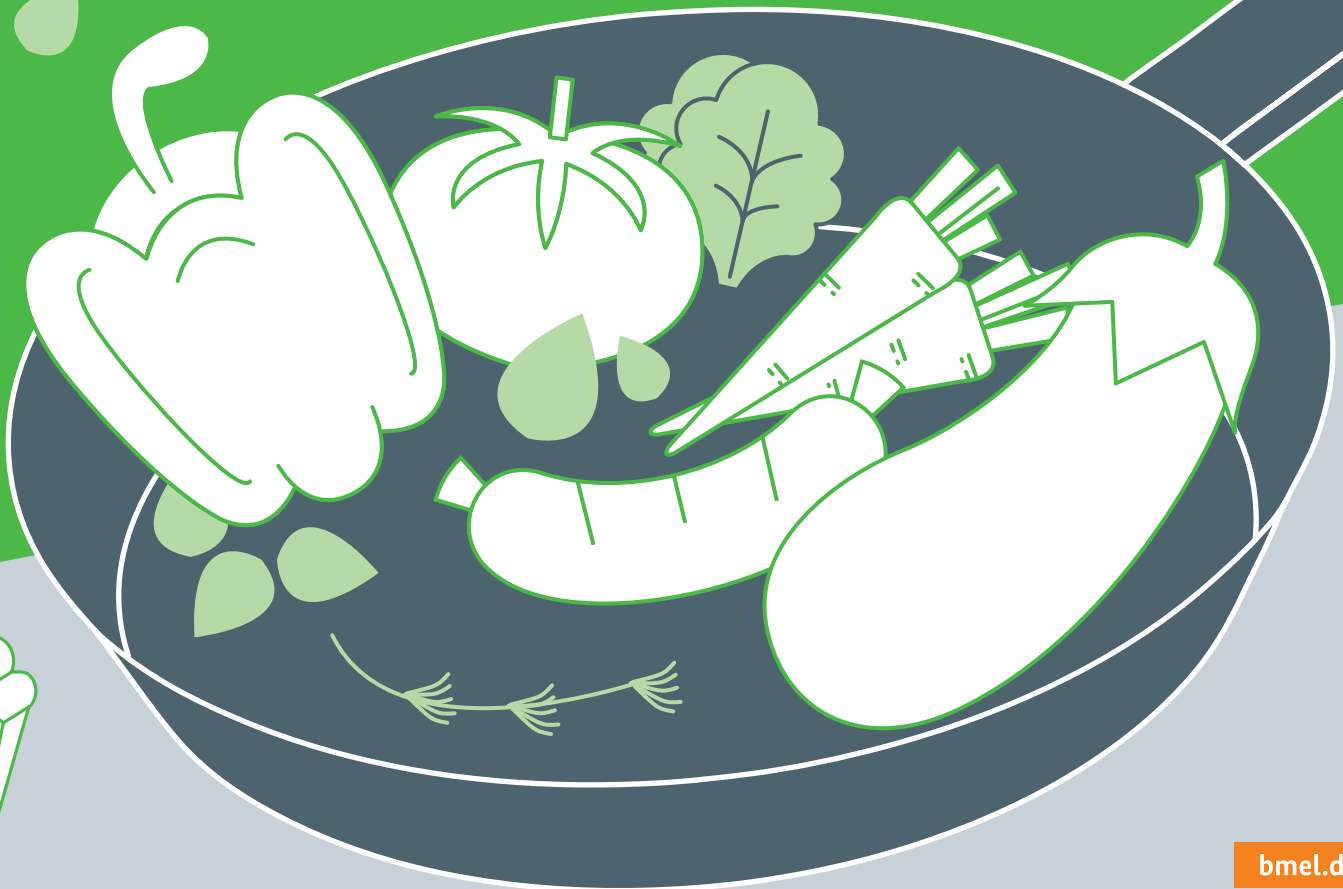




Bundesministerium
für Ernährung
und Landwirtschaft

Deutschland, wie es isst

Der BMEL-Ernährungsreport 2020





*„Die gesicherte Versorgung
mit Lebensmitteln aus der
Region ist für viele Menschen
wichtiger geworden.“*

Liebe Leserinnen und Leser,

die Ausbreitung des Corona-Virus hat unseren Alltag verändert – auch unsere Ernährung. Kantinen und Restaurants sind geschlossen, das Schulessen fällt weg. Wir haben erlebt, dass wir vor Supermärkten Schlange stehen, dass einzelne Produkte auch mal nicht verfügbar waren. Aber auch, dass wir eine Land- und Ernährungswirtschaft haben, auf die wir uns – auch in der Krise – verlassen können.

Die Verbraucherinnen und Verbraucher erkennen das an – das zeigt unser aktueller Ernährungsreport. Unsere heimische Landwirtschaft, die Versorgung mit Lebensmitteln aus der Region: Das hat für viele Menschen in den vergangenen Wochen an Bedeutung gewonnen. So entsteht eine neue Wertschätzung für unsere Lebensmittel – und für diejenigen, die sie produzieren.

Das ist eine Chance, die wir nutzen sollten. Um auch in Zukunft mit Wertschätzung für unsere Landwirtinnen und Landwirte zu essen. Aber auch, um weiter genau hinzuschauen, wie unsere Lebensmittel hergestellt werden. Viele tun das bereits – auch das zeigt der Ernährungsreport. Denn, so zeigen es die Zahlen: Unser Essen

soll nicht nur gut schmecken und gesund sein, sondern auch möglichst nachhaltig und fair erzeugt werden. Wir legen Wert auf artgerechte Haltung und sind bereit, für mehr Tierwohl auch mehr zu zahlen.

Das sind gute Entwicklungen, auf denen wir aufbauen können. Genau daran will ich anknüpfen: Mit einer Ernährungspolitik, die Verbraucherinnen und Verbraucher dabei unterstützt, eine gesunde und auch nachhaltige Wahl zu treffen – und zwar ganz gleich, wie ihr Ernährungsalltag aussieht.

Herzlichst

Ihre

Julia Klöckner

Bundesministerin für Ernährung und Landwirtschaft

Stimmt's oder stimmt's nicht?

✗ VOR ALLEM FRAUEN NASCHEN UND KNABBERN GERNE

Stimmt nicht. Sowohl bei 24 Prozent der Männer als auch der Frauen kommen Süßigkeiten und Knabbereien täglich auf den Tisch.

✓ GEMÜSE UND OBST: BESTSELLER AUF DEM TELLER

Stimmt! Bei 70 Prozent der Deutschen stehen Gemüse und Obst auf dem täglichen Speiseplan, und das über alle Altersgruppen hinweg. Vor allem die Befragten ab 60 Jahren essen mit 74 Prozent überdurchschnittlich oft Gemüse und Obst.

✗ VIEL ZEIT FÜRS KOCHEN? VOR ALLEM MIT KINDERN!

Stimmt nicht. Gut der Hälfte aller Befragten ist es wichtig, dass ihr Essen einfach und schnell zuzubereiten ist. Und dies unabhängig davon, ob Kinder im Haushalt (53 Prozent) leben oder nicht (52 Prozent).





✗ TOFUWÜRSTCHEN UND HAFERDRINK – NICHTS FÜR MÄNNER!

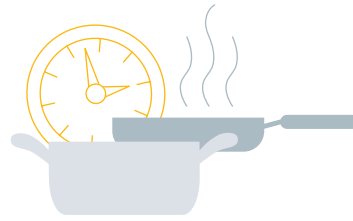
Stimmt nicht. 70 Prozent der befragten Männer haben schon einmal Tofu und pflanzliche Alternativen zu Milch gekauft.

✗ RIECHEN, PROBIEREN, SCHMECKEN: NACH ABLAUF DES MINDESTHALTBARKEITSDATUMS LANDEN LEBENSMITTEL MEIST IN DER TONNE!

