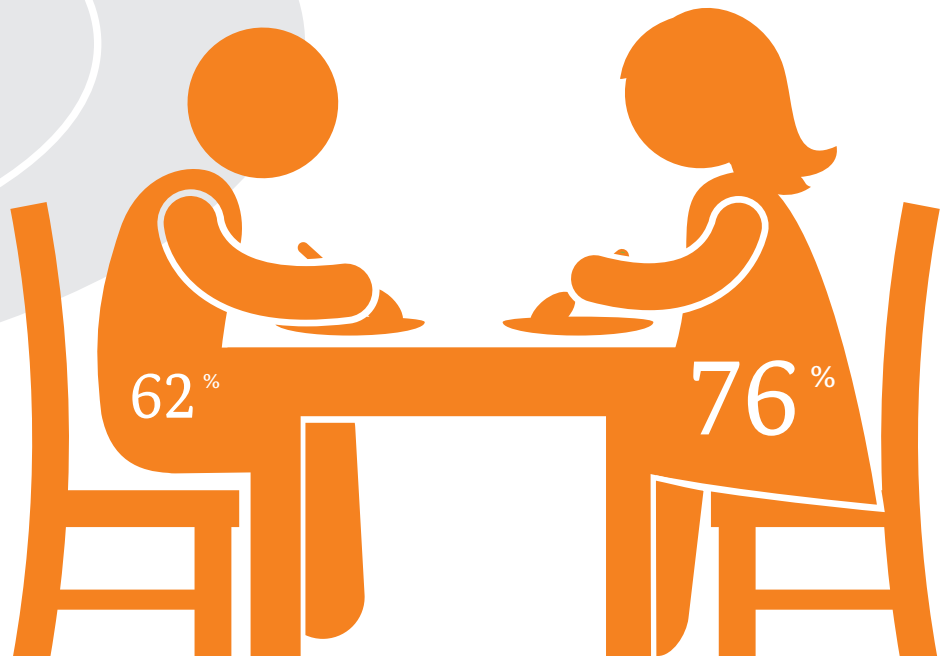
**Die größten Naschkatzen sind zwischen 30 und 44 Jahre alt**



**30%** der 30- bis 44-Jährigen greifen (mehrmals) täglich zu Schokolade, Gummibärchen und Keksen (durchschnittlich 22% aller Befragten)



**Die meisten schaffen es, sich im Alltag gesund und ausgewogen zu ernähren**



**Frauen gelingt es nach eigenen Angaben öfter als Männern, auf gesunde Ernährung zu achten**

## Vielseitig und nah: Einkauf in Deutschland

Die Zufriedenheit mit der Vielfalt der Lebensmittelgeschäfte ist groß. Ob in Klein- oder Großstädten: Sieben von zehn Befragten (68 %) geben an, alle gewünschten Einkaufsmöglichkeiten in erreichbarer Nähe zu finden. Wo wird bevorzugt eingekauft? Mehr als die Hälfte der Befragten (59 %) kauft fast alle bzw. den Großteil ihrer Lebensmittel im Supermarkt, jeweils etwa ein Drittel im Discounter (35 %) und im Lebensmittelfachgeschäft (34 %). Vor allem die über 60-Jährigen (45 %) und Befragte aus kleineren Orten (46 %) geben häufiger an, den Großteil bzw. fast alle ihre Lebensmittel beim Metzger, in einer Bäckerei oder im Gemüseladen einzukaufen.

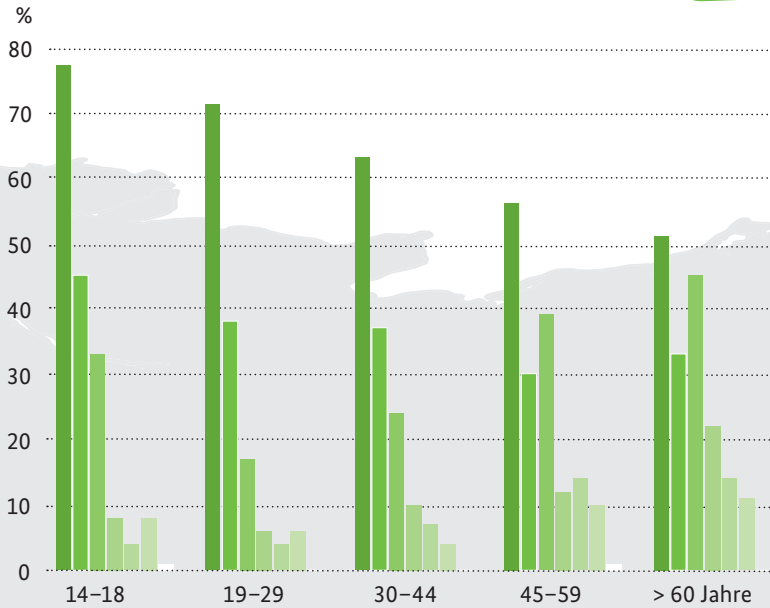
Trotz des steigenden Angebots nutzt im Moment kaum jemand (durchschnittlich unter 1 %) die Möglichkeit, Lebensmittel im Internet zu bestellen und sich diese nach Hause liefern zu lassen.

