

AWA 2009

Ernährung als Spiegel des
gesellschaftlichen Struktur-
und Mentalitätswandels

Michael Sommer

Institut für Demoskopie Allensbach

Das Ernährungsverhalten verändert sich mit der Gesellschaft

Das Ernährungsverhalten verändert sich durch den tiefgreifenden Strukturwandel, vor allem durch

- die Alterung der Gesellschaft,
- den wachsenden Anteil berufstätiger Frauen,
- die Zunahme der Single- und Zwei-Personen-Haushalte,
- die soziale Differenzierung, die wachsenden Unterschiede zwischen den sozialen Schichten,
- den wachsenden Anteil wohlhabender Haushalte und
- die zunehmende Heterogenität der Bevölkerung durch den wachsenden Anteil von Personen mit Migrationshintergrund,

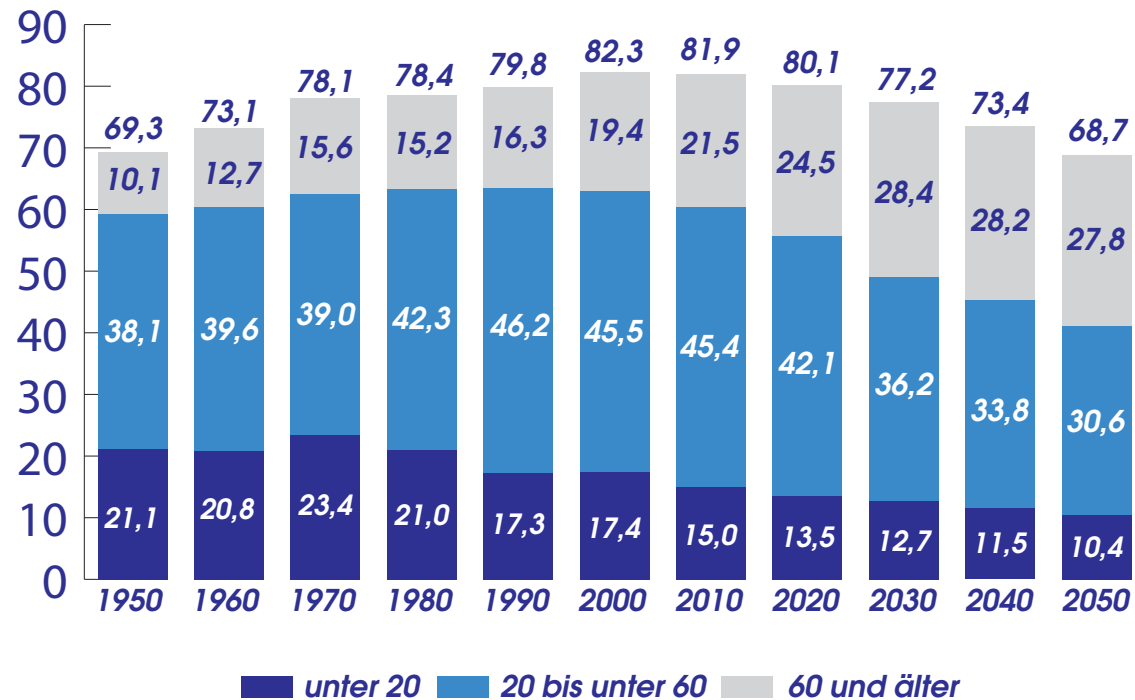
aber auch durch die Veränderung der Alltagskultur, vor allem

- die Mobilität der Bevölkerung,
- die Fülle der Optionen für Information, Freizeitgestaltung und Konsum,
- die teilweise Auflösung fester Tagesstrukturen,
- die Individualisierung der Lebensstile

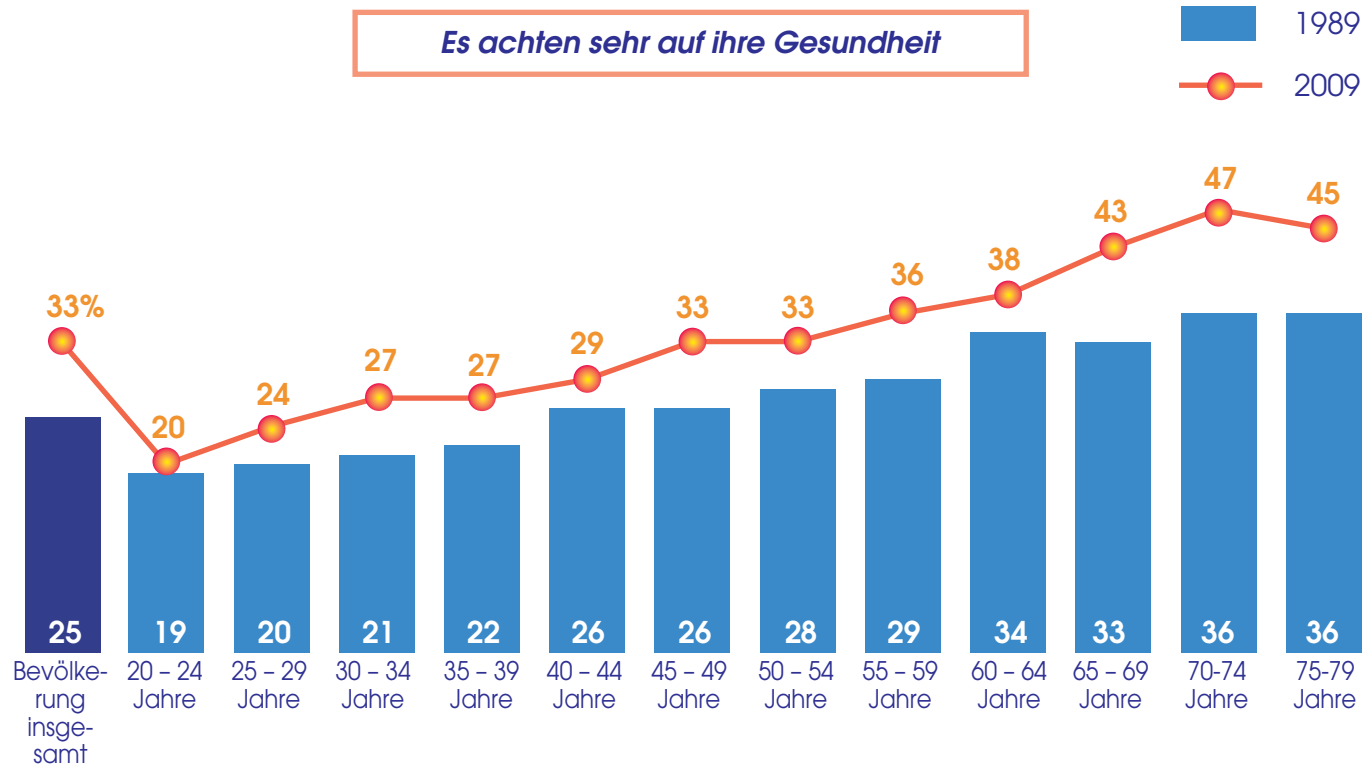
und den Wertewandel.

Megatrend Demographie: Prognostizierte Entwicklung der Altersstruktur bei insgesamt schrumpfender Bevölkerung

Bevölkerung in Mio



Wachsendes Gesundheitsbewusstsein in allen Altersgruppen – aber vor allem bei den 65-Jährigen und Älteren

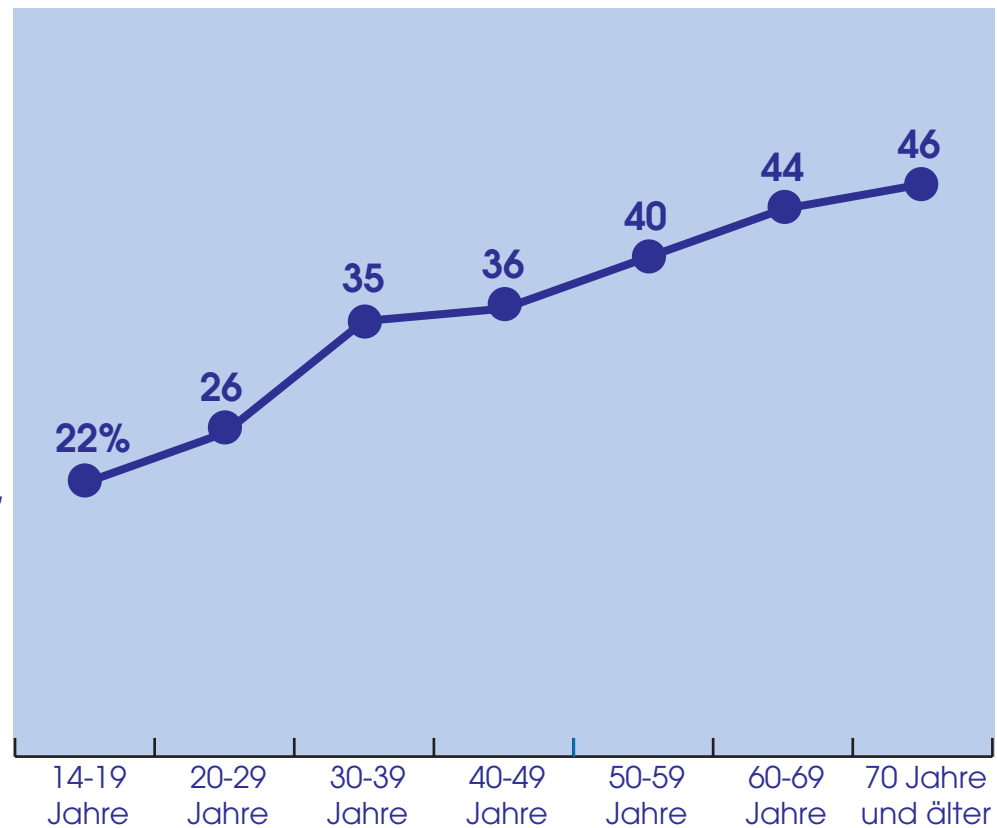


Basis: Westdeutschland; Bevölkerung ab 14 Jahre

Quelle: Allensbacher Markt- und Werbeträgeranalyse, AWA 1989 und AWA 2009

In der alternden Gesellschaft wird Gesundheit auch im Bereich Ernährung immer wichtiger

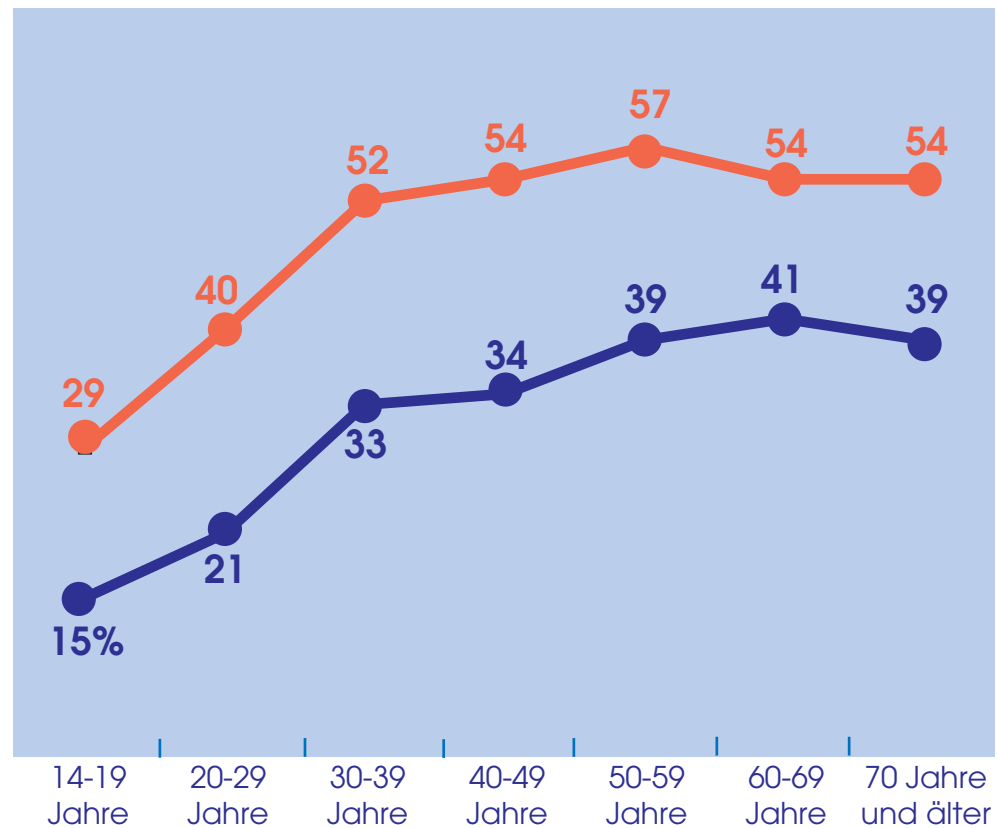
Besonderes Interesse an gesunder Ernährung, gesunder Lebensweise



Wachsendes Qualitätsbewusstsein und höhere Ausgabebereitschaft ...