Stimmt nicht. 91 Prozent der Befragten prüfen erst, ob ein Lebensmittel nach Ablauf des Mindesthaltbarkeitsdatums noch genießbar ist. Nur 4 Prozent entsorgen diese einfach ungeprüft im Müll!

✓ TIERWOHL STEHT HOCH IM KURS

Stimmt! 81 Prozent der Befragten wäre ein staatliches Tierwohlkennzeichen (sehr) wichtig, vor allem bei den über 60-Jährigen (84 Prozent).



Einfache und schnelle Zubereitung



57% der Frauen ist es wichtig, dass das Essen einfach und schnell zuzubereiten ist.



Bei den Männern sind es nur 47%.

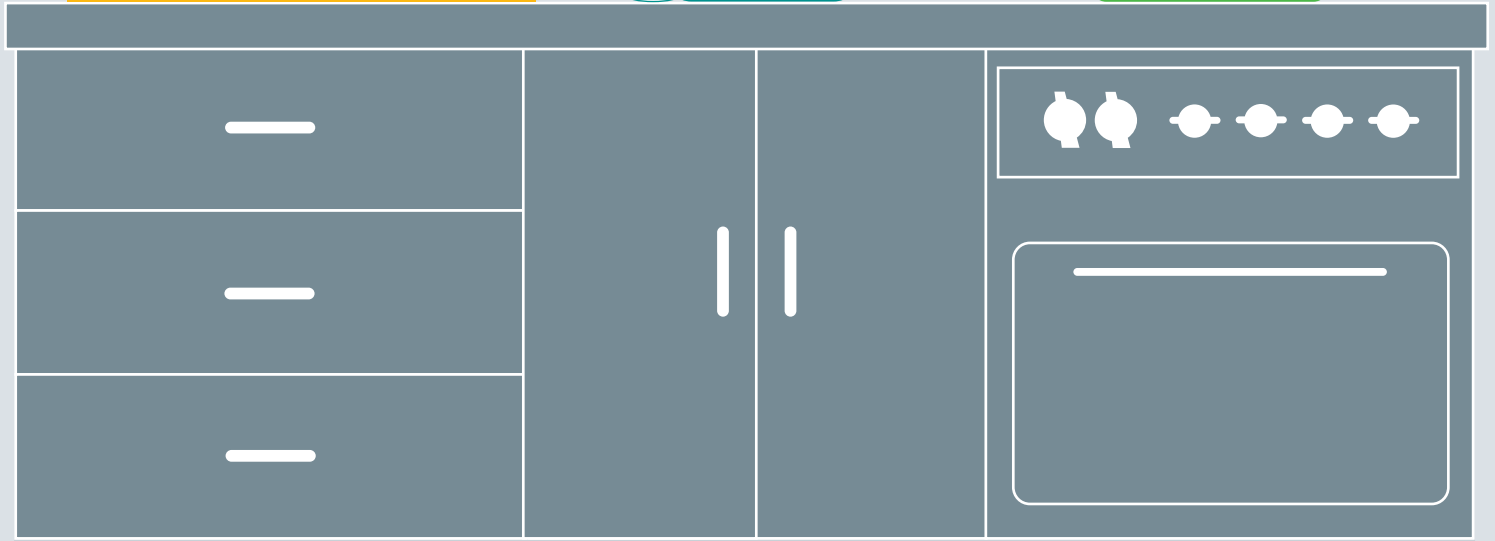
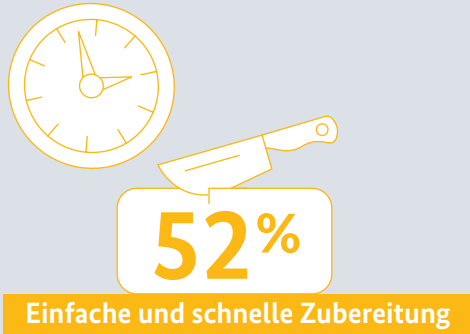
1

Lecker, gesund und schnell

Beim Essen wissen die Deutschen genau, was sie wollen: Gut schmecken soll es (98 Prozent) – und gesund sein (90 Prozent). Das sagen fast alle, ob Frau oder Mann, Stadt oder Land. Dabei gilt: Je älter die Befragten, desto wichtiger wird der Aspekt der Gesundheit. 80 Prozent der 14- bis 29-Jährigen finden eine gesunde Ernährung wichtig, bei den über 60-Jährigen sind es 96 Prozent. Zeit spielt dabei eine Rolle: 52 Prozent der Befragten ist es (sehr) wichtig, dass sich das Essen einfach und schnell zubereiten lässt. Vor allem Alleinlebende (63 Prozent) und Frauen (57 Prozent) mögen es unkompliziert.

32 Prozent ist es wichtig, dass das Essen preiswert ist. Jüngere sind dabei preisbewusster als Ältere: Achtet bei den 14- bis 29-Jährigen knapp jeder Zweite auf den Preis (48 Prozent), sehen bei den 45- bis 59-Jährigen nur knapp ein Viertel (24 Prozent) und 29 Prozent der über 60-Jährigen den Preis als wichtig an. Etwa ein Drittel der Befragten (33 Prozent) ist es wichtig, dass das Essen kalorienarm ist.

WORAUF
KOMMT'S
BEIM
ESSEN AN?

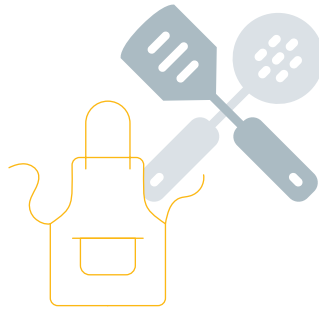


UND CORONA?

30% der Befragten kochen in der Corona-Krise häufiger als zuvor selbst zubereitete Speisen.

28% nehmen häufiger als zuvor gemeinsam Mahlzeiten ein.

21% kochen häufiger als zuvor gemeinsam.



73% der Deutschen kochen gerne – und zwar quer durch alle Altersgruppen und unabhängig von Haushaltsgröße und Geschlecht.

2

Kochen – aber gern!

Die Deutschen schauen nicht nur gern zu – zum Beispiel bei Kochsendungen im Fernsehen, sondern haben Spaß daran, es selbst zu tun: 73 Prozent der Deutschen kochen gern – quer durch alle Altersgruppen.

39 Prozent kochen so gut wie jeden Tag, weitere 40 Prozent zwei- bis dreimal pro Woche. Frauen schwingen häufiger den Kochlöffel als Männer: 88 Prozent kochen täglich oder mehrmals in der Woche, bei den Männern stehen 69 Prozent genauso häufig am Herd. Liebe geht durch

den Magen: Überdurchschnittlich häufig kochen auch Menschen in einer Partnerschaft (83 Prozent). Unter den Singles kochen demgegenüber 73 Prozent mehrmals in der Woche. Nur 9 Prozent stehen nie in der Küche.

Die Corona-Krise wirkt sich auch auf das Koch- und Essverhalten der Deutschen aus: Knapp jeder Dritte (30 Prozent) der Befragten kocht häufiger als vor der Krise selbst zubereitete Mahlzeiten, 28 Prozent essen häufiger als zuvor gemeinsam.

