

## So will Deutschland essen

Ergebnisse einer repräsentativen  
Bevölkerungsbefragung

23. November 2018  
q8440/36995 De

forsa Politik- und Sozialforschung GmbH  
Büro Berlin  
Schreiberhauer Straße 30  
10317 Berlin  
Telefon: (0 30) 6 28 82-0

## Inhaltsverzeichnis

Vorbemerkung	3
1. Vorlieben beim Essen	4
2. Häufigkeit des Kochens und des Verzehr von Lebensmitteln	8
3. Gewohnheiten bei der Ernährung	14
4. Sicherstellung einer gesunden Ernährung	16
5. Informationen zu Lebensmitteln und Gütesiegeln	23
6. Zahlungsbereitschaft für Lebensmittel aus artgerechter Haltung	29
7. Bedeutung von Angaben zu Lebensmittelverpackungen	30
8. Einkaufsmöglichkeiten von Lebensmitteln	35
9. Erwartungen an die landwirtschaftliche Produktion in Deutschland	40
10. Meinungen zur Vermittlung gesunder Ernährung in der Schule	42
11. Essgewohnheiten von und Angebote für Rentner	43
11.1 Veränderung der Essgewohnheiten von Rentnern	43
11.2 „Essen auf Rädern“	44
11.3 Mittagstischangebote für Senioren	45

## Vorbemerkung

Im Auftrag des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) hat forsa Politik- und Sozialforschung GmbH eine repräsentative Befragung von 1.001 Bundesbürgern im Alter ab 14 Jahren durchgeführt.

Gegenstand der Untersuchung waren unter anderem bestimmte Vorlieben beim Essen, Einstellungen zum Kochen, die Häufigkeit des Verzehrs bestimmter Lebensmittel, Einstellungen zu Gütesiegeln für Lebensmittel, die Bedeutung von Angaben auf Lebensmittelverpackungen, Angebot und Erreichbarkeit von Einkaufsmöglichkeiten für Lebensmittel, Einschätzungen zu Maßnahmen für eine gesündere Ernährung sowie die Bekanntheit von Essenangeboten für Hilfsbedürftige und Senioren in Deutschland.

Die Erhebung wurde vom 29. Oktober bis 16. November 2018 mit Hilfe computergestützter Telefoninterviews (CATI) durchgeführt. Die Ergebnisse können mit den bei allen Stichprobenerhebungen üblichen Fehlertoleranzen (im vorliegenden Falle von +/- 3 Prozentpunkten) auf die Bevölkerung ab 14 Jahren in Deutschland übertragen werden.

Die Untersuchung knüpfte inhaltlich in Teilen an die Befragungen aus den Jahren 2015, 2016 und 2017 an, sodass für einige der Fragen Zeitvergleiche möglich sind.

Die Untersuchungsbefunde werden im nachfolgenden Ergebnisbericht vorgestellt.

## 1. Vorlieben beim Essen

Die Befragten wurden zunächst gebeten, anzugeben, wie wichtig ihnen verschiedene Aspekte beim Essen sind.

Fast allen Befragten (99 %) ist beim Essen (sehr) wichtig, dass das Essen gut schmeckt. Darüber hinaus ist es der überwiegenden Mehrheit (91 %) wichtig oder sehr wichtig, dass das Essen gesund ist.

Für rund die Hälfte der Befragten (48 %) ist es (sehr) wichtig, dass das Essen einfach und schnell zuzubereiten ist.

Vergleichsweise seltener geben die Befragten an, dass es ihnen (sehr) wichtig ist, dass das Essen kalorienarm (36 %) oder preiswert (32 %) ist.

Frauen ist es deutlich häufiger als Männern wichtig oder sehr wichtig, dass das Essen einfach und schnell zuzubereiten sowie kalorienarm ist.

Eine einfache und schnelle Zubereitung ist vor allem den 30- bis 44-Jährigen und Alleinlebenden (sehr) wichtig. Ein kalorienarmes Essen ist insbesondere den älteren, über 60-jährigen Befragten (sehr) wichtig.

Im Vergleich zu den Befragungen aus den Vorjahren ist der Anteil derer, denen der Preis (sehr) wichtig ist, nochmals etwas gesunken.

▪ Was ist einem beim Essen wichtig?

Beim Essen ist es ihnen (sehr) wichtig, dass es ...

	gut schmeckt	gesund ist	einfach und schnell zu- zubereiten ist	kalori- enarm ist	preis- wert ist
	%	%	%	%	%
insgesamt: 2015	99	91	45	44	40
2016	99	89	55	41	39
2017	99	92	49	36	36
2018	99	91	48	36	32
Ost	100	88	53	45	38
West	99	91	47	32	34
Männer	99	88	41	32	34
Frauen	99	94	55	41	31
14- bis 29-Jährige	98	87	50	21	40
30- bis 44-Jährige	99	92	58	26	28
45- bis 59-Jährige	100	90	47	41	27
60 Jahre und älter	98	93	41	49	35
Hauptschule	98	90	53	47	46
mittlerer Abschluss	100	91	50	43	33
Abitur, Studium	99	92	47	33	27
Ortsgröße (Einwohner):					
- unter 5.000	99	90	51	30	35
- 5.000 bis 20.000	98	92	47	35	33
- 20.000 bis 100.000	99	89	48	43	30
- 100.000 bis 500.000	100	94	46	39	34
- über 500.000	98	89	49	31	31
Zusammenleben mit Partner:					
- ja	99	93	44	36	27
- nein	98	89	53	36	39
Haushaltsgröße:					
- 1 Person	98	88	55	39	39
- 2 Personen	99	92	45	40	29
- 3 Personen	99	91	44	39	29
- 4 Personen und mehr	99	92	49	24	34
Kinder im Haushalt:					
- ja	99	91	47	29	32
- nein	99	91	48	39	32

Die Befragten wurden offen und ohne jedwede Antwortvorgabe gebeten anzugeben, welches ihr persönliches Lieblingsgericht ist.

Jeder Dritte (33 %) nennt in diesem Zusammenhang Fleischgerichte, wie z.B. Braten (5 %), Rouladen (5 %), Steak (4 %), Schnitzel (3 %) oder Gulasch (3 %).

17 Prozent nennen Nudelgerichte als ihr Lieblingsgericht. 5 Prozent essen am liebsten Spaghetti Bolognese, 3 Prozent Lasagne und 1 Prozent Spätzlegerichte.

Jeder Zehnte (10 %) isst am liebsten Gemüsegerichte, z.B. Salate (2 %), Grünkohlgerichte (1 %) oder gefüllte Paprikaschoten (1 %).

Jeweils 6 Prozent essen am liebsten Fischgerichte sowie Eintöpfe bzw. Suppen, 5 Prozent Pizza.