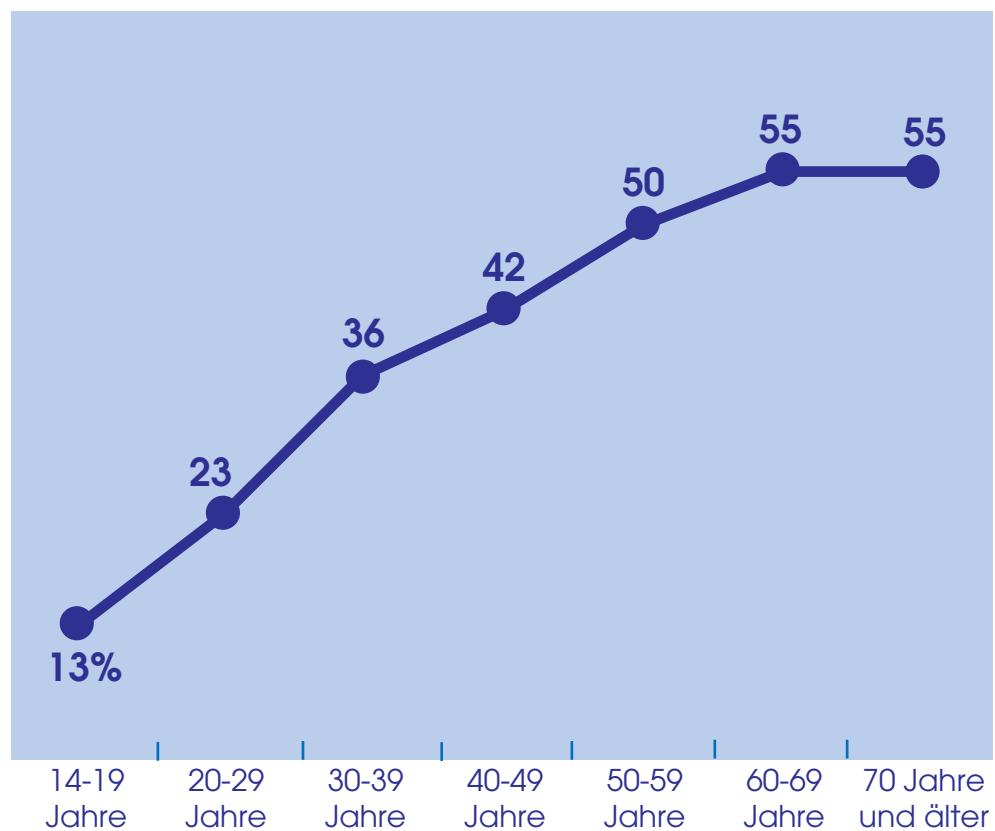
Hohe Ausgabebereitschaft für gute Ernährung, gutes Essen

Es achten bei Nahrungsmitteln vor allem auf die Qualität und nicht so sehr auf den Preis



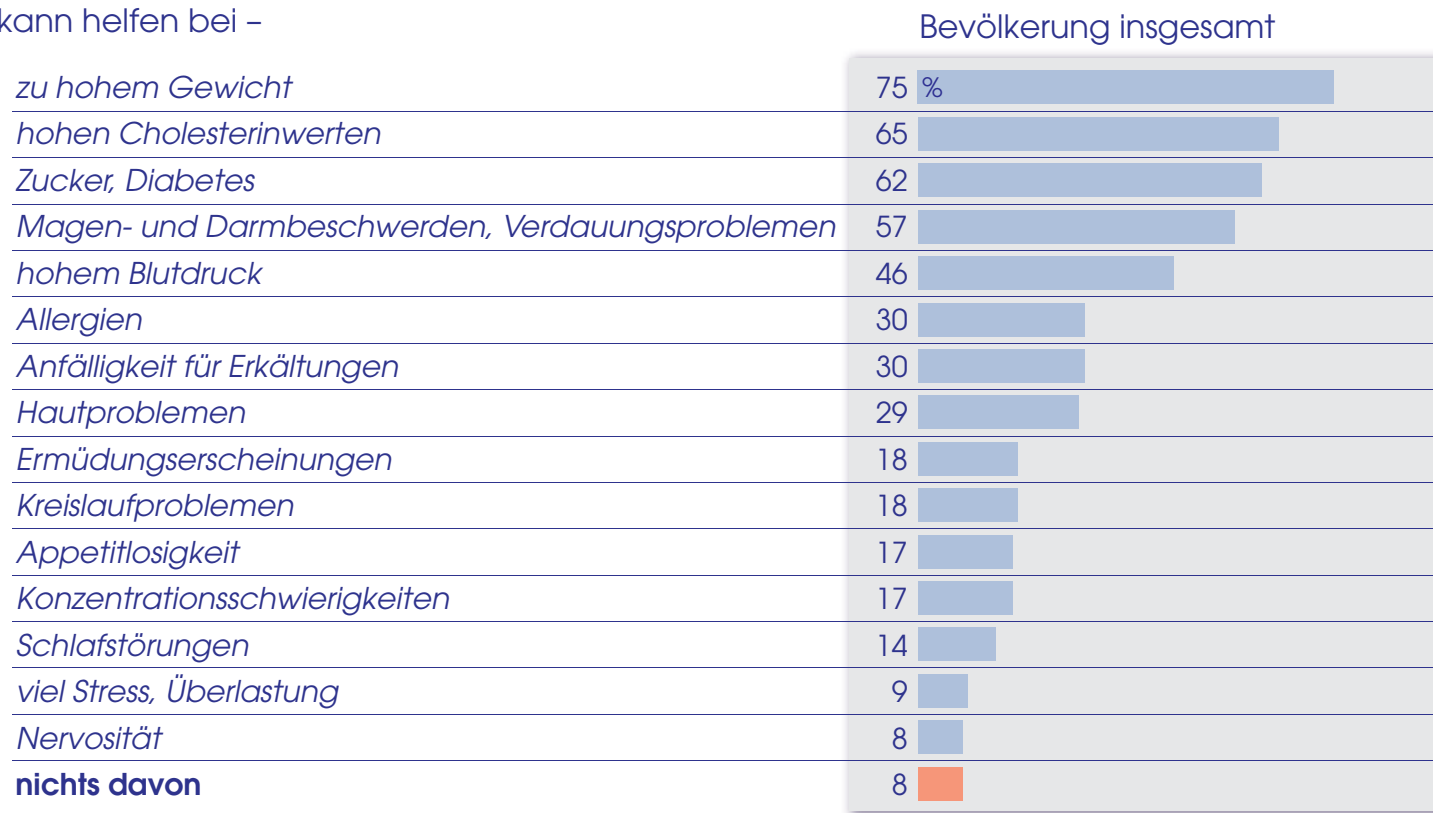
... und stärkere Präferenz für regionale Produkte

Es bevorzugen beim Einkauf regionale Produkte aus der Heimat

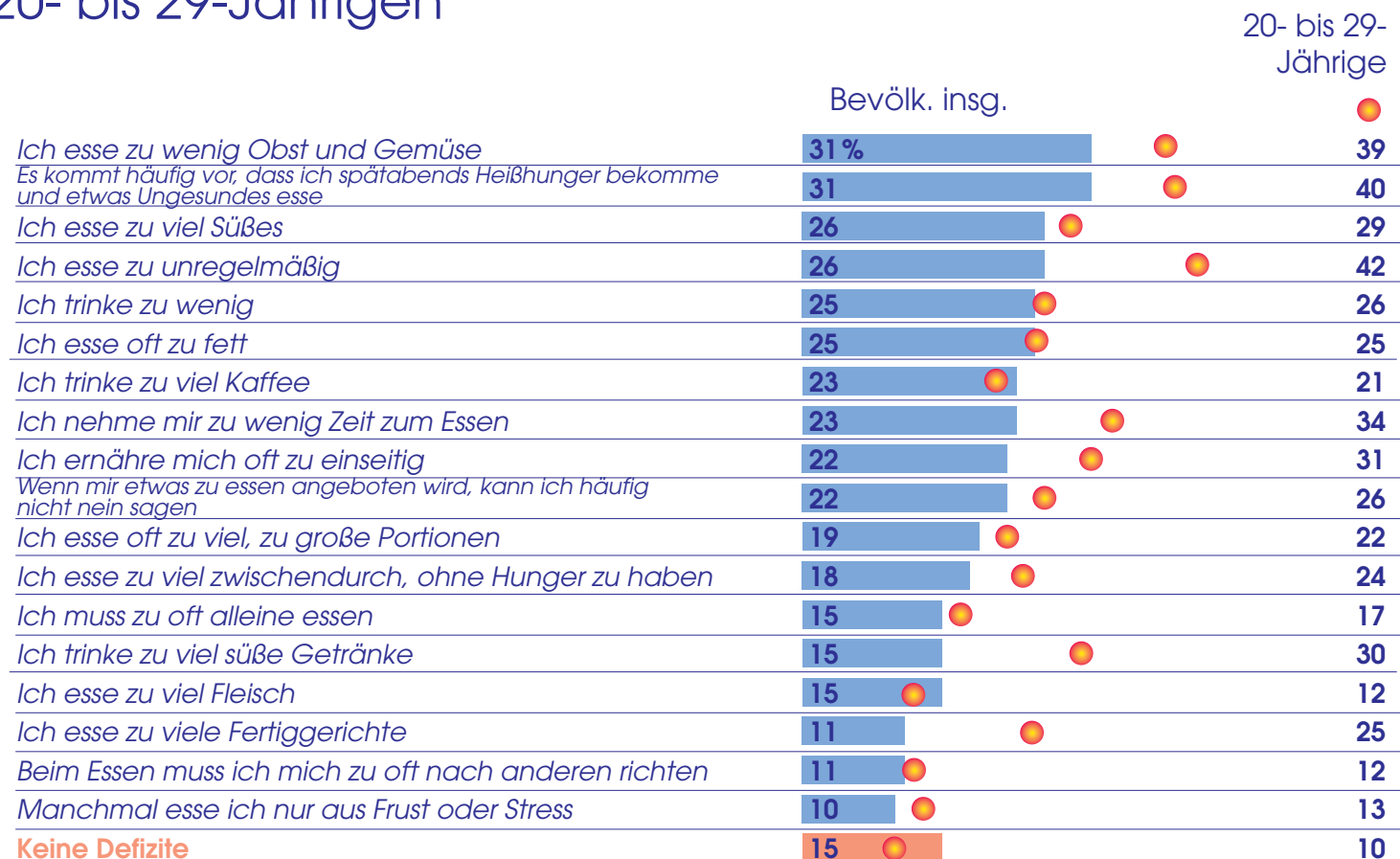


Problemlöser Ernährung

Geeignete Ernährung
kann helfen bei –



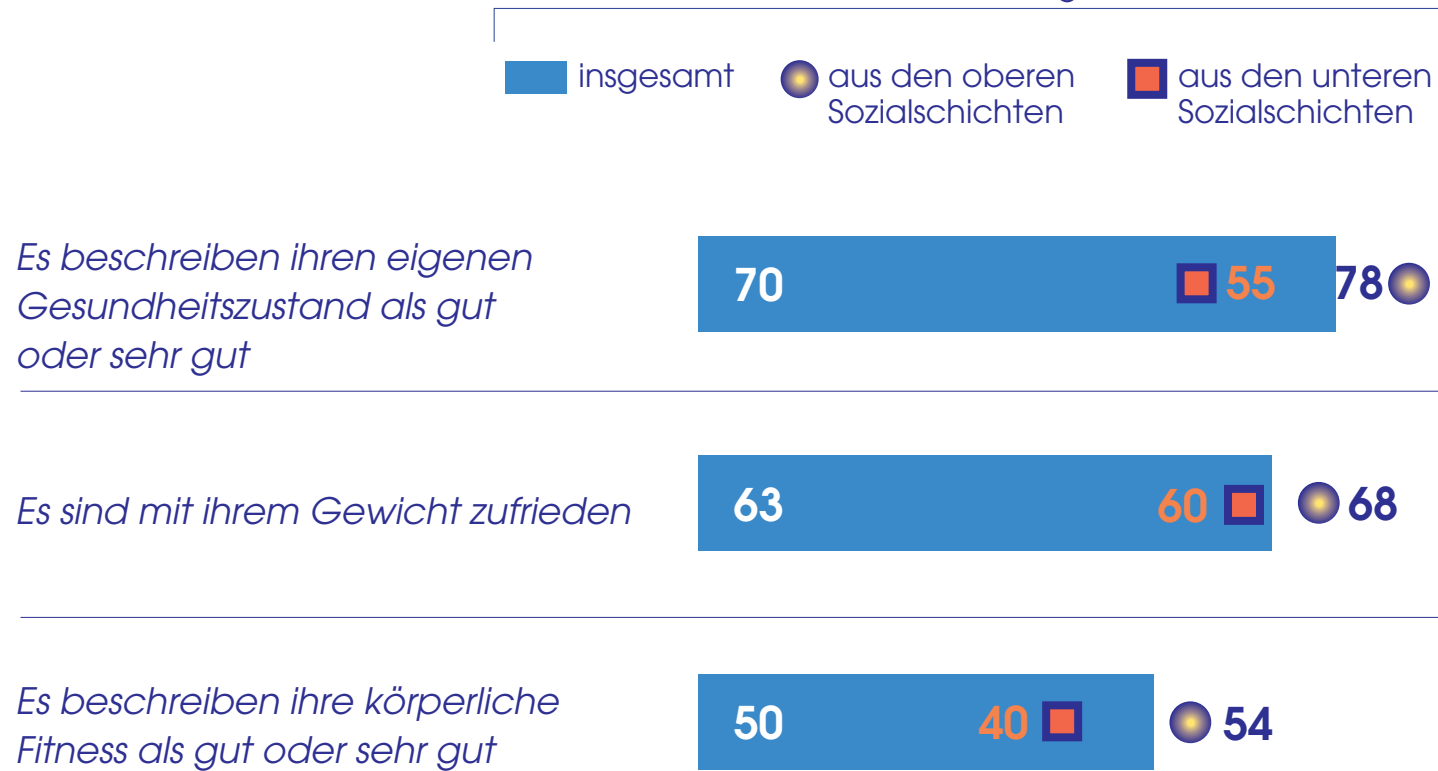
Subjektive Ernährungsdefizite: besonders ausgeprägt bei 20- bis 29-Jährigen



