



Bundesministerium
für Ernährung
und Landwirtschaft

Deutschland, wie es isst

Der BMEL-Ernährungsreport 2023



[bmel.de](https://www.bmel.de)   



*„Viele wollen beim Einkauf wissen,
was in den Lebensmitteln steckt.
Diesem Wunsch nach Transparenz
kommen wir nach.“*

*Cem Özdemir, MdB
Bundesminister für Ernährung und Landwirtschaft*

Liebe Leserinnen und Leser,

Deutschland, wie es isst! Seit 2016 fragen wir für unseren Ernährungsreport Verbraucherinnen und Verbraucher, was ihnen rund um die Themen Essen und Einkauf wichtig ist. Es soll schmecken und gesund sein – da sind sich die Befragten seit Jahren einig.

Zugleich wird deutlich, dass es die Menschen bewegt, wie sich unsere Ernährung auf Umwelt und Klima auswirkt: Vielen ist wichtig, dass Lebensmittel umweltschonend hergestellt werden. Sie wollen beim Einkauf gut informiert Entscheidungen treffen und wissen, was in unseren Lebensmitteln steckt, wo und wie sie produziert wurden. Genau diesem Wunsch nach Transparenz kommen wir nach – etwa mit dem Nutri-Score, dem Biokennzeichen in der Außer-Haus-Verpflegung oder dem staatlich verbindlichen Tierhaltungskennzeichen, das Transparenz darüber schafft, wie ein Tier gehalten wurde. Ob im Restaurant oder in der Kantine – neben Geschmack achten viele auf die regionale Herkunft der Lebensmittel, gerne auch Bio.

Fleisch kommt seltener täglich auf die Teller, besonders bei Jüngeren. Nahezu alle Befragten erwarten, dass die Politik sich mehr dafür einsetzen soll, dass Tiere artgerechter gehalten werden. Für dieses Ziel mache ich

mich in der Bundesregierung stark. Wir schaffen die Voraussetzungen, dass Tiere besser gehalten und Landwirtinnen und Landwirte dafür fair bezahlt werden. Bemerkenswert ist, dass viele Befragte sagen, dass sie bereit sind, für Fleisch aus tiergerechter Haltung mehr zu bezahlen. Das ist keine Selbstverständlichkeit in einer Zeit, in der die Lebenshaltungskosten gestiegen sind und mehr Menschen als bisher beim Einkauf auf Angebote achten.

Wir erarbeiten derzeit die Ernährungsstrategie der Bundesregierung. Es soll allen Menschen möglich sein, sich selbstbestimmt gut zu ernähren – unabhängig von Einkommen, Bildung oder Herkunft. Gutes Essen – und eine gute Ernährungspolitik – sind auch eine Frage der Fairness. Die Entscheidung für eine gute Ernährung im Alltag sollte für alle so leicht wie möglich sein.

Ihr

Cem Özdemir, MdB
Bundesminister für Ernährung und Landwirtschaft

1

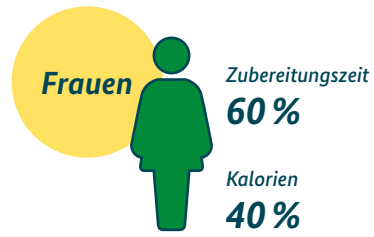
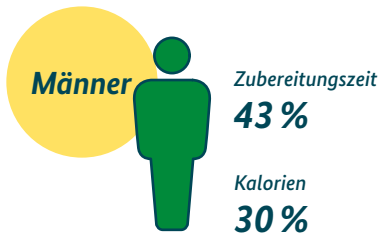
Was beim Essen wichtig ist

Worauf kommt es beim Essen an? Vor allem darauf, dass es gut schmeckt. Dies ist – wie in den Vorjahren – für 99 Prozent aller Befragten sehr wichtig oder wichtig. Und es gilt für fast alle Altersgruppen nahezu gleichermaßen.

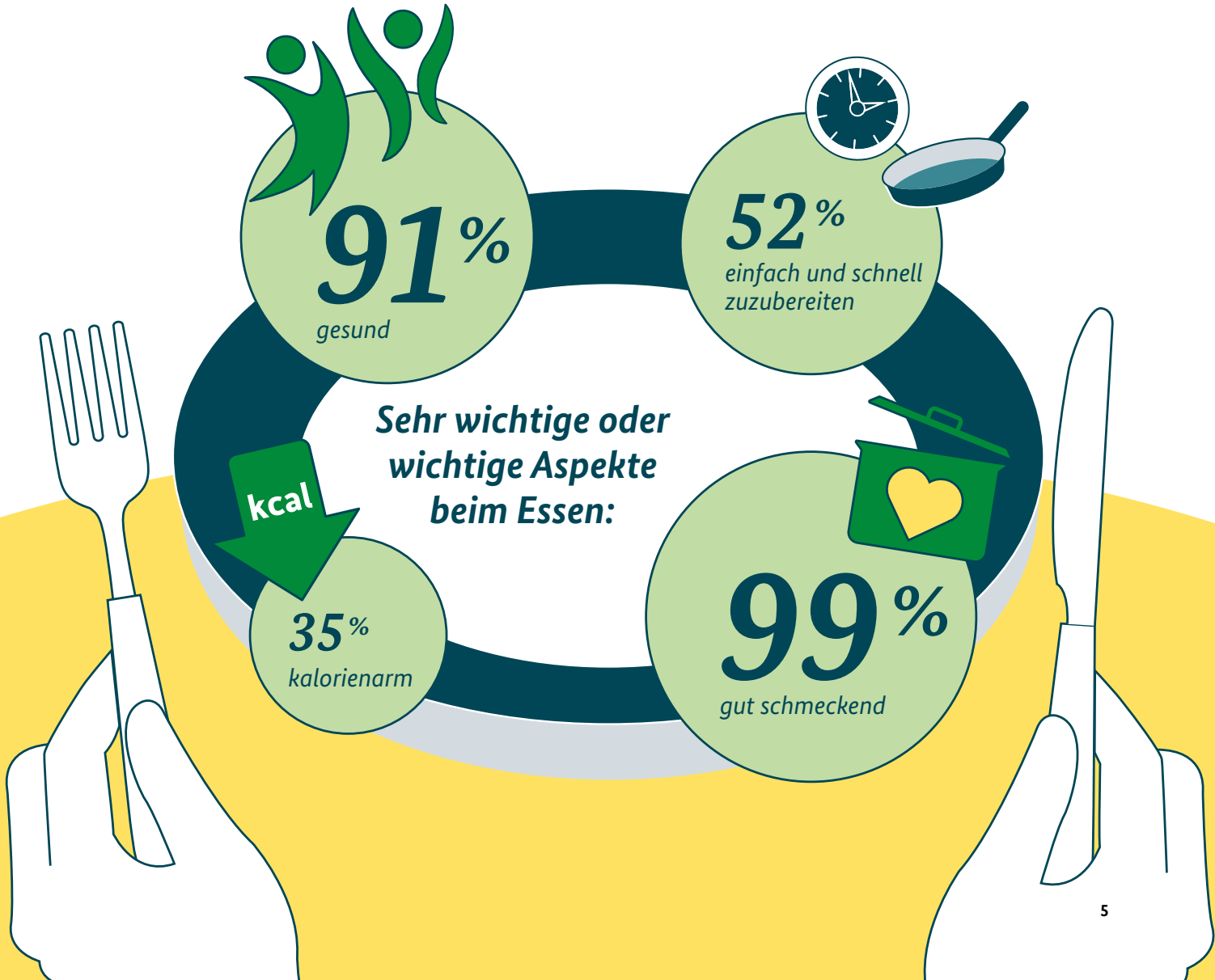
Auf gesundes Essen legen fast ebenso viele Personen besonderen Wert (91 Prozent). Für Ältere ab 60 Jahren ist dieser Aspekt mit 94 Prozent etwas wichtiger als für Jüngere (14 bis 29 Jahre). Hier sind es 88 Prozent.

Und es sollte nicht zu lange dauern: Die Zubereitungszeit des Essens ist für rund die Hälfte der Befragten entscheidend (52 Prozent). Für die Jüngeren zwischen 14 und 29 Jahren spielt dies mit 58 Prozent häufiger eine Rolle als für die 45- bis 59-Jährigen. Hier sind es 46 Prozent. Bei dieser Frage unterscheiden sich die Angaben von Personen, die mit ihren Partnerinnen und Partnern zusammenleben (45 Prozent) von Alleinlebenden, bei denen es 61 Prozent als wichtig empfinden, dass die Zubereitung schnell geht und einfach ist.

Dass das Essen kalorienarm ist, finden 35 Prozent aller Befragten sehr wichtig oder wichtig. Mit dem Alter steigt die Bedeutung: Bei den über 60-Jährigen sind es 49 Prozent, bei den unter 30-Jährigen sind es 18 Prozent. 40 Prozent der Befragten, die mit einer Partnerin oder einem Partner zusammenleben, legen Wert auf weniger Kalorien. Bei Personen, die allein leben, sind es 29 Prozent.