15 Prozent können spontan kein Lieblingsgericht nennen.

▪ Das persönliche Lieblingsgericht

	insgesamt *) <u>%</u>
<b>Fleischgerichte insgesamt:</b>	<b>33</b>
Braten	5
Rouladen	5
Steak	4
Schnitzel	3
Gulasch	3
Hähnchen/Hühnchen	2
Entengerichte	2
sonstige Fleischgerichte	9
<b>Nudelgerichte insgesamt:</b>	<b>17</b>
Spaghetti Bolognese	5
Lasagne	3
Spätzlegerichte	1
sonstige Nudelgerichte	8
<b>Gemüsegerichte insgesamt:</b>	<b>10</b>
Salate	2
Grünkohlgerichte	1
gefüllte Paprikaschoten	1
sonstige Gemüsegerichte	6
Fischgerichte	6
Eintopf/Suppen	6
Pizza	5
Kartoffelgerichte	3
Auflauf	2
Eierkuchen/Pfannkuchen	1
Reisgerichte	1
internationale Spezialitäten (allgemein)	1
kein Lieblingsgericht/weiß nicht	15

\*) offene Abfrage; Mehrfachnennungen möglich

## 2. Häufigkeit des Kochens und des Verzehr von Lebensmitteln

40 Prozent der Befragten geben an, dass sie in einer gewöhnlichen Woche so gut wie jeden Tag eigene Gerichte mit frischen Zutaten kochen.

37 Prozent kochen etwa zwei- bis dreimal, 8 Prozent etwa einmal pro Woche eigene Gerichte.

5 Prozent kochen seltener als einmal pro Woche. Dass sie in einer gewöhnlichen Woche normalerweise gar nicht kochen, gibt jeder zehnte Befragte an.

Frauen, über 60-Jährige sowie Befragte, die in Mehrpersonenhaushalten leben, geben deutlich häufiger als Männer, jüngere Befragte bzw. Alleinlebende an, dass sie so gut wie jeden Tag kochen.



▪ Wie oft wird in einer gewöhnlichen Woche gekocht?

Es kochen in einer gewöhnlichen Woche ...

	so gut wie jeden Tag %	etwa zwei- bis dreimal pro Woche %	etwa ein- mal pro Woche %	seltener %	normaler- weise gar nicht selbst % *)
insgesamt: 2015	41	37	6	4	12
2016	39	33	10	6	11
2017	43	38	6	5	9
2018	40	37	8	5	10
Ost	33	41	7	8	11
West	41	36	8	5	10
Männer	28	37	11	8	16
Frauen	51	36	5	2	5
14- bis 29-Jährige	30	35	13	5	16
30- bis 44-Jährige	39	48	4	4	5
45- bis 59-Jährige	38	36	9	8	9
60 Jahre und älter	49	30	6	4	11
Hauptschule	44	28	4	10	14
mittlerer Abschluss	44	36	7	5	8
Abitur, Studium	40	39	8	5	8
Zusammenleben mit Partner:					
- ja	48	34	5	3	9
- nein	29	40	12	8	11
Haushaltsgröße:					
- 1 Person	28	44	10	9	9
- 2 Personen	45	34	6	4	11
- 3 Personen	47	35	7	3	8
- 4 Personen und mehr	41	31	9	6	13
Kinder im Haushalt:					
- ja	44	33	7	4	12
- nein	39	38	8	6	9

\*) an 100 Prozent fehlende Angaben = „weiß nicht“

Drei von vier Befragten (74 %) sagen – wie auch in den Vorjahren – dass sie generell gerne kochen.

Jedem Vierten (24 %) macht kochen nicht so viel Spaß.

▪ Wie steht man generell zum Kochen?

	Es kochen gern ...	
	ja	nein, *) das macht ihnen nicht so viel Spaß
	<u>%</u>	<u>%</u>
insgesamt: 2015	77	22
2016	75	22
2017	73	26
2018	74	24
Ost	73	27
West	74	24
Männer	71	27
Frauen	77	22
14- bis 29-Jährige	76	23
30- bis 44-Jährige	75	25
45- bis 59-Jährige	71	27
60 Jahre und älter	75	23
Hauptschule	63	35
mittlerer Abschluss	76	23
Abitur, Studium	75	24
Zusammenleben mit Partner:		
- ja	75	23
- nein	72	27
Haushaltsgröße:		
- 1 Person	72	27
- 2 Personen	74	24
- 3 Personen	78	20
- 4 Personen und mehr	73	25
Kinder im Haushalt:		
- ja	74	23
- nein	74	25

\*) an 100 Prozent fehlende Angaben = „weiß nicht“

Den Befragten wurden anschließend verschiedene Lebensmittel vorgegeben, verbunden mit der Bitte anzugeben, wie häufig sie diese üblicherweise zu sich nehmen.

Am häufigsten (71 %) nehmen die Befragten täglich Obst und Gemüse zu sich. 64 Prozent essen täglich Milchprodukte wie Joghurt oder Käse.

28 Prozent essen täglich Fleisch oder Wurst. 23 Prozent nehmen mindestens einmal täglich Süßigkeiten oder herzhafte Knabberereien zu sich.

Dass sie täglich Fisch oder Meerestiere essen, geben nur wenige Befragte (2 %) an.

Ostdeutsche essen häufiger als Westdeutsche mindestens einmal täglich Obst und Gemüse bzw. Fleisch oder Wurst. Süßigkeiten oder Knabberereien werden von den Westdeutschen häufiger täglich gegessen als von den Ostdeutschen.

Bei Frauen stehen Obst und Gemüse sowie Milchprodukte deutlich häufiger als bei Männern auf dem täglichen Speiseplan. Männer verzehren deutlich häufiger als Frauen mindestens einmal täglich Fleisch oder Wurst.

Obst und Gemüse wird von den über 60-Jährigen, von den Befragten mit mittlerer oder höherer Bildung und von Befragten mit Kindern im Haushalt häufiger als von jüngeren Befragten, den niedrig Gebildeten und jenen ohne Kinder im Haushalt täglich gegessen.

▪ Wie häufig nimmt man verschiedene Lebensmittel zu sich?

Es nehmen üblicherweise (mehrmals) täglich zu sich:

	Obst und Gemüse	Milchprodukte wie Joghurt oder Käse	Fleisch oder Wurst	Süßigkeiten oder herzhafte Knabberien	Fisch und Meerestiere
	%	%	%	%	%
insgesamt: 2015	76	*)	34	*)	2
2016	74	59	34	*)	1
2017	72	65	30	*)	1
2018	71	64	28	23	2
Ost	80	64	43	14	2
West	69	63	26	24	2
Männer	62	59	39	20	2
Frauen	80	68	18	25	1
14- bis 29-Jährige	67	60	33	24	1
30- bis 44-Jährige	68	64	31	20	0
45- bis 59-Jährige	66	64	27	22	1
60 Jahre und älter	80	65	25	24	3
Hauptschule	62	59	27	23	1
mittlerer Abschluss	71	67	33	21	3
Abitur, Studium	72	64	26	22	1
Kinder im Haushalt:					
- ja	77	68	30	24	0
- nein	69	62	28	22	2

\*) kein Zeitvergleich möglich, wurde im Vorjahr/in den Vorjahren nicht (in der gleichen Form) abgefragt

Nur 1 Prozent aller Befragten ernähren sich vegan und essen keine tierischen Produkte – also weder Fleisch noch Fisch, Milch und Milchprodukte, Eier, Gelatine oder Honig.

