

## **Ernährung in der Corona-Krise**

Ergebnisse einer repräsentativen  
Bevölkerungsbefragung

17. April 2020  
f20.0175/38857 De

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

## Inhaltsverzeichnis

Vorbemerkung	3
1. Einfluss der Corona-Krise auf das Koch- und Essverhalten	4
2. Regionale Herkunft von Lebensmitteln	7
3. Nutzung verschiedener Angebote zum Lebensmitteleinkauf	12
4. Lebensmittelvorräte	16
5. Bedeutung der heimischen Landwirtschaft in der Corona-Krise	18

### **Vorbemerkung**

Im Auftrag des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) hat forsa Politik- und Sozialforschung GmbH eine repräsentative Befragung von 1.004 Bundesbürgern im Alter ab 14 Jahren zum Thema „Ernährung in der Corona-Krise“ durchgeführt.

Die Erhebung wurde am 15. und 16. April 2020 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 Untersuchungsbefunde werden im nachfolgenden Ergebnisbericht vorgestellt.

## 1. Einfluss der Corona-Krise auf das Koch- und Essverhalten

Danach gefragt, inwieweit sich die Corona-Krise auf das Koch- und Essverhalten in ihrem Haushalt ausgewirkt hat, geben 30 Prozent der Befragten an, dass sie aktuell häufiger als vor der Krise selbst zubereitete Speisen kochen.

28 Prozent nehmen häufiger gemeinsam mit ihren Haushaltsmitgliedern Mahlzeiten ein, 21 Prozent kochen häufiger gemeinsam. 20 Prozent geben an, dass sie häufiger als vor der Corona-Krise frische Zutaten verwenden.

Fertigprodukte werden von einem Viertel der Befragten (25 %) seltener als vor der aktuellen Situation verwendet. 16 Prozent kochen seltener Gerichte, die möglichst schnell zuzubereiten sind.

Bei allen genannten Aspekten gibt jedoch die große Mehrheit der Befragten an, dass sie diese genauso häufig oder selten tun wie vor der derzeitigen Lage.

### ▪ Einfluss der Corona-Krise auf das Koch- und Essverhalten I

	In ihrem Haushalt tun		
	häufiger als zuvor	seltener als zuvor	genauso häufig oder selten wie zuvor
	_____ %	_____ %	_____ %
- selbst zubereitete Speisen kochen	30	3	67
- gemeinsam Mahlzeiten einnehmen	28	7	64
- gemeinsam kochen	21	9	69
- frische Zutaten verwenden	20	5	75
- Gerichte kochen, die möglichst schnell zuzubereiten sind	12	16	71
- Fertigprodukte verwenden	7	25	66

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

Dass sie häufiger als vor der aktuellen Situation selbst zubereitete Speisen kochen, gemeinsam Mahlzeiten einnehmen bzw. gemeinsam kochen, geben Westdeutsche, unter 60-Jährige, höher Gebildete, Personen mit einem höheren Haushaltsnettoeinkommen sowie Befragte mit Kindern im Haushalt häufiger als die jeweiligen Vergleichsgruppen an.

▪ Einfluss der Corona-Krise auf das Koch- und Essverhalten II

	Häufiger als zuvor...					
	kochen selbst zubereitete Speisen	nehmen gemeinsam Mahlzeiten ein	kochen gemeinsam	verwenden frische Zutaten	kochen Gerichte, die möglichst schnell zuzubereiten sind	verwenden Fertigprodukte
	%	%	%	%	%	%
insgesamt	30	28	21	20	12	7
Ost	25	20	13	20	14	4
West	30	29	22	20	11	7
Männer	31	26	20	19	12	9
Frauen	28	29	22	20	12	5
14- bis 29-Jährige	40	35	27	17	14	14
30- bis 44-Jährige	34	38	26	23	14	7
45- bis 59-Jährige	34	30	25	23	11	4
60 Jahre und älter	18	15	10	16	9	5
Hauptschule	24	18	12	25	15	9
mittlerer Abschluss	20	20	15	15	10	4
Abitur, Studium	35	33	25	21	11	6
Haushaltsnettoeinkommen:						
- unter € 1.500	25	16	13	17	16	12
- € 1.500 bis unter € 3.000	27	22	18	18	15	6
- € 3.000 und mehr	33	35	26	21	9	4
Zusammenleben mit Partner:						
- ja	27	32	23	19	10	4
- nein	33	22	18	21	14	10
Kinder im Haushalt:						
- ja	37	44	32	22	13	8
- nein	27	21	16	19	11	6

Unter 30-Jährige sowie Befragte mit Kindern im Haushalt geben überdurchschnittlich häufig an, dass sie seltener als vor der Corona-Krise bzw. den beschlossenen Maßnahmen zur Eindämmung des Virus Gerichte essen, die möglichst schnell zubereiten sind.