Wie vielen Menschen ist es sehr wichtig oder wichtig, dass das Essen einfach und schnell zuzubereiten bzw. kalorienarm ist?



2

Kochen *macht Spaß*

Sich selbst eine Mahlzeit zuzubereiten, ist weiterhin beliebt. 45 Prozent der Befragten geben an, dass sie so gut wie jeden Tag eigene Gerichte mit frischen Zutaten kochen. Damit ist dieser Wert im Vergleich zu 2021 gesunken (52 Prozent). Vor der Covid-19-Pandemie (Befragung Ende 2019/Anfang 2020) war die Zahl niedriger. Damals haben sich 39 Prozent täglich an den Herd gestellt.

55 Prozent der Frauen kochen jeden Tag selbst – häufiger als Männer (34 Prozent). Dabei greifen vor allem die 30- bis 44-Jährigen und die Älteren ab 60 Jahren fast täglich zum Kochlöffel mit jeweils 51 Prozent.

Leicht gestiegen ist die Zahl derjenigen, die etwa zwei- bis dreimal pro Woche selbst kochen: 2021 waren es 30 Prozent, inzwischen sind es 36 Prozent. Acht Prozent der Befragten kochen normalerweise gar nicht selbst.

Auch wenn nicht jeden Tag selbst gekocht wird, haben die meisten Befragten Freude daran. Wie auch in den Vorjahren geben etwa drei Viertel (74 Prozent) an, gerne zu kochen. 25 Prozent haben daran nicht so viel Spaß. Dabei macht es kaum einen Unterschied, ob die Befragten mit einem Partner oder einer Partnerin zusammenleben (73 Prozent) oder nicht (75 Prozent). Unterschiede zeigen sich vor allem in den Altersgruppen: 81 Prozent der unter 30-Jährigen haben Spaß am Kochen, bei den über 60-Jährigen sind es 68 Prozent.

**Wie häufig
wird in der Woche
gekocht?*** >>>

74 Prozent
der Befragten
kochen gern

45%
so gut wie jeden Tag

36%
etwa zwei-
bis dreimal pro
Woche

8%
normalerweise
gar nicht selbst

6%
etwa einmal
pro Woche

4%
seltener



3

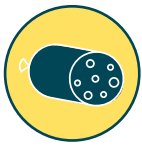
Was wir täglich essen

Wie viele Befragte essen
üblicherweise (täglich
oder mehrmals täglich)
Fleisch oder Wurst sowie
vegetarische/vegane
Alternativen?

Die Ernährung in Deutschland ist vielfältig. Gemüse und Obst nehmen dabei den Spitzenplatz ein: Bei 71 Prozent der Befragten stehen sie mindestens einmal pro Tag auf dem Speiseplan. 58 Prozent essen täglich Milchprodukte wie Joghurt oder Käse. Süßigkeiten oder herzhaftes Knabberzeug gehören täglich bei etwa einem Viertel (26 Prozent) dazu.

Immer weniger Befragte verzehren täglich Fleisch- und Wurstwaren. Der Anteil liegt aktuell bei 20 Prozent. Zu Beginn der Befragungen im Jahr 2015 waren es 34 Prozent. Gleichzeitig nimmt der Anteil der Personen stetig zu, die jeden Tag zu vegetarischen und veganen Alternativen zu tierischen Produkten greifen. 2020 lag er bei fünf Prozent, nun bei zehn Prozent. Dabei sind die Alternativprodukte bei Jüngeren angesagter als bei Älteren. 18 Prozent der 14- bis 29-Jährigen und zehn Prozent der 30- bis 44-Jährigen essen diese täglich. Bei den 45- bis 59-Jährigen sind es neun Prozent und bei den über 60-Jährigen fünf Prozent.

Auch zwischen den Geschlechtern gibt es Unterschiede: Frauen geben häufiger an, Gemüse und Obst zu essen (78 Prozent) als Männer (63 Prozent). Sie greifen auch öfter zu Süßigkeiten oder herzhaften Knabberzeugen (30 Prozent) als Männer (22 Prozent). Mehr Männer hingegen essen mindestens einmal am Tag Fleisch oder Wurst (28 Prozent), bei den Frauen sind es elf Prozent. Im Vergleich zum Vorjahr geht der tägliche Verzehr bei den Frauen zurück (2021: 19 Prozent).



Fleisch oder Wurst

2015*

34%

2023

20%



vegetarische/vegane Alternativen zu tierischen Produkten

2020*

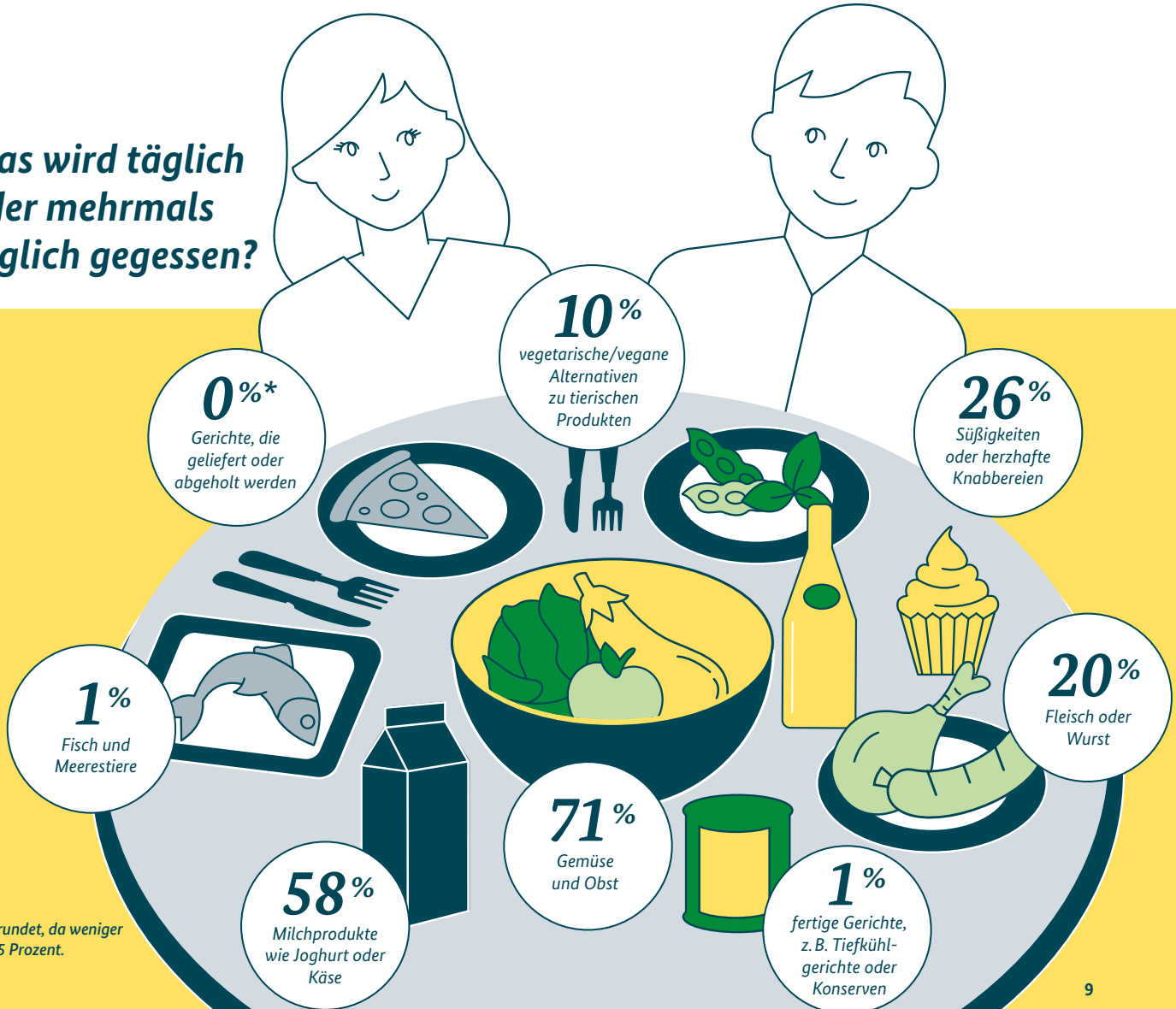
5%

2023

10%

*Jeweiliger Beginn des Erhebungszeitraums.

Was wird täglich oder mehrmals täglich gegessen?



* Abgerundet, da weniger als 0,5 Prozent.

4

Pflanzliche Alternativen



Vegetarische und vegane Alternativen zu tierischen Lebensmitteln steigen in der Beliebtheit. Gut die Hälfte (53 Prozent) der Befragten hat diese Produkte schon mindestens einmal gekauft. Zugleich ist der Anteil derer, die solche Alternativen noch nie gekauft haben, im Vergleich zu 2021 von 57 auf 47 Prozent gesunken. Vor allem die Älteren sind zurückhaltender: 65 Prozent der über 60-Jährigen haben vegetarische oder vegane Alternativen bisher nicht in den Warenkorb gelegt. Bei den 14- bis 29-Jährigen sind es 19 Prozent.