WIE OFT KOCHEN DIE DEUTSCHEN?



nie

9%

4%

seltener

40%

zwei- bis dreimal
pro Woche

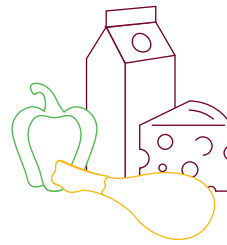
8%

einmal
pro Woche

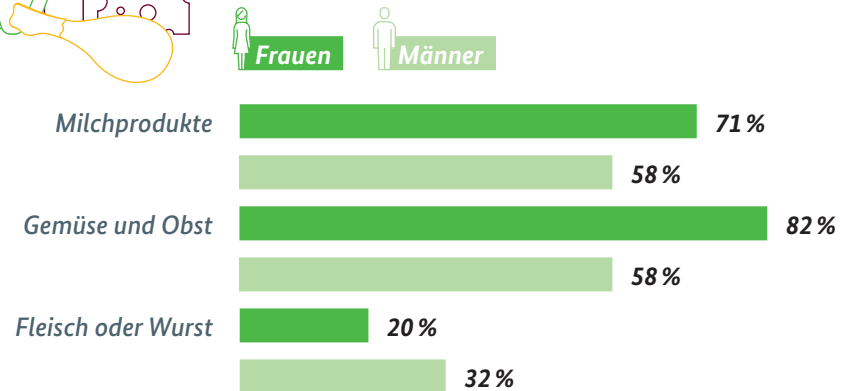
39%

so gut wie
jeden Tag

3



Wo unterscheidet sich der tägliche Speiseplan von Frauen und Männern?



Bunte Vielfalt auf den Tellern

Langweilig wird es den Deutschen beim Essen nicht, denn sie ernähren sich vielseitig. Gemüse und Obst sind die Spitzenreiter: 70 Prozent der Befragten essen es täglich. Bei 64 Prozent der Befragten stehen täglich Milchprodukte wie Joghurt oder Käse auf dem Speiseplan.

Der Fleischkonsum nimmt hingegen weiter leicht ab: 26 Prozent der Befragten essen täglich Fleisch und Wurst, 2015 war dies bei 34 Prozent der Fall. Ein Grund: Insbesondere immer mehr Männer verzichten auf ihre tägliche Portion Fleisch. Bei ihnen sank der Anteil von 39 Prozent

im Jahr 2019 auf nun 32 Prozent, Frauen essen deutlich häufiger als Männer jeden Tag Gemüse und Obst (82 vs. 58 Prozent) sowie Milchprodukte (71 vs. 58 Prozent).

Pflanzliche Alternativen zu Milch, Joghurt oder Käse und auch Alternativen zu Fleisch werden von 5 Prozent der Befragten täglich gegessen.

Gemüse und Obst stehen bei den Befragten vor allem auf dem Speiseplan, weil es gesund ist (94 Prozent) und schmeckt (98 Prozent).

WAS WIRD TÄGLICH GEGESSEN?

70%



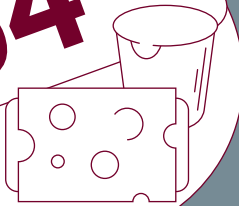
Gemüse und Obst

1%



Fisch und Meerestiere

64%



Milchprodukte

26%



Fleisch und Wurst

5%



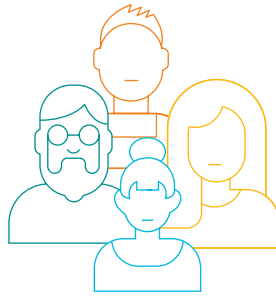
Vegetarische/Vegane Alternativen

24%



Süßes, herzhafte Knabberien

4



Wie viele Menschen verzichten gelegentlich bewusst auf Fleisch oder essen gar kein Fleisch?

5%

Vegetarier

1%

Veganer

55%

Flexitarier

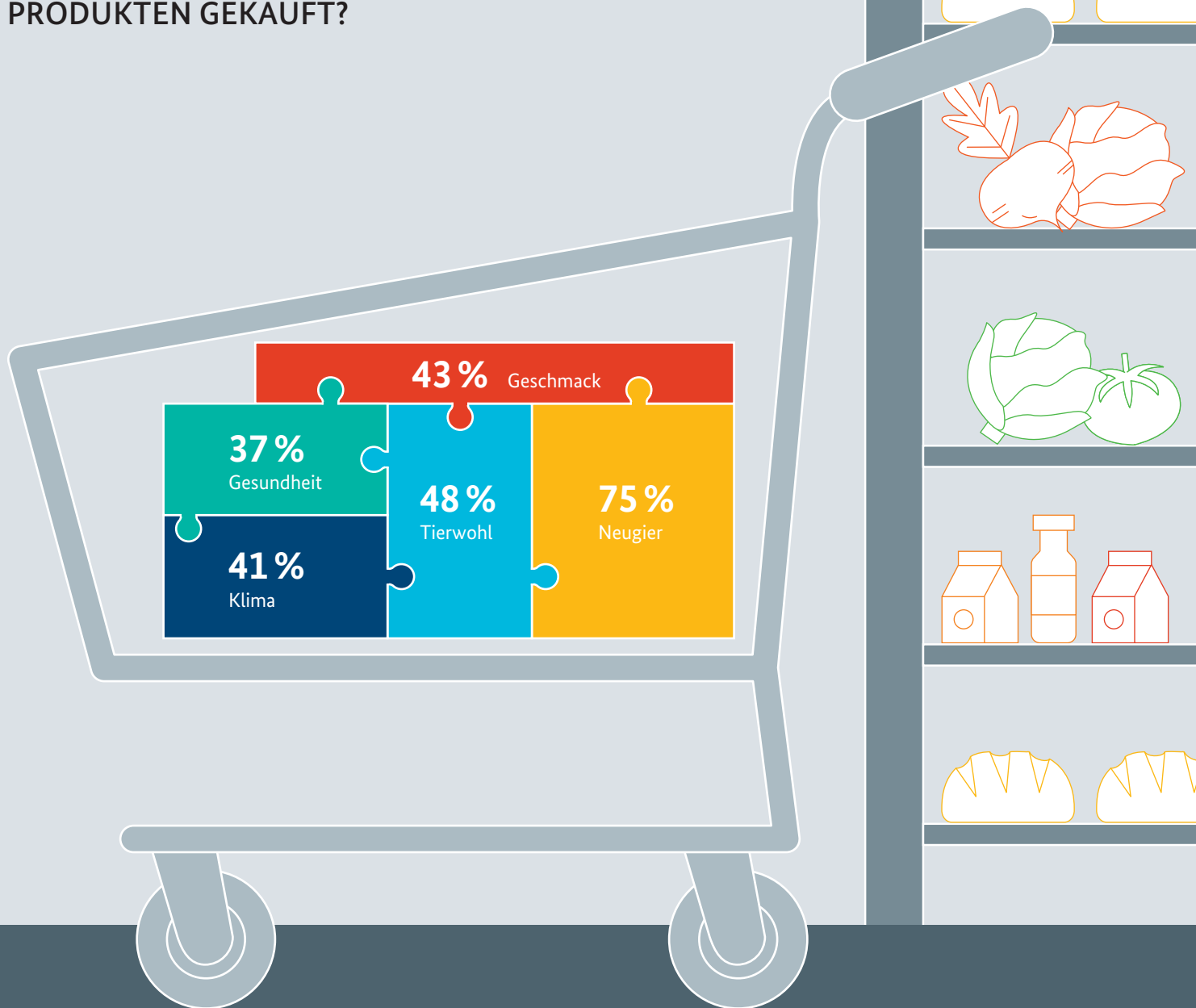
Das Ernährungsverhalten ändert sich

Es muss nicht immer Fleisch sein – so denken mehr Menschen. Pflanzliche Frikadellen und Co. landen immer häufiger im Einkaufswagen der Deutschen: Knapp die Hälfte der Befragten (49 Prozent) hat schon einmal oder öfter vegetarische oder vegane Alternativen zu tierischen Produkten gekauft. Jüngere sind dabei aufgeschlossener: 61 Prozent der 14- bis 29-Jährigen und 64 Prozent der 30- bis 44-Jährigen haben schon einmal oder öfter beim Einkaufen nach diesen Produkten gegriffen. Auch in Haushalten mit Kindern ist ihr Anteil mit 58 Prozent höher als beim Durchschnitt der Befragten.