▪ Einfluss der Corona-Krise auf das Koch- und Essverhalten III

	Seltener als zuvor...					
	verwenden Fertigprodukte %	kochen Gerichte, die möglichst schnell zubereiten sind %	kochen gemeinsam %	nehmen gemeinsam Mahlzeiten ein %	verwenden frische Zutaten %	kochen selbst zubereitete Speisen %
insgesamt	25	16	9	7	5	3
Ost	29	13	10	6	3	6
West	24	17	9	7	5	3
Männer	24	17	10	8	6	3
Frauen	26	15	8	6	4	4
14- bis 29-Jährige	21	23	12	11	11	6
30- bis 44-Jährige	28	20	7	9	3	3
45- bis 59-Jährige	25	17	9	5	4	3
60 Jahre und älter	25	9	8	4	3	2
Hauptschule	30	19	10	6	4	3
mittlerer Abschluss	24	13	7	5	3	2
Abitur, Studium	23	16	9	7	5	3
Haushaltsnettoeinkommen:						
- unter € 1.500	21	13	11	11	9	8
- € 1.500 bis unter 3.000	26	14	10	9	5	3
- € 3.000 und mehr	25	18	6	5	2	2
Zusammenleben mit Partner:						
- ja	26	16	5	2	3	2
- nein	23	16	15	14	8	5
Kinder im Haushalt:						
- ja	28	23	7	4	6	5
- nein	23	13	10	8	5	3

## 2. Regionale Herkunft von Lebensmitteln

Die große Mehrheit der Befragten (82 %) legt nach eigenen Angaben beim Einkaufen Wert darauf, dass ein Produkt aus ihrer Region kommt. Nur 17 Prozent legen keinen größeren oder gar keinen Wert darauf.

Frauen, über 30-Jährige sowie die Befragten mit einem höheren Haushaltsnettoeinkommen geben häufiger als Männer, die Jüngeren sowie die Befragten mit einem geringeren Haushaltsnettoeinkommen an, dass sie beim Einkaufen Wert darauf legen, dass ein Produkt aus ihrer Region kommt.

### ▪ Bedeutung der regionalen Herkunft von Lebensmitteln

Dass sie Wert darauf legen, dass ein Produkt aus ihrer Region kommt, trifft zu

	voll und ganz %	eher %	eher nicht %	gar nicht *) %
insgesamt	39	43	11	6
Ost	42	42	11	4
West	39	43	11	6
Männer	35	42	15	7
Frauen	43	44	8	5
14- bis 29-Jährige	25	45	17	13
30- bis 44-Jährige	34	48	11	7
45- bis 59-Jährige	46	43	8	2
60 Jahre und älter	46	39	10	4
Hauptschule	51	31	10	7
mittlerer Abschluss	44	38	11	7
Abitur, Studium	38	46	11	5
Haushaltsnettoeinkommen:				
- unter € 1.500	38	32	16	14
- € 1.500 bis unter € 3.000	42	46	8	2
- € 3.000 und mehr	40	44	10	6

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

Den Befragten wurden mehrere Produkte vorgelesen, mit der Bitte anzugeben, wie wichtig ihnen die regionale Herkunft dieser Produkte ist.

Die regionale Herkunft von frischem Obst und Gemüse (88 %) sowie von Milch, Milcherzeugnissen und Eiern (87 %) ist der weit überwiegenden Mehrheit der Befragten sehr wichtig oder wichtig. Auch ist der großen Mehrheit die regionale Herkunft von Brot- und Backwaren (84 %) bzw. von Fleisch und Wurstwaren (80 %) (sehr) wichtig.