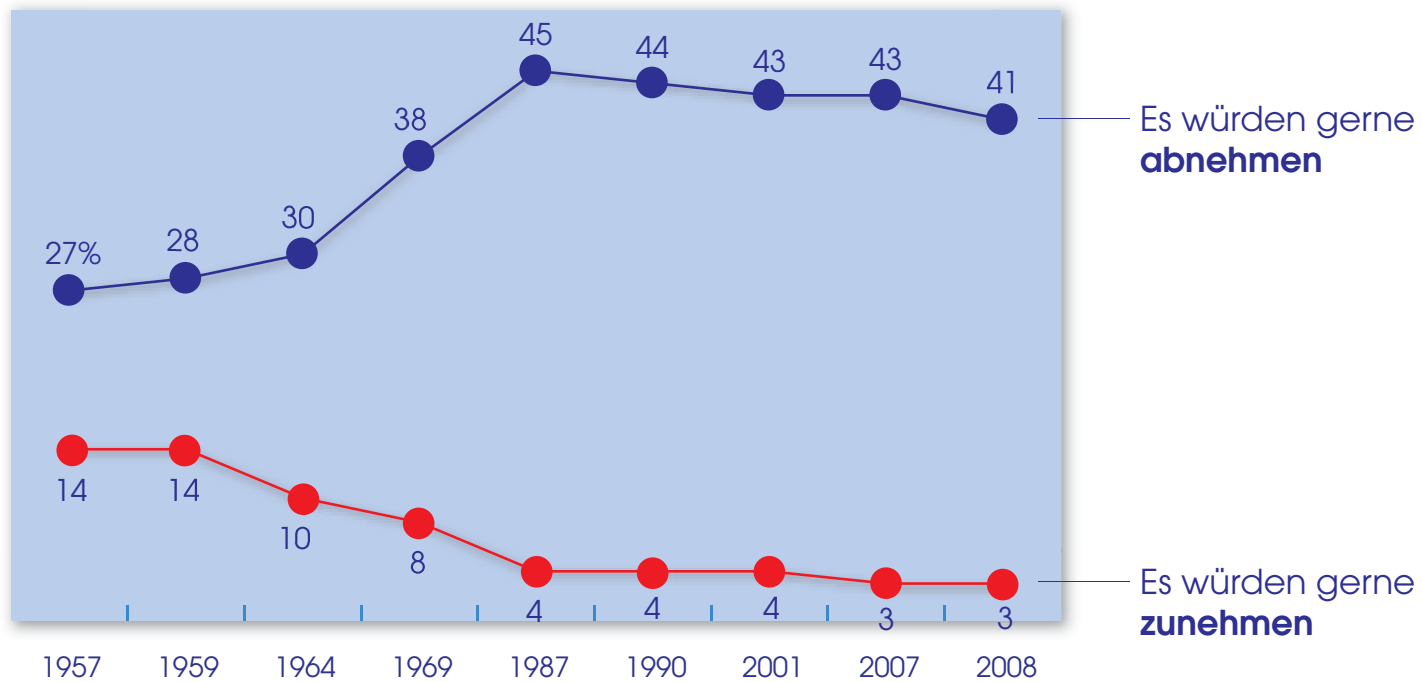
Basis: Bundesrepublik Deutschland, Bevölkerung 16 bis 79 Jahre
 Quelle: Allensbacher Archiv, IfD-Umfrage 5243

Subjektive Gesundheits- und Fitnessbilanz

20- bis 59-Jährige

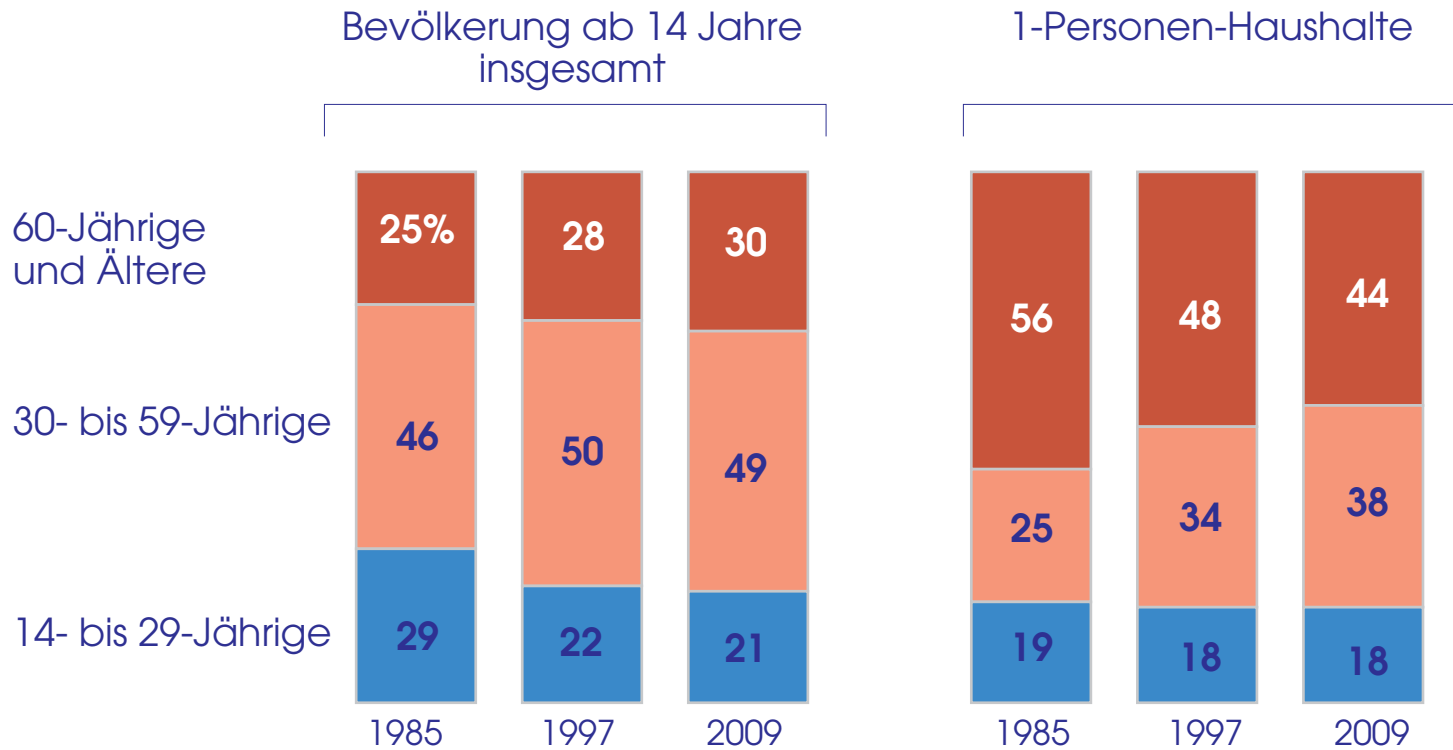


Der weite Kreis, der gerne abnehmen würde, bildet sich seit zwanzig Jahren tendenziell eher zurück



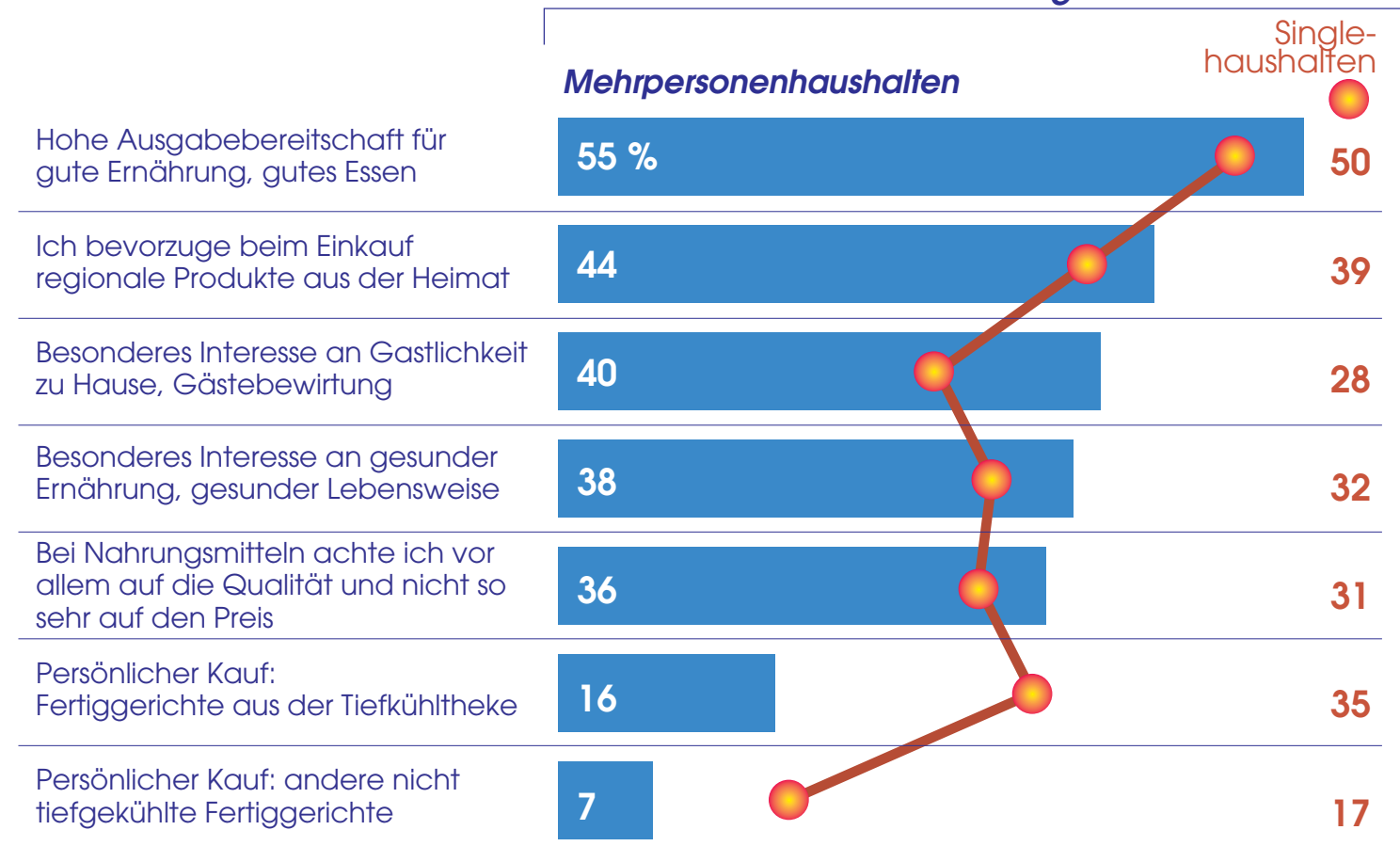
Basis: Bundesrepublik Deutschland (bis einschließlich 1990: Westdeutschland), Bevölkerung ab 16 Jahre
Quelle: Allensbacher Archiv, IfD-Umfragen, zuletzt 10026

Megatrend Single-Haushalte: Der Anteil der mittleren Jahrgänge in Single-Haushalten wächst



