



IDH Konsumentenreport Q2-2023: Gesunde Ernährung ist für viele Menschen zu teuer geworden

- **Für 88 Prozent der Befragten ist gesunde Ernährung (sehr) wichtig**
- **Vielen Menschen fehlt es aber an finanziellen Mitteln, Wissen oder Zeit, um sich gesünder zu ernähren**
- **Deswegen achten sie in erster Linie auf Angebote (80%) und Preise (77%)**
- **60 Prozent finden die Pläne zum Werbeverbot ungesunder Lebensmittel richtig**

Berlin, 24. Mai 2023 – Die Initiative Digitale Handelskommunikation (IDH), angeführt von Bonial, markt guru und Offerista, veröffentlicht heute ihren IDH Konsumentenreport Q2-2023, der sich mit dem Thema Ernährung befasst. Dazu wurden deutschlandweit 4.394 Personen befragt.

Die Umfrageergebnisse zeigen, dass eine überwältigende Mehrheit (88%) der Befragten gesunde Ernährung als wichtig oder sehr wichtig erachtet. Während 40 Prozent angeben, sich bereits gesund zu ernähren, wünschen sich 51 Prozent eine gesündere Ernährung. Als größtes Hindernis werden die höheren Kosten genannt. 57 Prozent sagen, dass ihnen gesunde Lebensmittel zu teuer sind. Knapp ein Drittel (32%) sagt, dass es ihnen an Kreativität und Ideen für gesunde Mahlzeiten mangle, und ein weiteres Drittel (31%) meint, ihnen fehle die Zeit für gesündere Ernährung.

Angesichts dieser Herausforderungen legen die Befragten beim Lebensmitteleinkauf ihren Fokus in erster Linie auf Angebote (80%) und Preise (77%). Für 40 Prozent sind Inhaltsstoffe relevant, 37 Prozent achten auf Tierwohl und 29 Prozent auf Nachhaltigkeit. Kalorien spielen für 20 Prozent der Umfrageteilnehmer:innen eine wichtige Rolle, während 14 Prozent den Nutri-Score berücksichtigen.

Die große Mehrheit von 82 Prozent hat schon einmal auf den Kauf eines bestimmten Obstes oder Gemüses verzichtet, weil der Preis zu hoch war. 39 Prozent griffen deshalb auf preiswertere Alternativen zurück, und fast ebenso viele (38%) entschieden sich für die tiefgekühlte Variante. Allerdings hat auch fast ein Drittel (31%) ganz auf den Kauf verzichtet. Das führt dazu, dass sich Konsument:innen von den Empfehlungen der Deutschen Gesellschaft für Ernährung (DGE) weiter entfernen. Diese sieht täglich 250 Gramm Obst und 400 Gramm Gemüse vor. Nur ein Viertel hält diese Ziele stets oder zumindest meistens ein. 35 Prozent geben an, dass sie diese Ziele teilweise erreichen. Die meisten Befragten (39%) schaffen die Vorgaben der DGE selten oder gar nicht.

Die Umfrage zeigt auch, dass der Verzehr von Fleisch und Wurst in den letzten Jahren zurückgegangen ist. Über die Hälfte (55%) geben an, weniger Fleisch oder Wurst zu konsumieren. Zu vegetarischen oder veganen Ersatzprodukten greift allerdings nur ein Drittel (32%) der Befragten.

78 Prozent der Befragten kochen mindestens drei Mal in der Woche. Bei 42 Prozent kommen häufig oder ab und zu Fertiggerichte wie Tiefkühlpizza oder Ravioli aus der Dose auf den Tisch. Als Hauptgrund wird hier von 67 Prozent die Zeitersparnis angegeben. Richtig lecker finden die Convenience-Produkte aber nur 21 Prozent.

60 Prozent der Befragten finden das in der Politik diskutierte Werbeverbot für ungesunde Lebensmittel richtig. Dabei soll Werbung für Lebensmittel, die übermäßige Mengen an Zucker, Fett



PRESSEMITTEILUNG

oder Salz enthalten, eingeschränkt werden, um vor allem Kinder vor Übergewicht und Krankheiten zu schützen.

Benjamin Thym, CEO der Offerista Group und Mitinitiator der Initiative Digitale Handelskommunikation: *„Einem Großteil der Menschen ist gesunde Ernährung wichtig. Die teilweise hohen Preise sind hier für viele Konsumierende ein Hindernis. Daher achten sie vor allem auf Angebote, um ihren Wunsch nach gesunder Ernährung auch mit schmalerem Geldbeutel umsetzen zu können.“*

###

Pressematerial (inklusive der zugehörigen Infografik) finden Sie hier:

<https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1prlnkmzKOxIYZHi8al8hNDGQLsXIYVI>

Über die IDH

Die Initiative Digitale Handelskommunikation, kurz IDH, ist eine Initiative führender Anbieter im Bereich der digitalen Handelskommunikation. Sie wurde im Jahr 2021 ins Leben gerufen. Die Initiatoren der IDH sind die zur Axel Springer SE gehörende Bonial GmbH mit Sitz in Berlin, die zu Seven.One Entertainment Group gehörende markt guru Deutschland GmbH mit Sitz in München und die in Berlin gegründete Offerista Group GmbH. Ziel der Initiative ist es, das Thema digitale Handelskommunikation als zukunftsweisenden Industriezweig breiter in die öffentliche Wahrnehmung zu bringen. Dazu analysiert und beobachtet die IDH den Markt und steht als Informationsquelle auch anderen Marktteilnehmern sowie Verbänden, Politik und Medien zur Verfügung.

Weitere Informationen unter:

<https://www.linkedin.com/showcase/idh-initiative-digitale-handelskommunikation>

Kontakt

IDH - Initiative Digitale Handelskommunikation

% VONROEDER COMMUNICATIONS | Schlegelstr. 4 | D-10115 Berlin

indh@vonroeder-communications.com

<https://www.linkedin.com/showcase/idh-initiative-digitale-handelskommunikation/>