



Nestlé Good food, Good life

AG Kommunikation aussen

Konferenz Biodiversität im Lebensmittelsektor

Andrea Schwalber

23. Mai 2023

Die dringlichsten Herausforderungen für die Deutschen



TOP 1



68%

Bekämpfung des Klimawandels, der Erderwärmung

TOP 2



65%

Umweltverschmutzung bekämpfen

TOP 3



65%

Bekämpfung von Krankheiten und Epidemien

TOP 4



60%

Bewahrung der Artenvielfalt, Schutz von Tier- und Pflanzenarten





6. Mai 2019, 12:00 Uhr UN-Bericht

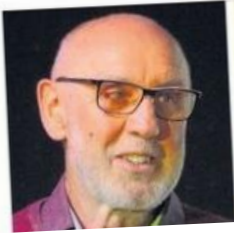
Der Mensch verdrängt eine Million Tier- und Pflanzenarten

„Eine katastrophale Entwicklung“

Karl-Heinz Schmidt über die Folgen von Insektensterben und Artenschwund

REGION

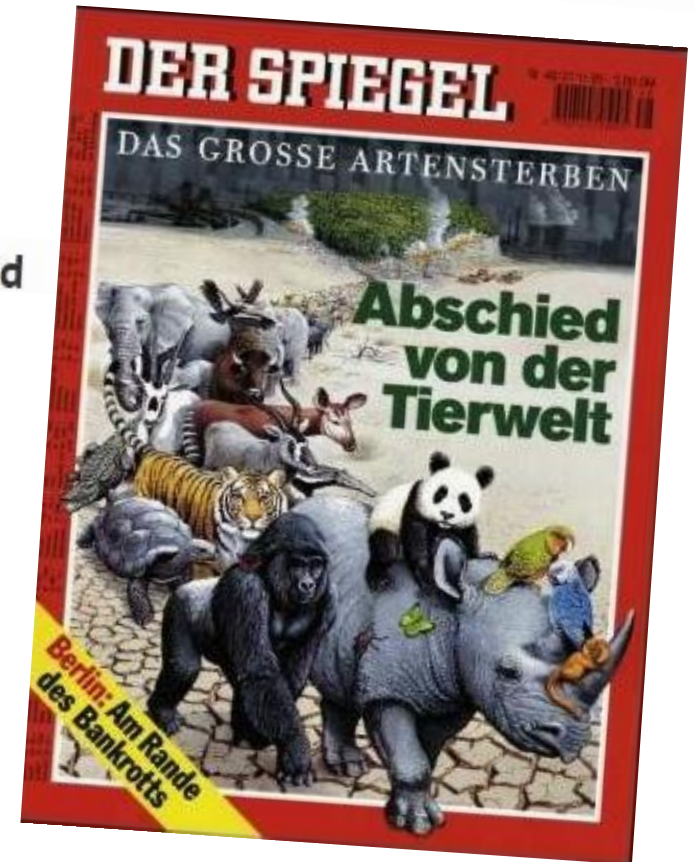
Die Folgen des wissenschaftlich schon länger belegten Rückgangs der Artenvielfalt zeigen sich nach Ansicht von Dr. Karl-Heinz Schmidt im ländlichen Raum besonders deutlich. Der Vorsitzende von Schlüchterns Ökologischer For-



Dramatische Folge des Klimawandels: Zwischen 5 und 30 Prozent aller Tier- und Pflanzenarten in Deutschland werden verschwinden. |

... Schätzungen zufolge sind ungefähr zehn

Prozent aller Insekten vom Aussterben bedroht - ein gewaltiges Ausmaß angesichts der Tatsache, dass fünfeinhalb Millionen der acht Millionen bekannten Tier- und Pflanzenarten zu dieser Tierklasse gehören.



Good food, Good life

Neben Industrie und Politik sehen sich viele Verbraucher selbst in der Pflicht



Die Industrie

68%
SEHR VIEL



Die Verbraucher

52%
SEHR VIEL



Die Politik

50%
SEHR VIEL



Der Handel

47%
SEHR VIEL



Die Landwirtschaft

39%
SEHR VIEL

Doch einige wissen noch nicht, wie...



Große Unsicherheit bei den Konsumenten...

47%

...sehr gut, gut¹

4%

...unentschieden¹

49%

...weniger gut, kaum, gar nicht¹





Insekten
Fördernde
Regionen

LIFE IFR

Insektenfördernde Regionen

Meinungsbild
„insektenfreundlich“



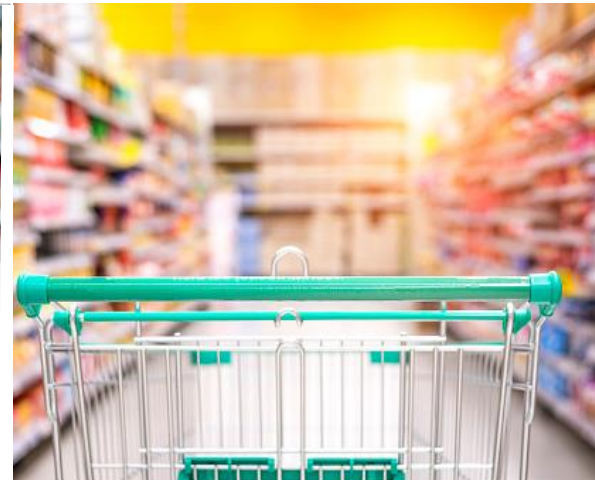
LIFE19 GIE/DE/000785

REPRÄSENTATIVE BEFRAGUNG ZUM THEMA „INSEKTENFREUNDLICH“



Stichprobe:	n=702 Männer und Frauen im Alter von 18-69 Jahren aus dem gesamten Bundesgebiet, in repräsentativer Struktur nach Geschlecht, Altersgruppen und Nielsenregionen sind in ihrem Haushalt (mit-)verantwortlich für den Einkauf von Lebensmitteln
Methode:	quantitative online-Interviews
Erhebungszeit- raum:	KW 31, 2021
durchführendes Institut:	INNOFACT AG Research & Consulting
Auftraggeber:	Nestlé Deutschland AG

Was genau versteht der Verbraucher unter dem Thema?