Die Gründe für den Kauf sind vielfältig: Seit 2020 unverändert auf Platz 1 steht die Neugier (73 Prozent). Aber auch die aus Sicht der Befragten bessere Verträglichkeit für Klima beziehungsweise Umwelt, der Tierschutz und der Geschmack sind mit jeweils 63 Prozent kaufentscheidend.

Das Wissen darüber, dass es pflanzliche Alternativen zu tierischen Produkten gibt, ist weit verbreitet. 96 Prozent der Befragten sind Produkte auf Basis von Soja, wie etwa Tofu, bekannt. Eine deutliche Mehrheit kennt solche

Lebensmittel auf Basis von Getreide (87 Prozent) sowie weiteren Hülsenfrüchten, beispielsweise Lupinen oder Erbsen (86 Prozent). Algen (60 Prozent), Nüsse oder Mandeln (57 Prozent) als Grundlage von Alternativen zu tierischen Produkten sind mehr als der Hälfte der Befragten ein Begriff. 34 Prozent wissen, dass es vegane oder vegetarische Produkte basierend auf Gemüse- und Obstsorten, wie zum Beispiel Jackfrucht, gibt.

Knapp die Hälfte der Befragten (46 Prozent) schränkt den Fleischkonsum bewusst ein und isst möglichst wenig oder nur selten Fleisch und Wurst – ernährt sich also flexitarisch. Acht Prozent sind, den eigenen Angaben zufolge, Vegetarierin oder Vegetarier. Zwei Prozent geben an, sich vegan zu ernähren.

Wie häufig kaufen die Befragten vegetarische oder vegane Alternativen zu tierischen Produkten?



73%

aus Neugier

63%

weil es gut für das Klima bzw. die Umwelt ist

63%

Tierschutzgründe

63%

weil es schmeckt

48%

weil es gesund ist

37%

davon gelesen oder gehört

19%

Allergie/Unverträglichkeit tierischer Produkte



Gründe für den Kauf vegetarischer/veganer Produkte*

*Skalierte Abfrage; abgebildet sind die Top-Two-Werte („trifft voll und ganz zu“/„trifft eher zu“); Basis: Befragte, die solche Produkte schon einmal oder öfter gekauft haben.

37%

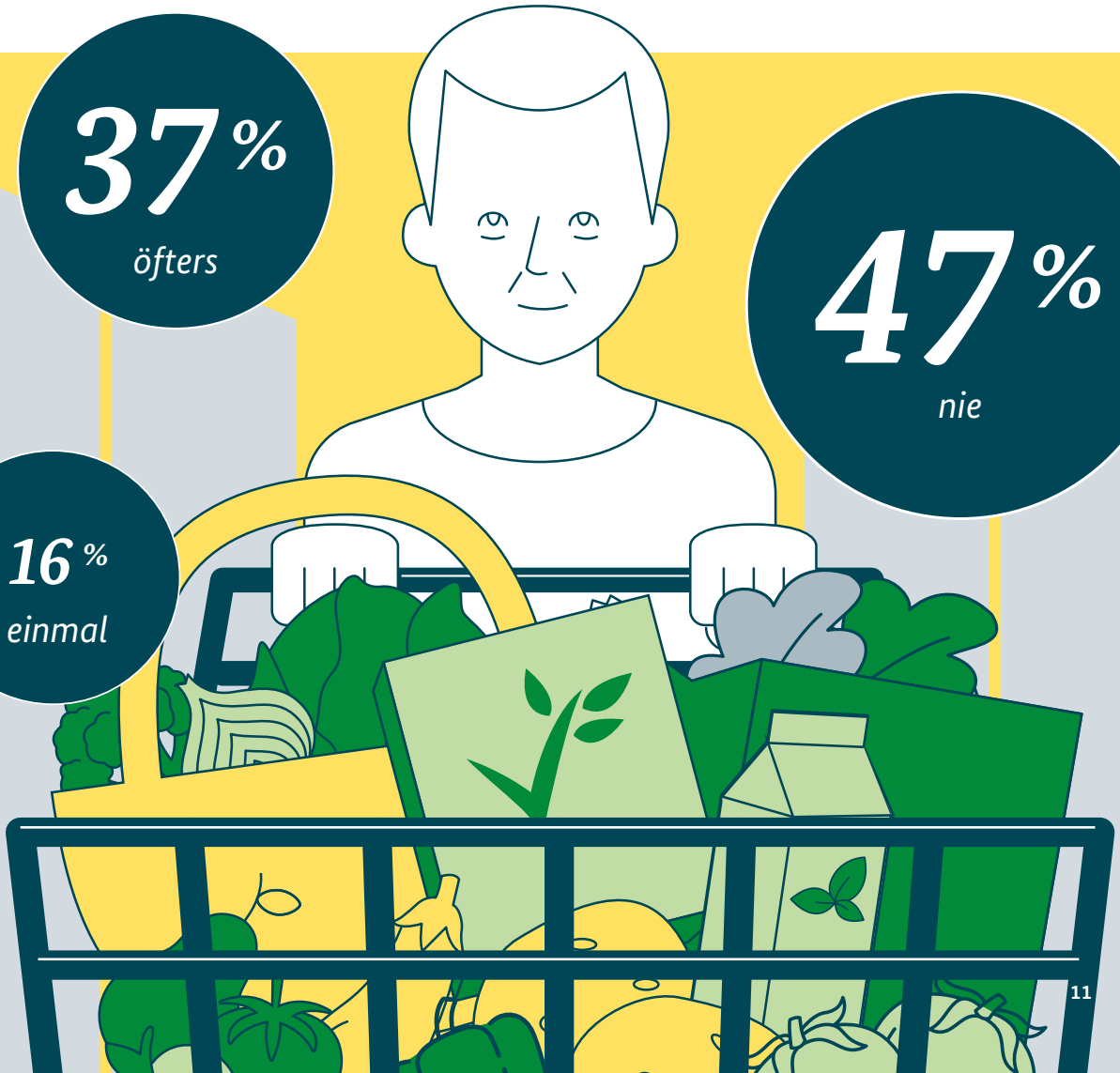
öfters

47%

nie

16%

einmal



5

Gekauft wird, *was schmeckt*

Eines ist für fast alle Befragten entscheidend: Guter Geschmack zählt beim Essenseinkauf. Das geben 94 Prozent als Auswahlkriterium an. Weiterhin achtet eine deutliche Mehrheit (80 Prozent) darauf, wie das Tier gehalten wurde, von dem das Lebensmittel stammt. 74 Prozent legen Wert darauf, dass ein Lebensmittel umwelt- und ressourcenschonend produziert, fair gehandelt (73 Prozent) oder ökologisch erzeugt (72 Prozent) wurde.

