



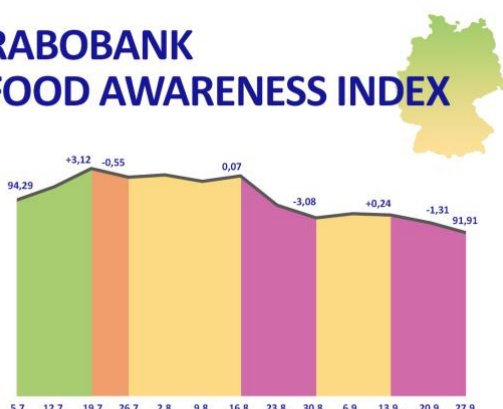
Rabobank

Rabobank Food Awareness Index

Abkühlung im Herbst: Bewusstsein für Landwirtschaft leicht rückläufig

FRANKFURT — 14. Oktober 2021. Deutschland hat ein bewegtes drittes Quartal 2021 hinter sich. Die Folgen der Flutkatastrophe in Rheinland-Pfalz und Nordrhein-Westfalen, die Ereignisse in Afghanistan und ein holpriger, von Pannen geprägter Wahlkampf – all das und noch mehr hat die Menschen beschäftigt. Zurückgegangen ist dagegen ihr Bewusstsein für den nachhaltigen Umgang mit Lebensmitteln. Das beweist der **Food Awareness Index** der Rabobank, das Trendbarometer rund um Landwirtschaft und Lebensmittel: Er ist im Vergleich zum Ende des zweiten Quartals (28. Juni) um **1,50 Indexpunkte** gesunken und steht aktuell bei einem **Wert von 91,91** (Indexstand 100 zum Start am 29.3.2021) – das ist der niedrigste Wert des gesamten dritten Quartals.

RABOBANK FOOD AWARENESS INDEX



Entwicklung Q3 / 2021

Veränderung
in Indexpunkten

- > +0,5
- 0,5 – +0,5
- 0,5 – -1,0
- < -1,0

In den Sommermonaten sah das noch anders aus: Nach einem zwischenzeitlichen Dämpfer im Mai und Juni (-3,37 Indexpunkte vom 3.5. bis zum 14.6.) **kletterte der Food Awareness Index ab Juli konstant nach oben.** Seinen einstweiligen Höhepunkt erreichte er am 19. Juli mit einem Wert von **96,53 Indexpunkten**, was die zwischenzeitlich gute Stimmung in Deutschland widerspiegelt. Seitdem ist er wieder kontinuierlich zurückgegangen.

Infografik: Wie steht es um das Bewusstsein der Deutschen für Ernährung und Agrarwirtschaft im Langzeit-trend? Das zeigt der Food Awareness Index der Rabobank (Zeitraum 5.7. bis 27.9.2021).

Damit zeigt sich ein gemischtes Stimmungsbild bei den deutschen Verbrauchern: Legten sie im Sommer noch stärker Wert darauf, mit ihrem Geld etwas Gutes in der Welt zu bewegen, ging diese Priorität im Herbst wieder leicht zurück. Ein Lichtblick: Zum Ende des Quartals zeigt sich hier wieder eine leichte Steigerung. Eine fairere Entlohnung von Bauern steht für die Verbraucher aktuell nicht auf der Agenda. Das Gleiche gilt für den nachhaltigen Umgang mit Lebensmitteln – aktuell geben mehr Befragte als noch in Q2 an, dass sie mindestens einmal im Monat Lebensmittel entsorgen müssen, weil sie ungenießbar geworden sind.

Für den Rabobank Food Awareness Index wird die langfristige Haltung der Verbraucher einmal pro

Presseservice

Laura Maria Kämz | fischerAppelt, relations GmbH | Tel. +49 (0)30 726 146 239 | Fax +49 (0)30 726 146 710, Schönhauser Allee 148 | 10435 Berlin | Deutschland, www.fischerAppelt.de



Rabobank

Quartal zu diesen vier Fragen ermittelt:

1. Inwieweit stimmen Sie dieser Aussage zu: „Lebensmittel müssen grundsätzlich teurer werden, damit Bauern eine faire Entlohnung erhalten“? (**Verantwortungsvolle Produktion**)
2. Inwieweit stimmen Sie dieser Aussage zu: „Mir ist beim Kauf von Lebensmitteln wichtig, dass sie aus der Region stammen“? (**Effiziente und effektive Lieferketten**)
3. Wie häufig müssen Sie Lebensmittel entsorgen, weil sie nicht mehr genießbar sind? (Kategorie **Bewusster Konsum**)
4. Inwieweit stimmen Sie dieser Aussage zu: „Mir wäre es wichtig, dass ich mit meinem angelegten Geld etwas Gutes in der Welt bewegen kann“? (**Banking for Food**)

