

Ernährung | 16.11.2017 | Lesezeit 3 Min.

## Die Küche bleibt immer öfter kalt

*Allein die deutschen Nahrungsmittelhersteller bringen jedes Jahr rund 40.000 neue Produkte auf den Markt. Insgesamt können Verbraucher aus mehr als 170.000 Lebensmitteln und Zutaten ihren persönlichen Speiseplan zusammenstellen. Das Angebot an Nahrungsmitteln ist gigantisch, doch immer weniger Menschen kochen regelmäßig.*

---

Bio-Äpfel, Fertiggerichte, gerne auch mal fleischlos – diese Ernährungstrends dürften die meisten Verbraucher in Deutschland kennen und ihnen vermutlich auch selbst zumindest ab und an folgen. Doch Trendsetter ist man damit nicht. Denn wer ernährungsmäßig wirklich hip ist, der greift derzeit zu proteinreichem Quark, zu Goji-Beeren oder Insektenhäppchen – und spült das Ganze mit grünem Matcha-Tee hinunter.

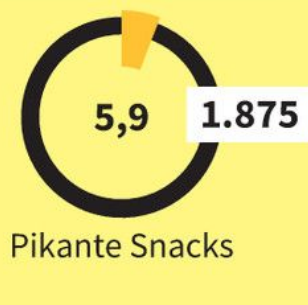
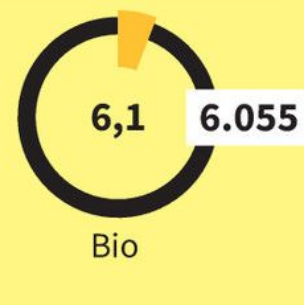
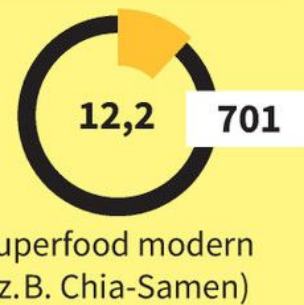
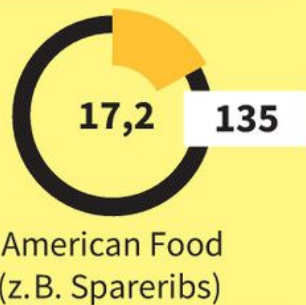
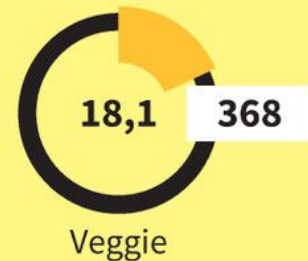
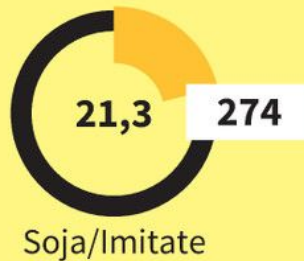
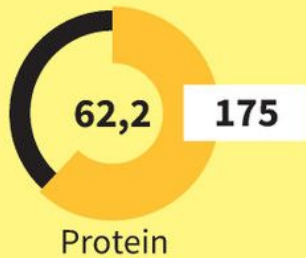
Noch sind die Umsätze, die mit diesen neuen Ernährungstrends erzielt werden, eher klein. Aber die Wachstumsraten sind beachtlich, wie die GfK in ihrer Studie „Consumers' Choice 2017“ feststellt. Dazu hat die GfK die Einkäufe von 30.000 Haushalten in Deutschland unter die Lupe genommen (Grafik):

**Die Nachfrage nach proteinreichen Nahrungsmitteln ist seit 2013 um durchschnittlich 62 Prozent pro Jahr gestiegen.**

# Ernährungstrends: Gerne gesund und fleischlos


Durchschnittliche jährliche Absatzsteigerung dieser Lebensmittel in Deutschland von 2013 bis 2017 in Prozent

■ Umsatz in Millionen Euro von August 2016 bis Juli 2017



Absatzsteigerung: gemessen in Kilogramm und/oder Stückzahlen; 2013 bis 2017: jeweils August des Vorjahres bis Juli

Quelle: GfK  
© 2017 IW Medien / iwd

 Institut der deutschen  
Wirtschaft Köln

Auch Sojaprodukte sowie andere Fleischimitate, vegetarisches Essen, American Food und modernes Superfood – dazu zählen neben Chia-Samen auch Acai- und Goji-Beeren – legten in den vergangenen fünf Jahren jährliche Wachstumsraten von mehr als 10 Prozent hin. Anders als der längst etablierte Biomarkt erzielt allerdings kein einziger dieser neuen Ernährungstrends Jahresumsätze von mehr als 1 Milliarde Euro.