61%

Verstehen unter
Biodiversität
Vielfalt/Artenvielfalt

6%

Verstehen unter
Artenverlust
Insektensterben

73%

Blühstreifen auf
landwirtschaftlichen
Anbaugebieten

81%

wichtig, Lebensmittel zu
kaufen, die Artenvielfalt
unterstützen

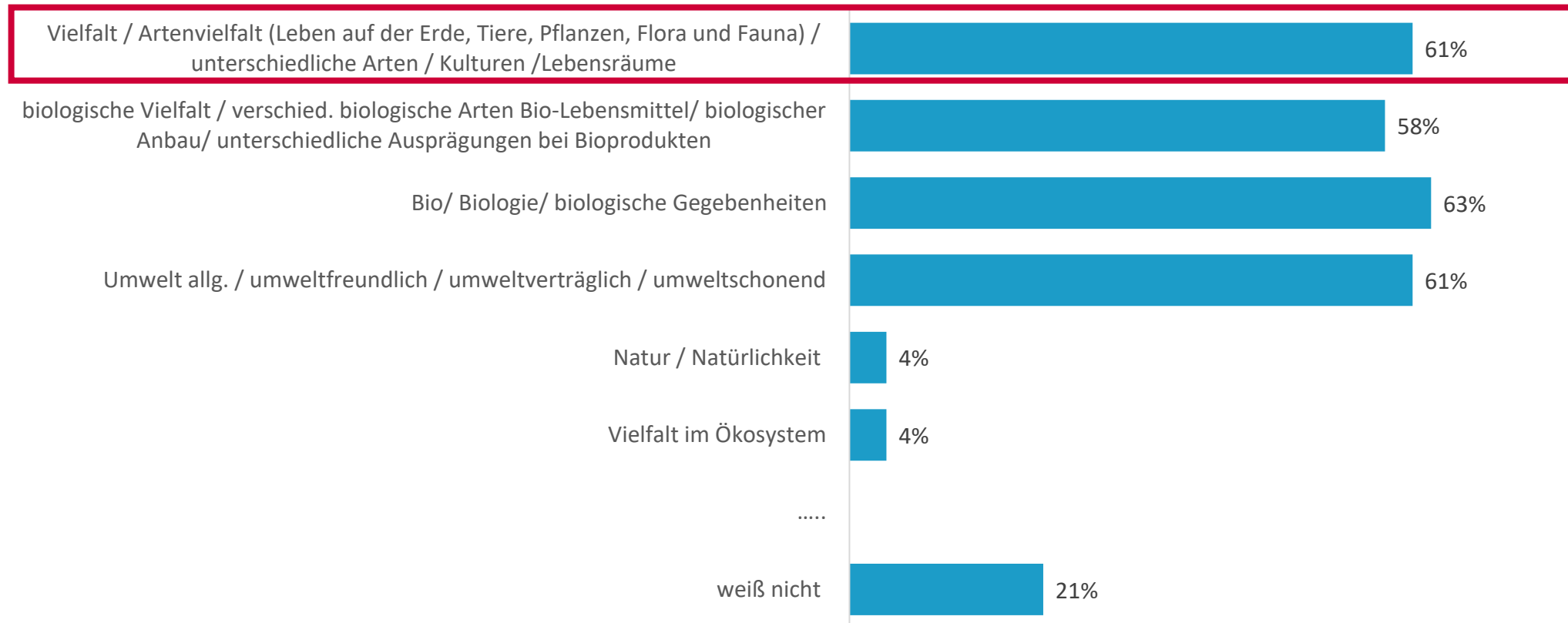
77%

würden 5% mehr
als üblich
dafür ausgeben

BEDEUTUNG „BIODIVERSITÄT“: DER BEGRIFF IST BEKANNT



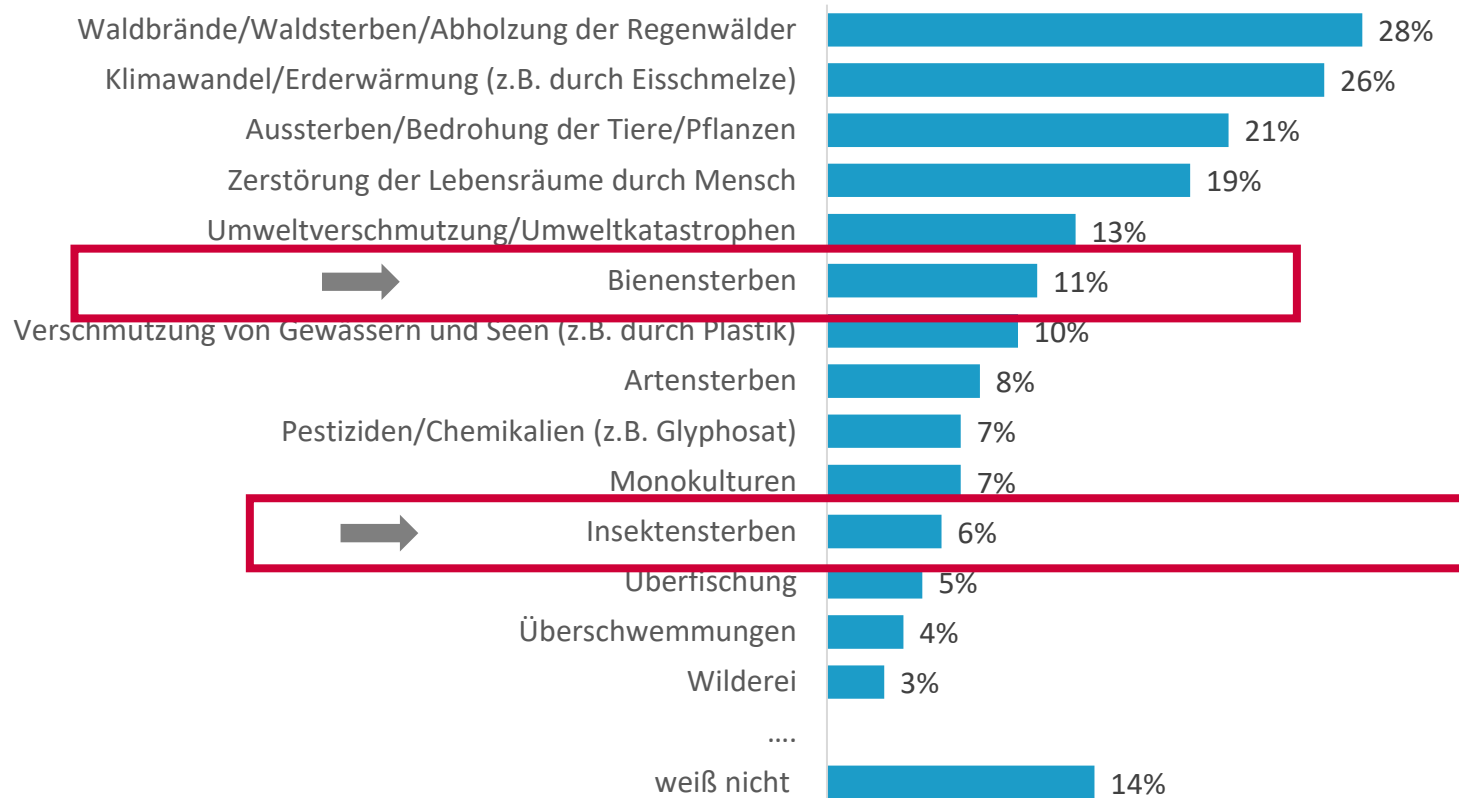
Frage: Zunächst soll es um den Begriff der „Biodiversität“ im Allgemeinen gehen. Was verstehen Sie unter „Biodiversität“? ... (ungestützte Angaben)