6 Prozent ernähren sich nicht vegan, aber vegetarisch.

93 Prozent ernähren sich weder vegan noch vegetarisch.

▪ **Veganer und Vegetarier**

Es ernähren sich vegan, also essen keinerlei tierische Produkte

	ja %	nein, aber ernähren sich vegetarisch %	nein, weder noch %
insgesamt:	1	6	93
Ost	0	5	95
West	1	6	93
Männer	0	4	96
Frauen	1	8	91
14- bis 29-Jährige	1	11	88
30- bis 44-Jährige	1	4	95
45- bis 59-Jährige	0	6	94
60 Jahre und älter	1	4	95
Hauptschule	1	1	98
mittlerer Abschluss	1	5	94
Abitur, Studium	1	6	93
Kinder im Haushalt:			
- ja	0	6	94
- nein	1	6	93

### 3. Gewohnheiten bei der Ernährung

Auf die Frage, wie und wo sie ihr Essen zu sich nehmen, geben 20 Prozent der Befragten an, normalerweise einmal in der Woche oder häufiger in einer Kantine zu essen.

19 Prozent gehen normalerweise mindestens einmal in der Woche in einem Wirtshaus, einer Gaststätte oder einem Restaurant essen.

Nur wenige Befragte lassen sich normalerweise einmal in der Woche oder häufiger fertige Gerichte nach Hause liefern (6 %).

- Wie und wo wird Essen zu sich genommen? (Übersicht)

	täglich %	mehrmals in der Woche %	einmal in der Woche %	mehr- mals im Monat %	ein- mal im Monat %	seltener %	nie %
Es gehen normalerweise in einer Kantine essen	5	11	4	4	3	9	64
Es gehen normalerweise in einem Wirtshaus, einer Gaststätte oder einem Restaurant essen.	0	5	14	25	29	24	3
Es lassen sich normalerweise fertige Gerichte nach Hause liefern	0	1	5	9	17	25	43

Dass sie normalerweise mindestens einmal in der Woche in einer Kantine bzw. in einem Wirtshaus, einer Gaststätte oder einem Restaurant essen gehen, geben Männer sowie Erwerbstätige deutlich häufiger als Frauen und Nichterwerbstätige an.

▪ Wie und wo wird Essen zu sich genommen?

	Mindestens einmal in der Woche ...		
	essen in einer Kantine  %	gehen in einem Wirtshaus, einer Gaststätte oder einem Restaurant essen  %	lassen sich fertige Gerichte nach Hause liefern  %
insgesamt:	20	19	6
Ost	24	16	3
West	18	20	6
Männer	25	24	6
Frauen	13	14	5
14- bis 29-Jährige	31	24	11
30- bis 44-Jährige	24	15	9
45- bis 59-Jährige	22	21	4
60 Jahre und älter	6	17	1
Erwerbstätigkeit:			
- ja	25	23	7
- nein	12	15	4
Kinder im Haushalt:			
- ja	23	11	6
- nein	18	22	6

#### 4. Sicherstellung einer gesunden Ernährung

16 Prozent aller Befragten leiden nach eigenen Angaben unter einer Nahrungsmittelunverträglichkeit oder Nahrungsmittelallergie, z.B. an einer Laktoseintoleranz oder an Allergien gegen bestimmte Nahrungsmittel wie Fisch, Nüsse oder Eier.

- Nahrungsmittelunverträglichkeit

	Es leiden unter einer Nahrungsmittelunverträglichkeit oder Nahrungsmittelallergie %
	<hr/>
insgesamt	16
Ost	17
West	16
Männer	15
Frauen	18
14- bis 29-Jährige	16
30- bis 44-Jährige	20
45- bis 59-Jährige	15
60 Jahre und älter	15
Hauptschule	13
mittlerer Abschluss	16
Abitur, Studium	17



Die Befragten wurden gebeten anzugeben, inwieweit sie der Aussage zustimmen, dass Lebensmittel in Deutschland – hinsichtlich der gesundheitlichen Unbedenklichkeit, was die Inhaltsstoffe, Zusatzstoffe und mögliche Rückstände anbelangt – sicher sind.

Rund drei Viertel der Befragten (72 %) stimmen dieser Aussage voll und ganz oder eher zu.

27 Prozent stimmen der Aussage jedoch eher nicht bzw. gar nicht zu.

▪ **Einschätzungen zur Sicherheit der in Deutschland erhältlichen Lebensmittel**

Es stimmen der Aussage zu, dass die Lebensmittel in Deutschland sicher sind

		voll und ganz %	eher %	eher nicht %	gar *) nicht %
insgesamt	2015	16	61	19	3
	2016	12	63	21	3
	2018	18	54	22	5
Ost		12	58	25	5
West		19	54	21	5
Männer		20	56	19	4
Frauen		16	53	25	5
14- bis 29-Jährige		27	50	17	5
30- bis 44-Jährige		19	59	18	3
45- bis 59-Jährige		15	60	21	4
60 Jahre und älter		15	50	29	5
Hauptschule		14	55	23	7
mittlerer Abschluss		15	52	27	6
Abitur, Studium		20	56	19	4
Kinder im Haushalt:					
- ja		20	60	16	4
- nein		18	53	24	5

\*) an 100 Prozent fehlende Angaben = „weiß nicht“

Den Befragten wurden drei Aussagen zum Zusatz von Zucker zu Fertigprodukten vorgegeben, mit der Bitte anzugeben, welcher dieser Aussagen sie am ehesten zustimmen.

Die große Mehrheit der Befragten (84 %) befürwortet es, wenn Fertiglernsmitteln weniger Zucker zugesetzt wird, auch wenn das Produkt dann etwas weniger süß schmeckt.

Nur wenige Befragte (7 %) fänden es gut, wenn den Fertiglernsmitteln weniger Zucker zugesetzt wird, die fehlende Süße dabei aber durch künstliche Süßstoffe ausgeglichen wird.

8 Prozent befürworten es, wenn die Menge an zugesetztem Zucker in Fertiglernsmitteln so bleibt wie bisher.

Dass sie es am ehesten befürworten, wenn Fertiglernsmitteln weniger Zucker zugesetzt wird, auch wenn das Produkt dann etwas weniger süß schmeckt, geben Frauen sowie Befragte ab 30 Jahren noch häufiger als Männer und jüngere Befragte an.

▪ Meinungen zum Zuckerzusatz zu Fertigprodukten

Am ehesten befürworten, wenn ...

	Fertiglebensmitteln weniger Zucker zugemischt wird, auch wenn das Produkt dann etwas weniger süß schmeckt	Fertiglebensmitteln weniger Zucker zugemischt wird, die fehlende Süße dabei aber durch künstliche Süßstoffe ausgeglichen wird	die Menge an *) zugemischt Zucker in Fertiglebensmitteln so bleibt wie bisher
	%	%	%
insgesamt	84	7	8
Ost	83	9	8
West	84	7	8
Männer	76	10	13
Frauen	91	4	3
14- bis 29-Jährige	78	9	11
30- bis 44-Jährige	86	6	8
45- bis 59-Jährige	84	8	7
60 Jahre und älter	86	6	7
Hauptschule	85	7	7
mittlerer Abschluss	83	8	8
Abitur, Studium	84	7	8
Kinder im Haushalt:			
- ja	83	6	10
- nein	84	7	7

\*) an 100 Prozent fehlende Angaben = „weiß nicht“

Es wird viel darüber diskutiert, wie die Ernährung der wachsenden Weltbevölkerung sichergestellt werden kann. Den Befragten wurden verschiedene Maßnahmen vorgegeben, mit der Bitte anzugeben, welche dieser Maßnahmen ihrer Meinung nach geeignet sind, um die wachsende Weltbevölkerung ausreichend zu ernähren.