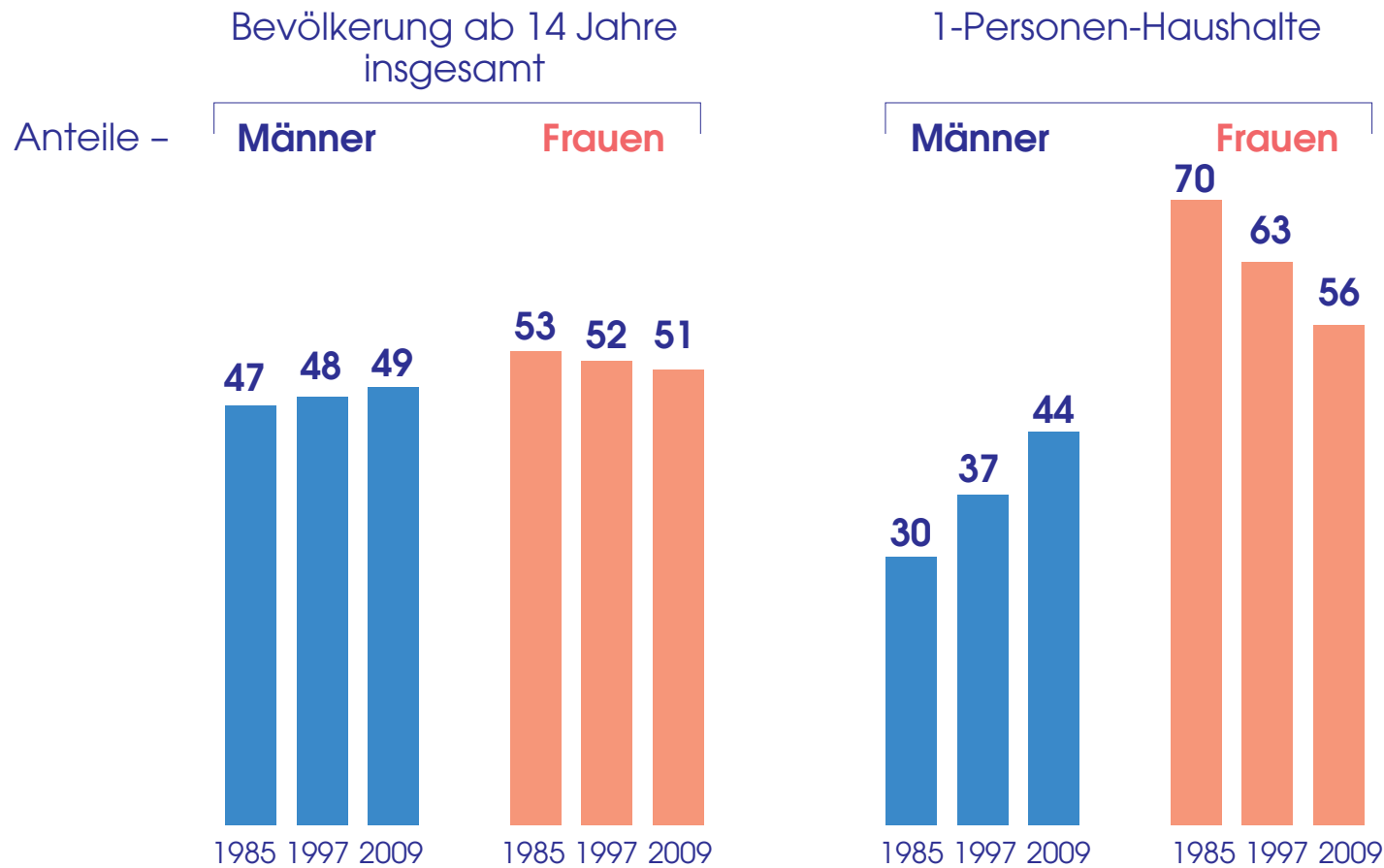
Abweichende Präferenzen von Middle-age-Singles

30- bis 59-Jährige in -



Basis: Bundesrepublik Deutschland; Bevölkerung von 30 bis 59 Jahren
 Quelle: Allensbacher Markt- und Werbeträgeranalyse, AWA 2009

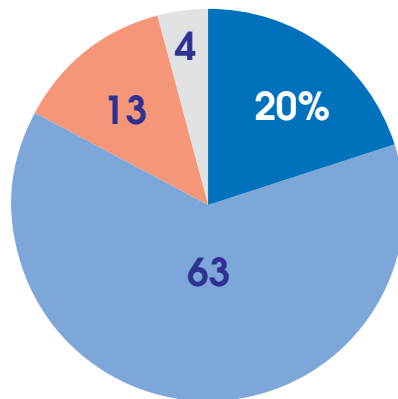
Der Anteil der Männer in Single-Haushalten steigt



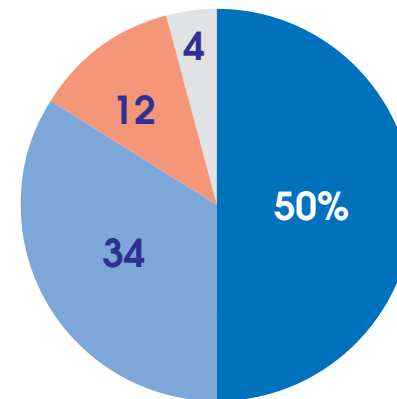
Männliche Singles denken kaum über ihre Ernährung nach

Frage: "Wie viele Gedanken machen Sie sich über Ihre Ernährung, darüber, was Sie so essen? Würden Sie sagen, Sie beschäftigen sich mit Essen ..."

Männliche Singles



Weibliche Singles



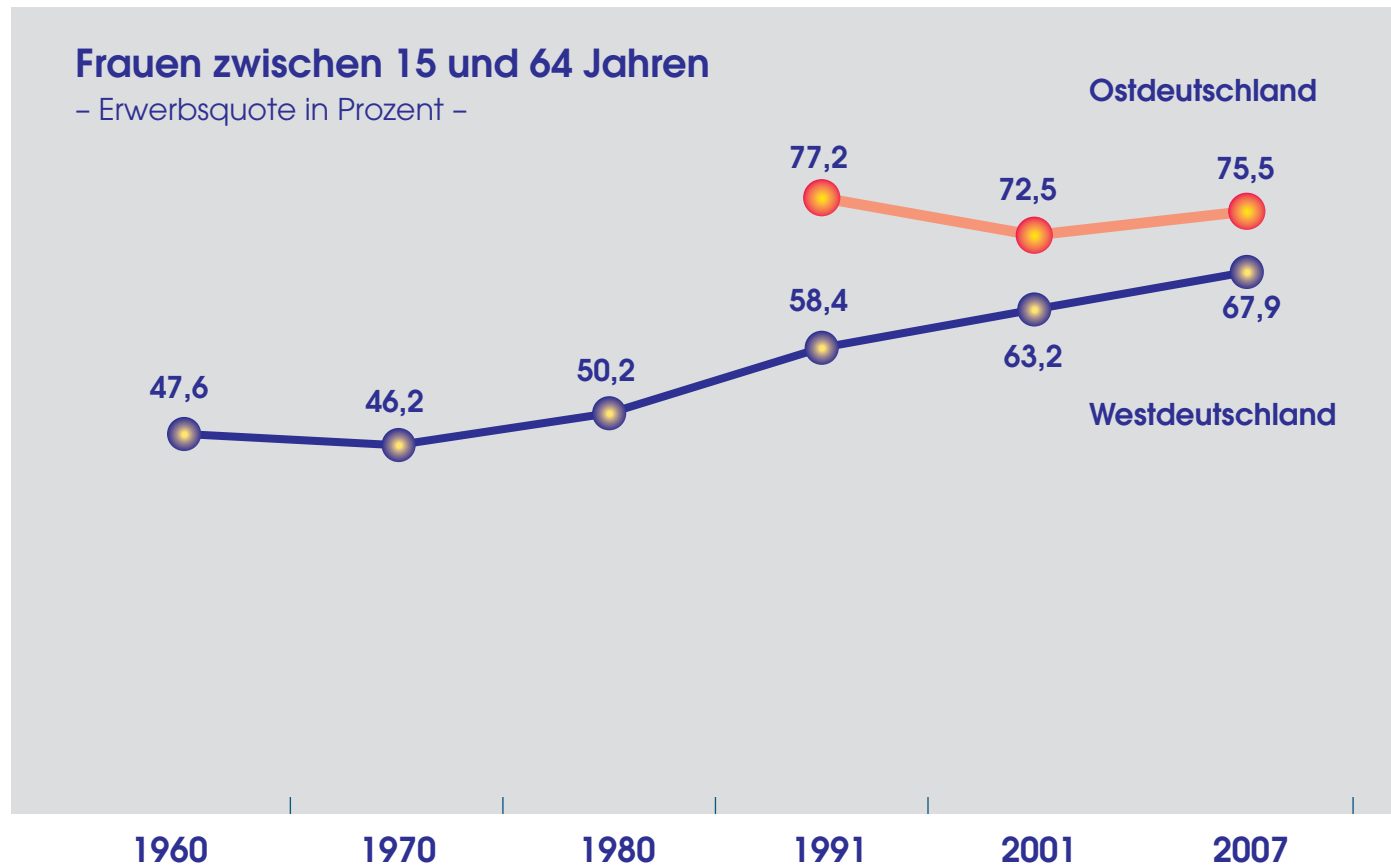
 *Es denken sehr viel über die eigene Ernährung nach*