„BIODIVERSITÄT“ BZW. VERLUST DER ARTENVIELFALT: KAUM SPONTANE VERBINDUNG MIT INSEKTENSTERBEN



Frage: Biodiversität“ wird häufig mit „Artenvielfalt“ gleichgesetzt. Wenn Sie an den Verlust der Artenvielfalt denken, welche Begriffe kommen Ihnen da in den Sinn? (ungestützte Angaben)



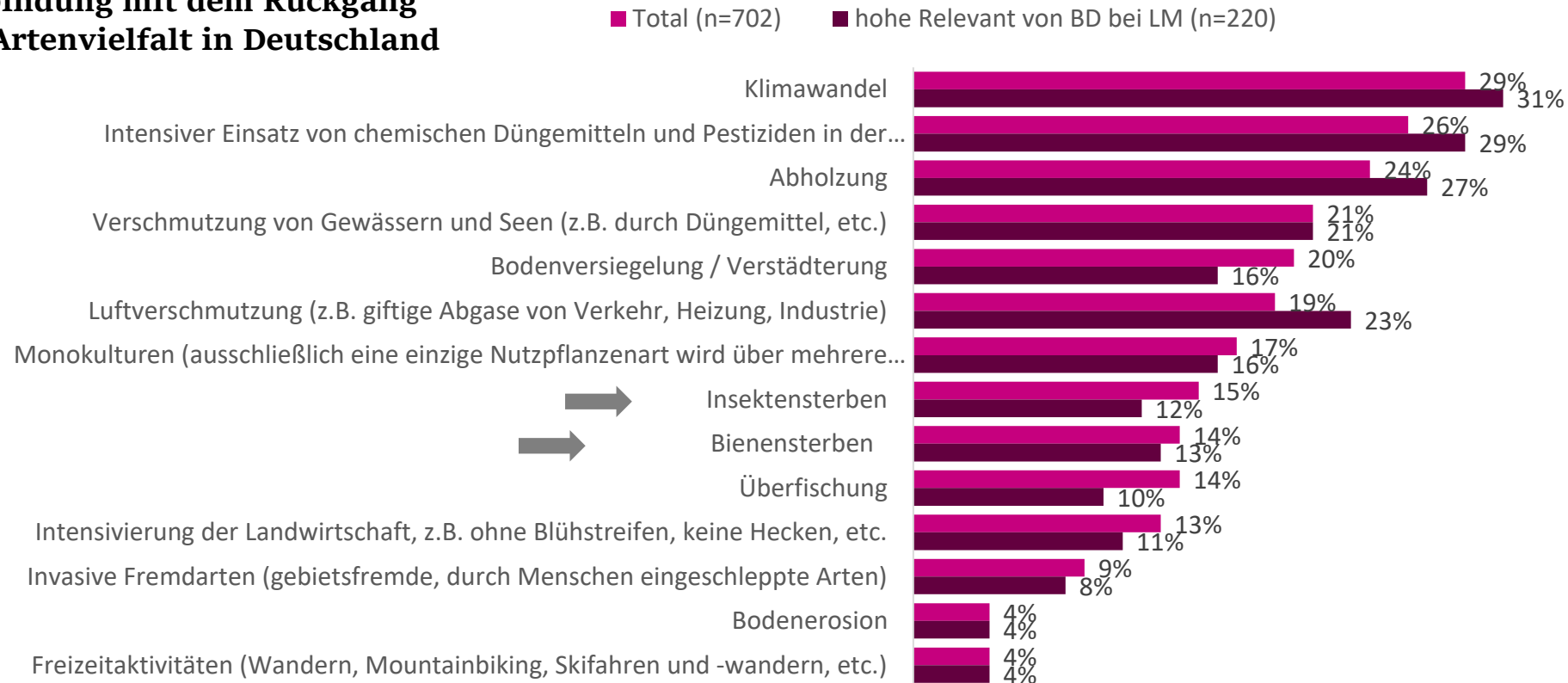
Kurz vor und während der Befragung waren große Waldbrände in Südosteuropa eines der aktuellen Themen.