**Frauen kaufen häufiger als Männer  
im Bioladen ein**



Die Wege zum üblichen Einkaufsort sind kurz – im ländlichen wie im städtischen Raum: Für die Hälfte ist er fußläufig und für 43 Prozent in höchstens 15 Minuten mit dem Bus, Fahrrad oder Auto erreichbar.



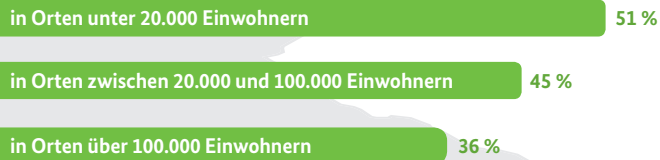


### Hier kaufen die Deutschen den Großteil der Lebensmittel ein

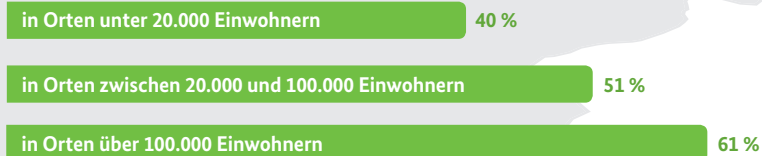
- Supermarkt
- Discounter
- Fachgeschäft
- Markt
- Bauer/Hofladen
- Bioladen
- Internet