 *Nicht sonderlich viel*

 *Kaum, gar nicht*

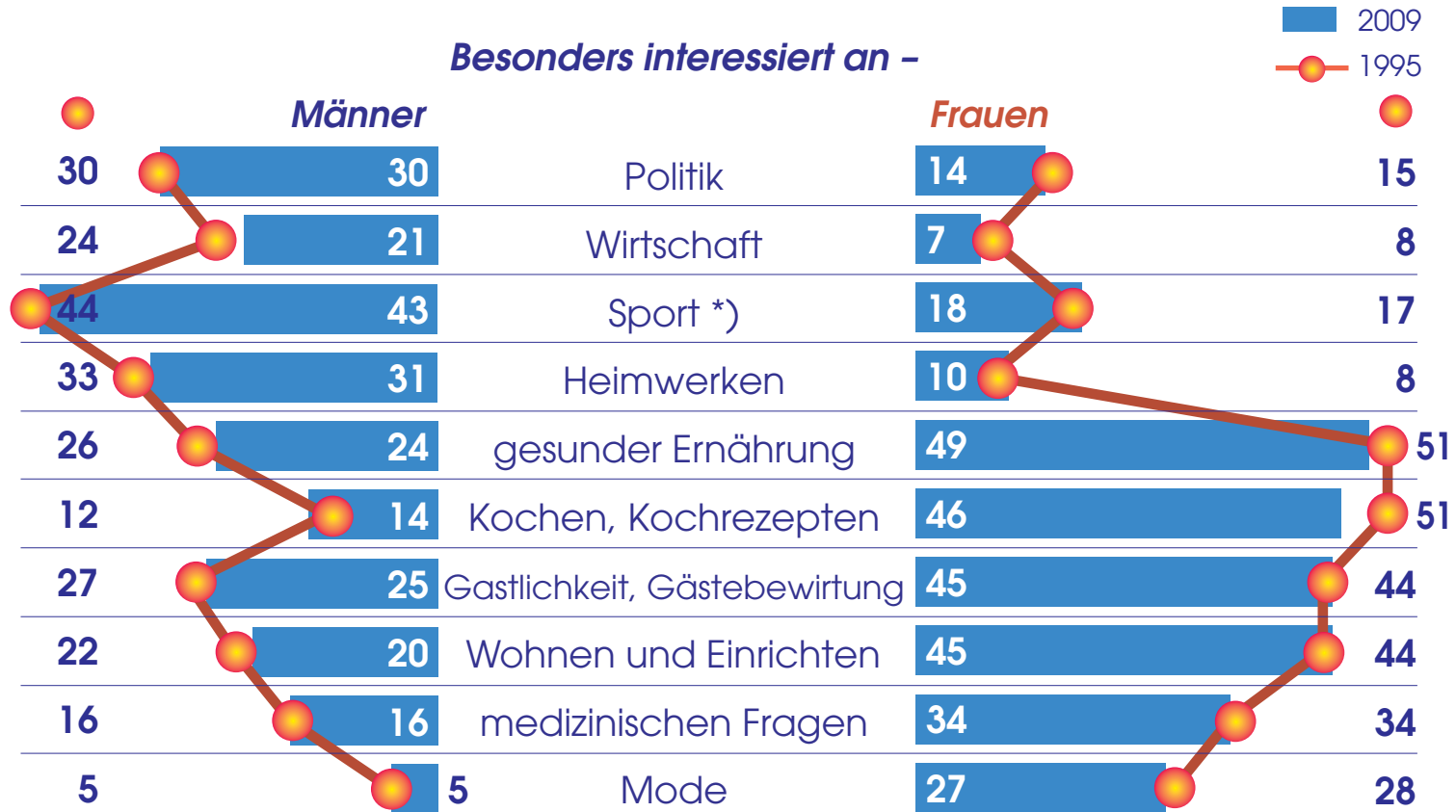
 *Unentschieden, keine Angabe*

Megatrend steigende Frauenerwerbsquote

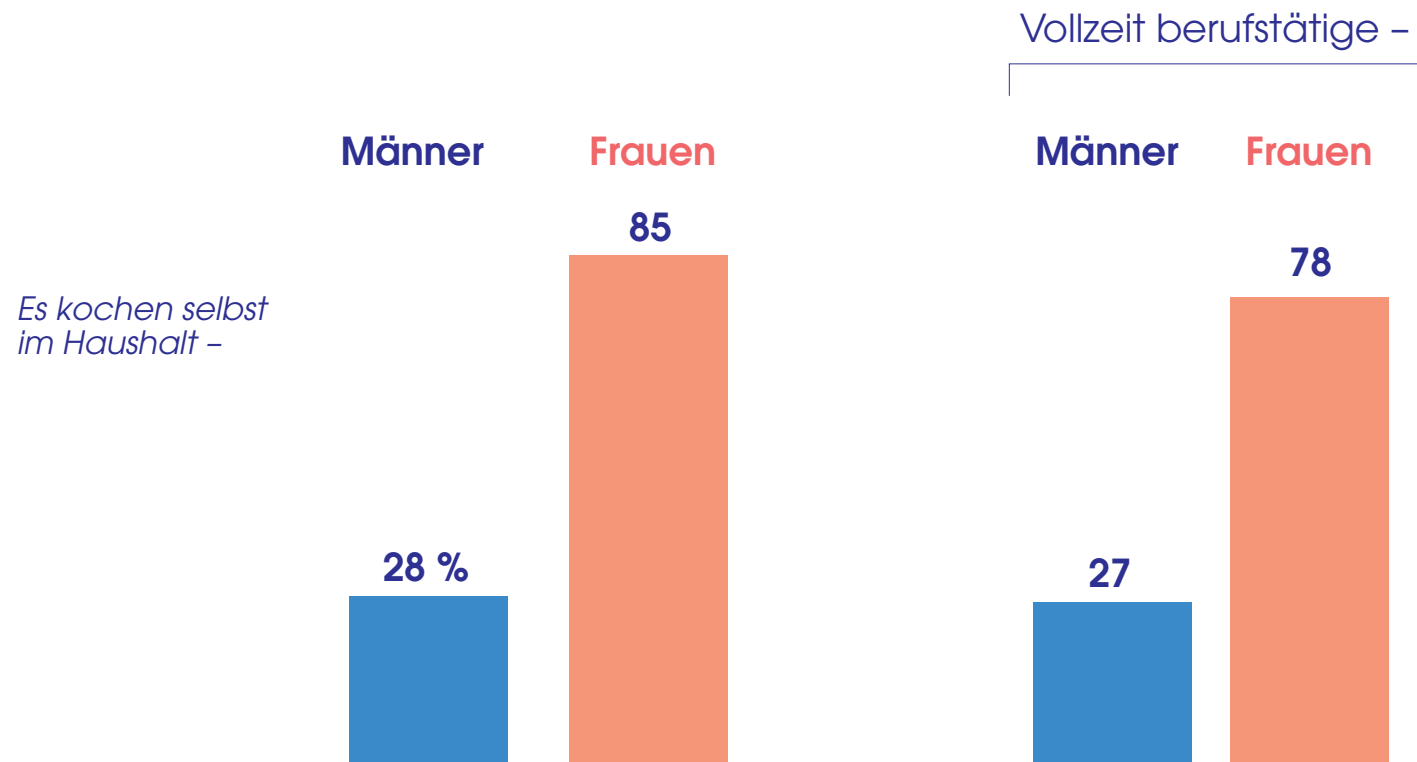


Basis: Bundesrepublik Deutschland; bis 1990: Westdeutschland; Frauen zwischen 15 und 64 Jahren
Quelle: Statistisches Bundesamt, Wiesbaden 2008, Mikrozensus

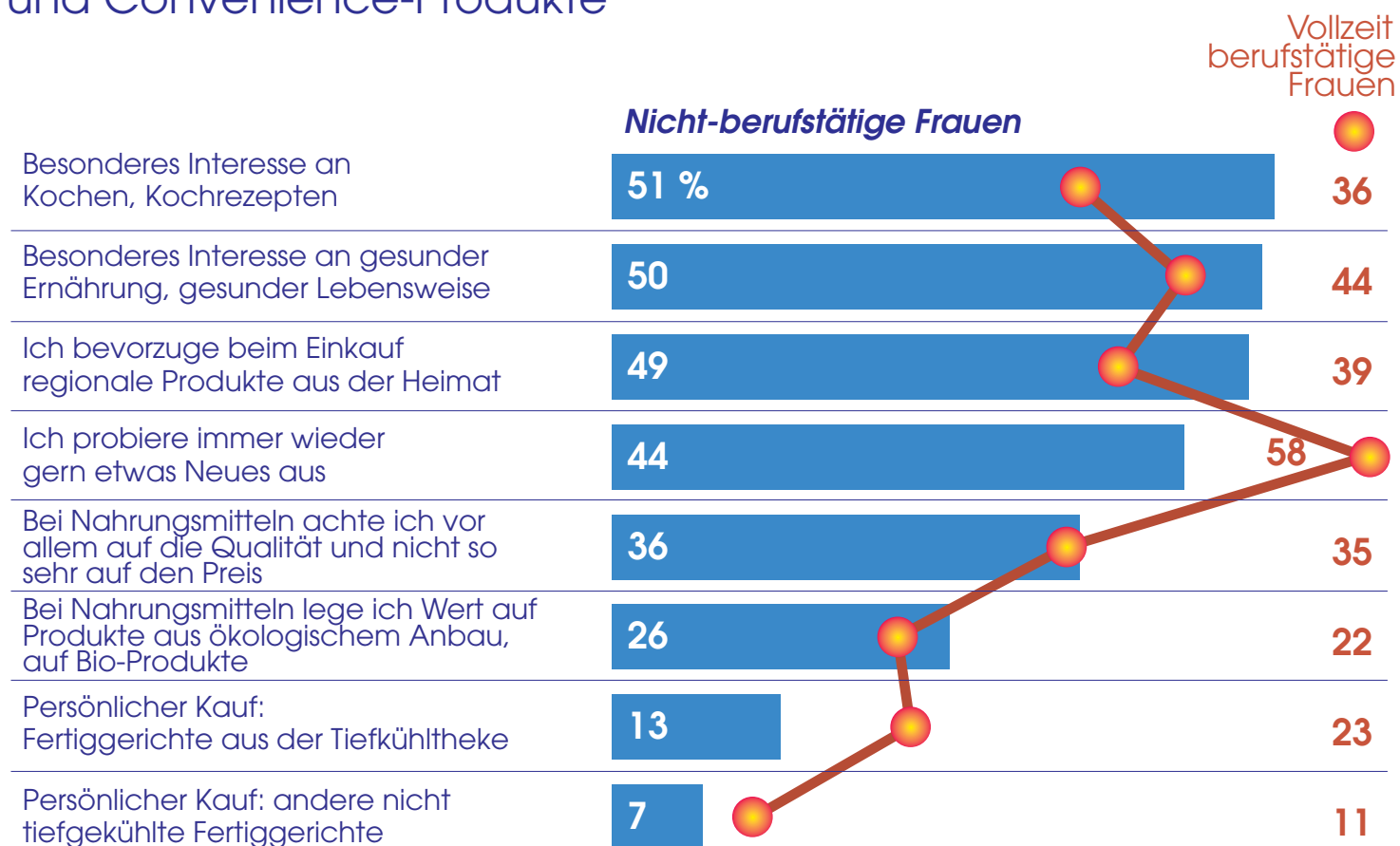
Trotz neuen Rollenverständnisses: keine Angleichung der Themeninteressen von Männern und Frauen



Kochen ist Frauensache



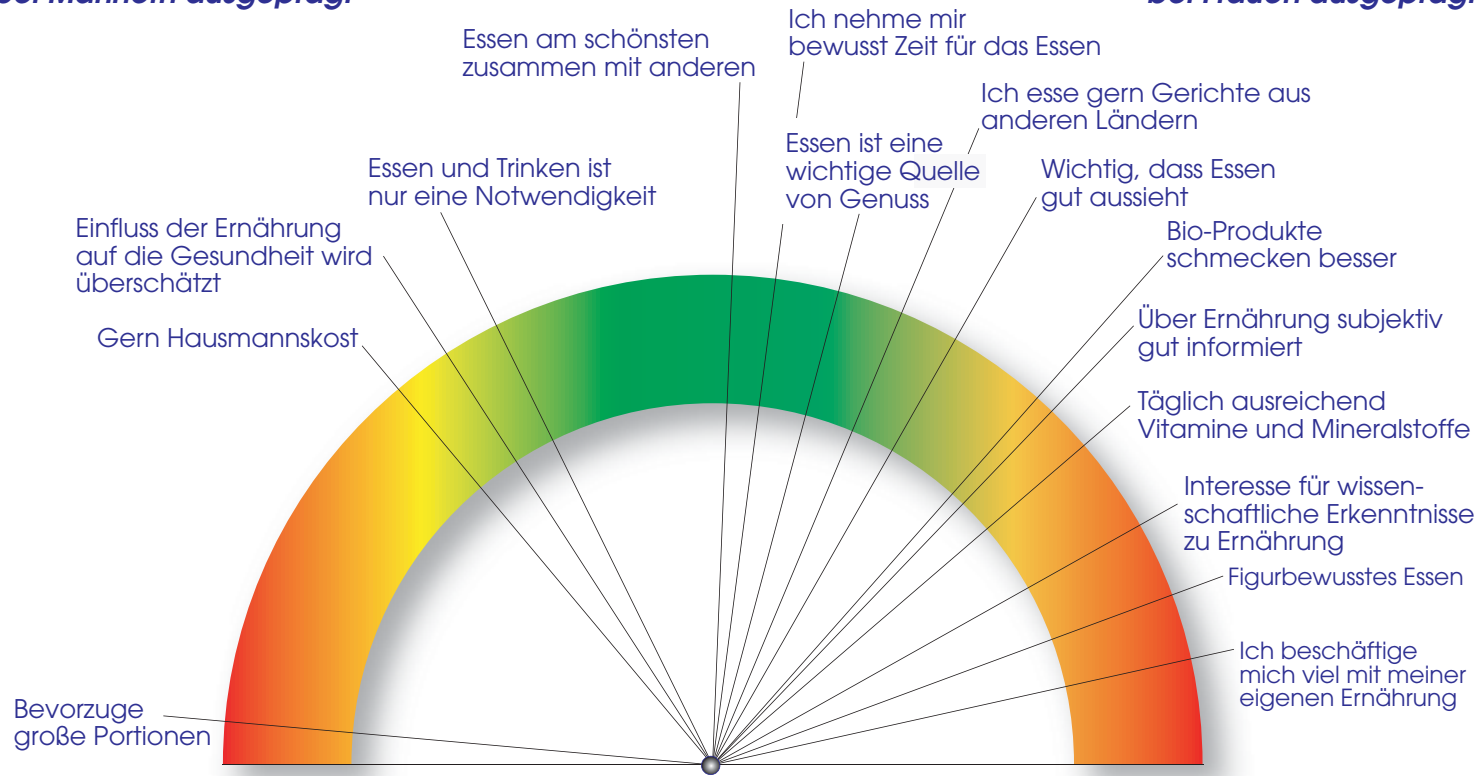
Berufstätige Frauen: offener für Innovationen und Convenience-Produkte