Apropos Bio. Der Konsum von ökologischen Nahrungsmitteln ist längst Mainstream: 98 Prozent aller Haushalte in Deutschland kaufen mindestens einmal im Jahr ein Bioprodukt. Und die Branche wächst nach wie vor um rund 6 Prozent jährlich. Die Folge:

**Mit inzwischen mehr als 6 Milliarden Euro Umsatz jährlich ist die Biobranche das mit Abstand größte Segment unter den Food-Trends in Deutschland.**

Im Schnitt geben die Bundesbürger 11 Prozent ihres Einkommens für Lebensmittel aus. Die GfK hat außerdem festgestellt, dass die Haushalte seit einigen Jahren mehr auf Qualität als auf Quantität beim Essen setzen: Die Menschen geben für relativ weniger Lebensmittel mehr Geld aus als früher. Das mag auch damit zusammenhängen, dass in deutschen Küchen immer seltener warme Mahlzeiten zubereitet werden: Vor fünf Jahren wurde noch in 29 Prozent der Haushalte täglich gekocht, mittlerweile werden nur noch 23 Prozent der Herde oder Backöfen an sieben Tagen die Woche angeworfen.

---

Die Biobranche in Deutschland erzielt inzwischen mehr als 6 Milliarden Euro Umsatz im Jahr.

---

Gründe dafür sind die zunehmende Erwerbstätigkeit sowie die ebenfalls zunehmende aushäusige Kinderbetreuung. Berufstätige essen unter der Woche meist in Kantinen, Restaurants oder „to go“, Kinder in der Kita oder in der Schulmensa. Das alles wiederum lässt Convenience-Essen boomen: Mit Fertiggerichten oder anderweitig vorbereiteten Speisen wurden im vergangenen Jahr in Deutschland rund 4,3 Milliarden Euro umgesetzt.

Die Nahrungsmittelindustrie stellt sich auf diese veränderten Ernährungsgewohnheiten ein. Beliebt sind aktuell zum Beispiel Fertigsalate, die aus mehreren Komponenten (also aus diversen Salatsorten, Rohkost, Nüssen und Dressing) bestehen, die die Verbraucher erst vor dem Verzehr miteinander vermengen. Auch Gemüsechips und fettarme Würstchen boomen.

**Jedes Jahr bringen allein die deutschen Nahrungsmittelhersteller 40.000 neue Produkte auf den Markt.**

Allerdings schaffen es davon nur rund 13.000, sich am Markt zu behaupten – der große Rest ist nach zwei Jahren nicht mehr im Sortiment. Insgesamt besteht das Lebensmittelangebot in Deutschland aus mehr als 170.000 Produkten.