DIE WICHTIGSTEN URSACHEN FÜR BIODIVERSITÄTS- VERLUST: INSEKTENSTERBEN STEHT NICHT IM FOKUS

Frage: Welche dieser Ursachen sind dabei in Ihren Augen die relevantesten Ursachen für den Rückgang von Artenvielfalt in Deutschland?
Bitte geben Sie bis zu 3 Ursachen an, denen Sie eine hohe Relevanz zusprechen.

Verbindung mit dem Rückgang der Artenvielfalt in Deutschland

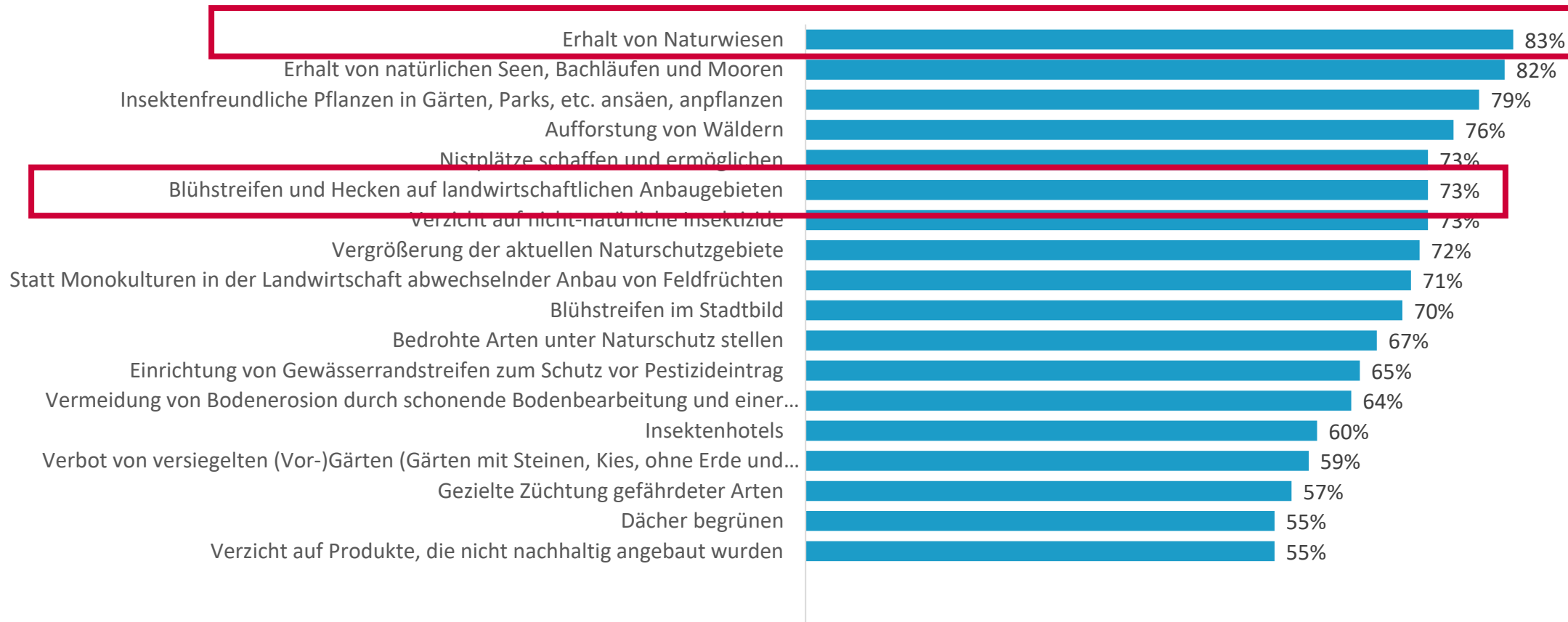


GEEIGNETE MAßNAHMEN GEGEN DAS INSEKTEN-STERBEN: SCHLAGWORT „NATÜRLICHKEIT“



Frage: Gerade Insekten sind aus vielerlei Gründen wichtig zum Erhalt unseres Ökosystems. Aus diesem Grund werden immer mehr Ideen entwickelt, das Insektensterben aufzuhalten bzw. ihm entgegenzuwirken.