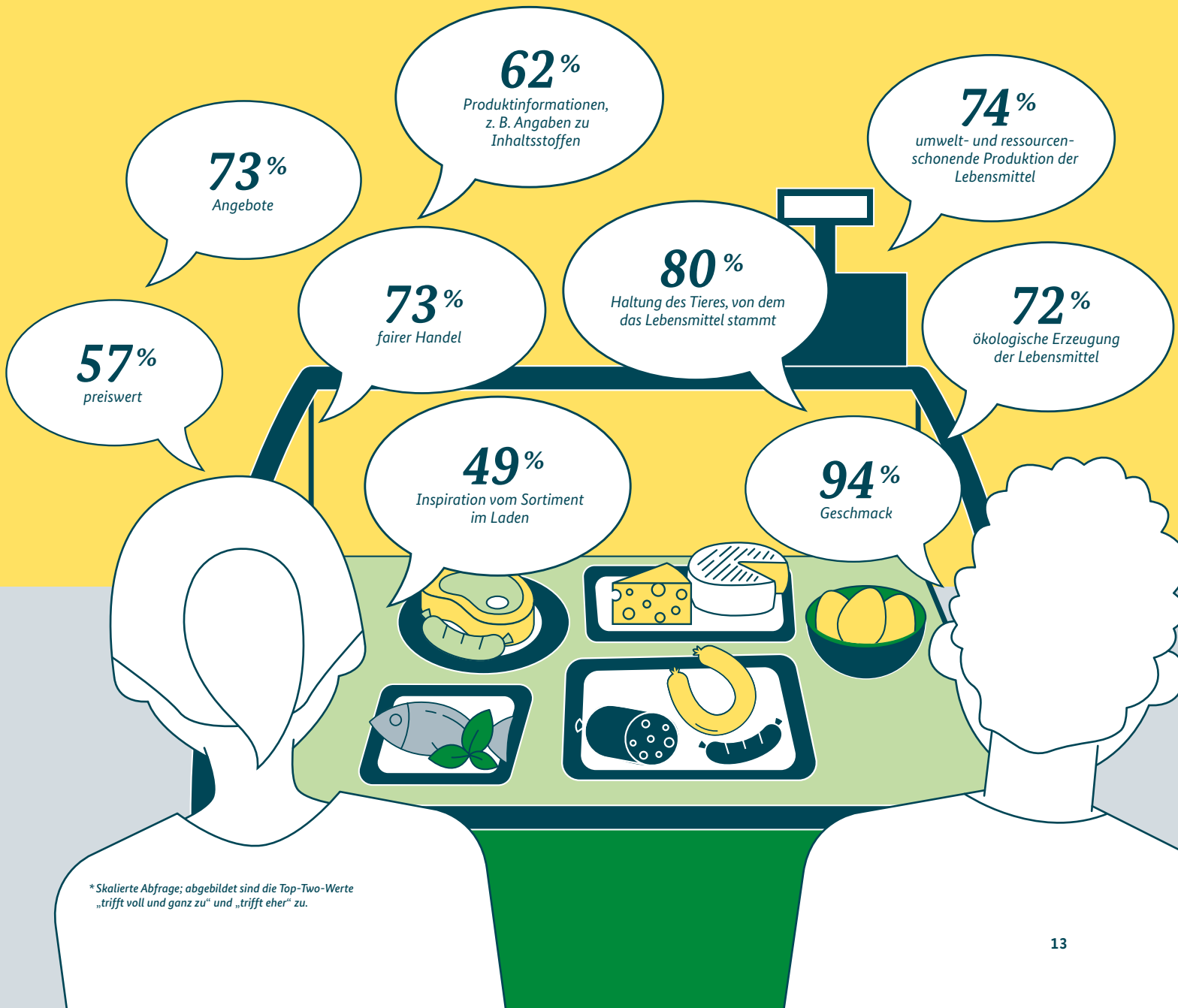
Knapp drei Viertel (73 Prozent) achten beim Einkaufen auf Angebote. Das ist ein Anstieg um zwölf Prozentpunkte im Vergleich zum Vorjahr. Gleichzeitig geben die Befragten auch häufiger an, darauf zu achten, dass die Lebensmittel preiswert sind (2023: 57 Prozent, 2022: 47 Prozent).

Die Herkunft spielt ebenfalls eine Rolle. Vor allem bei Eiern (88 Prozent) und frischem Gemüse und Obst (87 Prozent) ist es den Befragten sehr wichtig oder wichtig, dass diese aus der Region stammen, in der sie leben. Aber auch bei Brot und Backwaren (81 Prozent),

Fleisch- und Wurstwaren (78 Prozent) sowie bei Milch und Milcherzeugnissen (72 Prozent) achtet die Mehrheit auf die regionale Herkunft.

In diesem Jahr zeigt sich außerdem wieder, dass die Befragten grundsätzlich bereit wären, für mehr Tierwohl auch mehr zu bezahlen: Unter der Annahme, dass ein Kilogramm Fleisch aus herkömmlicher Produktion 10 Euro kostet, würden 13 Prozent bis zu 12 Euro für ein Kilogramm Fleisch von Tieren bezahlen, die besser gehalten werden, als es das Gesetz vorschreibt, 44 Prozent würden dafür bis zu 15 Euro bezahlen. 24 Prozent würden einen Preis von bis zu 20 Euro akzeptieren und elf Prozent wäre dies sogar mehr als 20 Euro wert.

Welche Kriterien sind bei der Auswahl von Lebensmitteln entscheidend?*



* Skalierte Abfrage; abgebildet sind die Top-Two-Werte „trifft voll und ganz zu“ und „trifft eher“ zu.

6

Verpackungen: *wichtige Angaben*

Woraus besteht ein Lebensmittel? Woher stammt es und wie wurde es hergestellt? Viele Befragte möchten sich gerne über Produkte, die sie konsumieren, informieren. Bei den gesetzlich vorgeschriebenen Angaben auf Lebensmittelverpackungen achten die Verbraucherinnen und Verbrauchern insbesondere auf das Verzeichnis der Zutaten (85 Prozent), genaue Angaben zur Herkunft (82 Prozent) und das Mindesthaltbarkeitsdatum (78 Prozent).

Aber auch das Interesse an Angaben, die gesetzlich nicht vorgeschrieben sind, ist hoch. Von großer Bedeutung sind vor allem Informationen zu den Haltungsbedingungen der Tiere* (85 Prozent). Wichtig sind auch Angaben darüber, ob ein Produkt zu fairen Bedingungen (78 Prozent) oder umweltverträglich (72 Prozent) produziert wurde und ob das Lebensmittel gentechnikfrei ist (71 Prozent).

Der Nutri-Score ist für 42 Prozent der Befragten sehr wichtig oder wichtig, 48 Prozent möchten auf der Verpackung eine Auskunft darüber, ob ein Produkt vegetarisch

oder vegan ist. Dies wird häufiger von den unter 30-Jährigen (65 Prozent) erwartet als von den über 60-Jährigen (42 Prozent).

Diejenigen, die wissen wollten, ob ein Produkt umweltverträglich erzeugt wurde, wurden gebeten, dies in der Umfrage noch zu präzisieren: Den meisten (92 Prozent) ist es besonders wichtig zu erfahren, woher ein Produkt stammt. Hier haben im Vergleich zum Vorjahr vor allem die unter 30-Jährigen (2022: 90 Prozent, 2023: 94 Prozent) und die über 60-Jährigen (2022: 89 Prozent, 2023: 95 Prozent) etwas häufiger angegeben, dass ihnen solche Informationen besonders wichtig sind.

* Zum Zeitpunkt der Befragung war die staatlich verbindliche Tierhaltungskennzeichnung bei frischem Schweinefleisch noch nicht gesetzlich vorgeschrieben.

Welche Angaben auf Lebensmittelverpackungen sind sehr wichtig oder wichtig?



92 %

Angaben darüber, woher ein Produkt kommt

85 %

Angaben zu Produktionsbedingungen (ökologisch, konventionell)

73 %

Transportdauer und Transportstrecke

69 %

Angaben über die benötigte Menge an Wasser

62 %

Energieverbrauch

60 %

Angaben zur Menge des ausgestoßenen CO₂



In Bezug auf eine umweltverträgliche Erzeugung sind folgende Angaben besonders wichtig*

* Basis: Befragte, denen Angaben, ob ein Produkt umweltverträglich erzeugt wurde, auf Lebensmittelverpackungen sehr wichtig oder wichtig ist.

- Zutatenverzeichnis*: 85 %
- Haltungsbedingungen der Tiere: 85 %
- Herkunft (Land und Region)*: 82 %
- Mindesthaltbarkeitsdatum*: 78 %
- faire Produktionsbedingungen: 78 %
- umweltfreundliche Produktionsmethoden: 72 %
- Hinweis auf gentechnikfreie Produktion: 71 %
- Hinweise auf Stoffe, die Allergien oder Unverträglichkeiten auslösen können*: 68 %
- Nährwertangaben*: 64 %
- spezielle Angaben, wie der Verweis auf erhöhten Koffeingehalt*: 57 %
- Angaben, ob ein Produkt vegetarisch oder vegan ist: 48 %
- Nutri-Score: 42 %