### So schnell erreichen die Deutschen ihren bevorzugten Einkaufsort

**43%** nach max. 15 Min. Fahrt mit Fahrrad, ÖPNV oder Auto



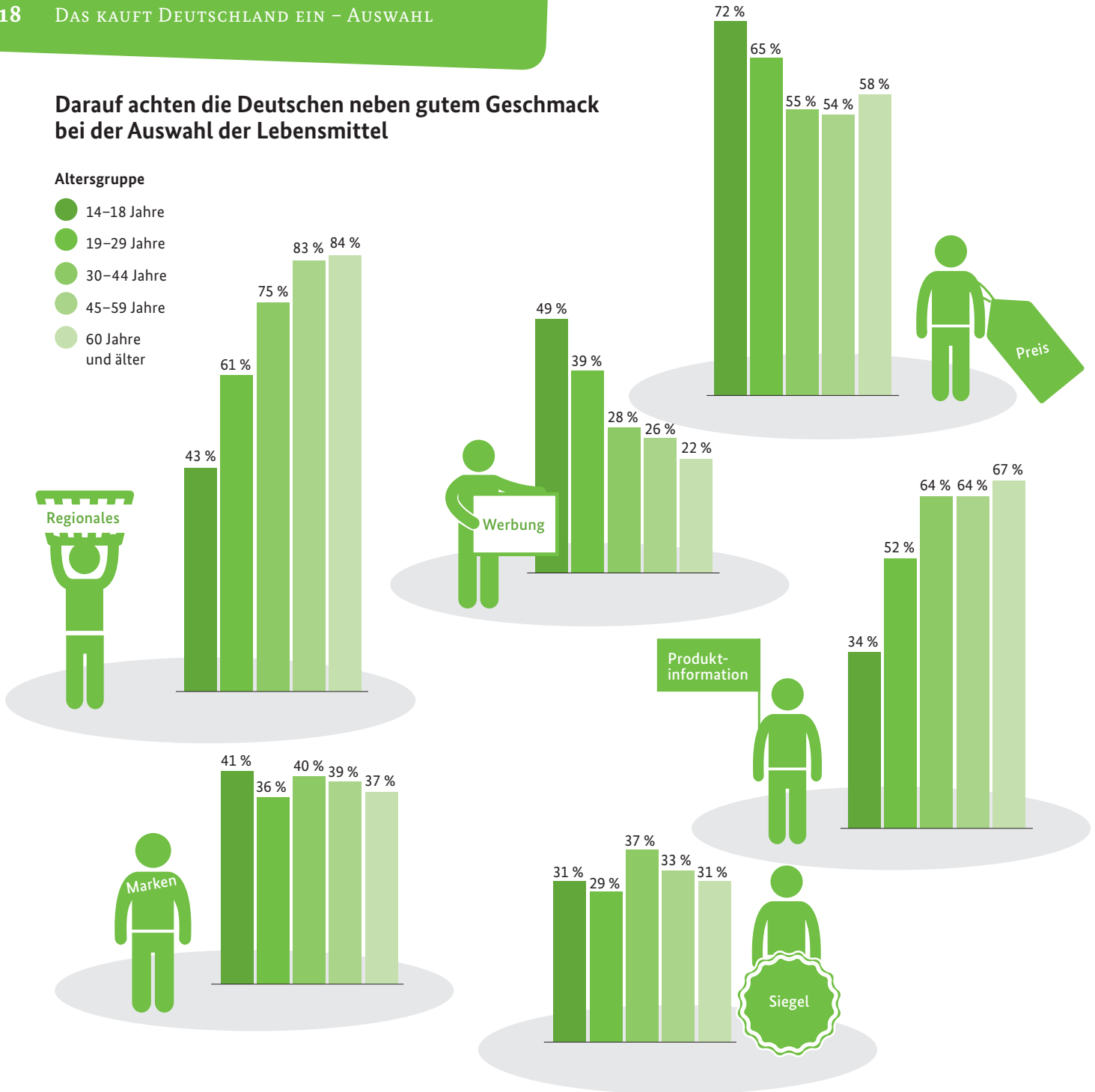
**50%** fußläufig



## Darauf achten die Deutschen neben gutem Geschmack bei der Auswahl der Lebensmittel

### Altersgruppe

- 14–18 Jahre
- 19–29 Jahre
- 30–44 Jahre
- 45–59 Jahre
- 60 Jahre und älter



# Mit dem Alter ändern sich die Prioritäten

Dass die Produkte gut schmecken, ist allen Deutschen unabhängig vom Alter am wichtigsten. Und darüber hinaus? Regionales liegt im Trend. Etwas mehr als drei Viertel aller Befragten (76 %) legen Wert darauf, dass ein Lebensmittel aus ihrer Region kommt. 61 Prozent achten auf Produktinformationen wie zum Beispiel die Angaben zu den Inhaltsstoffen oder zum Nährwert.

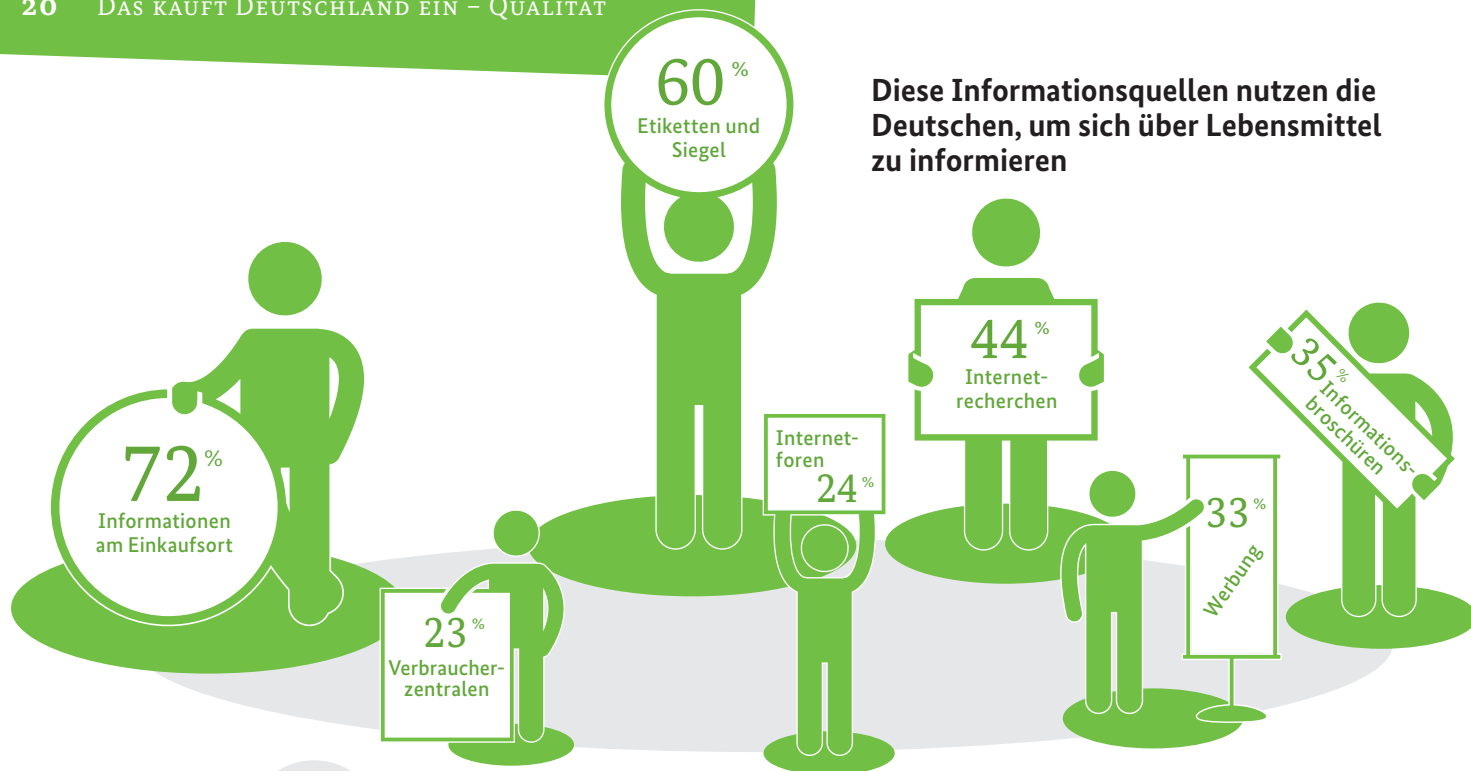
Für 58 Prozent ist es vor allem wichtig, dass die Produkte preiswert sind. Nur etwa ein Drittel aller Befragten bevorzugt Produkte bestimmter Marken (38 %) bzw. orientiert sich an bestimmten Siegeln (33 %). 28 Prozent probieren gerne neue Produkte aus, die sie in der Werbung kennengelernt haben. Mit dem Alter ändern sich auch Einkaufsverhalten und Prioritäten: Je älter die Kunden werden, desto wichtiger wird, dass die Lebensmittel aus der Region kommen. Gleichzeitig achten die Verbraucherinnen und Verbraucher ab 30 Jahren beim Einkauf auch stärker auf Angaben auf