84 Prozent der Befragten halten die Reduktion von Lebensmittelabfällen für eine geeignete Maßnahme, um die wachsende Weltbevölkerung ausreichend zu ernähren. Drei Viertel (74 %) meinen dies von der Verringerung des Fleischkonsums der Bevölkerung.

Dass die Förderung der Landwirtschaft in städtischen Ballungsräumen, z.B. durch platzsparenden Anbau von Pflanzen in mehrstöckigen Gebäuden, eine angemessene Maßnahme ist, um die wachsende Weltbevölkerung ausreichend zu ernähren, meinen 55 Prozent.

44 Prozent halten in diesem Zusammenhang die weltweite Steigerung der Produktivität der Landwirtschaft für geeignet.

29 Prozent meinen, dass der verstärkte Konsum von alternativen Fleischarten bzw. Fleisch aus anderen Herstellungsformen, wie z.B. In-Vitro-Fleisch oder aus Insekten gewonnene Lebensmittel, eine angemessene Maßnahme ist, um die Ernährung der wachsenden Weltbevölkerung sicherzustellen.

Westdeutsche und Frauen geben noch etwas häufiger als Ostdeutsche und Männer an, dass die Verringerung des Fleischkonsums eine geeignete Maßnahme ist, um die wachsende Weltbevölkerung ausreichend zu ernähren.

Den verstärkten Konsum von alternativen Fleischarten bzw. Fleisch halten in diesem Zusammenhang überdurchschnittlich häufig Männer für eine angemessene Maßnahme.

▪ Maßnahmen, um die wachsende Weltbevölkerung ernähren zu können I

Folgende Maßnahmen sind geeignet, um die wachsende Weltbevölkerung ausreichend zu ernähren:	insge- *)	Ost	West	Männer	Frauen
	samt %	%	%	%	%
Reduktion von Lebensmittelabfällen	84	87	84	82	86
Verringerung des Fleischkonsums der Bevölkerung	74	68	75	70	78
Förderung der Landwirtschaft in städtischen Ballungsräumen, z.B. durch platzsparenden Anbau von Pflanzen in mehrstöckigen Gebäuden	55	56	55	56	55
weltweite Steigerung der Produktivität der Landwirtschaft	44	46	44	46	42
verstärkter Konsum von alternativen Fleischarten bzw. Fleisch aus anderen Herstellungsformen, wie zum Beispiel In-Vitro-Fleisch oder aus Insekten gewonnene Lebensmittel	29	23	30	36	22

\*) Prozentsumme größer 100, da Mehrfachnennungen möglich

Dass die Förderung der Landwirtschaft in städtischen Ballungsräumen, die weltweite Steigerung der Produktivität der Landwirtschaft sowie der verstärkte Konsum von alternativen Fleischarten bzw. Fleisch geeignete Maßnahmen sind, um die Ernährung der wachsenden Weltbevölkerung sicherzustellen, meinen insbesondere die unter 30-Jährigen.

▪ Maßnahmen, um die wachsende Weltbevölkerung ernähren zu können II

Folgende Maßnahmen sind geeignet, um die wachsende Weltbevölkerung ausreichend zu ernähren:	insgesamt %	14- bis 29- Jährige %	30- bis 44- Jährige %	45- bis 59- Jährige %	60 Jahre und älter %
Reduktion von Lebensmittelabfällen	84	84	90	84	80
Verringerung des Fleischkonsums der Bevölkerung	74	78	77	68	74
Förderung der Landwirtschaft in städtischen Ballungsräumen, z.B. durch platzsparenden Anbau von Pflanzen in mehrstöckigen Gebäuden	55	70	60	51	47
weltweite Steigerung der Produktivität der Landwirtschaft	44	55	41	37	45
verstärkter Konsum von alternativen Fleischarten bzw. Fleisch aus anderen Herstellungsformen, wie zum Beispiel In-Vitro-Fleisch oder aus Insekten gewonnene Lebensmittel	29	42	32	24	23

\*) Prozentsumme größer 100, da Mehrfachnennungen möglich

## 5. Informationen zu Lebensmitteln und Gütesiegeln

Im Rahmen der Befragung wurde auch ermittelt, welche Quellen und Möglichkeiten genutzt werden, um sich über Lebensmittelprodukte zu informieren.

Am häufigsten (78 %) informieren sich die Befragten durch Gespräche mit Familienangehörigen, Freunden oder Bekannten. 70 Prozent nutzen Informationen der Hersteller, z.B. Informationen auf den Lebensmittelverpackungen oder Werbung.

44 Prozent greifen auf Informationsangebote vom Staat oder von unabhängigen Institutionen, wie z.B. Verbraucherzentralen, zurück.

### ▪ Genutzte Informationsquellen über Lebensmittel (Übersicht)

	Folgende Informationsquellen über Lebensmittel	
	nutzen %	nutzen nicht %
Gespräche mit Familienangehörigen, Freunden oder Bekannten	78	22
Informationen der Hersteller	70	30
Informationsangebote vom Staat oder unabhängiger Institutionen	44	56

Vor allem Frauen sowie die unter 30-Jährigen nutzen Informationen der Hersteller, um sich über Lebensmittel zu informieren.

Befragte mit höherem Schulabschluss nutzen die genannten Informationsquellen jeweils häufiger als formal niedriger Gebildete.

▪ Genutzte Informationsquellen über Lebensmittel

	Es nutzen folgende Quellen oder Möglichkeiten, um sich über Lebensmittel zu informieren ...		
	Gespräche mit Familienangehörigen, Freunden oder Bekannten %	Informationen der Hersteller %	Informationsangebote vom Staat oder unabhängigen Institutionen %
insgesamt	78	70	44
Ost	75	66	43
West	79	71	44
Männer	76	65	45
Frauen	79	76	42
14- bis 29-Jährige	79	80	33
30- bis 44-Jährige	79	74	47
45- bis 59-Jährige	80	72	44
60 Jahre und älter	75	60	49
Hauptschule	63	59	38
mittlerer Abschluss	77	67	39
Abitur, Studium	82	73	48
Ortsgröße (Einwohner):			
- unter 5.000	79	74	40
- 5.000 bis 20.000	78	65	41
- 20.000 bis 100.000	78	67	42
- 100.000 bis 500.000	77	75	49
- über 500.000	78	74	47
Kinder im Haushalt:			
- ja	80	73	46
- nein	77	70	43



60 Prozent aller Befragten informieren sich über Lebensmittel (auch) im Internet, z.B. über soziale Medien, Apps, Foren, Blogs oder YouTube.

Dies trifft insbesondere auf die unter 45-Jährigen und auf Befragte mit Kindern im Haushalt zu.