Die Gründe sind dabei vielfältig: Drei Viertel der Menschen (75 Prozent), die diese Alternativen kaufen, sind vor allem neugierig. 48 Prozent tun dies aus Tierschutzgründen, 43 Prozent, weil es ihnen schmeckt, und 41 Prozent treffen ihre Kaufentscheidung, weil es gut für das Klima ist.

Auch der eigene Fleischkonsum ist für viele Befragte ein Thema: 55 Prozent bezeichnen sich als Flexitarier, also Fleischesser, die gelegentlich bewusst auf Fleisch verzichten. Der Anteil von Vegetariern (5 Prozent) und Veganern (1 Prozent) in Deutschland ist unverändert.

WARUM WERDEN VEGETARISCHE ODER VEGANE ALTERNATIVEN ZU TIERISCHEN PRODUKTEN GEKAUFT?



5

Siegel werden wichtiger

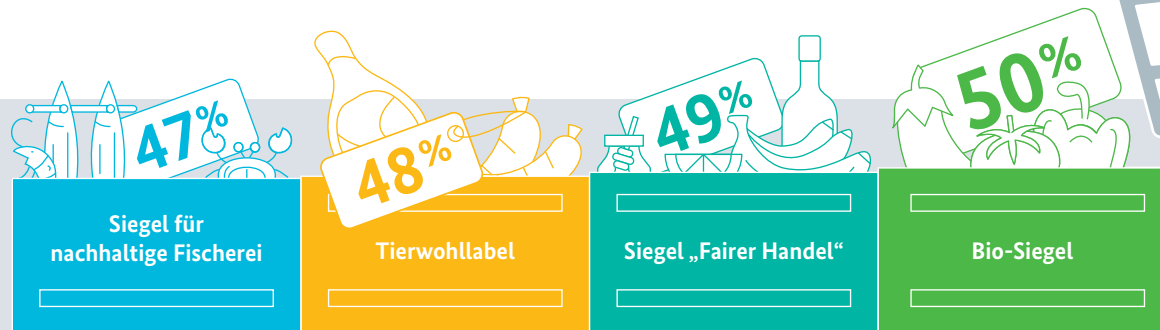
Unsere Lebensmittel sind sicher. Beinahe drei von vier Deutschen (74 Prozent) haben Vertrauen in die Sicherheit von Lebensmitteln.

Auch die Bedingungen, unter denen Produkte hergestellt werden, sind den Menschen wichtig: Die Hälfte der Befragten (50 Prozent) achtet beim Kauf von Lebensmitteln immer oder meistens auf das Bio-Siegel. Die Aufmerksamkeit für Produkte, die aus fairem Handel und tierwohlgerechter Haltung stammen, ist im Vergleich zu den Vorjahren weiter gestiegen: 49 Prozent achten immer oder meistens beim Einkauf auf das Siegel „Fairer Handel“ (2018: 42 Prozent), 48 Prozent auf Label,

die Fleisch aus besonders tiergerechter Haltung kennzeichnen (2018: 42 Prozent). Siegel für Produkte aus nachhaltiger Fischerei sind für 47 Prozent der Befragten von Bedeutung. Für all diese Siegel gilt: Frauen achten beim Einkauf häufiger als Männer darauf, ob Produkte mit diesen Siegeln gekennzeichnet sind. Etwa die Hälfte der Befragten (51 Prozent) kauft (sehr) häufig Produkte mit diesen Siegeln.

Dazu passt auch der Wunsch nach einem staatlichen Tierwohllabel: Wie im Vorjahr ist insgesamt 81 Prozent der Befragten ein solches Label sehr wichtig oder wichtig.

So viele Menschen achten beim Einkauf auf das





WIE SEHR VERTRAUEN WIR, DASS UNSERE LEBENS- MITTEL SICHER SIND?



17 %
voll und ganz



57 %
eher



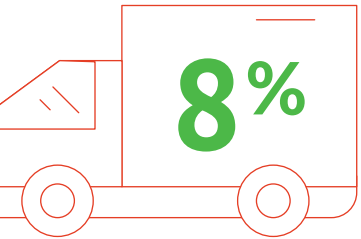
21 %
eher nicht



4 % gar nicht

an 100 Prozent fehlende Angaben = „weiß nicht“

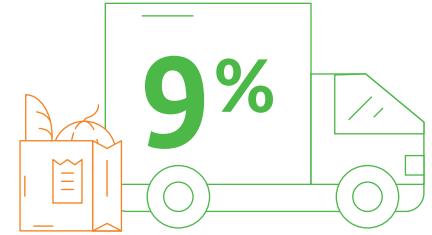
UND CORONA?



8 % der Befragten nutzen Angebote von Lieferdiensten für fertige Mahlzeiten in der Corona-Krise häufiger als zuvor.



6 % der Befragten nutzen Lieferangebote des Einzelhandels in der Corona-Krise häufiger als zuvor.



9 % der Befragten haben sich im Jahr 2019 Lebensmittel nach Hause liefern lassen.