ist es vor allem wichtig, dass ein  
Lebensmittel aus ihrer Region kommt

Verpackungen, wie zum Beispiel Siegel, Inhaltsstoffe und Nährwert.

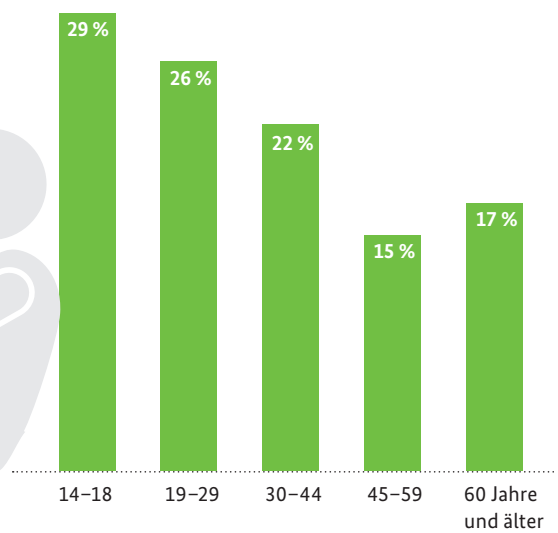
Die jungen Erwachsenen bis 29 Jahre lassen sich beim Einkauf bevorzugt von Preis (68 %) und Werbung (43 %) leiten.



Diese Informationsquellen nutzen die Deutschen, um sich über Lebensmittel zu informieren



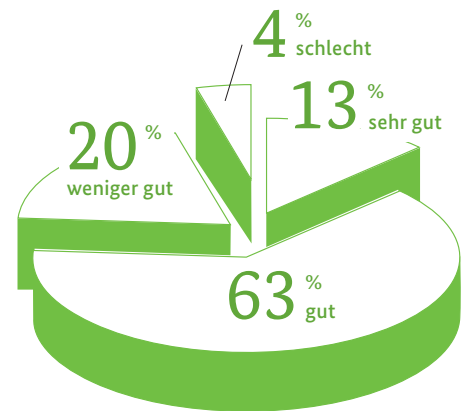
Smartphones werden schnell gezückt: jede/-r Fünfte „googelt“ beim Einkauf



Basis: Smartphone-Besitzer

# Hohe Qualität, große Vielfalt, gut informiert

## Wie gut informiert fühlen sich die Deutschen über die Lebensmittel, die sie einkaufen?



Die Deutschen sind mit der Qualität und der Vielfalt der Lebensmittel zufrieden. In einer fiktiven „Hitliste der Nationen“ mit dem besten Lebensmittelangebot ordnen 63 Prozent Deutschland deutlich im oberen Drittel ein. Dabei nutzen die Menschen vielfältige Wege, um sich von der Qualität zu überzeugen. Neben Informationen am Einkaufsort (72 %) sowie Etiketten und Siegeln auf den Verpackungen (60 %) sind Internetrecherchen zu Hause (44 %) die wichtigste Informationsquelle. Für unter 30-Jährige (46 %) spielt Werbung eine wesentlich größere Rolle als für über 30-Jährige. Über 60-Jährige ziehen dafür häufiger Verbraucherzentralen und Infobroschüren zur Rate. Wenn die Informationen vor Ort nicht ausreichen, kommt das Smartphone immer wieder

zum Einsatz. Ein Fünftel der Smartphone-Besitzer (21 %) „googelt“ beim Einkauf, 14 Prozent rufen QR-Codes auf, wenn sie mehr wissen wollen. Trotzdem fühlt sich aber auch fast ein Viertel der Befragten (24 %) weniger gut bis schlecht informiert über die Lebensmittel, die sie einkaufen.