▪ Internetnutzung für Informationen über Lebensmittel

	Es nutzen das Internet, um sich über Lebensmittel zu informieren %
insgesamt	60
Ost	53
West	62
Männer	57
Frauen	63
14- bis 29-Jährige	68
30- bis 44-Jährige	68
45- bis 59-Jährige	63
60 Jahre und älter	48
Hauptschule	49
mittlerer Abschluss	51
Abitur, Studium	65
Ortsgröße (Einwohner):	
- unter 5.000	53
- 5.000 bis 20.000	61
- 20.000 bis 100.000	60
- 100.000 bis 500.000	67
- über 500.000	59
Kinder im Haushalt:	
- ja	70
- nein	57

Gütesiegel im Lebensmittelbereich werden für Produkte vergeben, die bestimmte Richtlinien erfüllen, was beispielsweise die Herkunft, Produktionsprozesse oder die Verarbeitung betrifft. Sie sollen die Einhaltung bestimmter Qualitätskriterien signalisieren und dem Verbraucher bei der gezielten Auswahl von Lebensmitteln helfen.

50 Prozent der Befragten geben an, dass sie beim Einkauf von Lebensmitteln immer bzw. meistens auf das „Biosiegel“ achten, mit dem Produkte gekennzeichnet sind, die nach den EU-Rechtsvorschriften für den ökologischen Landbau erzeugt wurden.

Jeweils 42 Prozent achten beim Einkauf von Lebensmitteln zumindest meistens auf das „Fairer-Handel-Siegel“, das Produkte kennzeichnet, bei deren Herstellung bestimmte soziale und teilweise auch ökologische Kriterien eingehalten werden sowie auf das Tierwohllabel, das Fleisch aus besonders tiergerechter Haltung kennzeichnet.

Auf das Bio-Siegel sowie auf das „Fairer-Handel-Siegel“ achten Westdeutsche häufiger als Ostdeutsche.

Frauen achten beim Einkaufen generell deutlich häufiger als Männer auf die genannten Gütesiegel.

Dass sie immer oder meistens auf das Biosiegel achten, wenn sie Lebensmittel einkaufen, geben Befragte mit höherem Schulabschluss sowie jene mit Kindern im Haushalt häufiger als formal niedriger Gebildete sowie Befragte ohne Kinder im Haushalt an.

▪ Beachtung von Siegeln beim Einkauf von Lebensmitteln?

Es achten immer/meistens beim Einkauf von Lebensmitteln auf folgende Siegel ...

	Biosiegel, mit dem Produkte gekennzeichnet sind, die nach den EU-Rechtsvorschriften für den ökologischen Landbau erzeugt wurden	Fairer-Handel-Siegel, das Produkte kennzeichnet bei deren Herstellung bestimmte soziale und ökologische Kriterien eingehalten werden	Tierwohllabel, das Fleisch aus besonders tiergerechter Haltung kennzeichnet
	%	%	%
insgesamt: 2015	47	44	36
2016	49	44	47
2017	51	46	39
2018	50	42	42
Ost	42	33	38
West	52	44	42
Männer	45	37	35
Frauen	55	47	48
14- bis 29-Jährige	51	35	40
30- bis 44-Jährige	51	40	35
45- bis 59-Jährige	51	41	42
60 Jahre und älter	48	49	47
Hauptschule	35	35	46
mittlerer Abschluss	44	41	45
Abitur, Studium	55	45	41
Kinder im Haushalt:			
- ja	56	39	42
- nein	48	43	42

Der überwiegenden Mehrheit der Befragten (81 %) wäre ein staatliches Tierwohl-Label, also ein offizielles Siegel, das sicherstellt, dass Nutztiere wie Schweine, Rinder oder Hühner besser gehalten werden, als es gesetzlich vorgeschrieben ist, wichtig oder sogar sehr wichtig.

11 Prozent wäre ein solches Label weniger wichtig und 7 Prozent gar nicht wichtig.

Dass ihnen ein staatliches Tierwohl-Label sehr wichtig wäre, sagen mehrheitlich Frauen, über 60-Jährige sowie die Bewohner in Großstädten mit über 500.000 Einwohnern.

▪ **Bedeutung eines staatlichen Tierwohllabels**

Ein staatliches Tierwohl-Label wäre ihnen ...

	sehr wichtig %	wichtig %	weniger wichtig %	gar nicht *) wichtig %
insgesamt: 2016	40	39	12	6
2017	41	38	12	8
2018	47	34	11	7
Ost	44	35	15	5
West	48	34	10	7
Männer	39	36	14	9
Frauen	55	31	8	5
14- bis 29-Jährige	42	42	9	5
30- bis 44-Jährige	44	33	11	10
45- bis 59-Jährige	44	34	13	8
60 Jahre und älter	57	29	10	4
Hauptschule	50	27	17	5
mittlerer Abschluss	45	34	12	7
Abitur, Studium	49	33	10	7
Ortsgröße (Einwohner):				
- unter 5.000	42	36	15	7
- 5.000 bis 20.000	47	30	12	9
- 20.000 bis 100.000	47	37	10	6
- 100.000 bis 500.000	46	35	9	8
- über 500.000	54	32	10	4
Kinder im Haushalt:				
- ja	47	34	10	7
- nein	48	34	11	7

\*) an 100 Prozent fehlende Angaben = „weiß nicht“

## 6. Zahlungsbereitschaft für Lebensmittel aus artgerechter Haltung

Die Befragten wurden gebeten, anzunehmen, dass ein Kilogramm Fleisch aus herkömmlicher Produktion 10 Euro kostet. Danach gefragt, was sie maximal bereit wären, für ein Kilogramm Fleisch der gleichen Sorte zu bezahlen, wenn dieses von Tieren stammt, die besser gehalten worden sind, als das Gesetz es vorschreibt, geben 13 Prozent der Befragten an, dass sie dafür maximal bis zu 12 Euro bezahlen würden. Die meisten (50 %) würden bis zu 15 Euro für solches Fleisch bezahlen. 22 Prozent würden dafür bis zu 20 Euro bezahlen, für 8 Prozent wäre ein Preis von mehr als 20 Euro akzeptabel.

An dieser Stelle sollte einschränkend erwähnt werden, dass es sich hierbei um eine grundsätzlich geäußerte Zahlungsbereitschaft handelt, die aber nicht notwendigerweise auch in ein entsprechendes Kaufverhalten umgesetzt wird.

### ▪ Wie viel mehr wäre man bereit für Fleisch aus tiergerechter Haltung zu zahlen? \*)

Es wären maximal bereit, für ein Kilogramm Fleisch der gleichen Sorte zu bezahlen, wenn dieses von Tieren stammt, die besser gehalten worden sind, als das Gesetz es vorschreibt ...

	bis zu 12 Euro %	bis zu 15 Euro %	bis zu 20 Euro %	mehr als *) 20 Euro %
insgesamt	13	50	22	8
Ost	19	49	19	8
West	12	51	22	8
Männer	16	50	21	8
Frauen	10	51	23	9
14- bis 29-Jährige	9	51	23	8
30- bis 44-Jährige	12	49	25	12
45- bis 59-Jährige	12	51	23	10
60 Jahre und älter	17	51	18	5
Hauptschule	23	54	14	2
mittlerer Abschluss	14	56	17	7
Abitur, Studium	11	48	25	10
Kinder im Haushalt:				
- ja	12	50	27	6
- nein	13	51	20	9

\*) an 100 Prozent fehlende Angaben = „weiß nicht“ bzw. „esse/kaufe kein Fleisch“

## 7. Bedeutung von Angaben zu Lebensmittelverpackungen

Angaben und Informationen auf der Lebensmittelverpackung sollen den Verbraucher über Eigenschaften, Inhaltsstoffe und Qualitätsmerkmale informieren. Mit bestimmten Angaben müssen Lebensmittel verbindlich gekennzeichnet werden. Die Befragten wurden gebeten anzugeben, wie wichtig ihnen persönlich diese Informationen auf Lebensmittelverpackungen sind.