6

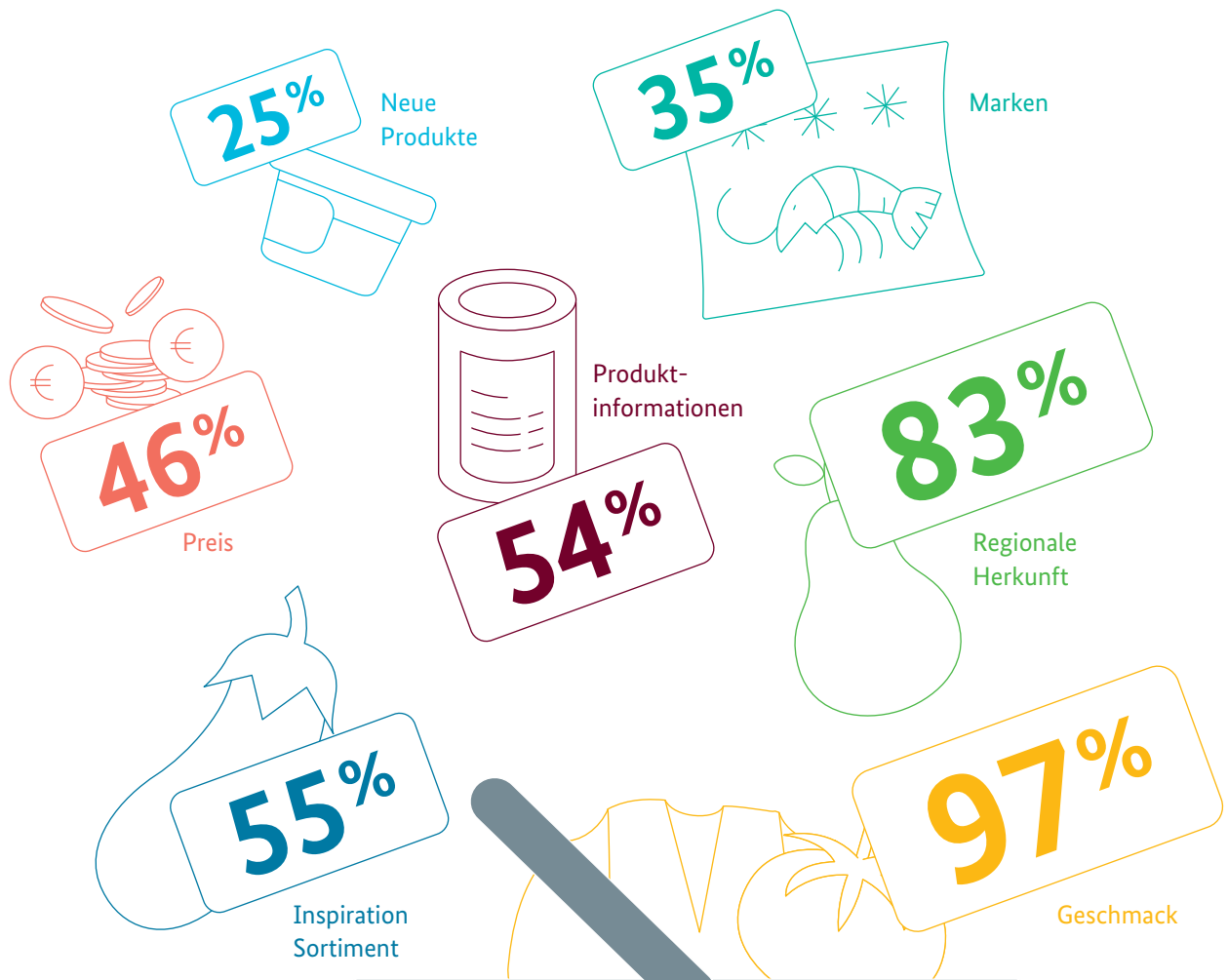
Was beim Einkauf wichtig ist

Eines steht für alle fest: Gekauft wird vor allem, was schmeckt. Das sagen 97 Prozent der Befragten, egal ob Frau oder Mann und unabhängig vom Alter. Doch dies ist nicht das einzige Kriterium, das die Kaufentscheidung beeinflusst: Verbraucherinnen und Verbraucher achten auch auf die Herkunft der Produkte: Vier von fünf Befragten (83 Prozent) legen Wert darauf, dass ein Lebensmittel aus der Region kommt.

55 Prozent lassen sich beim Einkauf vom Sortiment inspirieren, vor allem die 14- bis 29-Jährigen (61 Prozent) und die 30- bis 44-Jährigen (65 Prozent) tun dies über-

durchschnittlich oft. 54 Prozent achten auf Produktinformationen, wobei Frauen (60 Prozent) mehr als Männer (49 Prozent) hierauf achten. 35 Prozent kaufen bestimmte Marken.

9 Prozent der Befragten haben sich vor der Corona-Krise im Jahr 2019 Lebensmittel nach Hause liefern lassen. 6 Prozent der Befragten geben an, sich in der Krise häufiger als zuvor Lebensmittel nach Hause liefern zu lassen, 8 Prozent lassen sich häufiger als zuvor fertige Mahlzeiten liefern.



WELCHE KRITERIEN
SIND BEI DER AUSWAHL
VON LEBENSMITTELN
WICHTIG?

7



11 % der Befragten haben sich schon einmal Gemüse und Obst direkt von Erzeugern aus der Region nach Hause liefern lassen.

In der Corona-Krise nutzen **7 %** häufiger als zuvor die Lieferangebote von Landwirten aus der Region.

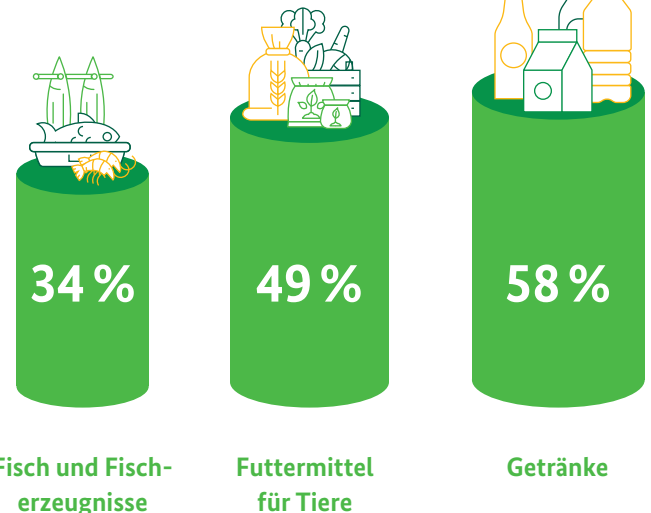
Am liebsten regional

Corona macht deutlich: Die Landwirtschaft und damit die regionale Erzeugung und Vermarktung ist systemrelevant. So sehen viele Menschen die Landwirtschaft in einem anderen Licht. Mehr jede dritte befragte Person (39 Prozent) gibt an, dass die Landwirtschaft für sie in der Corona-Krise an Bedeutung gewonnen hat. Besonders unter den Jugendlichen und jungen Erwachsenen ist die Landwirtschaft wichtiger geworden als vor der Krise (47 Prozent).

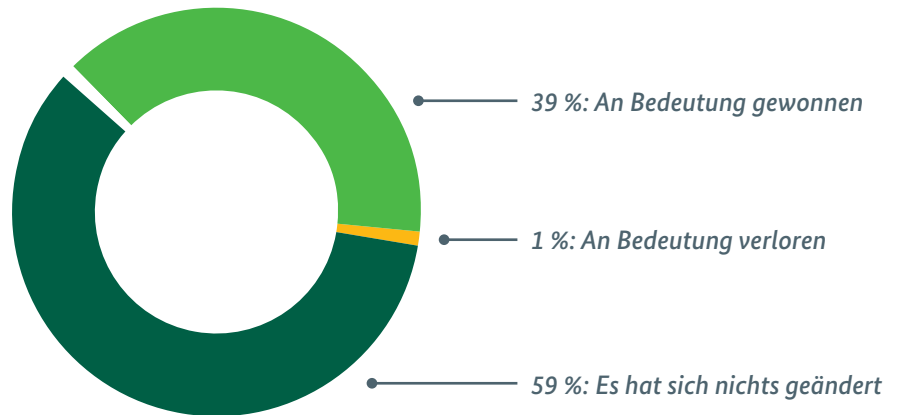
Immer mehr Verbraucherinnen und Verbraucher wollen verstärkt auf saisonale Produkte mit kurzen Transportwegen zurückgreifen. Gleichzeitig legen sie Wert darauf, beim Lebensmitteleinkauf die Landwirtschaft in ihrer Region zu unterstützen. 83 Prozent der Befragten ist es (sehr) wichtig, dass ein Lebensmittel aus der Region kommt. Damit ist der Anteil seit 2016 (73 Prozent) und 2017 (78 Prozent) weiter gestiegen.

Wie wichtig die regionale Herkunft ist, hängt auch stark vom Produkt ab. Hier liegen frische Erzeugnisse vorn – allen voran Milch, Milcherzeugnisse und Eier, Brot und Backwaren sowie frisches Gemüse und Obst. Fleisch und Wurstwaren belegen den vierten Platz.