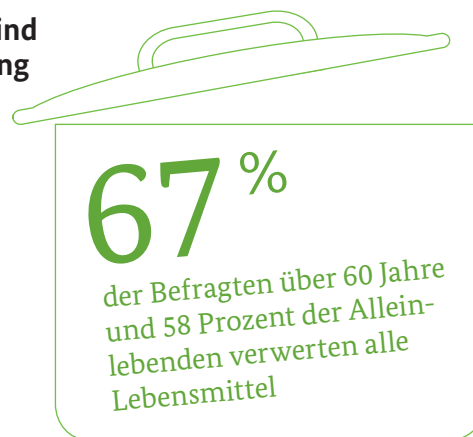
27%  
Obst und Gemüse

# Restlos genießen oder Lebensmittel verschwenden?

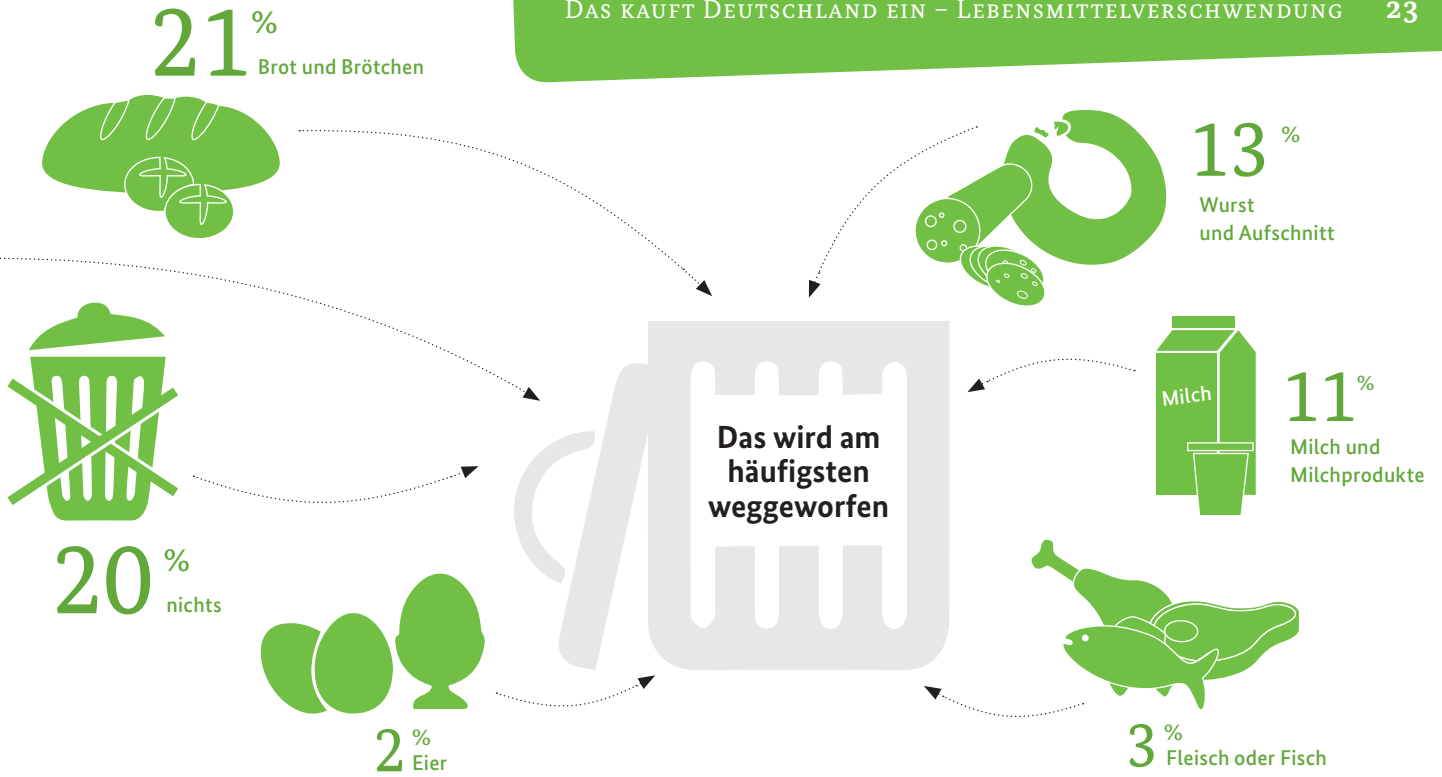
## Ältere und Alleinlebende sind Meister der Resteverwertung

So gern die Deutschen essen und kochen, nicht alle Lebensmittel schaffen es bis auf den Teller. 42 Prozent der Befragten geben zu, mindestens einmal pro Woche Lebensmittel wegzuerwerfen. Mit 69 Prozent ist der Anteil bei Schülerinnen und Schülern besonders hoch. Zu den Hauptgründen zählen der Ablauf des Mindesthaltbarkeitsdatums (43 %), die mangelnde Resteverwertung (53 %) und verdorbene Lebensmittel (70 %).