* Gesetzlich vorgeschriebene Angabe



7

Transparenz beim Einkauf

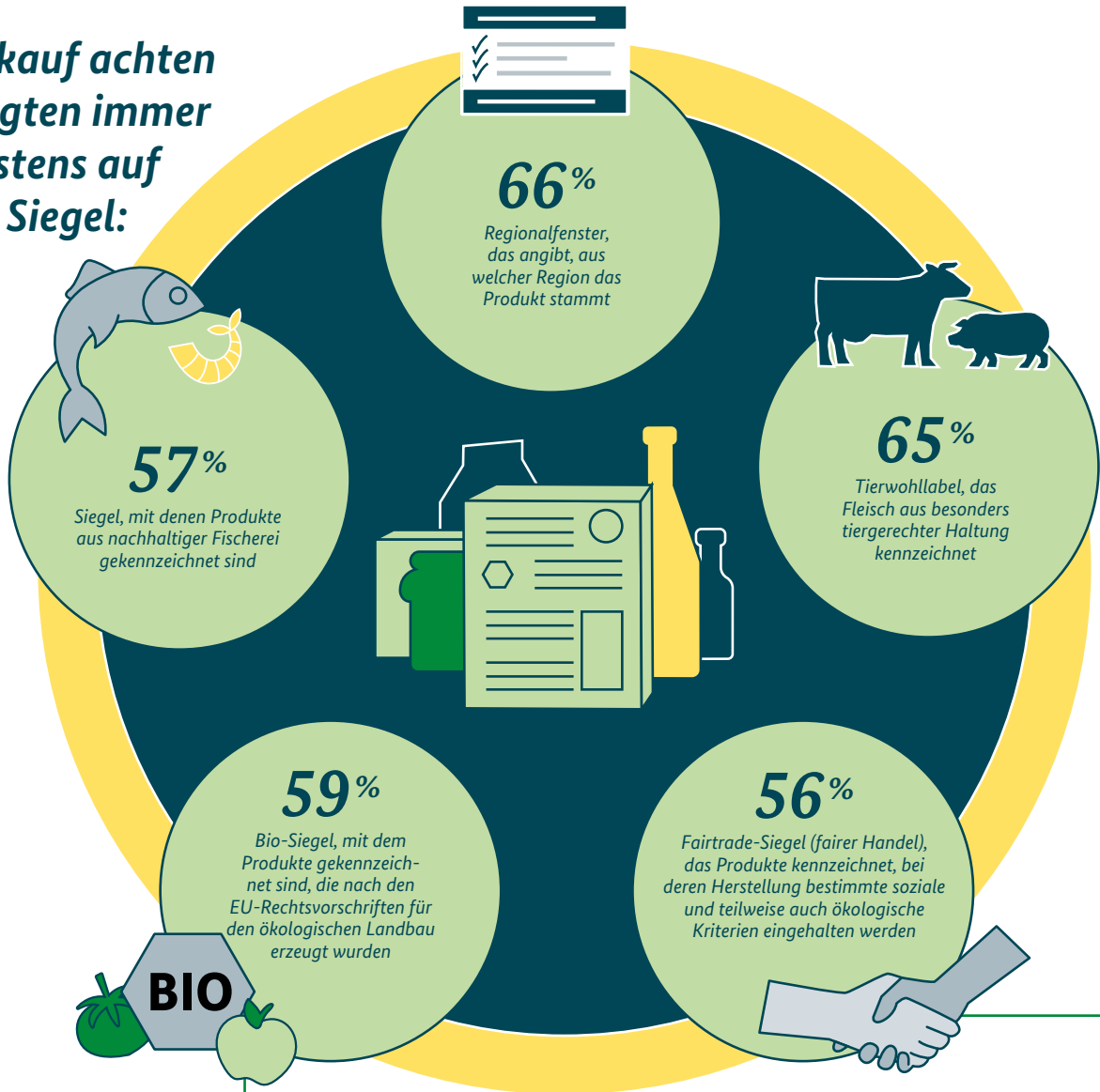
Viele Verbraucherinnen und Verbraucher interessiert es, wie die Produkte hergestellt werden, die sie kaufen. Orientierung finden sie bei den verschiedenen Gütesiegeln für Lebensmittel. Zwei Drittel der Befragten (66 Prozent) geben an, dass sie immer oder meistens auf das Regionalfenster achten, ein Siegel, das über die regionale Herkunft eines Produkts informiert. Fast ebenso viele (65 Prozent) achten auf ein Tierwohllabel, das Fleisch aus besonders tiergerechter Haltung kennzeichnet. Wert auf das Bio-Siegel legen 59 Prozent – es kennzeichnet Produkte, die nach den EU-Rechtsvorschriften für den ökologischen Landbau erzeugt wurden.

Insgesamt hat sich die Wahrnehmung der Gütesiegel beim Einkauf von Lebensmitteln gegenüber dem Vorjahr kaum verändert. Über den gesamten Befragungszeitraum seit 2015 betrachtet, haben vor allem Tierwohllabel einen höheren Stellenwert bekommen. 2015 haben 36 Prozent beim Einkauf auf diese Label geachtet, sodass hier im Vergleich zur diesjährigen Befragung ein Anstieg um 29 Prozentpunkte zu verzeichnen ist.

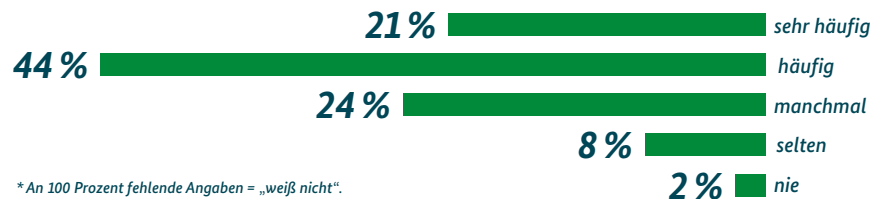
Für all diese Siegel gilt: Frauen achten beim Einkauf häufiger als Männer darauf, ob Produkte ein Gütesiegel tragen. Vor allem beim Regionalfenster (Frauen: 72 Prozent, Männer: 60 Prozent) und beim Bio-Siegel (Frauen: 65 Prozent, Männer: 53 Prozent) wird der Unterschied mit jeweils zwölf Prozentpunkten sehr deutlich.

Knapp zwei Drittel (65 Prozent) aller Befragten geben an, Lebensmittel, die mit Siegeln gekennzeichnet sind, sehr häufig oder häufig zu kaufen. Insbesondere bei den Jüngeren unter 30 Jahren haben solche Produkte dieses Jahr eine größere Bedeutung bekommen. Hier steigt der Wert von 68 Prozent im Jahr 2022 auf 74 Prozent. Ähnlich verhält es sich bei den 30- bis 44-Jährigen (2022: 64 Prozent, 2023: 71 Prozent).

Beim Einkauf achten die Befragten immer oder meistens auf folgende Siegel:



Wie häufig kaufen die Befragten Produkte, die mit solchen Siegeln gekennzeichnet sind?*



* An 100 Prozent fehlende Angaben = „weiß nicht“.

8

Nutri-Score für gute Orientierung

Welches Müsli kann eher zu einer ausgewogenen Ernährung beitragen? Wie nahrhaft ist meine Lieblingspizza? Der Nutri-Score bietet Durchblick und Orientierung bei der Auswahl: Mit dieser fünfstufigen, farbigen Skala von A bis E und von Grün bis Rot können Verbraucherinnen und Verbraucher den Nährwert von Lebensmitteln innerhalb einer Produktgruppe auf einen Blick vergleichen. 84 Prozent der Befragten geben an, beim Einkauf den Nutri-Score schon einmal auf einer Produktpackung wahrgenommen zu haben; im Vergleich zum Vorjahr (71 Prozent) ist der Anteil weiter gestiegen. 2021 waren es 44 Prozent der Befragten, der Wert hat sich seitdem also nahezu verdoppelt.

Fast alle befragten 14-bis 29-Jährigen (97 Prozent) haben die freiwillige ergänzende Nährwertkennzeichnung schon einmal wahrgenommen, bei den über 60-Jährigen sind es 74 Prozent.

Beeinflusst der Nutri-Score auch das Einkaufsverhalten? Bei 34 Prozent der Befragten, die ihn im Laden schon einmal auf Produktpackungen wahrgenommen haben, kommt es nach eigener Angabe vor, dass sie Produkte innerhalb einer Produktgruppe anhand der Angaben miteinander vergleichen. Für 37 Prozent derjenigen Befragten, die den Nutri-Score auf Produktpackungen wahrgenommen haben, beeinflusst die Bewertung auch ihre Kaufentscheidung.