Ernährungswelten von Männern und Frauen

**Überdurchschnittlich
bei Männern ausgeprägt**

**Überdurchschnittlich
bei Frauen ausgeprägt**



Männer denken wenig über Ernährung nach

*Es beschäftigen sich intensiv
mit Ernährungsfragen*

25- bis 45-jährige Frauen

insgesamt

57 %

mit unter-10-jährigen Kindern

62

kinderlos

54

25- bis 45-jährige Männer

insgesamt

37

mit unter-10-jährigen Kindern

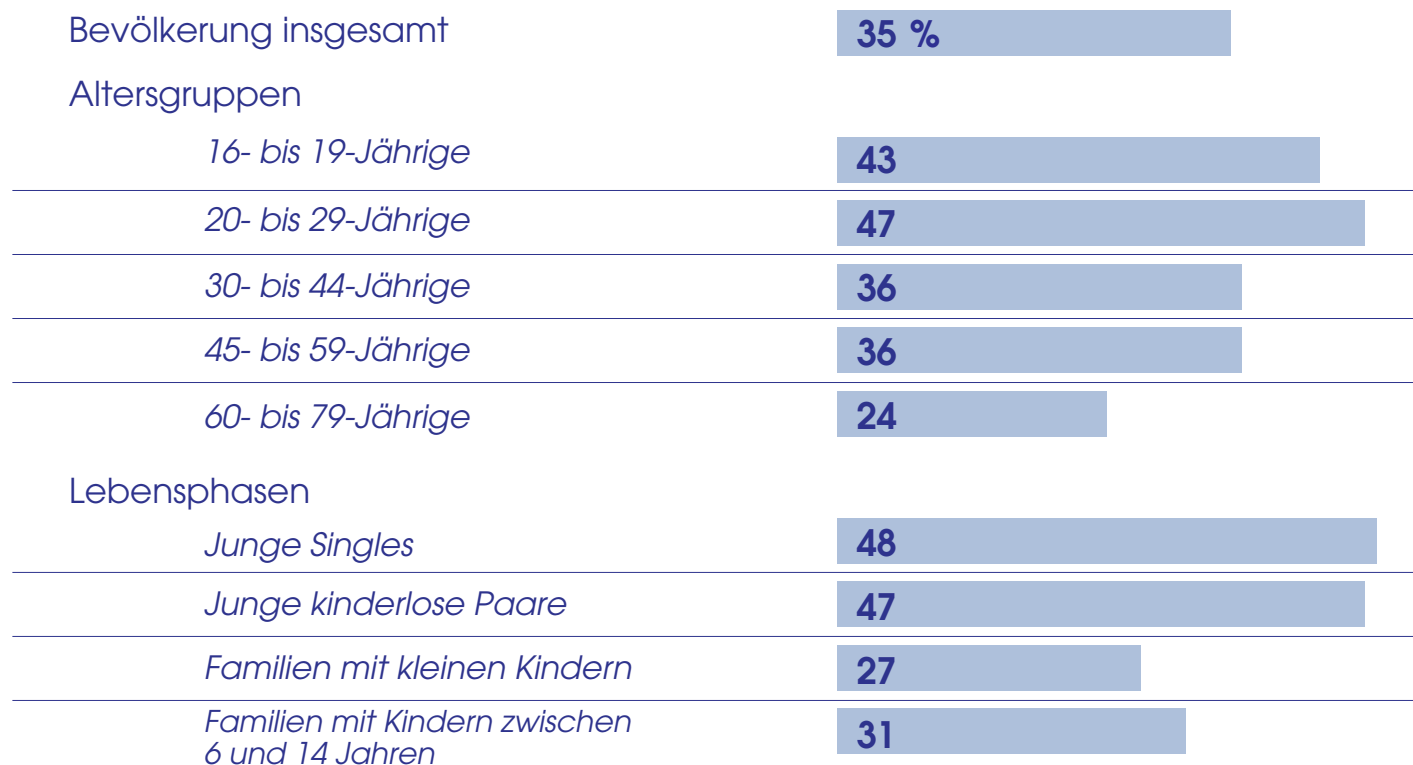
37

kinderlos

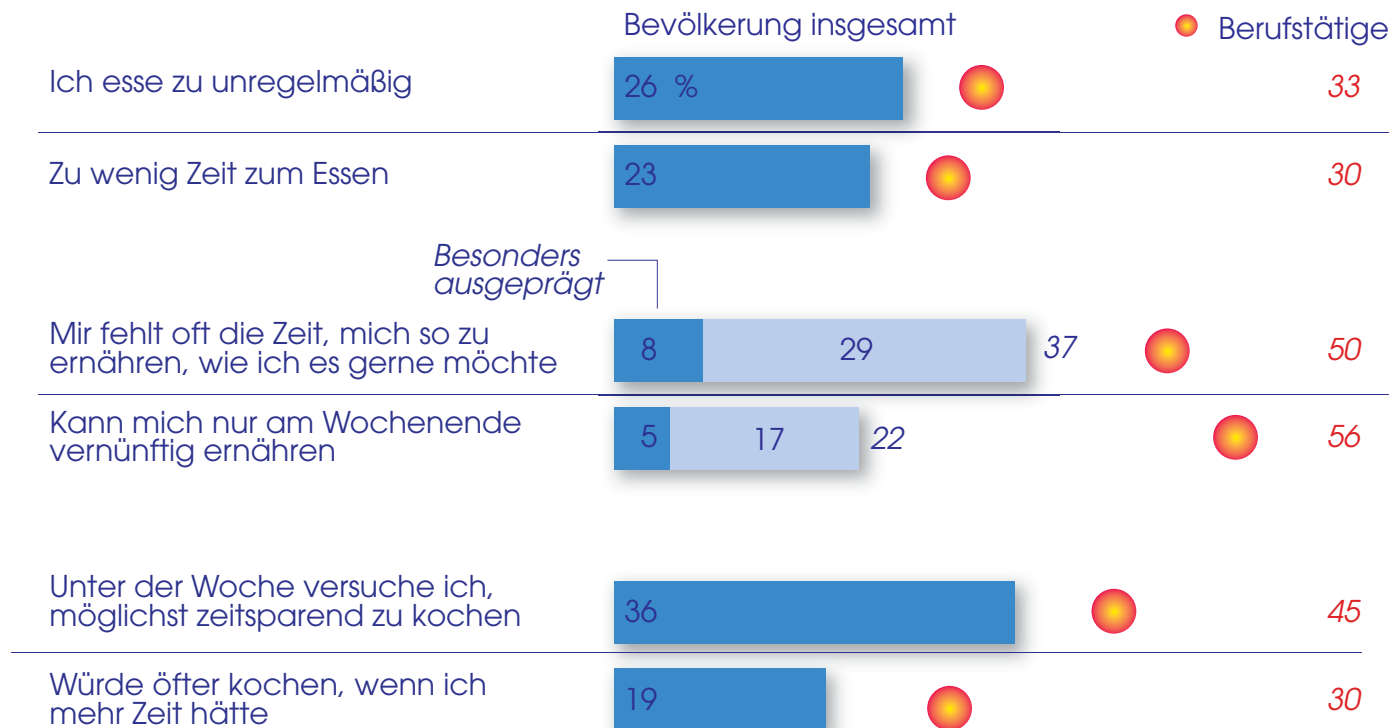
37

Entstrukturierte Tagesabläufe

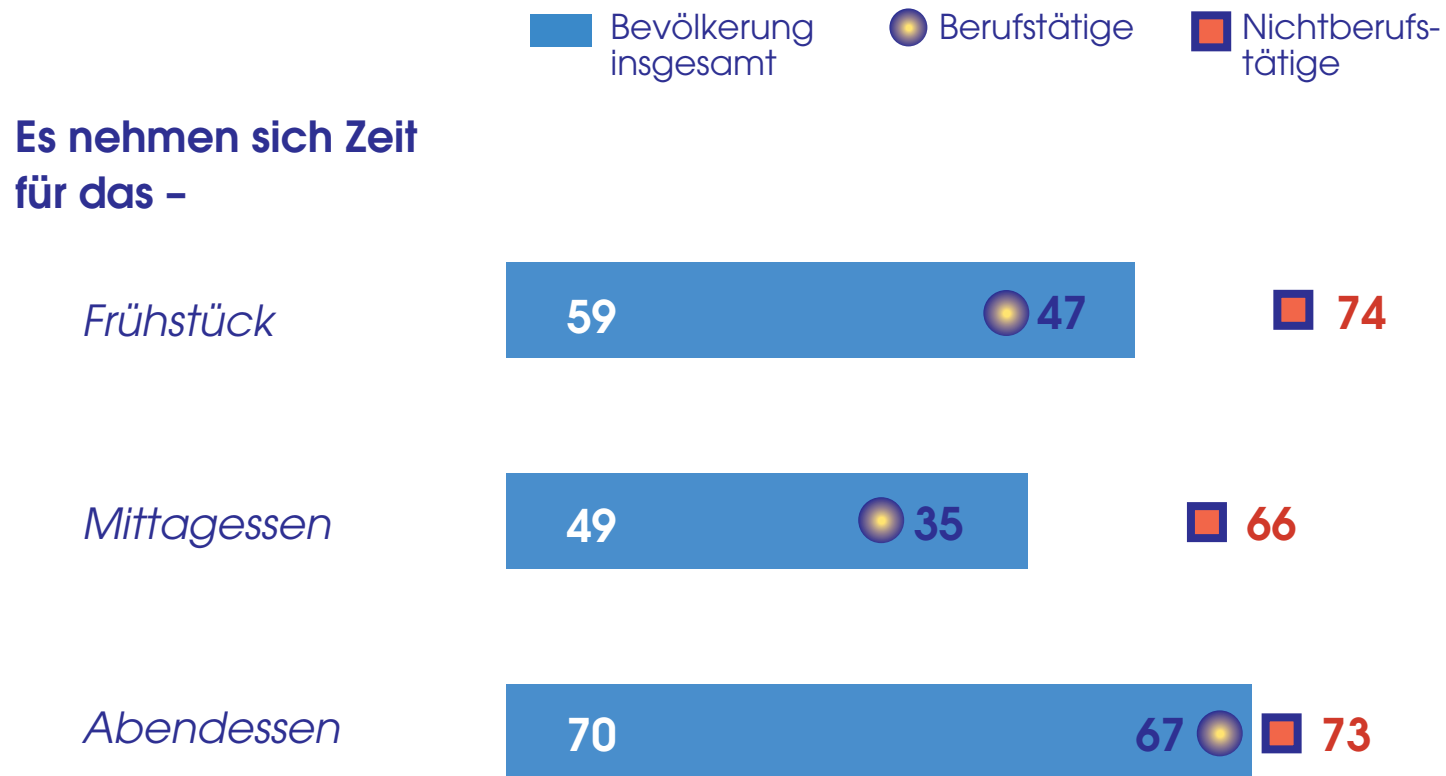
Es haben kontinuierlich oder häufiger einen unregelmäßigen Tagesablauf -



Entstrukturierung und Zeit als knappe Ressource: jeder vierte Verbraucher hat deswegen Mühe, eine vernünftige Ernährung sicherzustellen