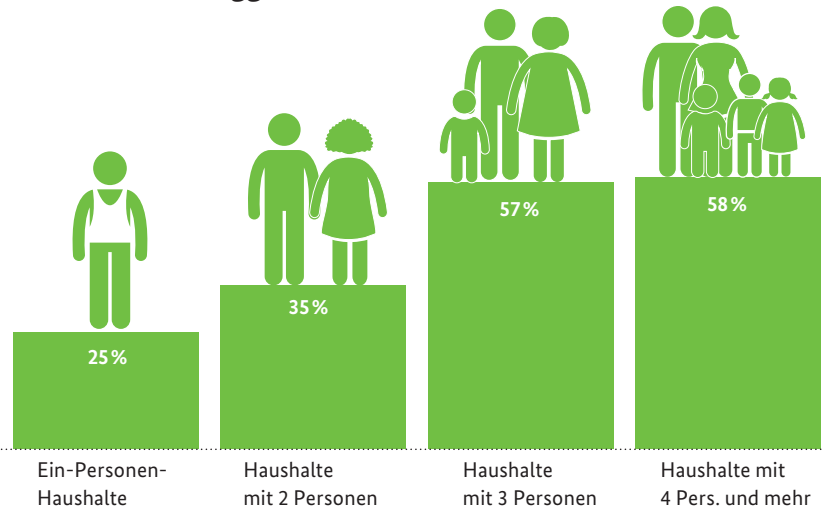
Ältere und Alleinlebende sind Meister der Resteverwertung. 58 Prozent der Alleinlebenden und 67 Prozent der Befragten über 60 Jahre verwerten alle Lebensmittel. Die Haushaltsgröße ist häufig entscheidend dafür, wie oft und warum Essen in der Tonne landet. In Haushalten mit mehr als vier Personen wird tendenziell mehr weggeworfen.



Als Grund geben diese Haushalte auch häufiger (41 %) als kleinere Haushalte (Alleinlebende: 25 %, Zwei-Personen-Haushalte: 33 %, Drei-Personen-Haushalte: 37 %) an, zu viel eingekauft zu haben. Auch hier liegen die über 60-Jährigen vorn: 80 Prozent der Älteren werfen nie etwas weg, weil sie etwas zu viel gekauft hätten.



**In diesen Haushalten werden mindestens einmal in der Woche Lebensmittel weggeworfen**



**Deswegen werden Lebensmittel weggeworfen**



## Lebensmittel und Landwirtschaft: Was könnte besser werden?

Die Deutschen haben großes Vertrauen in ihre Lebensmittel. Drei Viertel der Befragten (75 %) schätzen die Bedingungen, unter denen Lebensmittel in Deutschland produziert werden, als gut ein. Gleichzeitig werden Lebensmittel mehrheitlich von 77 Prozent als sicher eingeschätzt.

Was könnte noch verbessert werden? Besonders die Situation der Landwirte und die Lebensbedingungen der Nutztiere liegen den Befragten am Herzen: 86 Prozent der Befragten halten es für erforderlich, dass Bauern besser bezahlt werden. Neun von zehn (88 %) finden es notwendig, dass der artgerechten Haltung von Nutztieren größere Beachtung geschenkt wird. Angst vor Technik in der Lebensmittelproduktion haben die Befragten indes nicht: Lediglich ein Viertel (25 %) ist der Meinung, dass der Einsatz von Technik bei der Herstellung von Lebensmitteln verringert werden müsste.