**Beim Einkauf haben den
Nutri-Score schon einmal
auf einer Produktpackung
wahrgenommen:**



97%

91%

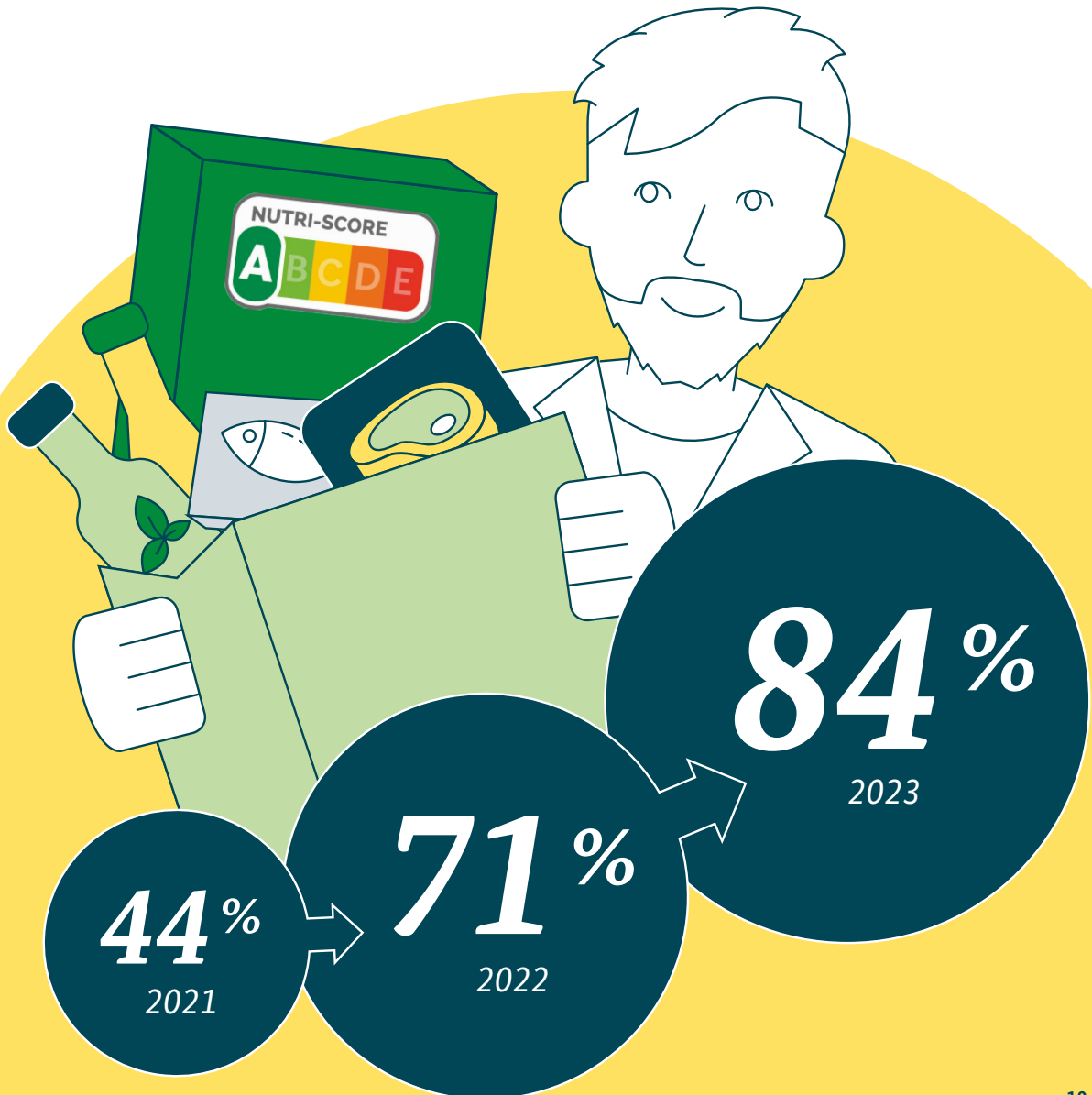
83%

74%



Wahrnehmung des Nutri-Score
in den Altersgruppen

14- bis 29-Jährige 30- bis 44-Jährige 45- bis 59-Jährige 60 Jahre und älter



9

Weniger ist mehr – Zucker, Fett, Salz

Nicht so süß ist süß genug. Auch in diesem Jahr befürworten es mehr als vier Fünftel der befragten Personen (82 Prozent), wenn Fertiglebensmitteln weniger Zucker zugesetzt wird, auch wenn das Produkt dann etwas weniger süß schmeckt. Neun Prozent wünschen sich, dass die fehlende Süße aufgrund von geringerem Zuckerzusatz durch Süßungsmittel ausgeglichen wird, die fast oder ganz kalorienfrei sind. Acht Prozent würden es vorziehen, wenn die Menge an zugesetztem Zucker in Fertiglebensmitteln so bliebe wie bisher.

In diesem Jahr zeigt sich, dass die Befragten beim Einkauf verarbeiteter Lebensmittel oder Fertigprodukte etwas häufiger auf den Anteil von Zucker, Fett und Salz achten als im Vorjahr. Fast zwei Drittel (62 Prozent) haben immer oder meistens im Blick, wie viel Zucker das Produkt enthält (2022: 56 Prozent). Beim Fett sind es 49 Prozent im Gegensatz zu 41 Prozent im Jahr 2022 und beim Salz 29 Prozent (2022: 24 Prozent).

61 Prozent der Menschen – und damit vier Prozentpunkte mehr als im Vorjahr – haben schon einmal bewusst Fertigprodukte gekauft, bei denen der Gehalt an Zucker reduziert war. 55 Prozent haben schon einmal bewusst fettreduzierte Fertigprodukte gekauft und 20 Prozent Fertigprodukte mit einem verminderten Salzgehalt.

Zum Salzen sollte man am besten Jodsalz verwenden, denn der menschliche Körper braucht das Spurenelement, um gesund zu bleiben. 76 Prozent geben an, Jodsalz im Haushalt zu benutzen. Etwas mehr als ein Drittel (39 Prozent) fände es gut, wenn mehr verarbeitete Lebensmittel damit hergestellt würden. Nur zwölf Prozent kaufen bevorzugt Lebensmittel, die Jodsalz enthalten. Etwas mehr als ein Viertel (27 Prozent) weiß nach eigenen Angaben nicht, weshalb Jodsalz verwendet werden sollte. Männer (32 Prozent) geben häufiger an als Frauen (23 Prozent), dass sie nicht wissen, weshalb sie zu diesem Salz greifen sollten.

35%
2022

39%
2023

„Ich fände es gut, wenn mehr verarbeitete Lebensmittel mit Jodsalz hergestellt würden.“

31%
2022

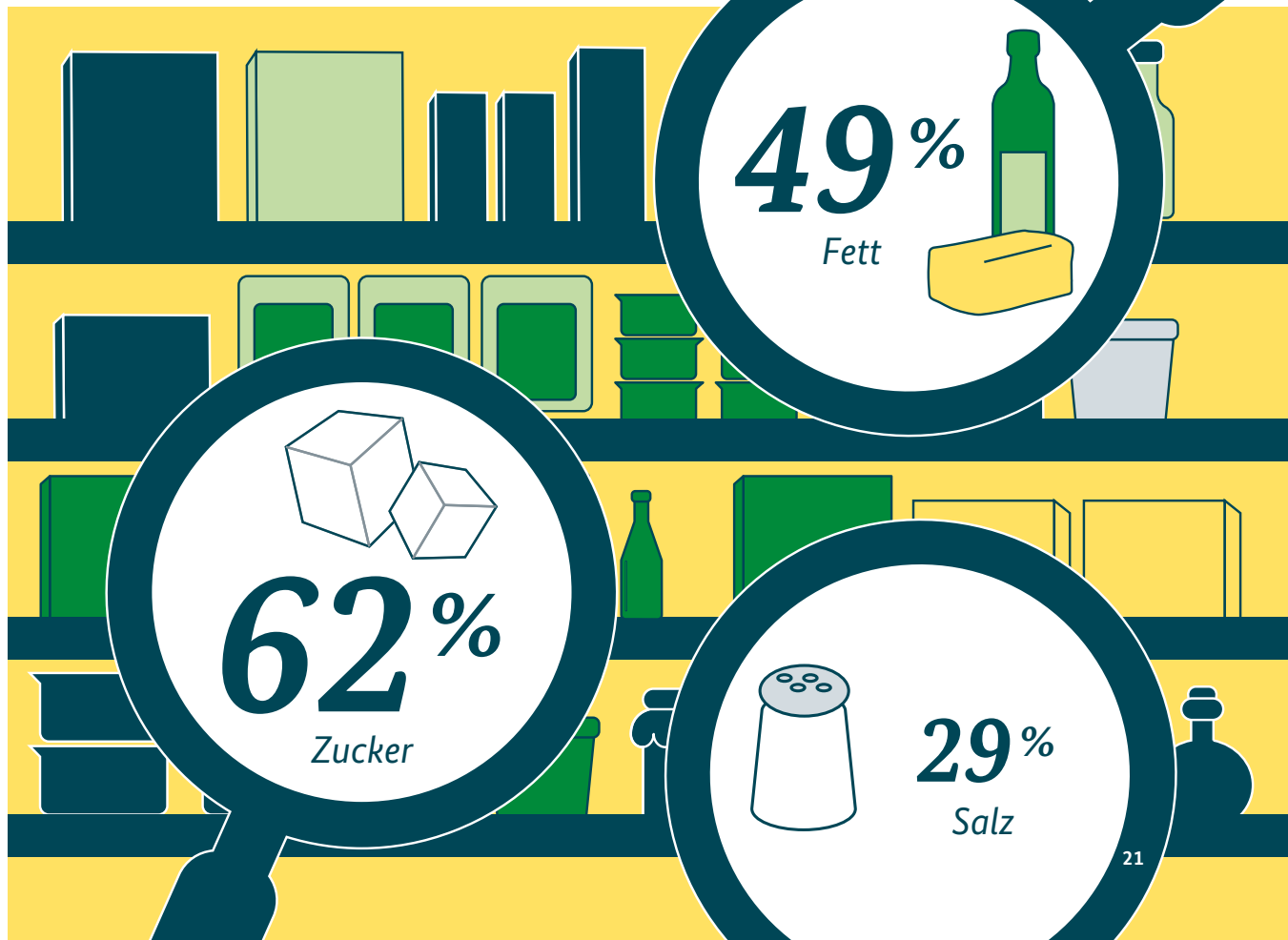
27%
2023

„Ich weiß gar nicht, weshalb ich Jodsalz verwenden sollte.“



Was denken die Befragten über Jodsalz?