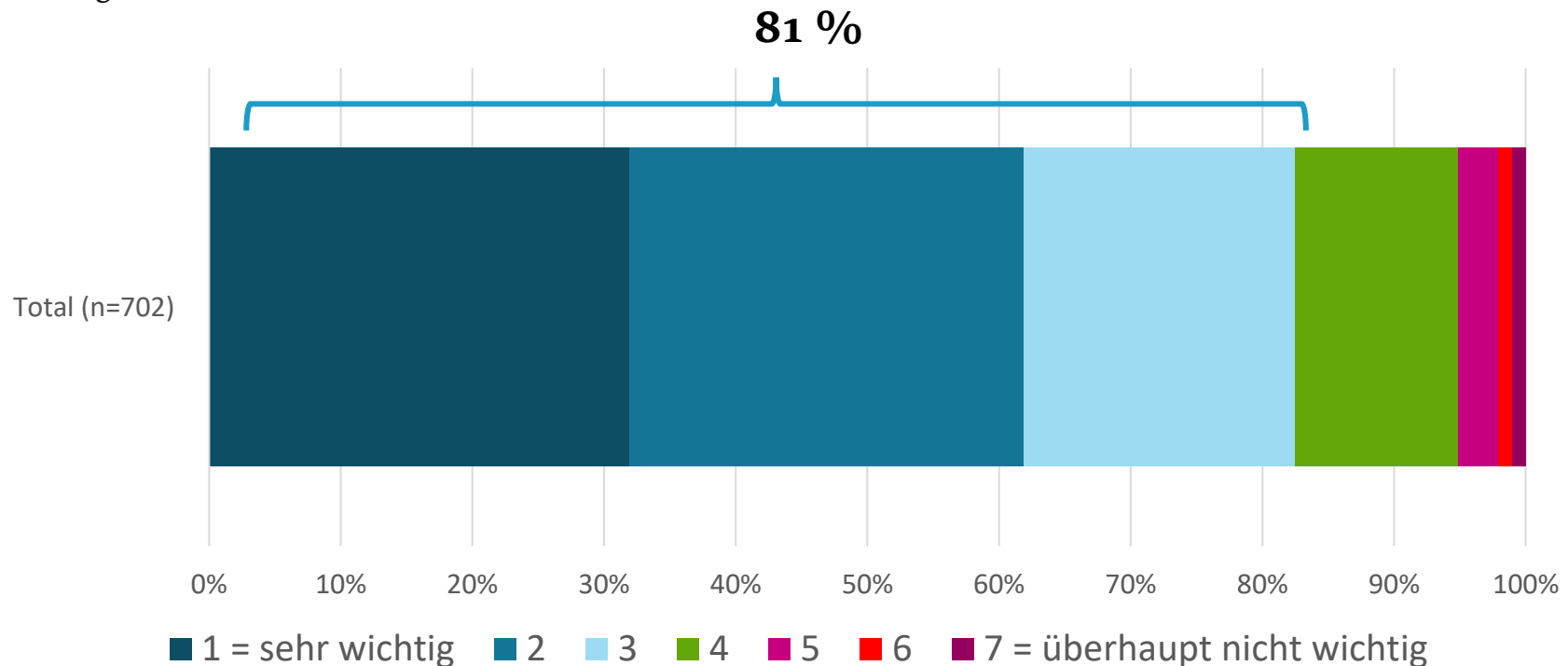
Wie zielführend sind die folgenden Aktionen und Maßnahmen? (1= sehr zielführend bis 7=überhaupt nicht zielführend)



RELEVANZ VON BIODIVERSITÄT BEI LEBENSMITTELN: DAS IST NICHTS, WO MAN DAGEGEN IST



Frage: Auch Unternehmen bzw. Hersteller von Lebensmitteln können darauf achten, die Biodiversität/Artenvielfalt zukünftig stärker bei ihrem Anbau- und Ressourcenmanagement zu berücksichtigen bzw. durch entsprechende Maßnahmen die Biodiversität/Artenvielfalt sogar zu unterstützen. Wie wichtig wäre es Ihnen, zukünftig Lebensmittel zu kaufen und zu konsumieren, bei deren Herstellung auf Belange der Biodiversität/Artenvielfalt geachtet wurde?



SIEGEL „SCHUTZ DER BIODIVERSITÄT“: GEWÜNSCHT SIND KLAR DEFINIERTE STANDARDS



Frage: Wie ansprechend finden Sie die folgenden Möglichkeiten für einen Lebensmittelhersteller, seine aktive Unterstützung bzw. seine Maßnahmen zum Schutz der Biodiversität/ Artenvielfalt auf den Produkten auszuweisen? (1=sehr ansprechend bis 7=überhaupt keine ansprechend)

Top2Box

mit einem geschützten Siegel/Logo für Biodiversität, das für klar festgelegte Standards steht

71%

mit einem geschützten Begriff wie z.B. „unterstützt „Biodiversität“ oder „Insektenfreundlich“

62%

mit einem allgemeinen Umweltlogo, wie z.B. einem Ampelsystem

60%

mit einem allgemeinen Bio-Siegel / Bio-Logo

50%

! 45% der Befragten sagen, dass Maßnahmen zum Schutz der Biodiversität ein Bestandteil des aktuellen Bio-Siegels sind