### Was sollte in der landwirtschaftlichen Lebensmittelproduktion verbessert werden?

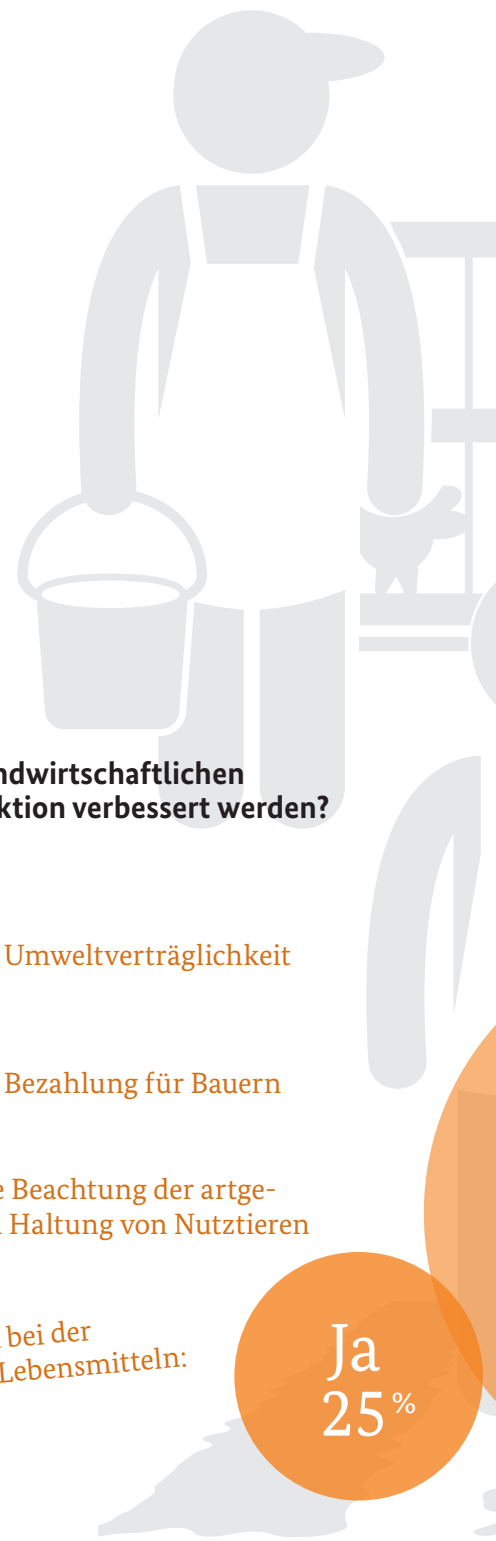
**70 %** bessere Umweltverträglichkeit

**86 %** bessere Bezahlung für Bauern

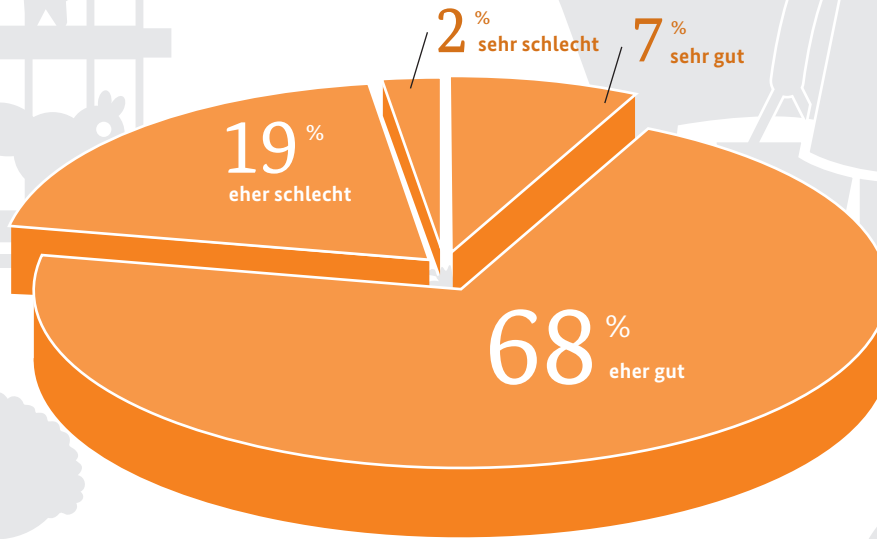
**88 %** größere Beachtung der artgerechten Haltung von Nutztieren

Weniger Technik bei der Herstellung von Lebensmitteln:

Ja  
25 %







So schätzen die Deutschen die Bedingungen der Lebensmittelproduktion ein

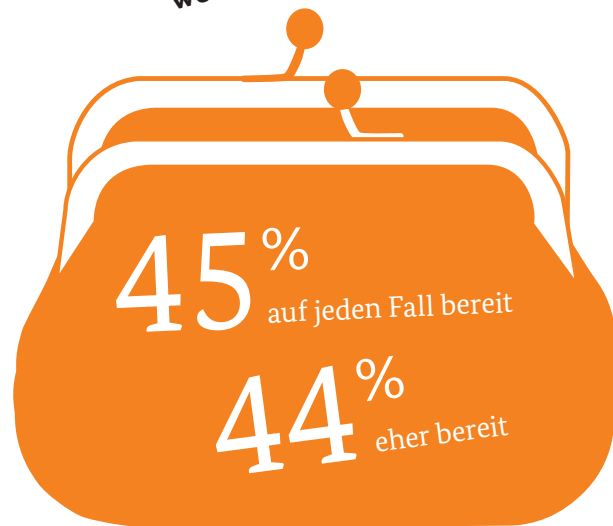
Nein  
66%

# Tierwohl darf etwas kosten



Fast alle Befragten wären auf jeden Fall bereit (45 %) oder eher bereit (44 %), mehr zu zahlen, wenn Tiere dafür besser gehalten würden. Nur für eine Minderheit käme das eher nicht (7 %) oder auf keinen Fall (2 %) infrage. Die Bereitschaft drückt sich in konkreten Zahlen aus: Im Schnitt wären die Befragten bereit, 16,50 Euro für ein Kilogramm Fleisch aus stärker tiergerechter Haltung zu bezahlen, wenn das Kilogramm Fleisch aus herkömmlicher Produktion zehn Euro kosten würde. Den 19- bis 29-Jährigen wäre die Investition in mehr Tierwohl sogar 20 Euro wert!

So viele Deutsche wären bereit,  
mehr Geld für Produkte auszugeben,  
wenn dies mehr Tierwohl bedeutete



Wie kann jede/-r Einzelne besser darauf achten, wie die Tiere gehalten wurden? Eine große Mehrheit der Befragten (82 %) fände es wichtig, Informationen zu Haltungsbedingungen auf der Verpackung zu finden.