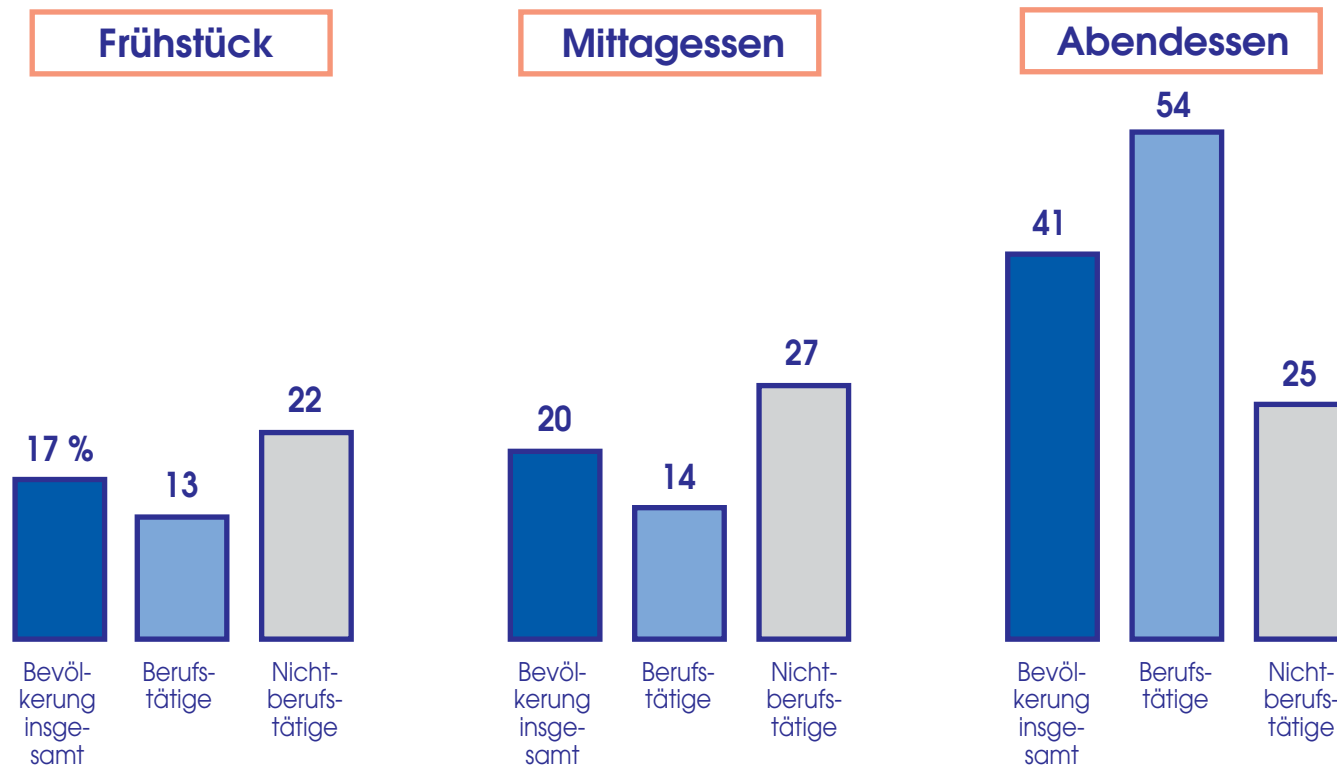


Berufstätige nehmen sich oft nur für das Abendessen Zeit

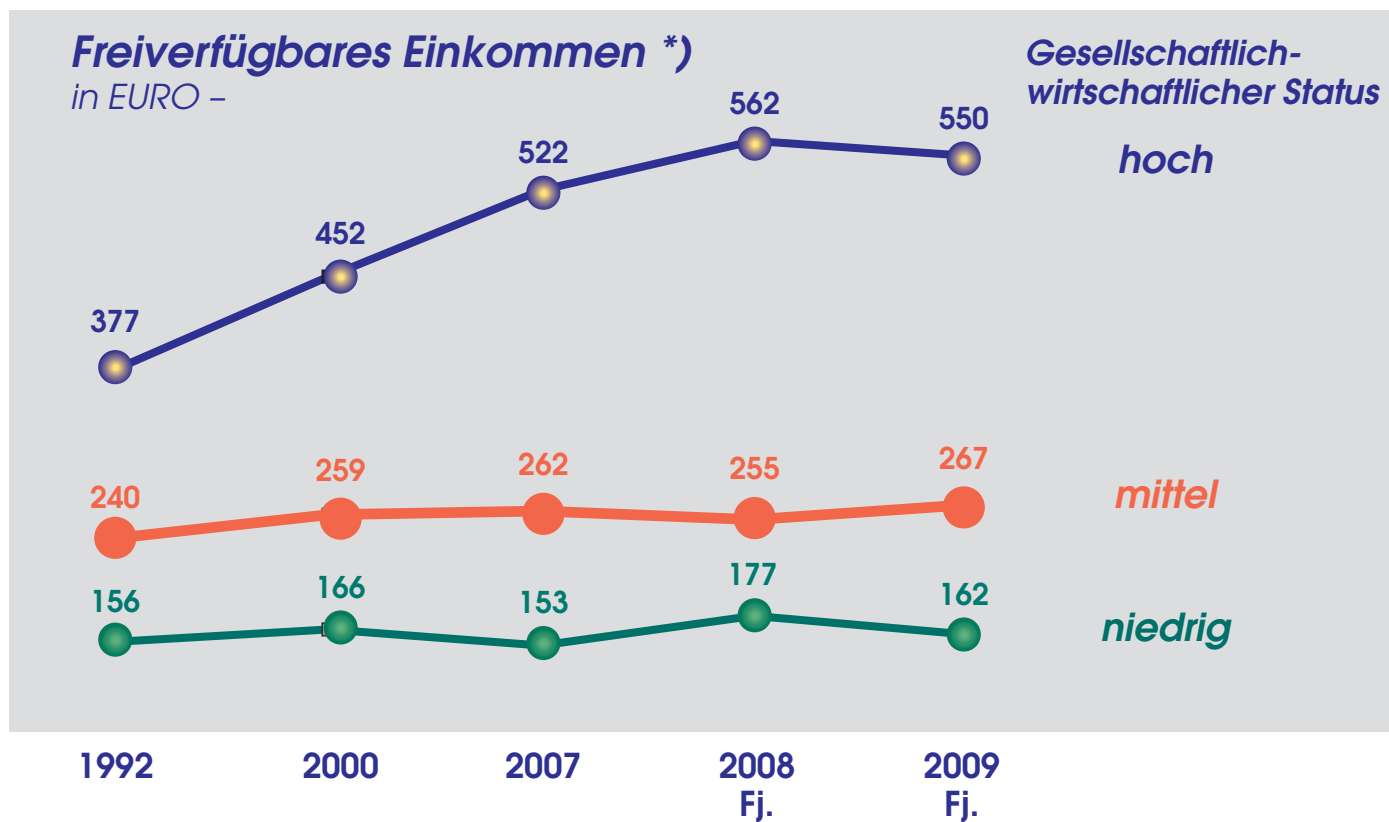


Die Lieblingsmahlzeit der Berufstätigen: das Abendessen

Es mögen am liebsten das -



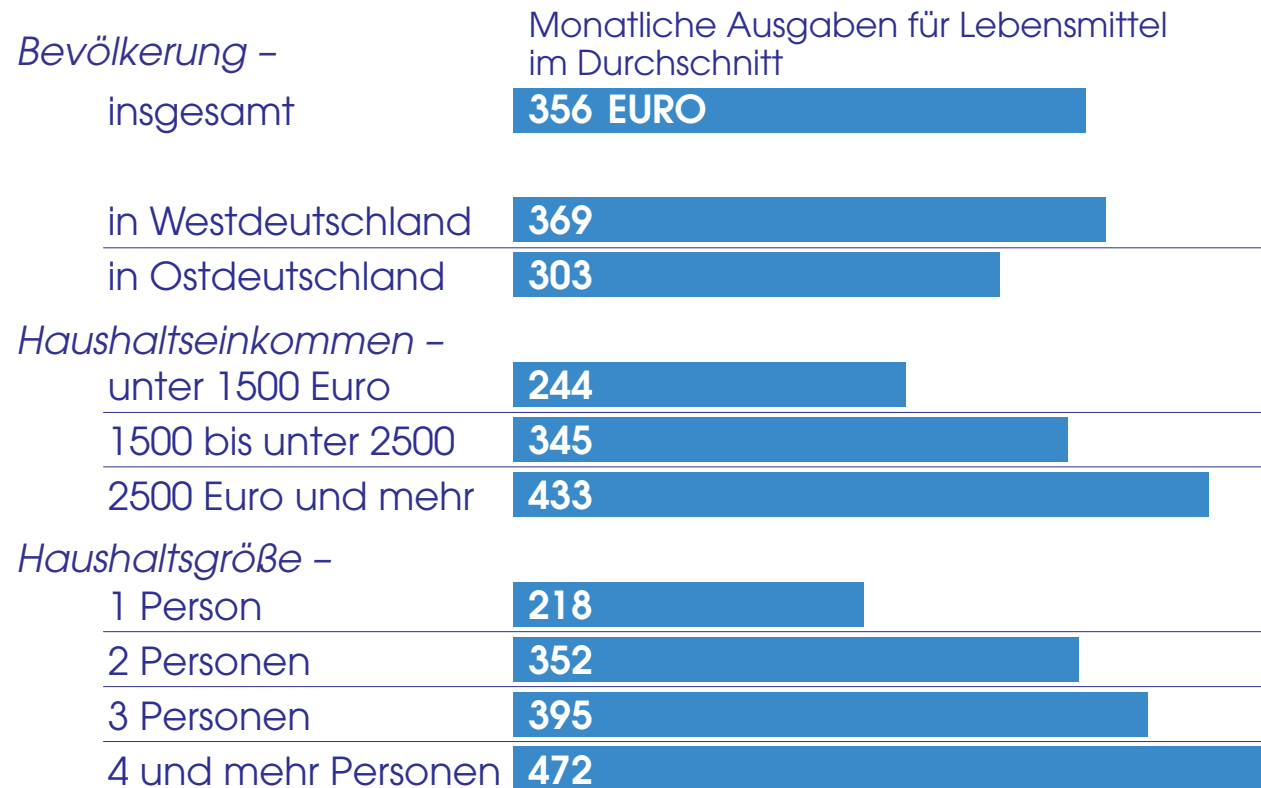
Megatrend soziale Differenzierung



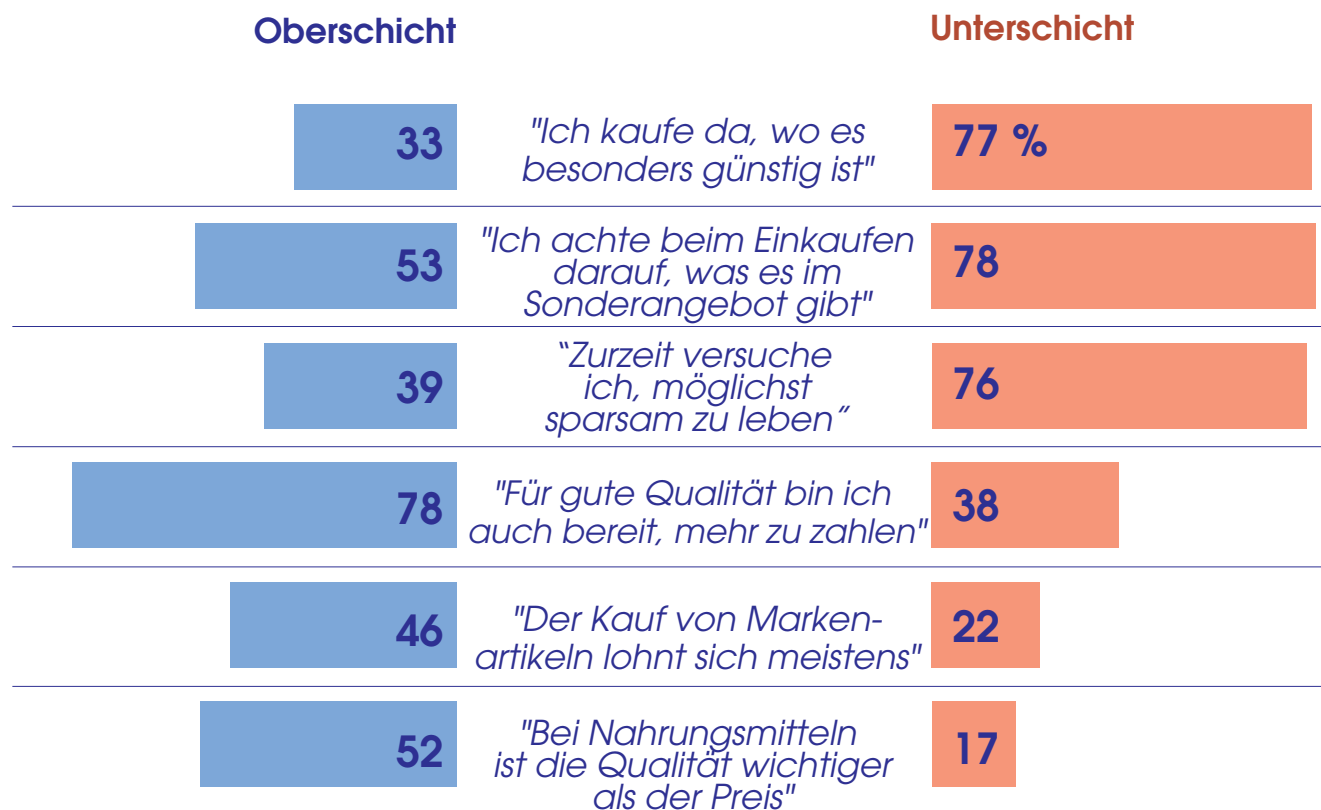
*) Dies ist der Betrag, der im Monat durchschnittlich zur freien Verfügung bleibt, wenn alle laufenden Kosten wie Miete, Heizung, Kleidung, Essen und Trinken beglichen sind.

Monatliches Ernährungsbudget

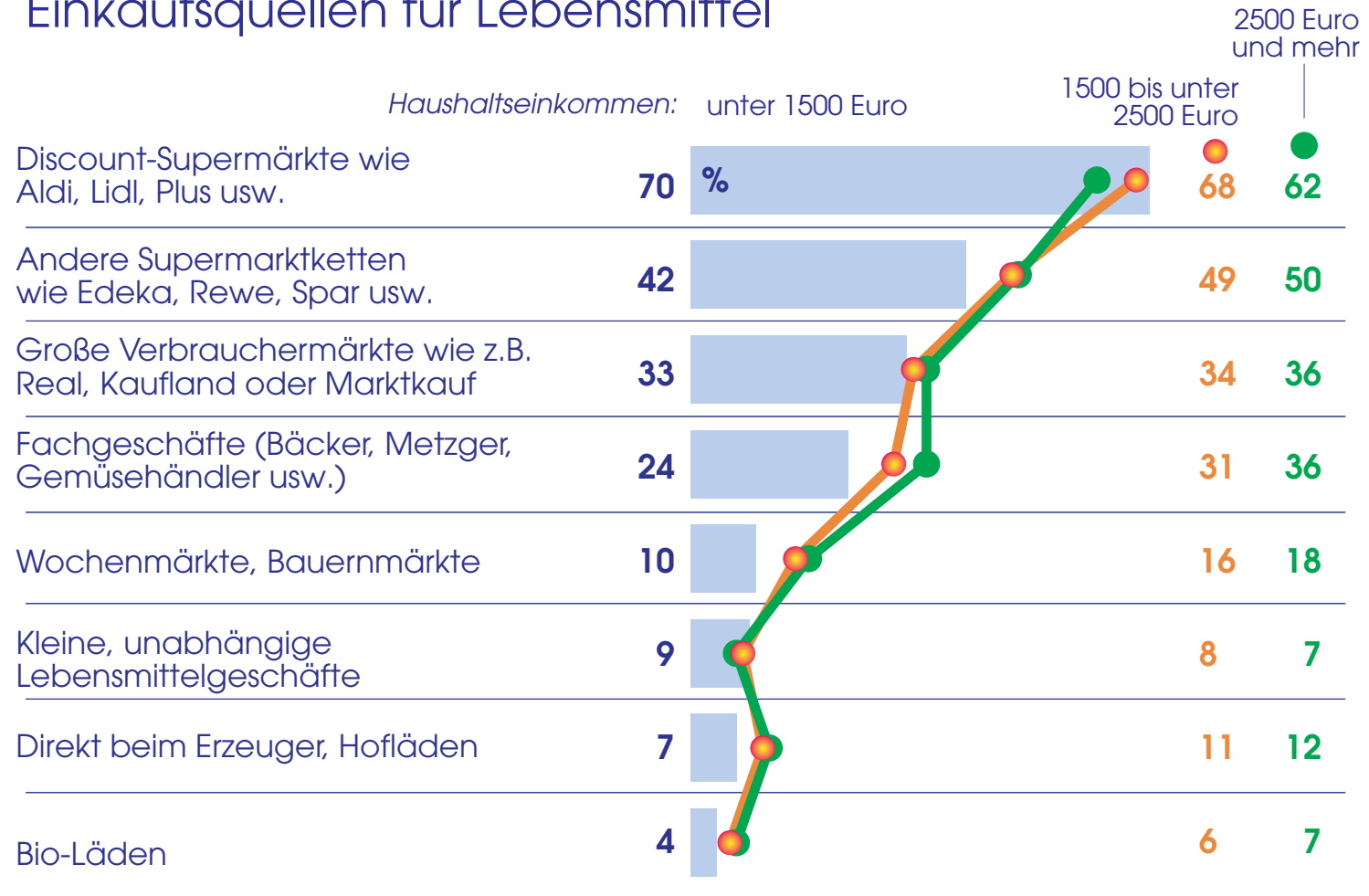
Frage: "Das ist vielleicht nicht ganz einfach zu sagen, aber was schätzen Sie: wie viel Geld geben Sie pro Monat für Lebensmittel und Getränke aus, ich meine jetzt nur für Lebensmittel und Getränke, die Sie für zu Hause kaufen? Wie viel Euro in etwa?"