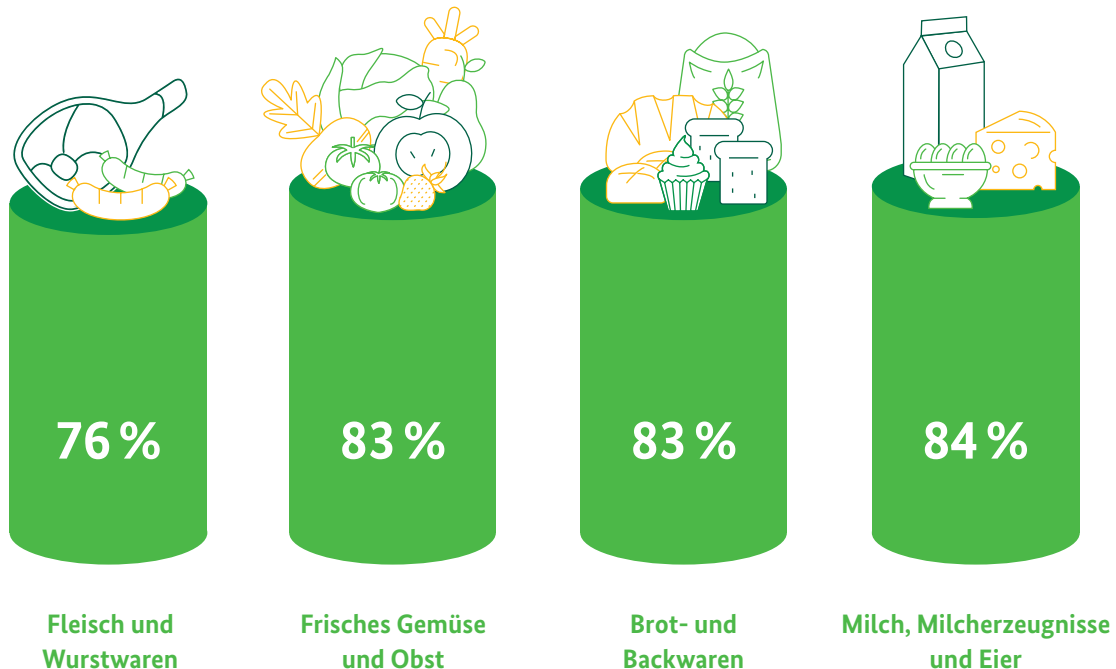
WIE VIELEN VERBRAUCHERINNEN UND VERBRAUCHERN IST DIE REGIONALE HERKUNFT BEI PRODUKTEN SEHR WICHTIG ODER WICHTIG?



WELCHE BEDEUTUNG HAT DIE LANDWIRTSCHAFT IN DER CORONA-KRISE?



an 100 Prozent fehlende Angaben = „weiß nicht“





Welche freiwilligen Angaben auf Lebensmittelverpackungen sind den Befragten sehr wichtig oder wichtig?



8

Was auf die Verpackung soll

Verbraucherinnen und Verbraucher möchten wissen, was in einem Lebensmittel steckt, woher es kommt und unter welchen Bedingungen es produziert wurde.

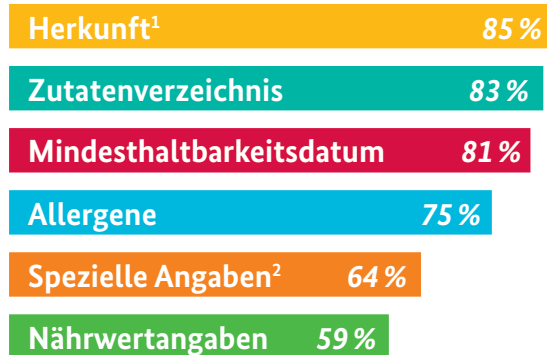
Bei den gesetzlich vorgeschriebenen Angaben sind den Befragten insbesondere Auskünfte zur Herkunft (85 Prozent), zu den Zutaten (83 Prozent) und zum Mindesthaltbarkeitsdatum (81 Prozent) (sehr) wichtig. Hinweise auf Stoffe, die Allergien oder Unverträglichkeiten auslösen können, sind für 75 Prozent der Befragten relevant.

Aber auch das Interesse an Angaben, die freiwillig auf den Verpackungen zu finden sind, ist hoch: Vor allem

Informationen zu den Haltungsbedingungen von Tieren (84 Prozent) und fairen Produktionsbedingungen (83 Prozent) sind von großer Bedeutung, außerdem, ob ein Produkt frei von Gentechnik ist (78 Prozent) und umweltverträglich hergestellt wurde (76 Prozent). Das Interesse daran, ob ein Produkt vegan oder vegetarisch ist, ist im Vergleich zum Vorjahr auf 41 Prozent gestiegen (2018: 35 Prozent).

Für Frauen sind viele dieser Angaben besonders relevant: 91 Prozent wünschen sich Angaben zu artgerechter Tierhaltung und 89 Prozent Angaben zu fairen Produktionsbedingungen.

WELCHE GESETZLICH VORGESCHRIEBENEN ANGABEN AUF LEBENSMITTELVERPACKUNGEN SIND DEN BEFRAGTEN SEHR WICHTIG ODER WICHTIG?



¹ Herkunft, soweit gesetzlich vorgeschrieben.

² Spezielle Angaben, z. B. Verweis auf erhöhten Koffeingehalt.

57%

haben sich vor der Corona-Krise schon einmal gezielt Lebensmittel auf Vorrat eingekauft.



17%

Die Bevorratung von Lebensmitteln hat in der Corona-Situation für 17 % an Bedeutung gewonnen.



9

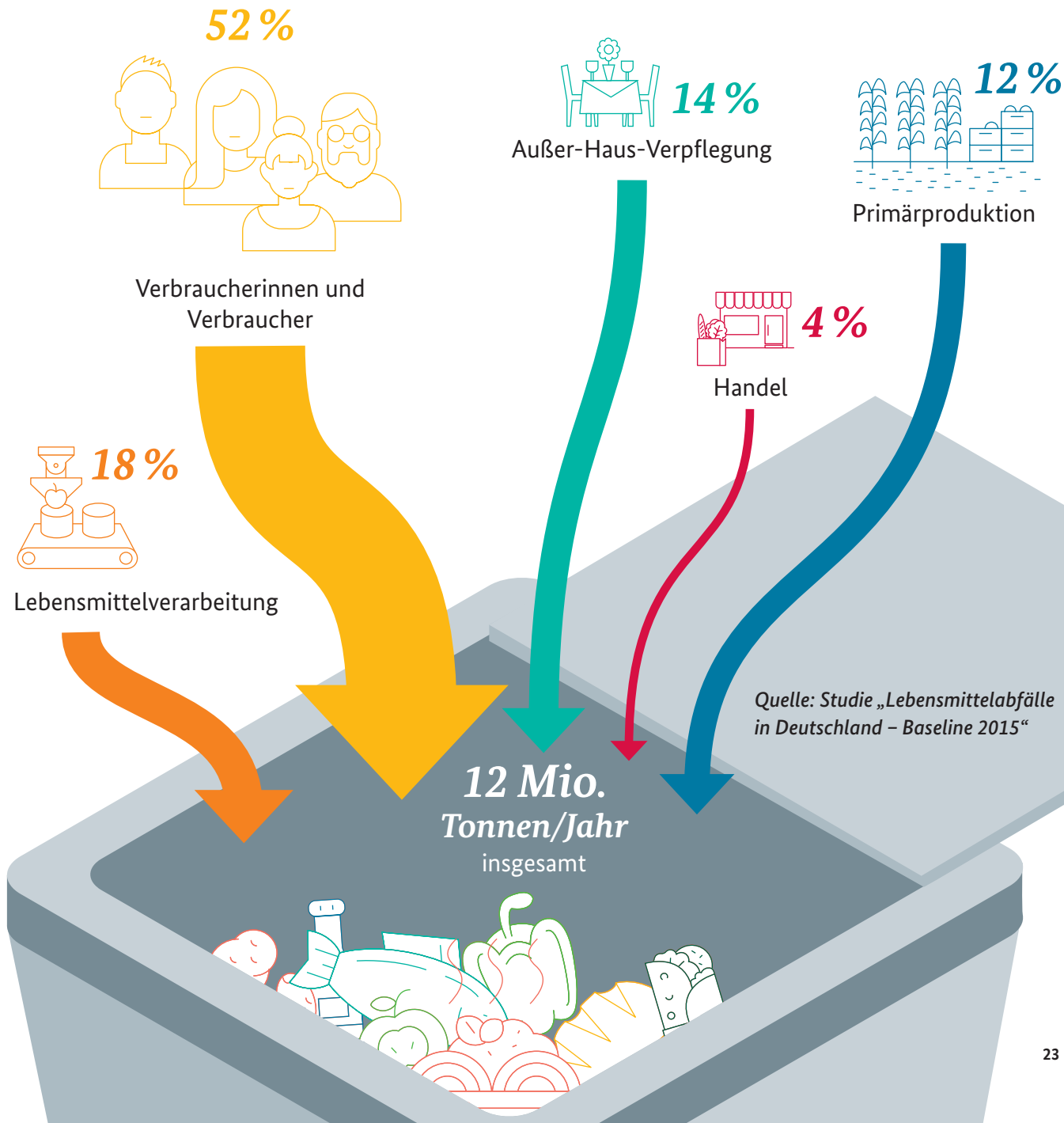
Unsere Lebensmittel – Zu gut für die Tonne!