Angaben zu Inhalts-, Zusatz- und Hilfsstoffen sind 84 Prozent und genaue Angaben zur Herkunft – also Land bzw. Region – 80 Prozent der Befragten (sehr) wichtig. 79 Prozent sagen, dass das Mindesthaltbarkeitsdatum ihrer Meinung nach wichtig bzw. sehr wichtig ist.

Jeweils 72 Prozent halten Hinweise auf Stoffe, die Allergien auslösen können sowie Warnhinweise auf Lebensmittelverpackungen für wichtig bzw. sehr wichtig.

Nährwertangaben, also Kalorien, Fett, Eiweiß und Kohlehydrate, finden 68 Prozent wichtig.

Abgesehen vom Haltbarkeitsdatum stufen Frauen alle genannten Angaben deutlich häufiger als Männer als (sehr) wichtig ein.

Gegenüber den Befragungen aus den Vorjahren ist der Anteil derer, die Nährwertangaben auf Lebensmittelverpackungen als (sehr) wichtig empfinden, deutlich gestiegen.

▪ Bedeutung gesetzlich vorgeschriebener Angaben auf Lebensmittelverpackungen I

Folgende Angaben auf Lebensmittelverpackungen sind ihnen (sehr) wichtig:	insgesamt 2015 %	insgesamt 2016 %	insgesamt 2017 %	insgesamt 2018 %	Ost %	West %	Männer %	Frauen %
Angaben zu Inhalts-, Zusatz- und Hilfsstoffen	77	76	79	84	80	85	79	89
genaue Angaben zur Herkunft, also Land und Region	80	86	79	80	72	82	74	87
Mindesthaltbarkeitsdatum	77	80	73	79	79	79	78	80
Hinweise auf Stoffe, die Allergien auslösen können *)	52	53	67	72	67	73	68	77
Warnhinweise *)	58	66	79	72	70	72	66	76
Nährwertangaben, also Kalorien, Fett, Eiweiß und Kohlehydrate	58	60	56	68	64	68	63	72

\*) geänderte Formulierungen

Zwischen den Altersgruppen zeigen sich in dieser Frage keine nennenswerten Unterschiede.

▪ Bedeutung gesetzlich vorgeschriebener Angaben auf Lebensmittelverpackungen II

Folgende Angaben auf Lebensmittelverpackungen sind ihnen (sehr) wichtig:	insgesamt %	14- bis 29- Jährige %	30- bis 44- Jährige %	45- bis 59- Jährige %	60 Jahre und älter %
Angaben zu Inhalts-, Zusatz- und Hilfsstoffen	84	79	87	87	83
genaue Angaben zur Herkunft, also Land und Region	80	76	78	81	84
Mindesthaltbarkeitsdatum	79	79	82	76	79
Hinweise auf Stoffe, die Allergien auslösen können *)	72	72	75	74	71
Warnhinweise *)	72	67	68	74	75
Nährwertangaben, also Kalorien, Fett, Eiweiß und Kohlehydrate	68	69	73	68	62

\*) geänderte Formulierungen



Außerdem wurden die Befragten zur Bedeutung weiterer möglicher Angaben und Informationen auf Lebensmittelverpackungen befragt, die bislang nicht gesetzlich vorgeschrieben sind.

Angaben zu den Haltungsbedingungen der Tiere bei Produkten tierischen Ursprungs sind 86 Prozent der Befragten (sehr) wichtig. Ähnlich vielen sind Angaben darüber, ob ein Produkt umweltverträglich erzeugt (82 %) oder zu fairen Bedingungen hergestellt wurde (81 %), wichtig. 80 Prozent halten einen klaren Hinweis, ob ein Produkt gentechnikfrei ist oder nicht für (sehr) wichtig.

Deutlich seltener halten die Befragten Angaben darüber, ob ein Produkt vegetarisch oder vegan ist (35 %), für wichtig.

Frauen sind solche Hinweise generell häufiger als Männern wichtig.

▪ **Bedeutung gesetzlich nicht vorgeschriebener Angaben auf Lebensmittelverpackungen I**

Folgende Angaben auf Lebensmittelverpackungen sind ihnen (sehr) wichtig:	insgesamt 2015 %	insgesamt 2016 %	insgesamt 2017 %	insgesamt 2018 %	Ost %	West %	Männer %	Frauen %
Angaben zu den Haltungsbedingungen der Tiere bei Produkten tierischen Ursprungs	82	85	85	86	82	86	81	90
Angaben, ob ein Produkt umweltverträglich erzeugt wurde	80	78	82	82	79	82	77	86
Angaben, ob ein Produkt zu fairen Bedingungen produziert wurde	78	81	84	81	74	82	73	89
klarer Hinweis, ob ein Produkt gentechnikfrei ist oder nicht	83	82	81	80	77	81	75	85
Angaben, ob ein Produkt vegetarisch oder vegan ist	*)	*)	*)	35	34	35	30	39

\*) kein Zeitvergleich möglich, wurde im Vorjahr/in den Vorjahren nicht (in der gleichen Form) abgefragt

Angaben darüber, ob ein Produkt umweltverträglich erzeugt wurde, halten die über 45-Jährigen häufiger als jüngere Befragte für wichtig.

Angaben darüber, ob ein Produkt vegetarisch oder vegan ist, ist den unter 30-Jährigen häufiger wichtig als älteren Befragten.

▪ Bedeutung gesetzlich nicht vorgeschriebener Angaben auf Lebensmittelverpackungen II

Folgende Angaben auf Lebensmittelverpackungen sind ihnen (sehr) wichtig:	insgesamt %	14- bis 29- Jährige %	30- bis 44- Jährige %	45- bis 59- Jährige %	60 Jahre und älter %
Angaben zu den Haltungsbedingungen der Tiere bei Produkten tierischen Ursprungs	86	84	87	86	86
Angaben, ob ein Produkt umweltverträglich erzeugt wurde	82	77	75	84	87
Angaben, ob ein Produkt zu fairen Bedingungen produziert wurde	81	78	79	83	83
klarer Hinweis, ob ein Produkt gentechnikfrei ist oder nicht	80	68	80	87	82
Angaben, ob ein Produkt vegetarisch oder vegan ist	35	44	36	28	33

## 8. Einkaufsmöglichkeiten von Lebensmitteln

9 Prozent der Befragten kaufen üblicherweise täglich Lebensmittel ein.

60 Prozent tun dies mehrmals in der Woche. 27 Prozent kaufen etwa einmal in der Woche und 3 Prozent seltener Lebensmittel ein.