Die Konsequenz: Polarisierung der Konsumwelten

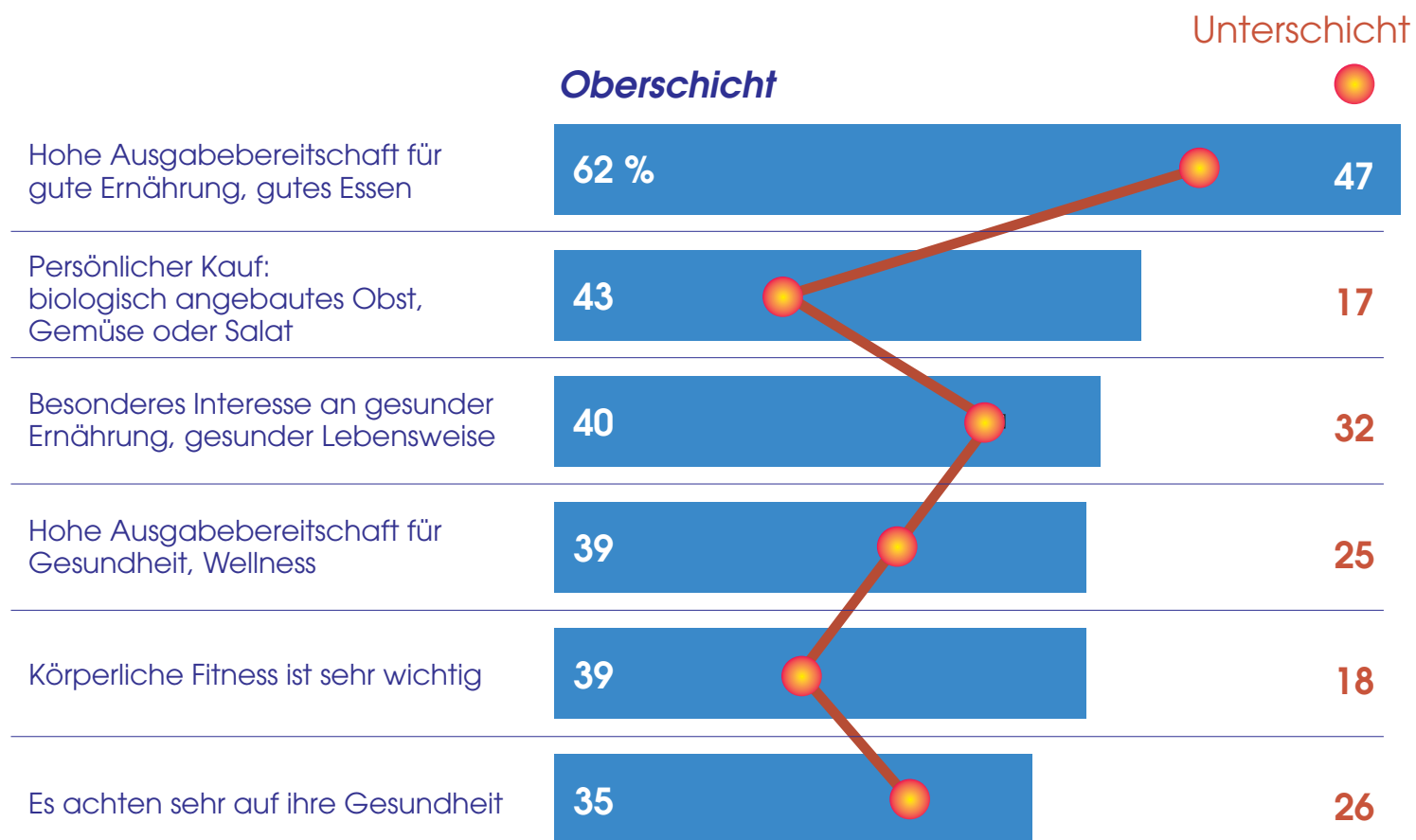


Einkaufsquellen für Lebensmittel



Basis: Bundesrepublik Deutschland, Bevölkerung 16 bis 79 Jahre
 Quelle: Allensbacher Archiv, IfD-Umfrage 5243

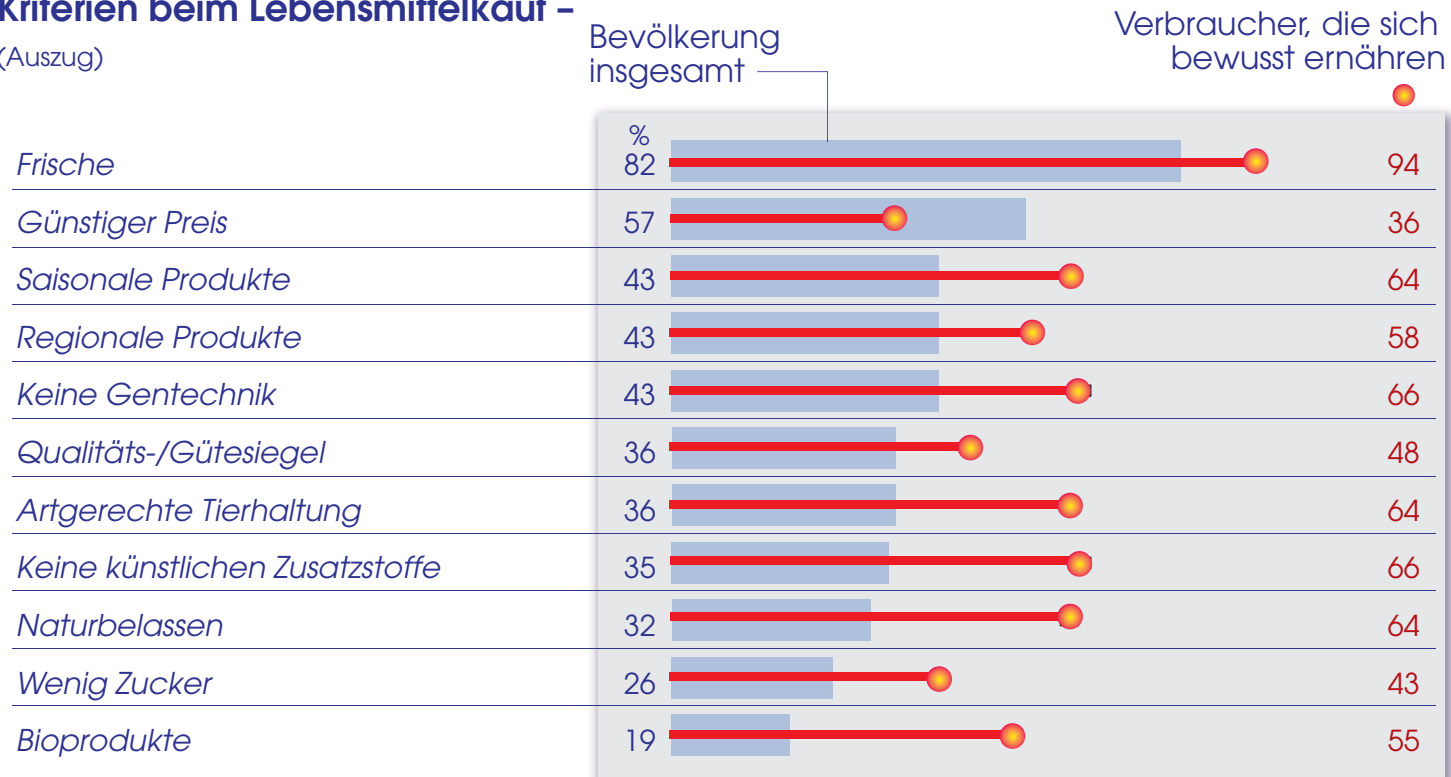
Gesundheitsorientierung ist (partiell) schichtgebunden



Ausgewogene Ernährung ist für viele auch eine weltanschauliche Positionierung

Kriterien beim Lebensmittelkauf -

(Auszug)

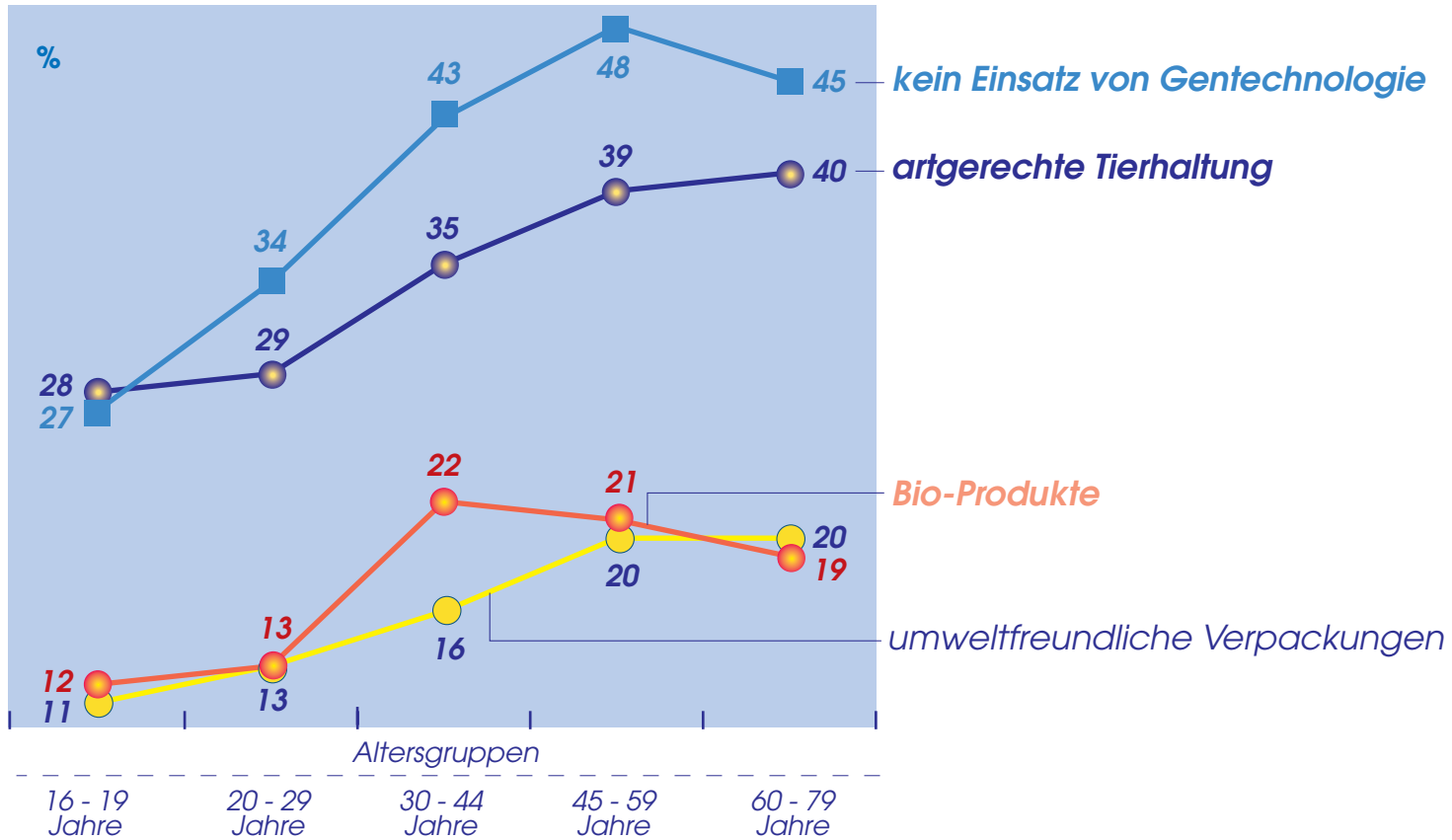


Basis: Bundesrepublik Deutschland, Bevölkerung 16 bis 79 Jahre

Quelle: Nestlé-Ernährungsstudie 2008

Kriterien beim Lebensmittelkauf

Es legen Wert auf -



Basis: Bundesrepublik Deutschland; Bevölkerung von 16 bis 79 Jahren
Quelle: Nestlé-Ernährungsstudie 2008

Das gute Gewissen: eine Frage des Geldes oder der Einstellung?