AUSLOBUNG „SCHUTZ DER BIODIVERSITÄT“: GUT VERSTÄNDLICH UND MÖGLICHST „BREIT“



Frage: Wie ansprechend finden Sie die folgenden Möglichkeiten für einen Lebensmittelhersteller, seine aktive Unterstützung bzw. seine Maßnahmen zum Schutz der Biodiversität/ Artenvielfalt auf den Produkten auszuweisen? (1=sehr ansprechend bis 7=überhaupt keine ansprechend)

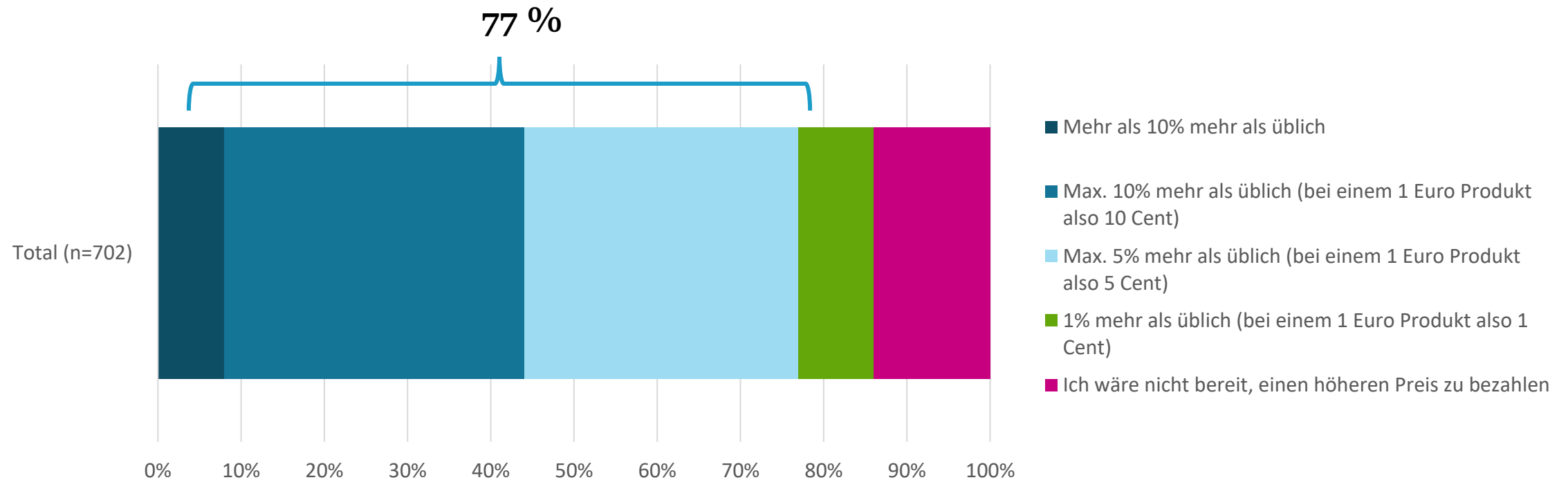


Ein neues Siegel muss dem Verbraucher den Nutzen - insb. seinen persönlichen Nutzen davon - einfach und schnell kommunizieren.

ZAHLUNGSBEREITSCHAFT FÜR BIODIVERSITÄT: IN GEWISSEM MAß VORHANDEN

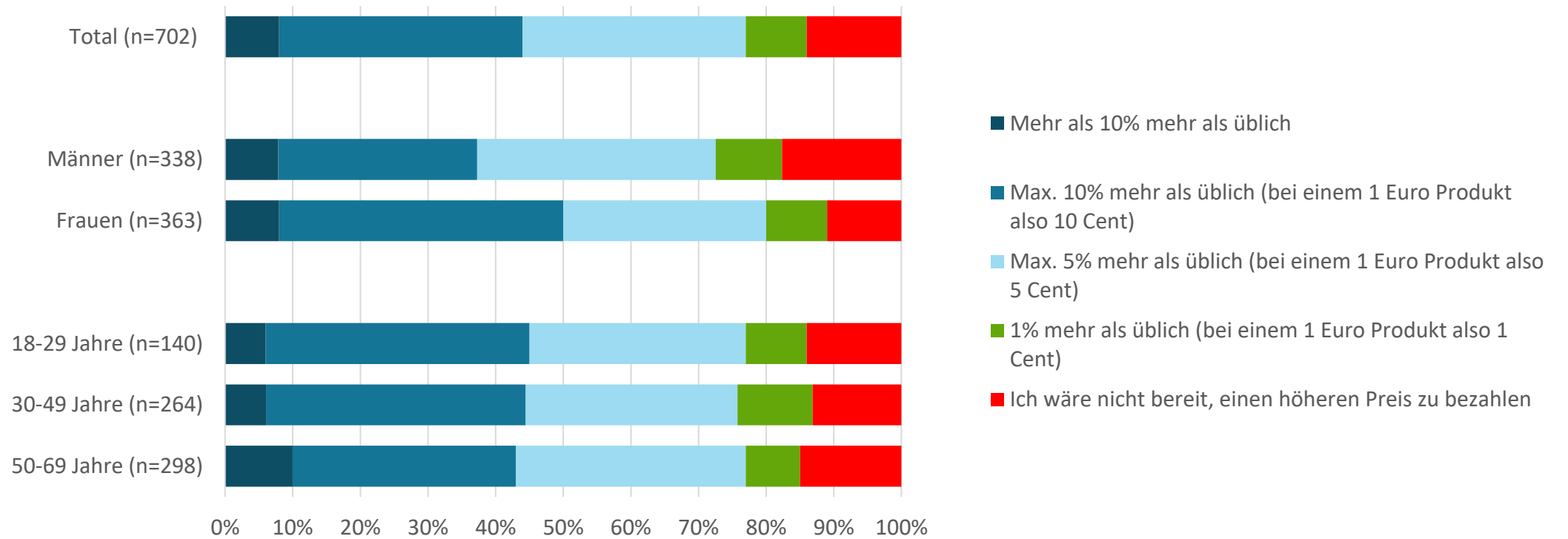


Frage: Wenn Sie wüssten, dass bei der Herstellung eines Produktes explizit auf die Wahrung der Biodiversität/ Artenvielfalt geachtet worden ist, inwieweit wären Sie bereit, einen höheren Preis für das Produkt zu zahlen?