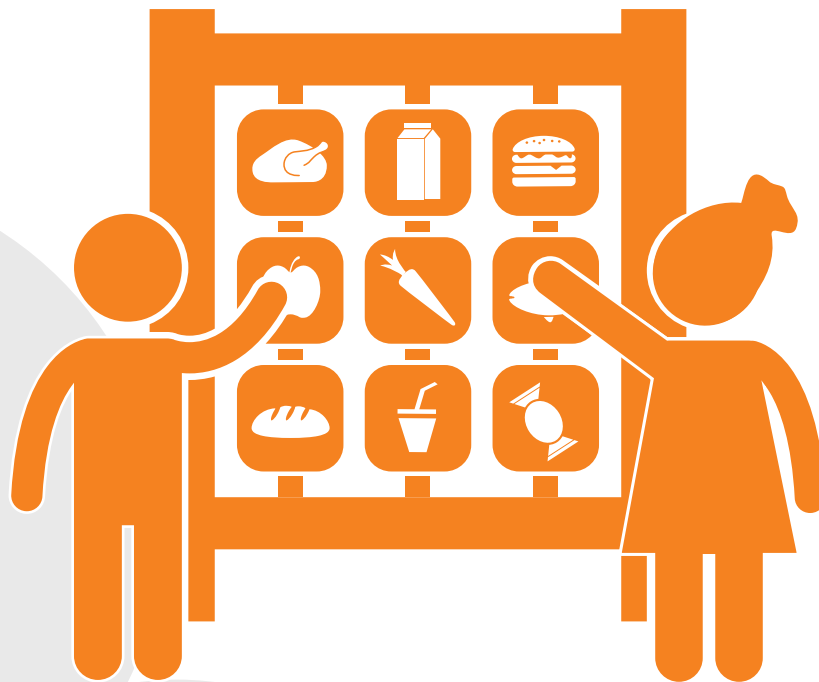
Basis: Befragte, die bereit wären, höhere Preise für Lebensmittel aus artgerechter Haltung zu bezahlen



## Mit welchen Maßnahmen kann gesunde Ernährung gelingen?

Kindgerechte Aufklärung  
und verpflichtender Unterricht  
in Kitas und Schulen

92%



Neutrale Informationen

78%

Besteuerung  
ungesunder  
Lebensmittel

43%



Mehrfachnennung möglich

# Gesunde Ernährung ist Erziehungssache?



Inwieweit soll sich der Staat einmischen, wenn es um gesunde Ernährung geht? Eine Mehrheit der Deutschen hält staatliche Maßnahmen für besonders geeignet, um einer gesünderen Ernährung den Weg zu ebnet. Ganz unabhängig von Geschlecht, Alter oder familiärer Situation setzen 92 Prozent der Deutschen auf eine kindgerechte Aufklärung und verpflichtende Ernährungsbildung in Kita und Schule. Das Bereitstellen und Vermitteln neutraler Informationen zum Thema Ernährung halten 78 Prozent für wirkungsvoll.

Zwangsmaßnahmen – wie einer höheren Besteuerung von besonders fett- oder zuckerreichen Lebensmitteln – erteilen die Befragten indes mehrheitlich eine Absage – nur 43 Prozent könnten sich damit anfreunden.



# Impressum

## Herausgeber

Bundesministerium  
für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL)  
Referat L3  
Wilhelmstraße 54  
10117 Berlin

## Stand

Dezember 2015

## Text

neues handeln GmbH, Berlin

## Gestaltung

neues handeln GmbH, Berlin

## Bildnachweis

Grafiken: Anna Frajtova, Viktorija Reuta, ctrlaplus, Hein Nouwens,  
Olga Milagros, punsayaporn, VKA, RedKoala, oksanaSe, TRONIN ANDREI,  
Leremy / shutterstock.com

## Druck

Bonifatius GmbH, Druck | Buch | Verlag

## Bestellinformation

Diese und weitere Publikationen können Sie kostenlos bestellen:

Internet: [www.bmel.de/publikationen](http://www.bmel.de/publikationen)  
E-Mail: [publikationen@bundesregierung.de](mailto:publikationen@bundesregierung.de)  
Fax: 01805-77 80 94  
(Festpreis 14 ct/Min., abweichende Preise  
a. d. Mobilfunknetzen möglich)  
Tel.: 01805-77 80 90  
(Festpreis 14 ct/Min., abweichende Preise  
a. d. Mobilfunknetzen möglich)  
Schriftlich: Publikationsversand der Bundesregierung  
Postfach 48 10 09 | 18132 Rostock

Diese Broschüre wird im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit des BMEL  
kostenlos herausgegeben. Sie darf nicht im Rahmen von Wahlwerbung  
politischer Parteien oder Gruppen eingesetzt werden.

Weitere Informationen finden Sie im Internet unter [www.bmel.de](http://www.bmel.de)