Dass ihnen die regionale Herkunft von Getränken wie z.B. Wasser, Limonaden, Säften oder Bier (55 %) bzw. von Futtermitteln für Tiere, von denen tierische Produkte wie beispielsweise Fleisch oder Milch stammen (54 %), sehr wichtig oder wichtig ist, gibt jeweils eine knappe Mehrheit der Befragten an. Etwas weniger als die Hälfte (47 %) empfindet die regionale Herkunft von Fisch und Fischerzeugnissen als (sehr) wichtig.

Jeweils gut einem Drittel ist die regionale Herkunft pflanzlicher Alternativen zu tierischen Produkten (36 %), von haltbar gemachtem Obst und Gemüse, z.B. tiefgekühlt oder als Konserve (34 %) oder von Teigwaren wie beispielsweise Nudeln, Tortellini oder Gnocchi (31 %) sehr wichtig oder wichtig.

Die regionale Herkunft von Süßwaren und herzhaften Knabbereien ist nur für 15 Prozent (sehr) wichtig.



▪ Bedeutung der regionalen Herkunft von verschiedenen Produkten I

Die regionale Herkunft der Produkte ist

	sehr wichtig %	wichtig %	weniger wichtig %	gar nicht *) wichtig %
- frisches Obst und Gemüse	44	44	8	4
- Milch, Milcherzeugnisse und Eier	44	43	7	5
- Brot- und Backwaren	42	42	10	5
- Fleisch und Wurstwaren	38	42	13	6
- Getränke wie z.B. Wasser, Limonaden, Säfte, Bier	18	37	29	15
- Futtermittel für Tiere, von denen tierische Produkte wie z.B. Fleisch oder Milch stammen	19	35	21	21
- Fisch und Fischerzeugnisse	18	29	35	16
- pflanzliche Alternativen zu tierischen Produkten	10	26	33	28
- haltbar gemachtes Obst und Gemüse, z.B. tiefgekühlt oder als Konserve	8	26	41	23
- Teigwaren wie z.B. Nudeln, Tortellini oder Gnocchi	9	22	47	21
- Süßwaren und herzhafte Knabbereien	4	11	52	32

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

Frauen geben bei fast allen Produkten häufiger als Männer an, dass ihnen die regionale Herkunft sehr wichtig bzw. wichtig ist.

▪ Bedeutung der regionalen Herkunft von verschiedenen Produkten II

Die regionale Herkunft der folgenden Produkte ist sehr wichtig bzw. wichtig:	insgesamt %	Ost %	West %	Männer %	Frauen %
- frisches Obst und Gemüse	88	85	89	84	93
- Milch, Milcherzeugnisse und Eier	87	83	88	84	90
- Brot- und Backwaren	84	89	83	84	84
- Fleisch und Wurstwaren	80	81	80	78	82
- Getränke wie z.B. Wasser, Limonaden, Säfte, Bier	55	55	56	58	53
- Futtermittel für Tiere, von denen tierische Produkte wie z.B. Fleisch oder Milch stammen	54	51	54	49	58
- Fisch und Fischerzeugnisse	47	45	47	42	52
- pflanzliche Alternativen zu tierischen Produkten	36	36	36	33	39
- haltbar gemachtes Obst und Gemüse, z.B. tiefgekühlt oder als Konserve	34	43	32	30	38
- Teigwaren wie z.B. Nudeln, Tortellini oder Gnocchi	31	42	29	29	32
- Süßwaren und herzhaftes Knabbereien	15	16	15	14	15

Bei den meisten Produkten geben die älteren Befragten tendenziell häufiger als die jüngeren Befragten an, dass ihnen die regionale Herkunft (sehr) wichtig ist.