Die Zahlen bezogen auf **Frage 1** sind zum Ende des dritten Quartals rückläufig. Zu Beginn (5.7.) lag der Wert bei 92,33 Punkten, aktuell (27.9.) steht er bei 90,87. Besser lief es im August, der Höhepunkt des Quartals wurde am 9.8. mit 97,62 Punkten erreicht. Auch bei **Frage 2** ist das Bewusstsein für regional angebaute Lebensmittel seit Beginn der Befragung im März etwas zurückgegangen, mit leichten Erholungen über den (Spät-)Sommer: Höchststand war am 20.9. mit 98,54 Indexpunkten. Aktuell liegt der Wert bei 97,37. **Frage 3** zeigt, dass das Bewusstsein für den Wert von Lebensmitteln wieder etwas abgenommen hat – mehr Menschen müssen verdorbene Lebensmittel wegwerfen als noch im Sommer. Bei **Frage 4** hat sich der Wert seit Mitte September wieder erholt: Im Vergleich zum Beginn des Quartals möchten wieder mehr Menschen mit ihrem angelegten Geld etwas Gutes in der Welt bewegen als noch zum Ende von Q2.

Das Bewusstsein der Verbraucher für Lebensmittel und Agrarwirtschaft hat somit nach dem zwischenzeitlichen Sommerhoch direkt zum Herbstbeginn wieder etwas nachgelassen. Es bleibt spannend abzuwarten, wie sich das Bewusstsein für Nahrungsmittelproduktion und Landwirtschaft in den Herbstmonaten und zu Beginn der Weihnachtszeit entwickeln wird.

Für die Erhebung der Daten kooperiert die Rabobank mit **Civey**, einem der führenden Unternehmen für digitale Markt- und Meinungsdaten in Deutschland. Die Umfragen zu den vier Fokusthemen **Verantwortungsvolle Produktion, Effiziente und effektive Lieferketten, Bewusster Konsum** und **Banking for Food** sind repräsentativ und werden online durchgeführt. Dafür wurden seit dem 11. März 2021 schon mehr als 25.500 Teilnehmer*innen befragt. Die Stichprobengröße liegt bei über 5.000 Personen.

Die Details der Civey-Studienergebnisse schicken wir auf Anfrage gerne zu. Einfach eine E-Mail an rabobank@fischerappelt.de senden. Die Ergebnisse sind unter der Quellenangabe „Civey/Rabobank“ frei zur Veröffentlichung.

Der „Food Awareness Index“

Die Echtzeit-Studie „**Rabobank Food Navigator**“ liefert mittels interaktiver Deutschlandkarte

Presseservice

Laura Maria Kämz | fischerAppelt, relations GmbH | Tel. +49 (0)30 726 146 239 | Fax +49 (0)30 726

146 710, Schönhauser Allee 148 | 10435 Berlin | Deutschland, www.fischerAppelt.de



Rabobank

regelmäßig spannende Insights zur Haltung der Deutschen in Sachen Nahrungsmittelsicherheit und Nahrungsmitteltrends, Konsum und Agrarwirtschaft. Ergänzend dazu fungiert der **Food Awareness Index** als Trendindikator, der aufzeigt, wie sich das Bewusstsein der Deutschen mit Blick auf Lebensmittelproduktion, effiziente und effektive Lieferketten sowie bewussten Konsum entwickelt. Der **Food Aware-ness Index** erscheint quartalsweise. Die Daten werden von Civey erhoben, einem der führenden Unternehmen für digitale Markt- und Meinungsdaten in Deutschland.

Über die Rabobank

Die 1898 als Genossenschaftsbank gegründete niederländische Rabobank Gruppe ist heute einer der weltweit führenden Finanzpartner im Agrar- und Lebensmittelsektor und einer der größten Finanzdienstleister der Niederlande. Die Bank verfügt über umfangreiches Know-how und langjährige Erfahrungen entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Unter dem Leitgedanken „Banking for Food“ werden seit 2014 Projekte für Lebensmittelsicherheit rund um den Globus gefördert, wo die Rabobank inzwischen in 40 Ländern mit nahezu 10 Millionen Kunden und über 43.000 Mitarbeitern vertreten ist und über Einlagen von mehr als 361 Milliarden Euro verfügt (Stand 2020). In Deutschland ist die Rabobank seit 1984 in Frankfurt am Main vertreten mit einem internationalen Team aus Finanzexperten, das Geschäftskunden die gesamte Bandbreite an sektorspezifischen Produkten und Finanzdienstleistungen bietet. Weitere Informationen im Internet auf www.rabobank.de

Pressekontakt

Rabobank Presseservice
Laura Maria Kämz
fischerAppelt, relations GmbH
rabobank@fischerappelt.de

Presseservice

Laura Maria Kämz | fischerAppelt, relations GmbH | Tel. +49 (0)30 726 146 239 | Fax +49 (0)30 726 146 710, Schönhauser Allee 148 | 10435 Berlin | Deutschland, www.fischerAppelt.de