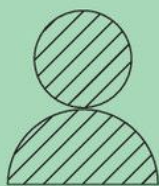
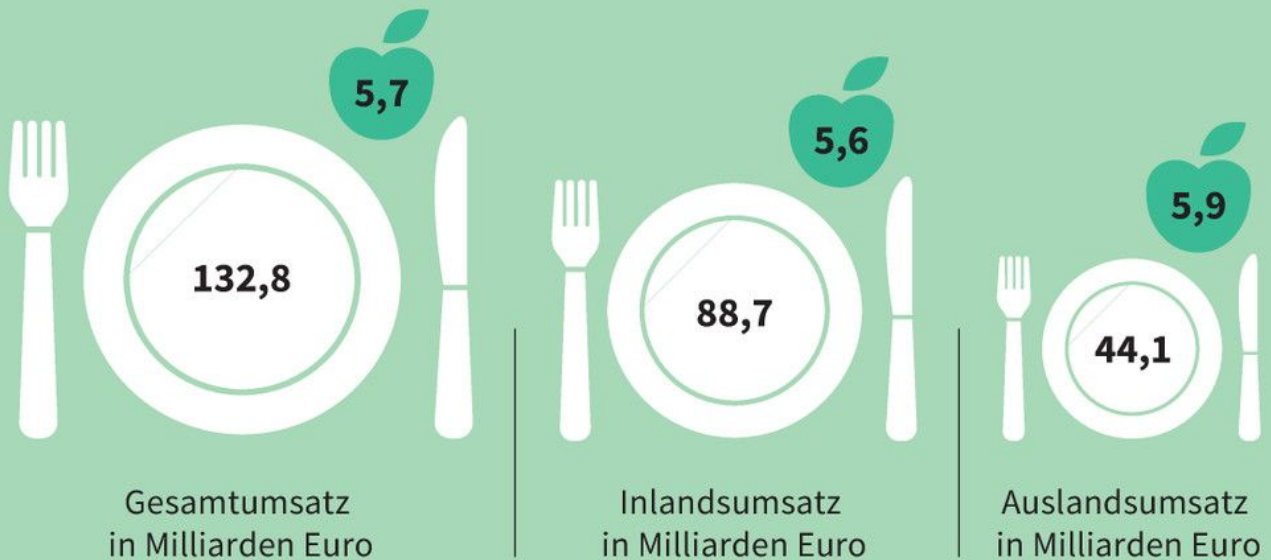
Obwohl die Entwicklung neuer Kreationen viel Geld kostet, konnten die Lebensmittelhersteller in den ersten neun Monaten dieses Jahres ihren Umsatz noch einmal kräftig steigern (Grafik):

**Von Januar bis September 2017 hat die deutsche Ernährungsindustrie fast 133 Milliarden Euro umgesetzt, das waren rund 6 Prozent mehr als im Vorjahreszeitraum.**

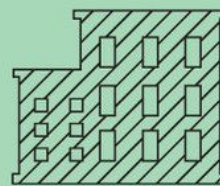
# Gegessen wird immer

Ernährungsindustrie in Deutschland

- Januar bis September 2017
- Veränderung gegenüber Vorjahreszeitraum in Prozent




**580.030**  
Beschäftigte



**5.940**  
Betriebe

Umsätze: Prognose  
Stand: 11. September 2017  
Beschäftigte und Betriebe: Januar bis Dezember 2016

Quelle: Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie  
© 2017 IW Medien / iwd

 Institut der deutschen  
Wirtschaft Köln

Das Umsatzwachstum ist laut Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie jedoch vor allem preisbedingt.

Auch das Umsatzplus des deutschen Lebensmitteleinzelhandels geht primär auf steigende Preise zurück. Im ersten Halbjahr 2017 setzten die Supermärkte und Discounter rund 119 Milliarden Euro um, 4,2 Prozent mehr als im Vorjahr. Die höchsten Zuwächse gab es beim Verkauf von Obst und Gemüse mit 5,7 Prozent sowie bei Molkereiprodukten wie Milch und Joghurt (5,1 Prozent).

Einen regelrechten Satz nach oben machte der Butterpreis: Deutsche Markenbutter verteuerte sich im ersten Halbjahr 2017 um 51 Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum. Gründe dafür sind, dass China deutlich mehr Butter importiert und dass Butter als Rohstoff in der Lebensmittelproduktion wichtiger geworden ist.

### **Kernaussagen in Kürze:**

- In Deutschland liegen momentan unter anderem proteinreiche Nahrungsmittel, Sojaprodukte und Superfood im Trend.
- Zunehmende Erwerbstätigkeit und Kinderbetreuung haben dazu geführt, dass in den deutschen Haushalten seltener gekocht wird.
- Die Ernährungsindustrie konnte in den ersten neun Monaten des Jahres ihren Umsatz im Vergleich zum Vorjahr deutlich steigern.