Die Befragten achten beim Kauf von verarbeiteten Lebensmitteln oder Fertigprodukten immer oder meistens darauf, wie viel der folgenden Zutaten enthalten ist:



62%

Zucker

49%

Fett

29%

Salz

10

Essen außer Haus – *vielfältig und lecker*

Gegessen wird nicht nur zu Hause: 72 Prozent der Befragten gehen mindestens einmal im Monat in ein Wirtshaus, eine Gaststätte oder ein Restaurant. 22 Prozent essen ebenso häufig in einer Kantine und 40 Prozent lassen sich mindestens einmal monatlich fertige Gerichte nach Hause liefern.

Bei den Lieferdiensten und Kantinen zeigen sich Unterschiede je nach Altersgruppen – gerade wenn es um die häufigere Nutzung geht. Mindestens einmal in der Woche bestellen vor allem die unter 30-Jährigen (15 Prozent) und die 30- bis 44-Jährigen (14 Prozent) bei Lieferdiensten. Auch in Kantinen essen mindestens einmal in der Woche vorwiegend Jüngere (14–29 Jahre: 28 Prozent, 30–44 Jahre: 21 Prozent).

Beim Essensangebot außer Haus sind die Vorlieben vielfältig: 75 Prozent der Befragten ist vor allem Salat sehr wichtig. Aber auch auf Fleischgerichte (62 Prozent) und frisches Obst (58 Prozent) wird besonderen Wert gelegt. Für 39 Prozent sind vegetarische oder vegane Gerichte entscheidend und 24 Prozent mögen süße Speisen.

Was ist den Menschen beim Essen in Restaurants, Kantinen oder bei Lieferdiensten wichtig? Neben dem Geschmack (98 Prozent) achten die Befragten auf die Herkunft, Regionalität und Saisonalität (66 Prozent) sowie den Preis (62 Prozent). Dass in den Gerichten Bio-Lebensmittel verarbeitet wurden, ist für 45 Prozent von Bedeutung. Mehr als die Hälfte (58 Prozent) derer, die sich nicht vegan oder vegetarisch ernähren, wollen bei Fleischgerichten auch beim Essen außer Haus wissen, wie das Tier gehalten wurde.

Bei den unter 30-Jährigen legen 89 Prozent Wert darauf, Essensreste mitnehmen zu können; 66 Prozent der über 60-Jährigen geben dies an. Diese finden es zudem mehrheitlich (78 Prozent) sehr wichtig oder wichtig, dass es flexible Portionsgrößen mit Preisanpassung gibt, bei den 14- bis 29-Jährigen sind es 61 Prozent.

Bei Angeboten außer Haus ist sehr wichtig oder wichtig: >>>



98 %
Geschmack

66 %
Herkunft/
Regionalität und
Saisonalität



62 %
Preis



Top 3 der wichtigen Aspekte
beim Essen außer Haus*

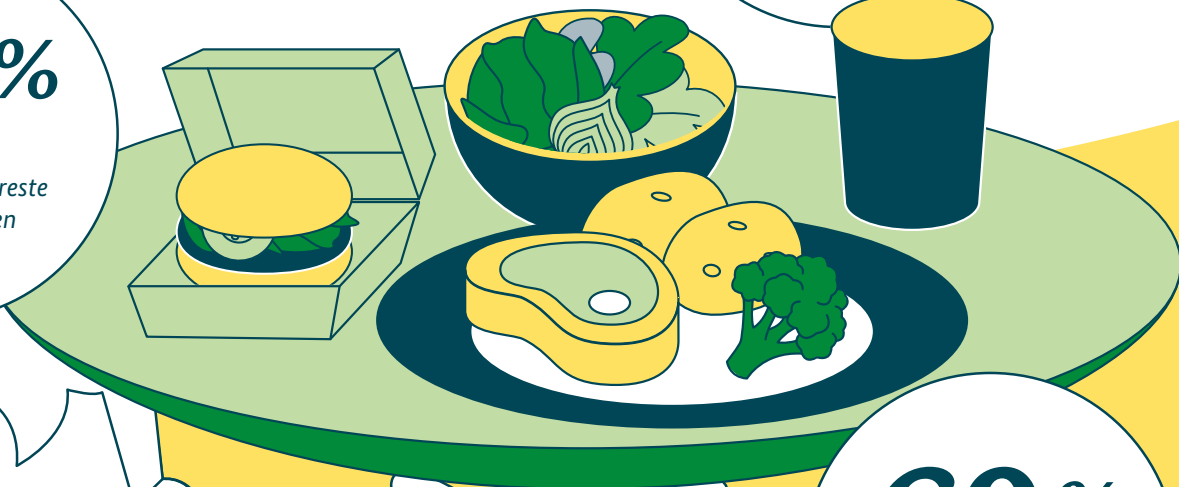
* Basis: Befragte, die außer Haus essen.

52%

Angebot von
kostenlosem
Leitungswasser als
Getränk

74%

dass sie ihre Essenreste
auch mitnehmen
können



69%

flexible Portionsgrößen
mit Preisanpassung

11

Erwartungen an Politik und Wirtschaft

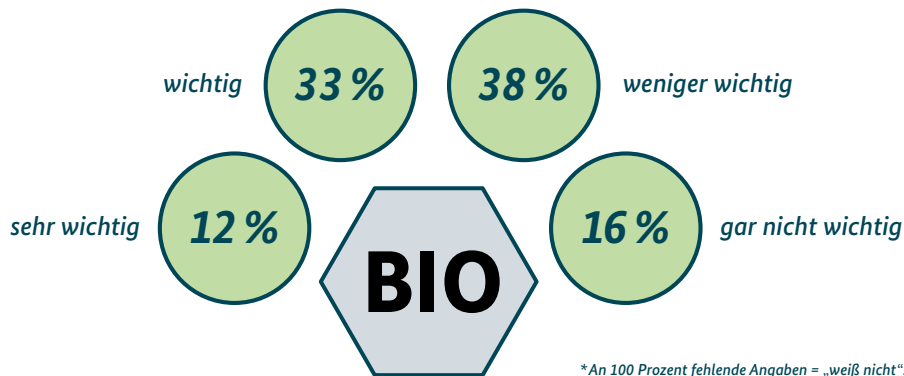
Was ist den Menschen hierzulande rund um das Thema Ernährung wichtig? Ein Großteil der Befragten (91 Prozent) stimmen der Aussage voll und ganz oder eher zu, die Politik solle sich mehr für eine artgerechte Tierhaltung einsetzen. 77 Prozent halten es für den Klimaschutz für wichtig, dass die Menschen weniger Fleisch essen. Gleichzeitig denken 51 Prozent, dass in Restaurants und Kantinen zu wenige Gerichte mit oder aus Bio-Lebensmitteln angeboten werden. 41 Prozent teilen die Auffassung, dass Gemüse und Obst zu teuer sind, bei Fleisch- und Wurstprodukten sind es 21 Prozent der Befragten.

Welche Maßnahmen werden in den Bereichen von Ernährung und Landwirtschaft als sinnvoll erachtet? Die Ansichten sind vielfältig. Insbesondere einer Förderung von tier- und umweltgerechten Stallumbauten stimmen 93 Prozent der Befragten voll und ganz oder eher zu. Für genauso viele ist eine Verpflichtung für Supermärkte, abgelaufene Lebensmittel zu spenden, von Bedeutung. 91 Prozent befürworten es, wenn bereits entsorgte, aber noch genießbare Lebensmittel aus Müllcontainern von

Supermärkten straffrei entwendet werden könnten. Für die Abschaffung der Mehrwertsteuer auf Gemüse und Obst sprechen sich 73 Prozent aus.

Gefragt wurde auch, welche Themen die Politik aus dem Bereich Ernährung und Landwirtschaft umsetzen sollte. 94 Prozent finden es sehr wichtig oder wichtig, dass für bessere Tierhaltungsbedingungen mit weniger Tieren in Ställen gesorgt wird. 92 Prozent befürworten weniger Lebensmittelabfälle in Haushalten und Betrieben. Ähnlich hoch sind die Werte für den Ausbau des ökologischen Landbaus (87 Prozent), eine verpflichtende, staatliche Kennzeichnung der Tierhaltung* bei allen Fleisch- und Milchprodukten in Handel und Gastronomie (86 Prozent) sowie höhere Einkommen in der Landwirtschaft (84 Prozent).

* Zum Zeitpunkt der Befragung war die staatliche Tierhaltungskennzeichnung bei frischem Schweinefleisch noch nicht gesetzlich vorgeschrieben.



Wie wichtig ist es den Befragten, den Bio-Anteil bei Speisen außer Haus zu erkennen:*

Welche Themen sollte die Politik im Bereich Ernährung und Landwirtschaft umsetzen?*

Sehr wichtig oder wichtig finden die Befragten:

weniger Lebensmittelabfälle in Haushalten und Betrieben

92%

bessere Tierhaltungsbedingungen mit weniger Tieren in Ställen

94%

staatliche Tierhaltungskennzeichnung bei allen Fleisch- und Milchprodukten in Handel und Gastronomie

86%

Ausbau des Ökolandbaus

87%

* Abgebildet sind die Top-4-Werte.