### ▪ Wie häufig kauft man Lebensmittel ein?

		Es kaufen üblicherweise Lebensmittel ein ...			
		täglich	mehrmals pro Woche	etwa einmal pro Woche	seltener *)
		%	%	%	%
insgesamt	2017	5	62	30	2
	2018	9	60	27	3
Ost		6	55	35	4
West		9	61	26	3
Männer		9	58	28	4
Frauen		9	62	26	3
14- bis 29-Jährige		6	53	33	8
30- bis 44-Jährige		9	66	23	1
45- bis 59-Jährige		10	65	22	3
60 Jahre und älter		9	58	31	2
Hauptschule		11	52	35	2
mittlerer Abschluss		8	60	29	3
Abitur, Studium		9	63	25	3
Zusammenleben mit Partner:					
- ja		9	66	23	2
- nein		8	53	33	5
Haushaltsgröße:					
- 1 Person		9	54	33	4
- 2 Personen		9	60	29	2
- 3 Personen		8	69	19	4
- 4 Personen und mehr		10	62	22	5
Kinder im Haushalt:					
- ja		9	67	20	4
- nein		9	58	30	3

\*) an 100 Prozent fehlende Angaben = „weiß nicht“

9 Prozent der Befragten haben sich in den letzten 12 Monaten Lebensmittel nach Hause liefern lassen.

Dies trifft auf Einwohner in Großstädten mit mindestens 500.000 Einwohnern häufiger als auf Einwohner kleinerer Städte und Gemeinden zu.

▪ **Lebensmittellieferungen nach Hause**

	Es haben sich in den letzten 12 Monaten Lebensmittel nach Hause liefern lassen %
insgesamt	9
Ost	5
West	10
Männer	11
Frauen	8
14- bis 29-Jährige	10
30- bis 44-Jährige	14
45- bis 59-Jährige	9
60 Jahre und älter	6
Hauptschule	0
mittlerer Abschluss	9
Abitur, Studium	11
Ortsgröße (Einwohner):	
- unter 5.000	7
- 5.000 bis 20.000	8
- 20.000 bis 100.000	8
- 100.000 bis 500.000	8
- über 500.000	15
Zusammenleben mit Partner:	
- ja	9
- nein	9
Haushaltsgröße:	
- 1 Person	9
- 2 Personen	7
- 3 Personen	13
- 4 Personen und mehr	10
Kinder im Haushalt:	
- ja	11
- nein	8

Von denjenigen Befragten, denen in den letzten 12 Monaten Lebensmittel nach Hause geliefert wurden, gibt die überwiegende Mehrheit (61 %) an, dass sie die Lebensmittel online bestellt haben.

Jeder Fünfte hat die Lebensmittel telefonisch (21 %) bestellt oder eine andere Möglichkeit dafür genutzt (20 %).

▪ **Wie wurden die Lebensmittel bestellt? \*)**

	Es haben sich die Lebensmittel bestellt		
	online %	telefonisch %	Sonstiges **) %
insgesamt	61	21	20

\*) Basis: Befragte, denen in den letzten 12 Monaten Lebensmittel nach Hause geliefert wurden

\*\*) Mehrfachnennungen möglich

Die häufigsten Lebensmittel waren dabei Obst und Gemüse (56 %).

42 Prozent haben sich Fleisch und Fisch, 40 Prozent Milchprodukte und 39 Prozent Nudeln, Reis oder anderes Getreide liefern lassen. Jeweils 30 Prozent haben sich Süßigkeiten und Knabberereien bzw. Backwaren liefern lassen. 23 Prozent haben Tee, Kakao, Kaffee oder Kakaopulver bestellt.

▪ **Gelieferte Lebensmittel \*)**

	%) **)
Obst und Gemüse	56
Fleisch, Fisch	42
Milchprodukte	40
Nudeln, Reis oder anderes Getreide	39
Süßigkeiten, Knabberereien	30
Backwaren	30
Tee, Kaffee, Kakaopulver	23

\*) Basis: Befragte, denen in den letzten 12 Monaten Lebensmittel nach Hause geliefert wurden

\*\*) Prozentsumme größer 100, da Mehrfachnennungen möglich

Den Befragten wurden drei mögliche Alternativen zu herkömmlichem Fleisch vorgegeben, verbunden mit der Bitte anzugeben, ob sie diese kaufen würden, wenn sie im Supermarkt angeboten würden.

Eine deutliche Mehrheit der Befragten würde jeweils keine der möglichen Fleischalternativen kaufen. Vergleichsweise am größten ist der Anteil derjenigen, die pflanzliche Fleischersatzprodukte (38 %) kaufen würden.

31 Prozent würden grundsätzlich aus Insekten hergestellte Nahrungsmittel kaufen.

17 Prozent würden In-Vitro-Fleisch kaufen.

▪ Kauf von Alternativen zu herkömmlichem Fleisch (Übersicht)

Als Alternativen zu herkömmlichen Fleisch im Supermarkt oder einem anderen Lebensmittelgeschäft würden kaufen

	ja %	nein *) %
pflanzliche Fleischersatzprodukte	38	61
aus Insekten hergestellte Nahrungsmittel	31	67
In-Vitro-Fleisch, also Fleisch aus dem Reagenzglas	17	81

\*) an 100 Prozent fehlende Angaben = „weiß nicht“

Männer geben deutlich häufiger als Frauen an, dass sie aus Insekten hergestellte Nahrungsmittel bzw. In-Vitro-Fleisch im Supermarkt kaufen würden.

Jüngere, unter 30-jährige Befragte würden die genannten Fleischalternativen jeweils deutlich häufiger als der Durchschnitt aller Befragten kaufen.

▪ Kauf von Alternativen zu herkömmlichem Fleisch

Als Alternativen zu herkömmlichen Fleisch im Supermarkt oder einem anderen Lebensmittelgeschäft würden kaufen

	pflanzliche Fleischersatz- produkte %	aus Insekten hergestellte Nahrungsmittel %	In-Vitro-Fleisch, also Fleisch aus dem Reagenzglas %
insgesamt	38	31	17
Ost	29	27	15
West	39	31	18
Männer	37	40	25
Frauen	38	22	10
14- bis 29-Jährige	50	43	32
30- bis 44-Jährige	44	40	20
45- bis 59-Jährige	36	30	14
60 Jahre und älter	28	18	9
Hauptschule	28	18	8
mittlerer Abschluss	31	23	14
Abitur, Studium	40	36	20
Kinder im Haushalt:			
- ja	45	37	20
- nein	36	29	17

## 9. Erwartungen an die landwirtschaftliche Produktion in Deutschland

Gefragt nach ihren persönlichen Erwartungen an einen landwirtschaftlichen Betrieb, geben die Befragten am häufigsten an, dass ihnen eine artgerechte Haltung der Tiere (70 %) sowie der schonende Umgang mit den natürlichen Ressourcen (68 %) sehr wichtig sei.

64 Prozent ist eine faire Entlohnung der Mitarbeiter, 63 Prozent die Qualität der Produkte und 54 Prozent die Anwendung umweltschonender Produktionsmethoden sehr wichtig. Die Pflege ländlicher Räume sowie die Offenheit und Transparenz des Betriebs ist jeweils 49 Prozent der Befragten sehr wichtig.

37 Prozent stufen die Verringerung der Emissionen der landwirtschaftlichen Produktion als sehr wichtig ein.

Frauen halten alle genannten Aspekte häufiger als Männer für sehr wichtig.