▪ Bedeutung der regionalen Herkunft von verschiedenen Produkten III

Die regionale Herkunft der folgenden Produkte ist sehr wichtig bzw. wichtig:	insgesamt %	14- bis 29- Jährige %	30- bis 44- Jährige %	45- bis 59- Jährige %	60 Jahre und älter %
- frisches Obst und Gemüse	88	82	90	92	88
- Milch, Milcherzeugnisse und Eier	87	82	87	92	86
- Brot- und Backwaren	84	73	81	90	88
- Fleisch und Wurstwaren	80	72	81	88	78
- Getränke wie z.B. Wasser, Limonaden, Säfte, Bier	55	47	49	60	62
- Futtermittel für Tiere, von denen tierische Produkte wie z.B. Fleisch oder Milch stammen	54	56	50	56	53
- Fisch und Fischerzeugnisse	47	41	43	46	55
- pflanzliche Alternativen zu tierischen Produkten	36	32	30	37	43
- haltbar gemachtes Obst und Gemüse, z.B. tiefgekühlt oder als Konserve	34	28	32	36	38
- Teigwaren wie z.B. Nudeln, Tortellini oder Gnocchi	31	22	24	36	36
- Süßwaren und herzhafte Knabbereien	15	8	11	19	19

### 3. Nutzung verschiedener Angebote zum Lebensmitteleinkauf

Seit Wochen gelten Maßnahmen, die dazu dienen sollen, die Ausbreitung des Corona-Virus einzudämmen.

21 Prozent der Bürger nutzen für den Einkauf von Lebensmitteln oder fertiger Mahlzeiten häufiger als vor der aktuellen Situation Lieferangebote von örtlichen Gastronomen. 12 Prozent nutzen häufiger Angebote von Landwirten vor Ort, z.B. Hofladen oder Straßenverkauf.

Die anderen Angebote – Angebote anderer Lieferdienste für fertige Mahlzeiten wie z.B. Essen auf Rädern oder der Pizzaservice, Lieferangebote von Landwirten aus der Region, Lieferangebote des Einzelhandels, z.B. von Supermärkten sowie Online-Bestellungen von Lebensmitteln oder Gerichten – werden jeweils eher seltener als häufiger genutzt.

Insgesamt nutzt die große Mehrheit der Befragten die jeweiligen Angebote genauso häufig oder selten wie vor der Corona-Krise bzw. den beschlossenen Maßnahmen zur Eindämmung des Virus.

#### ▪ Nutzung verschiedener Angebote zum Lebensmitteleinkauf

Folgende Möglichkeiten für den Einkauf von Lebensmitteln oder fertiger Mahlzeiten nutzen

	häufiger als zuvor %	seltener als zuvor %	genauso häufig oder selten wie zuvor % *)
- Lieferangebote von örtlichen Gastronomen	21	17	58
- Angebote von Landwirten vor Ort, z.B. Hofladen, Straßenverkauf	12	13	73
- Angebote anderer Lieferdienste für fertige Mahlzeiten	8	19	69
- Lieferangebote von Landwirten aus der Region	7	13	75
- Lieferangebote des Einzelhandels, z.B. von Supermärkten	6	15	73
- Online-Bestellungen von Lebensmitteln oder Gerichten	3	17	72

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

Westdeutsche sagen häufiger als Ostdeutsche, dass sie häufiger Lieferangebote von örtlichen Gastronomen nutzen.

▪ Häufigere Nutzung verschiedener Angebote zum Lebensmitteleinkauf I

Folgende Möglichkeiten nutzen häufiger als zuvor:	insgesamt %	Ost %	West %	Männer %	Frauen %
- Lieferangebote von örtlichen Gastronomen	21	14	22	23	19
- Angebote von Landwirten vor Ort, z.B. Hofladen, Straßenverkauf	12	8	13	12	12
- Angebote anderer Lieferdienste für fertige Mahlzeiten	8	6	8	10	6
- Lieferangebote von Landwirten aus der Region	7	4	8	7	7
- Lieferangebote des Einzelhandels, z.B. von Supermärkten	6	7	6	7	6
- Online-Bestellungen von Lebensmitteln oder Gerichten	3	3	4	4	3

Die jüngeren Befragten geben häufiger als die älteren Befragten an, dass sie häufiger als vor der aktuellen Situation Lieferangebote von örtlichen Gastronomen bzw. Angebote anderer Lieferdienste für fertige Mahlzeiten - wie z.B. den Pizzaservice oder Essen auf Rädern - nutzen.