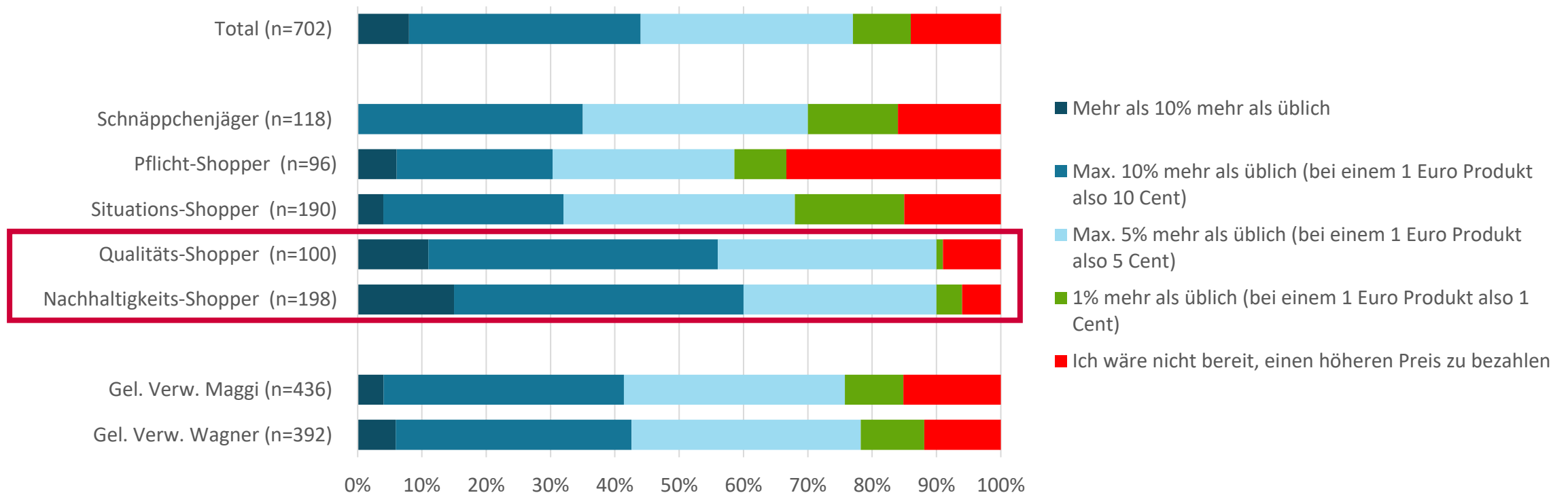
ZAHLUNGSBEREITSCHAFT FÜR BIODIVERSITÄT: IN GEWISSEM MAß VORHANDEN

Frage: Wenn Sie wüssten, dass bei der Herstellung eines Produktes explizit auf die Wahrung der Biodiversität/ Artenvielfalt geachtet worden ist, inwieweit wären Sie bereit, einen höheren Preis für das Produkt zu zahlen?



ZAHLUNGSBEREITSCHAFT FÜR BIODIVERSITÄT: V.A. NACHHALTIGKEITS- UND QUALITÄTS-SHOPPER

Frage: Wenn Sie wüssten, dass bei der Herstellung eines Produktes explizit auf die Wahrung der Biodiversität/ Artenvielfalt geachtet worden ist, inwieweit wären Sie bereit, einen höheren Preis für das Produkt zu zahlen?



REPRÄSENTATIVE BEFRAGUNG ZUM THEMA „INSEKTENFREUNDLICH“: DAS WICHTIGSTE IN KÜRZE



- **Biodiversität, Artenvielfalt etc., die meisten sind dafür**, aber nicht für jeden ist es ein zentrales Thema.
- **Fundierteres Wissen kann nicht vorausgesetzt werden.** Aktuelle Gegenwartsthemen spiegeln sich in der Auffassung wieder (z.B. Thema Waldbrände).
- **Insektensterben**
 - ist ungestützt kaum als relevantes Problemfeld bekannt, Bienensterben auch nicht; die große Bedeutung für die gesamte Lebensmittelerzeugung ist kein Allgemeinwissen.
 - gestützt wird es als **eine von vielen Ursachen** für den Verlust von Artenvielfalt zugordnet.
- **Man erwartet von Lebensmittel-Herstellern, dass sie sich engagieren**, letztlich bei allen Problemfeldern. „Natürlichkeit“, „Erhalt“ bzw. „Wiederherstellung der Natürlichkeit“ sind wichtige Schlagworte.
- **Der Verbraucher wünscht sich klar definierte Standards.** Thematisch ist das „Große Ganze“ ansprechender als ein relevanter Teilbereich.
- **Ein Teil der Verbraucher ist bereit, (etwas) mehr für Artenvielfalt zu zahlen** - v.a. Nachhaltigkeits- und Qualitäts-Shopper.