### ▪ Persönliche Erwartungen an einen landwirtschaftlichen Betrieb I

<u>Sehr wichtig ist ihnen ...</u>	insgesamt 2016 %	insgesamt 2017 %	insgesamt 2018 %	Ost %	West %	Männer %	Frauen %
eine artgerechte Haltung der Tiere	70	66	70	64	72	62	78
der schonende Umgang mit den natürlichen Ressourcen	*)	*)	68	66	68	61	74
eine faire Entlohnung der Mitarbeiter	57	59	64	64	64	56	71
die Qualität der Produkte	69	62	63	60	64	58	68
die Anwendung umweltschonender Produktionsmethoden	49	48	54	53	54	46	62
die Pflege ländlicher Räume	46	44	49	53	49	43	55
die Offenheit und Transparenz des Betriebs	45	39	49	45	50	42	56
die Verringerung der Emissionen der landwirtschaftlichen Produktion	*)	*)	37	42	36	35	39

\*) kein Zeitvergleich möglich, wurde im Vorjahr/in den Vorjahren nicht (in der gleichen Form) abgefragt



Die Verringerung der Emissionen der landwirtschaftlichen Produktion ist den unter 30-Jährigen deutlich seltener als älteren Befragten sehr wichtig.

▪ **Persönliche Erwartungen an einen landwirtschaftlichen Betrieb II**

<u>Sehr wichtig</u> ist ihnen ...	insge- samt %	14- bis 29- Jährige %	30- bis 44- Jährige %	45- bis 59- Jährige %	60 Jahre und älter %
eine artgerechte Haltung der Tiere	70	69	70	67	75
der schonende Umgang mit den natürlichen Ressourcen	68	63	66	71	68
eine faire Entlohnung der Mitarbeiter	64	58	64	64	68
die Qualität der Produkte	63	57	67	63	65
die Anwendung umweltschonender Produktionsmethoden	54	49	53	55	58
die Pflege ländlicher Räume	49	45	46	50	54
die Offenheit und Transparenz des Betriebs	49	45	46	50	53
die Verringerung der Emissionen der landwirtschaftlichen Produktion	37	24	38	41	43

## 10. Meinungen zur Vermittlung gesunder Ernährung in der Schule

Nahezu alle Befragten (95 %) finden es, im Vergleich zu anderen Schulfächern wie zum Beispiel Mathematik, Deutsch oder Englisch, (sehr) wichtig, dass Kinder in der Schule die Grundlagen einer gesunden Ernährung erlernen.

Nur wenige finden dies weniger bzw. gar nicht wichtig (5 %).

Der Anteil derer, die es (sehr) wichtig finden, dass Kinder in der Schule die Grundlagen einer gesunden Ernährung erlernen, ist im Vergleich zu den Vorjahren nochmals etwas gestiegen.

### ▪ Wie wichtig ist das Lernen gesunder Ernährung in der Schule? \*)

Dass Kinder in der Schule die Grundlagen einer gesunden Ernährung erlernen, finden im Vergleich zu anderen Schulfächern wie zum Beispiel Mathematik, Deutsch oder Englisch ...

	sehr wichtig/ wichtig %	weniger wichtig/ *) gar nicht wichtig %
insgesamt: 2016	89	11
2017	91	9
2018	95	5
Ost	98	2
West	95	5
Männer	92	8
Frauen	97	3
14- bis 29-Jährige	93	7
30- bis 44-Jährige	93	6
45- bis 59-Jährige	95	4
60 Jahre und älter	97	3
Hauptschule	96	3
mittlerer Abschluss	98	2
Abitur, Studium	94	6
Kinder im Haushalt:		
- ja	93	6
- nein	96	4

\*) an 100 Prozent fehlende Angaben = „weiß nicht“

## 11. Essgewohnheiten von und Angebote für Rentner

### 11.1 Veränderung der Essgewohnheiten von Rentnern

Diejenigen Befragten, die aktuell Rente beziehen, wurden gebeten anzugeben, inwieweit sich ihre Essgewohnheiten gegenüber der Zeit vor dem Ruhestand verändert haben.

52 Prozent der Rentner geben an, dass sie sich nun mehr Zeit zum Essen nehmen als vor dem Ruhestand. 42 Prozent geben an, dass sie mehr kochen, seitdem sie nicht mehr erwerbstätig sind.

Jeweils 38 Prozent sagen, dass sie seltener auswärts – z.B. in einem Restaurant – essen bzw. weniger Fertiggerichte kaufen als vor dem Ruhestand. Bei der Mehrheit hat sich dabei jeweils nichts geändert.

#### ▪ Veränderung der Essgewohnheiten von Rentnern \*)

Gegenüber der Zeit vor dem Ruhestand ...	mehr bzw. häufiger %	weniger bzw. seltener %	genauso **) viel bzw. oft %
nehmen sich jetzt Zeit zum Essen	52	2	46
kochen selbst	42	13	43
essen auswärts, z.B. im Restaurant	9	38	52
kaufen Fertiggerichte	2	38	54

\*) Basis: Rentner

\*\*) an 100 Prozent fehlende Angaben = „weiß nicht“

## 11.2 „Essen auf Rädern“

„Essen auf Rädern“ ist ein Service, der von sozialen Einrichtungen, Wohlfahrtsverbänden, Hilfsorganisationen und Privatunternehmen angeboten wird und bei dem fertig zubereitete Mahlzeiten nach Hause an die Wohnungstür gebracht werden.

Die große Mehrheit aller Befragten (84 %) kennt dieses Angebot. Dies trifft auf jüngere, unter 30-jährige Befragte etwas seltener zu als auf den Durchschnitt aller Befragten.

- Bekanntheit des Angebots „Essen auf Rädern“

	Es kennen das Angebot „Essen auf Rädern“ %
insgesamt	84
Ost	86
West	84
Männer	80
Frauen	88
14- bis 29-Jährige	68
30- bis 44-Jährige	84
45- bis 59-Jährige	90
60 Jahre und älter	91
Hauptschule	85
mittlerer Abschluss	86
Abitur, Studium	88
Erwerbstätige:	
- ja	88
- nein	81
Kinder im Haushalt:	
- ja	79
- nein	86

### 11.3 Mittagstischangebote für Senioren

Neben Angeboten wie „Essen auf Rädern“, bei denen warme Mahlzeiten an die Wohnungstür geliefert werden, gibt es in mehreren Städten und Gemeinden auch Mittagstischangebote für Senioren, z.B. von sozialen Einrichtungen, Wohlfahrtsverbänden, Hilfsorganisationen und Privatunternehmen.

50 Prozent aller Befragten kennen diese Mittagstischangebote für Senioren.

Von den über 60-Jährigen kennen 59 Prozent diese Angebote.

- Bekanntheit der Mittagstischangebote für Senioren

	Es kennen die Mittagstischangebote für Senioren
	%
insgesamt	50
Ost	54
West	50
Männer	49
Frauen	52
14- bis 29-Jährige	32
30- bis 44-Jährige	54
45- bis 59-Jährige	52
60 Jahre und älter	59
Hauptschule	60
mittlerer Abschluss	51
Abitur, Studium	52
Erwerbstätige:	
- ja	50
- nein	51
Kinder im Haushalt:	
- ja	47
- nein	51