▪ Häufigere Nutzung verschiedener Angebote zum Lebensmitteleinkauf II

Folgende Möglichkeiten nutzen häufiger als zuvor	insgesamt %	14- bis 29- Jährige %	30- bis 44- Jährige %	45- bis 59- Jährige %	60 Jahre und älter %
- Lieferangebote von örtlichen Gastronomen	21	28	27	20	14
- Angebote von Landwirten vor Ort, z.B. Hofladen, Straßenverkauf	12	5	15	12	13
- Angebote anderer Lieferdienste für fertige Mahlzeiten	8	15	11	3	5
- Lieferangebote von Landwirten aus der Region	7	7	8	6	8
- Lieferangebote des Einzelhandels, z.B. von Supermärkten	6	9	8	2	6
- Online-Bestellungen von Lebensmitteln oder Gerichten	3	6	4	2	3

Dass sie häufiger Lieferangebote örtlicher Gastronomen nutzen, geben die Befragten mit einem höheren Haushaltsnettoeinkommen häufiger als Befragte mit einem geringeren Haushaltsnettoeinkommen an.

Überdurchschnittlich häufig sagen die Befragten mit einem Haushaltsnettoeinkommen von unter 1.500 Euro, dass sie häufiger als vor der derzeitigen Lage Lieferangebote des Einzelhandels nutzen.

▪ Häufigere Nutzung verschiedener Angebote zum Lebensmitteleinkauf III

Folgende Möglichkeiten nutzen <u>häufiger</u> als zuvor:	insgesamt %	Haushaltsnettoeinkommen:		
		unter € 1.500 %	€ 1.500 bis unter € 3.000 %	€ 3.000 und mehr %
- Lieferangebote von örtlichen Gastronomen	21	15	14	28
- Angebote von Landwirten vor Ort, z.B. Hofladen, Straßenverkauf	12	8	11	14
- Angebote anderer Lieferdienste für fertige Mahlzeiten	8	11	6	9
- Lieferangebote von Landwirten aus der Region	7	6	6	8
- Lieferangebote des Einzelhandels, z.B. von Supermärkten	6	15	5	4
- Online-Bestellungen von Lebensmitteln oder Gerichten	3	4	3	4

Im Hinblick auf die Frage, welche Angebote seltener als vor der aktuellen Situation genutzt werden, zeigen sich zwischen Ostdeutschen und Westdeutschen sowie zwischen Männern und Frauen keine größeren Unterschiede.

▪ Seltener Nutzung verschiedener Angebote zum Lebensmitteleinkauf I

Folgende Möglichkeiten nutzen <u>seltener</u> als zuvor:	insgesamt %	Ost %	West %	Männer %	Frauen %
- Angebote anderer Lieferdienste für fertige Mahlzeiten	19	19	19	17	21
- Online-Bestellungen von Lebensmitteln oder Gerichten	17	14	17	14	20
- Lieferangebote von örtlichen Gastronomen	17	15	17	15	19
- Lieferangebote des Einzelhandels, z.B. von Supermärkten	15	16	14	13	16
- Lieferangebote von Landwirten aus der Region	13	12	14	12	14
- Angebote von Landwirten vor Ort, z.B. Hofladen, Straßenverkauf	13	15	13	13	13

Auch im Hinblick auf die Altersgruppen zeigen sich hier nur geringfügige Unterschiede.

▪ Seltener Nutzung verschiedener Angebote zum Lebensmitteleinkauf II

Folgende Möglichkeiten nutzen <u>seltener</u> als zuvor	insgesamt %	14- bis 29- Jährige %	30- bis 44- Jährige %	45- bis 59- Jährige %	60 Jahre und älter %
- Angebote anderer Lieferdienste für fertige Mahlzeiten	19	17	22	17	19
- Online-Bestellungen von Lebensmitteln oder Gerichten	17	22	17	13	17
- Lieferangebote von örtlichen Gastronomen	17	16	14	15	21
- Lieferangebote des Einzelhandels, z.B. von Supermärkten	15	11	14	14	18
- Lieferangebote von Landwirten aus der Region	13	9	10	15	16
- Angebote von Landwirten vor Ort, z.B. Hofladen, Straßenverkauf	13	10	10	12	17

#### 4. Lebensmittelvorräte

Ein Drittel der Befragten (33 %) würde nach eigenen Angaben höchstens eine Woche mit ihren Vorräten an Lebensmitteln in ihrem Haushalt auskommen. Ein ähnlich hoher Anteil (37 %) meint, damit höchstens zwei Wochen auszukommen.

