



**ARAG Allgemeine
Rechtsschutz-
Versicherung-AG**
ARAG Platz 1
40472 Düsseldorf

**Klaus Heiermann
Leiter Hauptabteilung
Konzernkommunikation**

Telefon: +49 (0) 211 9 63-22 19
Fax: +49 (0) 211 9 63-22 20
klaus.heiermann@ARAG.de
www.ARAG.de

Düsseldorf, den 06. April 2011

ARAG Trend zum Weltgesundheitstag: Lebensmittelqualität – das Vertrauen ist angeknackst

- Die Hälfte der Deutschen hält Lebensmittelskandale für die Spitze des Eisbergs
- 28,2 Prozent halten auch Bio-Produkte für belastet
- 11,4 Prozent haben das Einkaufsverhalten grundsätzlich geändert

Am morgigen 07. April ist Weltgesundheitstag. Angesichts der letzten Lebensmittelskandale um dioxinhaltiges Futtermittel hat die ARAG, gemeinsam mit dem Meinungsforschungsinstitut Emnid, mehr als 1.000 Deutsche nach ihren Ernährungsgewohnheiten gefragt. Dabei standen – mit einigem zeitlichen Abstand – die Nachwirkungen dieser Vorkommnisse auf das Vertrauen der Deutschen in die Lebensmittelqualität und auf mögliche Veränderungen auf das Einkaufsverhalten im Mittelpunkt. Der ARAG Trend zeigt: Die Deutschen stehen zwar der Lebensmittelqualität skeptisch gegenüber. Aber ihr Ernährungsverhalten ändern sie deswegen nicht nachhaltig.

Die Mehrheit ist misstrauisch

Ob BSE, Gammelfleisch oder Dioxin in Futtermitteln – eins haben alle Lebensmittelskandale gemeinsam: Sie stoßen auf großes Medieninteresse. Wie reagiert aber der Verbraucher auf diese Berichte? Die repräsentative Befragung vermittelt dazu ein klares Bild: Über die Hälfte der Deutschen (50,1 Prozent) äußerte die Befürchtung, die Lebensmittelskandale seien nur die „Spitze eines Eisberges“. Besonders deutlich urteilen diejenigen, die für die Ernährung ihrer Familie verantwortlich sind: Bei 71,0 Prozent der Hausfrauen und Hausmänner hat

Aufsichtsratsvorsitzender:
Gerd Peskes
Vorstand:
Dr. Paul-Otto Faßbender (Vors.),
Dr. Jan-Peter Horst,
Dr. Johannes Kathan, Werner Nicoll,
Hanno Petersen, Dr. Joerg Schwarze
Sitz und Registergericht:
Düsseldorf, HRB 1371
USt-ID-Nr.: DE 119 355 995

das Vertrauen in die Lebensmittel deutlich gelitten. Im Gegenzug glauben 41,6 Prozent der Befragten, dass es sich bei den Skandalen um Einzelfälle handele und die Lebensmittelqualität in Deutschland gut sei. Mehr als zwei Drittel aller Befragten, nämlich 69,5 Prozent, waren auch der Meinung, die Verursacher der Skandale müssten noch stärker als bisher zur Verantwortung gezogen und gegebenenfalls bestraft werden. Am deutlichsten wird diese Meinung von Verbrauchern in NRW vertreten.

Wie viel hilft „bio“?

Mit Blick auf die offenbar regelmäßig wiederkehrenden Lebensmittelskandale stellt sich die Frage nach den Alternativen zur industriellen Nahrungsmittelfertigung. Insgesamt halten 15,3 Prozent der Deutschen Bio-Produkte für die gesündere Alternative und kaufen diese überwiegend oder sogar nur noch. Dabei unterscheiden sich die Akzeptanzwerte zwischen dem Westen und dem Osten der Republik deutlich: Während 18,2 Prozent der Westdeutschen überwiegend auf Bio-Produkte setzen, sind es im Osten lediglich 4,4 Prozent. Immerhin meinen ein Viertel aller Westdeutschen (25,8 Prozent), auch Bio-Produkte seien belastet und deren Verzehr mache gar keinen Unterschied. In den neuen Bundesländern liegt diese Skepsis mit 37,3 Prozent sogar noch höher.

Mit den unterschiedlichen Einkommensverhältnissen in Ost und West ist dieser hohe Akzeptanzunterschied von Bio-Produkten nicht zu erklären. In Ost wie West erklärten je 16,5 Prozent der Befragten, dass sie sich Bio-Ware nicht leisten können. Insgesamt scheint die Bereitschaft der Deutschen, mehr Geld für eine gesündere Ernährung auszugeben, gering zu sein: Lediglich 9,5 Prozent gaben an, dafür bewusst tiefer in die Tasche zu greifen.

Nachwirkungen der Skandale sind schwach

Nach dem letzten großen Lebensmittelskandal um Dioxin im Futtermittel für Hühner ging der Abverkauf von Eiern drastisch zurück, bei

unbelasteten Bio-Eiern hatten Supermärkte demgegenüber Engpässe. Die ARAG wollte wissen, wie nachhaltig solche Reaktionen der Verbraucher auf längere Sicht sind. Jeder Fünfte (20,4 Prozent) antwortete, er hätte schon einmal das Ess- und Einkaufsverhalten nach einem Lebensmittelskandal geändert. Von längerer Dauer waren die guten Vorsätze aber nur bei 11,4 Prozent der Befragten. Das bedeutet, dass praktisch 80 Prozent der Deutschen ihr Ernährungsverhalten auch kurzfristig nicht angepasst haben.

Der Text hat ca. 3.840 Zeichen und steht mit Grafikmaterial zum Download bereit unter: <http://www.arag.de/die-arag/presse/unternehmensmeldungen/>

ARAG Trend

Im Rahmen ihrer allgemeinen Markt- und Gesellschaftsforschung führt die ARAG Allgemeine Rechtsschutz-Versicherungs-AG seit 2007 in Zusammenarbeit mit TNS Emnid Befragungen zur Einschätzung der Bürgermeinungen in Deutschland durch. Der politische Wunsch nach Eigenverantwortung an das bürgerliche Lager löst eine umfassende Neuorientierung jedes Einzelnen aus. Das führt auch zu einem wachsenden Bedarf an rechtlicher Orientierung und Beratung. Die ARAG, als eines der führenden Rechtsschutzversicherungs-Unternehmen, bietet mit ihren Produkten wichtige Unterstützung zur individuellen Absicherung und Risikominimierung. Die Umfrage „ARAG Trend“ findet jeweils im Frühjahr und im Herbst statt. Dabei werden mehr als 1.000 Menschen befragt.

Der **ARAG Konzern** ist der international anerkannte unabhängige Partner für Recht und Schutz. Die ARAG ist das größte Familienunternehmen in der deutschen Assekuranz. Mit mehr als 3.300 Mitarbeitern erwirtschaftet der Konzern ein Umsatz- und Beitragsvolumen von über 1,4 Milliarden €. Außerhalb Deutschlands ist die ARAG in weiteren zwölf europäischen Ländern und den USA für ihre Kunden aktiv. Auf dem US-amerikanischen Rechtsschutzmarkt nimmt die ARAG heute eine Spitzenposition ein. Darüber hinaus ist der Konzern in Spanien und Italien mit seinen Rechtsschutzprodukten Marktführer.