Lebensmittelabfälle entstehen überall – in der Landwirtschaft, in der Lebensmittelverarbeitung, im Handel und in der Außer-Haus-Verpflegung. Und nicht zuletzt in jedem Haushalt. Etwa zwölf Millionen Tonnen Lebensmittel landen jedes Jahr in Deutschland im Müll. Zu diesem Ergebnis kommt eine Studie des Thünen-Instituts und der Universität Stuttgart zum Lebensmittelabfallaufkommen im Jahr 2015. Durchschnittlich werfen private Haushalte pro Kopf und Jahr rund 75 Kilogramm Lebensmittel weg.

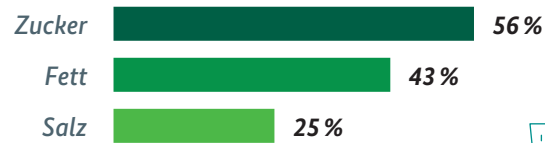
Das Mindesthaltbarkeitsdatum spielt als Wegwerfgrund in privaten Haushalten eine geringe Rolle. Nur 4 Prozent der Befragten werfen Lebensmittel nach Ablauf des Mindesthaltbarkeitsdatums ungeprüft weg. 91 Prozent und damit ein noch höherer Anteil als 2016 (damals 76 Prozent) prüfen erst, ob diese noch genießbar sind.

Denn das Mindesthaltbarkeitsdatum ist kein Wegwerfdatum, sondern ein Qualitätsdatum.

WER WIRFT WIE VIEL WEG?



Worauf achten die Befragten beim Kauf von verarbeiteten Lebensmitteln?



10

Es darf auch weniger Zucker sein

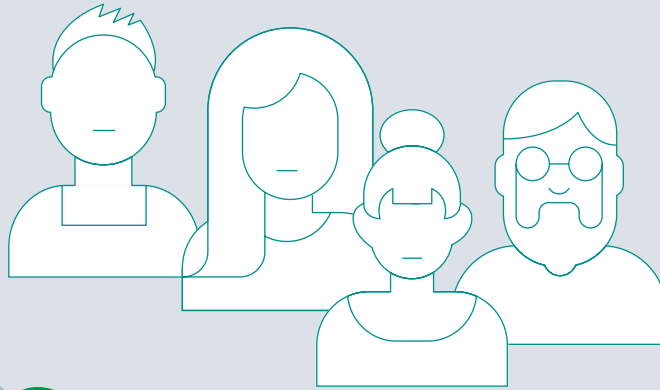
Weniger ist mehr – 86 Prozent der Befragten befürworten es, dass Fertigprodukten weniger Zucker zugesetzt wird, auch wenn die Produkte dann nicht mehr so süß schmecken. Die Zustimmung bei den Frauen liegt etwas höher: Sie sprechen sich zu 91 Prozent für weniger Zucker in Fertigprodukten aus, bei den Männern sind es 80 Prozent.

Den fehlenden Zucker in Fertigprodukten durch künstliche Süßstoffe auszugleichen, ist für die meisten Verbraucherinnen und Verbraucher dagegen keine Option. Nur 6 Prozent fänden dies gut (Männer: 8 Prozent, Frauen: 4 Prozent). 7 Prozent der Befragten wünschen sich keine Veränderung, vor allem die Jüngeren zwischen 14 und 29 Jahren sowie

Männer sind der Meinung, dass die Menge an zugesetztem Zucker unverändert bleiben soll (jeweils 11 Prozent).

Wie viel Zucker, Fett und Salz in einem verarbeiteten Lebensmittel oder Fertigprodukt enthalten ist, spielt auch beim Einkauf eine Rolle: 56 Prozent der Befragten achten immer oder meistens darauf, wie viel Zucker das Produkt enthält, beim Fett tun dies 43 Prozent. Auf den Salzgehalt achtet ein Viertel der Befragten (25 Prozent). Mehr als die Hälfte der Befragten (56 Prozent) haben schon einmal bewusst Fertigprodukte gekauft, bei denen der Gehalt an Zucker reduziert war. 48 Prozent kauften bewusst fettreduzierte Produkte, 17 Prozent salzreduzierte Produkte.

DARF ES ETWAS WENIGER SÜSS SEIN?



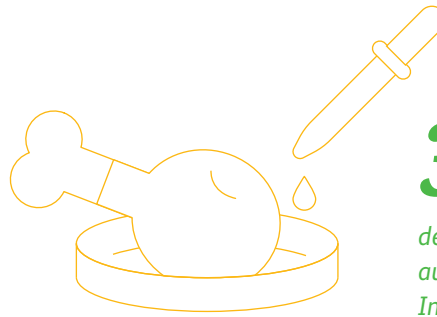
86%

befürworten es, wenn Fertiglernsmitteln weniger Zucker zugesetzt wird, auch wenn das Produkt dann etwas weniger süß schmeckt.

6%

fänden es gut, wenn in Fertiglernsmitteln der reduzierte Zucker durch künstliche Süßstoffe ausgeglichen wird.





33 %

*der 14- bis 29-Jährigen sind
aufgeschlossen gegenüber
In-vitro-Fleisch.*

11

Und was gibt's morgen?

Die Weltbevölkerung wächst. Ausreichend Lebensmittel zu produzieren, wird zur globalen Herausforderung. Wie werden wir in Zukunft alle satt?

Die Mehrheit der Befragten meint: Die weltweite Ernährung kann vor allem durch eine Reduzierung von Lebensmittelabfällen (86 Prozent), einen verstärkten Konsum regionaler Produkte (82 Prozent) und weniger Fleisch (79 Prozent) gesichert werden. Frauen halten einen verstärkten Verbrauch regionaler Lebensmittel noch mehr als Männer für geeignet (87 vs. 77 Prozent).

59 Prozent der Befragten halten die Förderung der Landwirtschaft in städtischen Ballungsräumen für die

richtige Strategie. Die Hälfte der Befragten (52 Prozent) setzt auf eine höhere Produktivität der Landwirtschaft.

Aber auch die Aufgeschlossenheit für neue Lösungen steigt: 51 Prozent sehen in dem verstärkten Konsum von Fleischersatzprodukten und 41 Prozent in Lebensmitteln aus Insekten einen geeigneten Weg für den Speiseplan von morgen. Vor allem junge Menschen zwischen 14 und 29 Jahren sind mit 50 Prozent besonders offen für Insektenburger statt Steak.

WAS IST DIE RICHTIGE LÖSUNG, UM EINE WACHSENDE WELTBEVÖLKERUNG ZU ERNÄHREN?

86% Reduktion von
Lebensmittelabfällen

82% Mehr regionale
Produkte

79% Weniger Fleisch

52% Mehr Produktivität der Landwirtschaft

51% Konsum von Fleisch-
ersatzprodukten

41% Lebensmittel
aus Insekten

20% In-vitro-Fleisch

100%

90%

80%

70%

60%

50%

40%

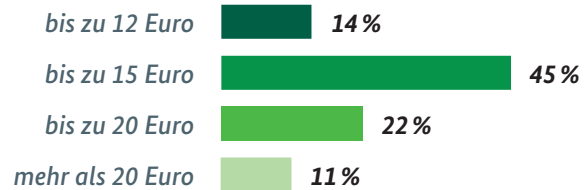
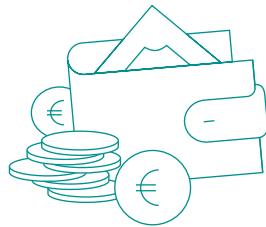
30%

20%

10%



Tierwohl: Welchen Preis wären Sie bereit zu zahlen für ein Kilo Fleisch, das besonders tierfreundlich produziert wurde?