12



Kein Essen ohne Landwirtschaft

Auch in diesem Jahr sind den Befragten vor allem eine artgerechte Haltung der Tiere (65 Prozent), eine faire Entlohnung der Mitarbeitenden (63 Prozent) sowie die Qualität der Produkte (58 Prozent) sehr wichtig. Das gilt ebenso für den Insektenschutz (49 Prozent), die Anwendung umweltschonender Produktionsmethoden (48 Prozent), die Vermarktung der Produkte auch in der Region (48 Prozent), die Offenheit und Transparenz des Betriebs (46 Prozent) und die Verringerung gesundheitsbelastender Emissionen der landwirtschaftlichen Produktion (46 Prozent).

Der Insektenschutz ist Jüngeren weniger wichtig als Älteren – bei den 14- bis 29-Jährigen sind es 37 Prozent, bei den über 60-Jährigen 56 Prozent. Frauen halten alle oben genannten Aspekte häufiger für sehr wichtig als Männer, etwa eine artgerechte Haltung der Tiere (Frauen: 76 Prozent, Männer: 55 Prozent), die Anwendung umweltschonender Produktionsmethoden (Frauen: 56 Prozent, Männer: 39 Prozent) oder die Vermarktung der Produkte auch in der Region (Frauen: 57 Prozent, Männer: 39 Prozent).

Die Menschen kaufen gerne Gemüse und Obst direkt bei den Landwirtinnen und Landwirten: 16 Prozent der Befragten haben sich dieses schon einmal von regionalen Betrieben nach Hause liefern lassen.

Ebenfalls 16 Prozent haben sich in den vergangenen zwölf Monaten generell Lebensmittel oder Getränke nach Hause liefern lassen. 2022 waren es noch vier Prozentpunkte mehr. Dabei spielt die Ortsgröße auch eine Rolle: In Orten mit weniger als 5.000 gemeldeten Personen waren es sieben Prozent der Befragten und 24 Prozent in Großstädten mit 500.000 und mehr Bewohnerinnen und Bewohnern. Diejenigen Befragten, denen Lebensmittel nach Hause geliefert wurden, hatten vor allem Gemüse und Obst (68 Prozent) im Warenkorb. Es folgten Nudeln, Reis oder anderes Getreide (48 Prozent); mit jeweils 47 Prozent Milchprodukte, Getränke sowie Fleisch oder Fisch.

**Sehr wichtig bei
landwirtschaftlichen
Betrieben ist:** >>>

Es haben sich schon einmal Gemüse und Obst direkt von regionalen Erzeugern nach Hause liefern lassen:

11%

2020

15%

2021

15%

2022

16%

2023



Lieferung von Gemüse- und Obstboxen



49%

Insektenschutz

48%

die Anwendung umweltschonender Produktionsmethoden



58%

die Qualität der Produkte



48%

die Vermarktung seiner Produkte auch in seiner Region



63%

eine faire Entlohnung der Mitarbeitenden



46%

die Offenheit und Transparenz des Betriebs



65%

eine artgerechte Haltung der Tiere



46%

die Verringerung gesundheitsbelastender Emissionen der landwirtschaftlichen Produktion



13

Recht auf Nahrung weltweit sichern

**Mögliche Maßnahmen,
um eine wachsende Welt-
bevölkerung zu ernähren***

* Bei der Beantwortung war eine Mehrfachnennung möglich.

86%

verstärkter Konsum von
Produkten, die regional erzeugt
oder hergestellt wurden

92%

Reduktion von
Lebensmittelabfällen

58%

verstärkter Konsum von
pflanzlichen
Ersatzprodukten

60%

weltweite Steigerung
der Produktivität der
Landwirtschaft

Die Weltbevölkerung wächst weiter – wie die Ernährung der Menschen sichergestellt werden kann, beschäftigt auch die Befragten. Fast alle (92 Prozent) halten die Reduktion von Lebensmittelabfällen für eine geeignete Maßnahme. Der Anteil ist seit 2018 (84 Prozent) um acht Prozentpunkte leicht gestiegen.

Mehr als vier Fünftel meinen, dass ein verstärkter Konsum von Produkten, die regional erzeugt oder hergestellt wurden (86 Prozent) oder eine Verringerung des Fleischkonsums (82 Prozent) zur Ernährungssicherung bei-

tragen können. 72 Prozent sehen eine Förderung der Landwirtschaft in städtischen Ballungsräumen, etwa durch platzsparenden Anbau von Pflanzen in mehrstöckigen Gebäuden, als passende Maßnahme.

58 Prozent meinen, dass mehr pflanzliche Ersatzprodukte gegessen werden sollten. Hier zeigt sich ein Unterschied bei den Altersgruppen. Unter 30-Jährige (68 Prozent) schätzen diese Maßnahme häufiger als wirksam ein als die 30- bis 44-Jährigen (51 Prozent).

26%

verstärkter Konsum von In-vitro-Fleisch, also im Labor, mit Hilfe der Stammzellen eines Tieres, gezüchtetes Fleisch

44%

verstärkter Konsum von Lebensmitteln, die aus Insekten hergestellt sind

72%

Förderung der Landwirtschaft in städtischen Ballungsräumen, zum Beispiel durch platzsparenden Anbau von Pflanzen in mehrstöckigen Gebäuden

58%

Verzicht auf Fleisch

82%

Verringerung des Fleischkonsums der Bevölkerung

Ernährung ist auch eine Frage des Alters

Vorlieben beim Essen und Einkaufen können sich je nach Lebensphase unterscheiden. Was Jüngere oder Ältere bevorzugen und wo sie gar nicht so unterschiedlich sind, zeigt die Grafik.



14 bis
29 Jahre

81% kochen gern

93% haben schon mindestens einmal pflanzliche Alternativen zu Milch, zum Beispiel Soja- oder Haferdrink, gekauft

16% ernähren sich vegetarisch, 5% vegan, 40% flexitarisch

70% achten beim Einkauf immer/meistens auf das Bio-Siegel



30 bis
44 Jahre

81% haben aus Neugier vegetarische oder vegane Alternativen zu tierischen Produkten gekauft*

73% haben schon einmal bewusst Fertigprodukte gekauft, bei denen der Zuckergehalt reduziert war

5% ernähren sich vegetarisch, 1% vegan, 44% flexitarisch

25% haben sich in den vergangenen 12 Monaten Lebensmittel nach Hause liefern lassen



45 bis
59 Jahre

83% achten bei der Auswahl der Lebensmittel darauf, wie das Tier gehalten wurde, von dem das Lebensmittel stammt*

94% sind der Meinung, dass sich die Politik für mehr artgerechte Tierhaltung einsetzen soll**

8% ernähren sich vegetarisch, 0%*** vegan, 46% flexitarisch

Für 47% ist beim Essen außer Haus ausschlaggebend, dass in den Gerichten Bio-Lebensmittel verarbeitet wurden



über
60 Jahre

94% ist es beim Essen sehr wichtig oder wichtig, dass es gesund ist

77% achten bei der Auswahl von Lebensmitteln darauf, dass sie ökologisch erzeugt sind*

5% ernähren sich vegetarisch, 1% vegan, 49% flexitarisch

93% ist die regionale Herkunft von Eiern sowie frischem Gemüse und Obst sehr wichtig oder wichtig

* Skalierte Abfrage; abgebildet sind die Top-Two-Werte („trifft voll und ganz zu“/„trifft eher zu“).

** Skalierte Abfrage; abgebildet sind die Top-Two-Werte („stimme voll und ganz zu“/„stimme eher zu“).

*** Abgerundet, da weniger als 0,5 Prozent.

Im Auftrag des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) hat das Meinungsforschungsinstitut forsa vom 15. bis 26. Mai 2023 rund 1.000 Bundesbürgerinnen und Bundesbürger ab 14 Jahren telefonisch zu ihren Ess- und Einkaufsgewohnheiten befragt – bereits zum achten Mal seit 2015. Inhaltlich knüpfte die Untersuchung in Teilen an die Befragungen aus den Vorjahren an, sodass für einige der Fragen Zeitvergleiche möglich sind.

Die Ergebnisse der forsa-Befragungen stehen auf www.bmel.de/ernaehrungsreport2023 zur Verfügung.

HERAUSGEBER

Bundesministerium für Ernährung
und Landwirtschaft (BMEL)
Referat L5 – Öffentlichkeitsarbeit
11055 Berlin

STAND

September 2023

GESTALTUNG & TEXT

Serviceplan Make GmbH & Co. KG, München

BILDNACHWEIS

Seite 2: BMEL/Photothek/Janine Schmitz

DRUCK

MKL Druck GmbH & Co. KG, Ostbevern



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


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

Weitere Informationen unter

www.bmel.de

 [@bmel](https://twitter.com/bmel)

 [Lebensministerium](https://www.instagram.com/Lebensministerium)

 [@bmel_bund](https://www.youtube.com/@bmel_bund)