17 Prozent glauben, dass sie höchstens drei Wochen, 11 Prozent, dass sie länger als drei Wochen mit ihren Lebensmittelvorräten auskommen.

Dass sie höchstens eine Woche mit ihren Lebensmittelvorräten auskommen, meinen Ostdeutsche sowie die 30- bis 44-Jährigen häufiger als der Durchschnitt.

- Wie lange halten die Lebensmittelvorräte?

	In ihrem Haushalt würden mit ihren Vorräten an Lebensmitteln auskommen			
	höchstens eine Woche %	höchstens zwei Wochen %	höchstens drei Wochen %	länger als drei Wochen *) %
insgesamt	33	37	17	11
Ost	44	32	11	13
West	32	38	19	11
Männer	37	37	15	10
Frauen	30	38	20	12
14- bis 29-Jährige	28	41	18	11
30- bis 44-Jährige	47	37	12	3
45- bis 59-Jährige	35	36	17	11
60 Jahre und älter	25	37	21	17
Haushaltsnettoeinkommen:				
- unter € 1.500	34	41	10	15
- € 1.500 bis unter € 3.000	37	34	19	9
- € 3.000 und mehr	31	41	18	10
Zusammenleben mit Partner:				
- ja	34	40	16	10
- nein	33	34	19	13
Kinder im Haushalt:				
- ja	34	38	18	9
- nein	33	37	17	12

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



Die Bevorratung von Lebensmitteln wie Mehl, Zucker, Konserven und Getränken hat für 17 Prozent der Bürger in der aktuellen Lage an Bedeutung gewonnen. Nur für 1 Prozent hat die Bevorratung von Lebensmitteln an Bedeutung verloren.

Die meisten (82 %) meinen jedoch, dass sich in ihrer Einstellung zur Bedeutung der Bevorratung von Lebensmitteln nichts geändert hat.

▪ Bedeutung der Bevorratung von Lebensmitteln in der Corona-Krise

	Die Bevorratung von Lebensmitteln hat in der aktuellen Lage an Bedeutung		
	gewonnen %	verloren %	hat sich nicht geändert *) %
insgesamt	17	1	82
Ost	13	2	85
West	17	0	82
Männer	18	1	81
Frauen	16	1	83
14- bis 29-Jährige	16	2	82
30- bis 44-Jährige	19	1	80
45- bis 59-Jährige	17	0	82
60 Jahre und älter	15	0	85
Hauptschule	11	0	89
mittlerer Abschluss	17	1	82
Abitur, Studium	17	0	82
Haushaltsnettoeinkommen:			
- unter € 1.500	13	1	86
- € 1.500 bis unter € 3.000	18	1	81
- € 3.000 und mehr	19	1	80
Zusammenleben mit Partner:			
- ja	17	1	82
- nein	15	1	83
Kinder im Haushalt:			
- ja	20	1	79
- nein	16	1	83

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

## 5. Bedeutung der heimischen Landwirtschaft in der Corona-Krise

Die heimische Landwirtschaft hat für 39 Prozent der Bürger – überdurchschnittlich häufig für die unter 30-Jährigen – angesichts der aktuellen Lage an Bedeutung gewonnen.

Nur für 1 Prozent hat die heimische Landwirtschaft an Bedeutung verloren.

59 Prozent geben an, dass die heimische Landwirtschaft in Anbetracht der aktuellen Situation für sie weder an Bedeutung gewonnen noch verloren hat.

### ▪ Bedeutung der heimischen Landwirtschaft in der Corona-Krise

Die heimische Landwirtschaft hat angesichts der aktuellen Lage an Bedeutung

	gewonnen %	verloren %	hat sich nicht geändert *) %
insgesamt	39	1	59
Ost	37	0	61
West	39	1	59
Männer	37	1	61
Frauen	41	0	58
14- bis 29-Jährige	47	2	51
30- bis 44-Jährige	34	1	64
45- bis 59-Jährige	40	0	59
60 Jahre und älter	37	1	61
Hauptschule	35	2	62
mittlerer Abschluss	39	0	60
Abitur, Studium	40	1	59
Haushaltsnettoeinkommen:			
- unter € 1.500	35	1	64
- € 1.500 bis unter € 3.000	39	0	61
- € 3.000 und mehr	40	0	59

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