12

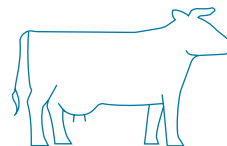
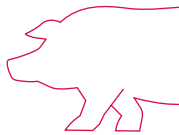
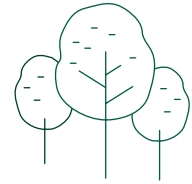
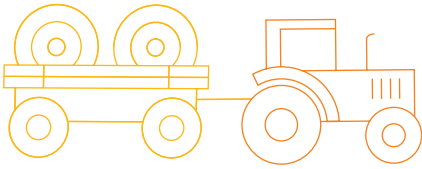
Wünsche an die Landwirtschaft

Die Menschen haben hohe Erwartungen an die Landwirtschaft. Sie wissen aber auch, dass eine nachhaltigere Landwirtschaft und Tierwohl mehr kosten, und würden mehr für Fleisch aus artgerechter Tierhaltung zahlen.

Besonderen Wert legen die Befragten auf artgerechte Tierhaltung (66 Prozent), vor allem Frauen (74 Prozent) sowie den 30- bis 44-jährigen (68 Prozent) und den Menschen ab 60 (72 Prozent) ist dies überdurchschnittlich wichtig. Faire Löhne finden 64 Prozent sehr wichtig, über alle Altersgruppen hinweg. Die Qualität der Produkte ist für 63 Prozent von großer Bedeutung. Insgesamt sind die Ansprüche der Frauen dabei etwas höher als jene der Männer.

Auch in diesem Jahr zeigt sich, dass die Befragten grundsätzlich bereit wären, für mehr Tierwohl mehr zu bezahlen – und das bundesweit und unabhängig von Alter und Geschlecht. 14 Prozent gaben an, für ein Kilogramm Fleisch von Tieren, die besser gehalten werden, als es das Gesetz vorschreibt, einen Preis von bis zu 12 Euro zu bezahlen, 45 Prozent würden dafür bis zu 15 Euro bezahlen. 22 Prozent würden Kosten von bis zu 20 Euro zahlen und 11 Prozent wäre dies sogar einen Preis von mehr als 20 Euro wert.

ERWARTUNGEN AN DIE LANDWIRTSCHAFT: WAS IST DEN MENSCHEN WICHTIG?



64 %
Faire Löhne

63 %
Qualität

66 %
Artgerechte
Tierhaltung

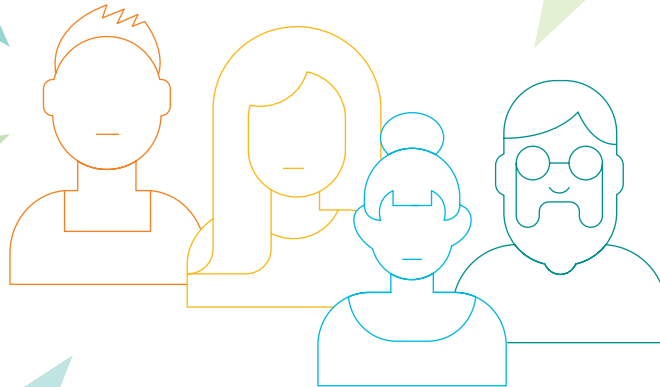
52 %
Umweltschonende
Methoden

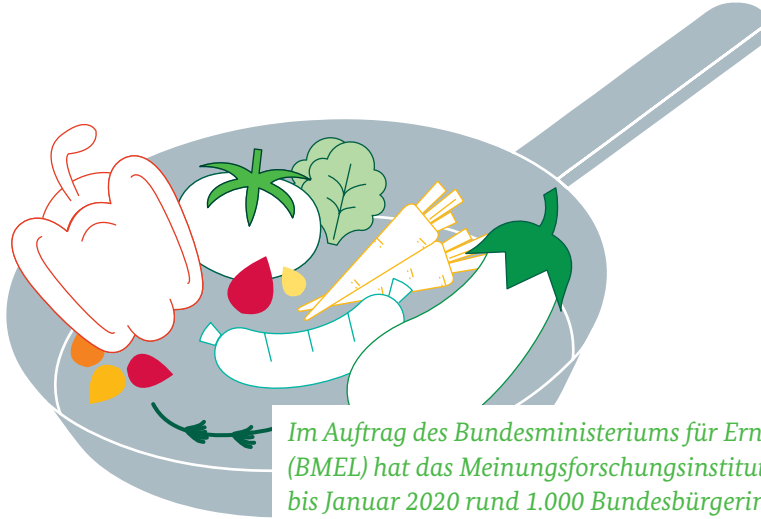
44 %
Vermarktung der
Produkte in
seiner Region

51 %
Pflege ländlicher
Räume

48 %
Verringerung
gesundheitsbe-
lastender Emissionen

46 %
Transparenz des
Betriebs





Im Auftrag des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) hat das Meinungsforschungsinstitut forsa von Dezember 2019 bis Januar 2020 rund 1.000 Bundesbürgerinnen und Bundesbürger ab 14 Jahren telefonisch zu ihren Ess- und Einkaufsgewohnheiten befragt – bereits zum fünften Mal seit 2015. Inhaltlich knüpfte die Untersuchung in Teilen an die Befragungen aus den Jahren 2015 bis 2018 an, sodass für einige der Fragen Zeitvergleiche möglich sind.

Aufgrund der aktuellen Situation hat forsa im April 2020 zusätzlich rund 1.000 Bundesbürgerinnen und Bundesbürger in einer repräsentativen Umfrage gefragt, welchen Einfluss die Corona-Krise auf ihr Einkaufs-, Koch- und Essverhalten hat.

Die wichtigsten Ergebnisse aus beiden Befragungen sind in dem vorliegenden Report zusammengefasst. Die Ergebnisse der forsa-Befragungen stehen auf der Internetseite des BMEL zur Verfügung.

Zusätzlich wurden auf den Seiten 22 und 23 Zahlen der Studie „Lebensmittelabfälle in Deutschland – Baseline 2015. Thünen Report 71“ des Thünen-Instituts und der Universität Stuttgart genutzt.

HERAUSGEBER

Bundesministerium für Ernährung
und Landwirtschaft (BMEL)
Referat Öffentlichkeitsarbeit (MK2)
Wilhelmstraße 54
10117 Berlin

STAND

Mai 2020

TEXT UND GESTALTUNG

neues handeln AG, Berlin

BILDNACHWEIS

Seite 2: Bundesregierung/Steffen Kugler
Illustrationen: iconim, andromina, RedKoal,
Rvector, Polar_lights, Atstock Productions,
VoodooDot, Farah Sadikhova, Mix3r, Rvector,
Boyko.Pictures, Elvetica, simple icon, Colorlife,
dastagir, monbibibi, justone/Shutterstock.com

DRUCK

MKL Druck GmbH & Co. KG,
Ostbevern

BESTELLINFORMATIONEN

Die Publikation steht auf der
Internetseite des BMEL
zum Herunterladen bereit:
www.bmel.de/publikationen

**Diese Publikation wird vom BMEL unentgeltlich
abgegeben. Sie darf nicht im Rahmen
von Wahlwerbung politischer Parteien oder
Gruppen eingesetzt werden.**

Weitere Informationen unter

www.bmel.de

 @bmel

 Lebensministerium

