

Ungesunde Nahrungsmittel für Kinder: Konsumenten für bessere Aufklärung statt staatlicher Regulierung

Hamburg, 13. Juni 2023 – Nahezu jedem (91%) in Deutschland ist eine ausgewogene Ernährung und Lebensweise wichtig, so das Ergebnis einer bundesweiten Studie des Markt- und Meinungsforschungsinstituts Ipsos über Einstellungen zu Nahrungsmitteln. Eine knappe Mehrheit (56%) der Bevölkerung nimmt dennoch bewusst Lebensmittel zu sich, die einen hohen Salz-, Fett oder Zuckergehalt haben. 13 Prozent der Befragten geben an, dass bei ihnen der Konsum von ungesunden Genussprodukten mitunter aus dem Ruder läuft. Drei von zehn Bundesbürgern (29%) vermeiden salz-, fett- und zuckerreiche Lebensmittel grundsätzlich.

Übergewicht bei Kindern: Deutsche sehen Schulsystem in der Pflicht

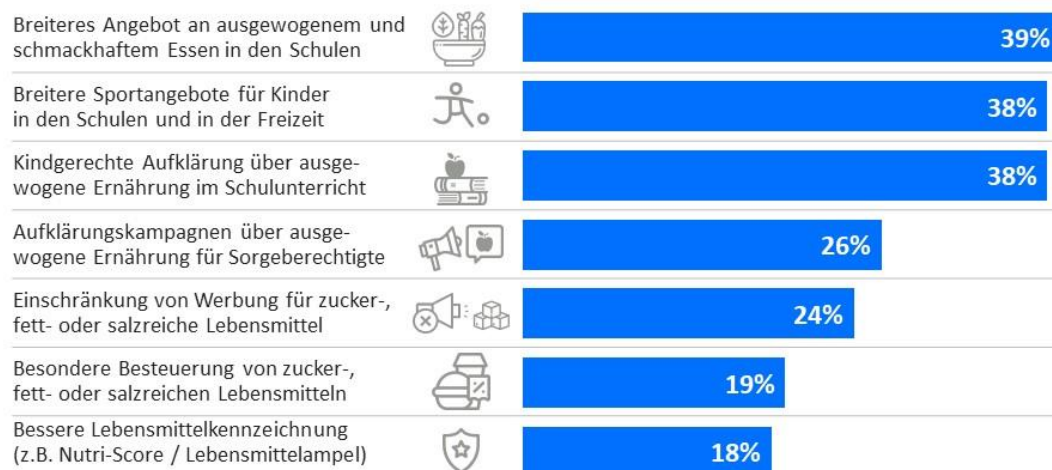
Danach gefragt, welche drei von insgesamt zehn wählbaren Maßnahmen sich am ehesten eignen würden, um der Herausforderung von Übergewicht bei Kindern entgegenzutreten, findet ein breiteres Angebot an ausgewogenem Essen in Schulen den meisten Zuspruch. 39 Prozent der Befragten zählen dies zu den Top 3-Maßnahmen. Ähnlich häufig werden mehr Sportangebote und eine kindgerechte Aufklärung über ausgewogene Ernährung im Schulunterricht (jeweils 38%) genannt.

Mit etwas Abstand dahinter folgen Aufklärungskampagnen über ausgewogene Ernährung (26%) und die Einschränkung von Werbung für zucker-, fett- oder salzreiche Lebensmittel (24%). Eine besondere Besteuerung von Produkten ab einem von Experten definierten Zucker-, Fett- oder Salzanteil hält jeder fünfte Deutsche (19%) für eine gut geeignete Maßnahme. Eine bessere Lebensmittelkennzeichnung (z. B. Nutri-Score oder Lebensmittellampe) findet bei 18 Prozent Zustimmung.

Unter denjenigen Befragten, die sich für eine Einschränkung von Werbung für Lebensmittel ab einem bestimmten Zucker-, Fett- oder Salzanteil aussprechen, ist die überwiegende Mehrheit (69%) der Meinung, dass diese altersunabhängig für die gesamte Bevölkerung gelten sollte. 29 Prozent dieser Gruppe bevorzugen hingegen eine gezielte Einschränkung von Werbung für Kinder unter 14 Jahren.

Geeignete Maßnahmen gegen Übergewicht bei Kindern

Übergewicht bei Kindern hat negative Folgen für deren Gesundheit. Welche der folgenden Maßnahmen eignen sich aus ihrer persönlichen Sicht am ehesten, um dieser Herausforderung entgegenzutreten? Bitte wählen Sie bis zu drei Maßnahmen. | Angaben in Prozent



Methode: Quotierte Online-Umfrage unter 2.000 Befragten im Alter von 18 bis 65 Jahren in Deutschland, repräsentativ gewichtet nach Alter, Geschlecht, Bildung, Region und Wahlverhalten bei Bundestagswahl. Feldzeit: 05. bis 19. April 2023.



Grünen- und SPD-Anhänger am ehesten für Werbebeschränkungen

Die Anhängerschaften der im Bundestag vertretenen Parteien unterscheiden sich mitunter stark in ihren Meinungen zur Rolle des Staates bei der Regulierung von ungesunden Nahrungsmitteln. Wenn es um Kinder geht, sieht fast jeder zweite Grünen-Wähler (48%) sowie 43 Prozent der SPD-Anhänger den Staat in der Verantwortung, bei Produkten ab einem von Experten definierten Zucker-, Fett, oder Salzanteil regulierend einzugreifen. Unter den Sympathisanten der AfD und FDP sehen das 28 bzw. 30 Prozent der Befragten so.

Methode

Für die Studie wurden zwischen dem 5. und 19. April 2.000 Bürgerinnen und Bürger zwischen 18 und 65 Jahren in Deutschland befragt. Die Befragung wurde online durchgeführt und nach soziodemografischen Merkmalen quotiert. Anschließend wurden die Daten gewichtet, um kleinere Verzerrungen in der Quotierung auszugleichen und die Stichprobe dem demografischen Profil der erwachsenen Bevölkerung anzupassen.



PRESSE-INFORMATION

Kontakt

Dr. Robert Grimm
Leiter Ipsos Politik- und Sozialforschung
robert.grimm@ipsos.com
+49 160 2520275

Über Ipsos

Ipsos ist eines der größten Markt- und Meinungsforschungsunternehmen der Welt mit mehr als 18.000 Mitarbeitenden und starker Präsenz in 90 Ländern. 1975 in Paris gegründet, wird Ipsos bis heute von Forscher:innen geführt. In Deutschland sind wir mit über 500 Mitarbeitenden an fünf Standorten präsent: Hamburg, Berlin, München, Frankfurt und Nürnberg.

Unsere Expert:innen in Forschung und Analyse verfügen über das breite Know-how von Multi-Spezialist:innen, das tiefe Insights in Handlungen, Meinungen und Motivationen erlaubt und so ein wahres Verständnis von Gesellschaft, Märkten und Menschen vermittelt.

Wir haben die große Bandbreite unserer Lösungsansätze in 18 Service Lines zusammengefasst und unterstützen damit über 5.000 Kunden weltweit.

Ipsos ist seit dem 1. Juli 1999 an der Euronext in Paris notiert. Das Unternehmen ist Teil des SBF 120 und des Mid-60 Index und hat Anspruch auf den Deferred Settlement Service (SRD).

ISIN code FR0000073298, Reuters ISOS.PA, Bloomberg IPS:FP

www.ipsos.de | www.ipsos.com