ANHANG:

SO KAUFT DEUTSCHLAND EIN SHOPPER TYPEN 2021



Nestlé.

Good food, Good life

SHOPPER-TYPEN 2021 | INHALT

Wie gut kennen Sie Ihre Shopper?

Vieles ändert sich im Laufe der Zeit. Und dazu gehört auch das Einkaufsverhalten von Shoppers.

Neue Trends, z. B. aus dem Bereich Food und Ernährung, gesellschaftlich relevante Themen wie Nachhaltigkeit und Digitalisierung, eine wachsende Mobilisierung, die sich wandelnde Rollenverteilung zwischen Mann und Frau: All das hat Einfluss auf das Einkaufsverhalten.

Um aktuelle Einkaufsgewohnheiten zu untersuchen und sie noch besser zu verstehen, haben wir eine breit angelegte Studie durchgeführt. Aus dieser ergab sich eine ganz neue Segmentierung der Shopper, die sich deutlich von der bisherigen Einteilung unterscheidet und einen höheren Detaillierungsgrad aufweist.

Auf den folgenden Seiten stellen wir Ihnen jeden unserer fünf Shopper-Typen einzeln vor.

<u>Schnäppchenjäger-Shopper</u>	3
<u>Pflicht-Shopper</u>	10
<u>Situations-Shopper</u>	17
<u>Qualitäts-Shopper</u>	24
<u>Nachhaltigkeits-Shopper</u>	31



QUALITÄTS-SHOPPER



Überproportional

Pers. im HH



51% | 49%



50-74
Jahre

Alter



leicht unterdurchschnittlich¹

Einkommen



mittlere Reife -
Lehre

Bildung



Ich habe klare Vorstellungen, was ich beim Lebensmitteleinkauf will. Qualität ist enorm wichtig, aber auch der Spaß darf nicht zu kurz kommen.

¹Überprop. Teilzeit/Rentner



*Ich weiß genau, was ich will und muss
meinen Einkauf daher nicht planen.*

**Mit natürlichen
Zutaten!**

- WER ICH BIN:** Ich bin im Leben angekommen und weiß genau, wer ich bin und was ich will.
- MEINE ERNÄHRUNGSPHILOSOPHIE:** Ernährung ist mir wichtig! Ich beschäftige mich intensiv mit Lebensmitteln und deren Herstellung, Zutaten und Inhaltsstoffen.
- MEINE EINKAUFSTÄTTEN:** Ich kaufe nicht irgendwo, sondern immer gezielt. Eine gewisse Vorliebe für bestimmte Händler kann ich nicht abstreiten, denn Lebensmittel sind mir wichtig.
- MEINE EINSTELLUNG ZU TRENDS:** Ich weiß, dass ich nicht alles Neue sofort mitmachen muss.
- ES ZÄHLT:** Qualität, Nachhaltigkeit, Beratung und Interaktion
- ES ZÄHLT WENIGER STARK:** Große Auswahl und digitale Helfer



Stichwort Digitalisierung:
Lebensmittel online shoppen? Eher nicht.

- ✓ Lebensmittel kaufe ich überwiegend nicht im Internet.
- ✓ **Gegen den Online-Lebensmittelkauf** spricht:
 - Ich möchte mir Lebensmittel vorher anschauen.
 - Beim Versand entsteht zu viel Verpackungsmüll.
 - Sorge, dass die Produkte beim Transport schlecht werden.
 - Lebensmittel vor Ort einzukaufen macht mir viel Spaß.

Ich lehne Digitalisierung nicht ab, bin aber zögerlich. Es gibt für mich noch zu viele Gründe, die gegen das Onlineshopping sprechen.



Digitale Helfer, z. B. Apps, mit denen ich mehr über die Herkunft des Produktes erfahren kann, sind durchaus interessant für mich.

Für mich hat Nachhaltigkeit auch etwas mit Qualität zu tun.

Das Thema Nachhaltigkeit liegt mir sehr am Herzen, vor allem...

- 🌱 schätze ich regionale und saisonale Produkte
- 🌱 das Wissen um die Herkunft der Produkte
- 🌱 Produkte mit wenig Verpackungsmüll
- 🌱 Produkte ohne Pflanzenschutzmittel



Ich kenne viele Siegel. Kaufrelevant ist für mich vor allem Fairtrade.



Aktivierungspotenziale



Der Handel kann mich überzeugen mit:

- ✓ Fachkundigem und beratendem Personal
- ✓ Regionalität & Saisonalität
- ✓ Handzetteln am Eingang
- ✓ Großer Auswahl an Milchprodukten

Die Hersteller überzeugen mich mit:

- ✓ Hoher Produktqualität und Qualitätsstandards
- ✓ Informationen über Herkunft, Inhaltsstoffe und Produktionsketten
- ✓ Regionalen & saisonalen Produkten
- ✓ Umweltfreundlichen Verpackungen
- ✓ Hoher Kochkompetenz



Ich bin „Qualitäts-Shopper“
und nicht ...

„Schnäppchenjäger-Shopper“

Meine Qualitätsansprüche sind viel höher und ich gebe dafür gerne mehr Geld aus.

„Pflicht-Shopper“

Die Anspruchslosigkeit von Pflicht-Shoppern finde ich abschreckend. Guter Einkauf ist viel zu wichtig, um ihn nebenbei zu erledigen!

„Situations-Shopper“

Situations-Shopper sind immer am Puls der Zeit, machen jeden Trend mit. Die sollten auch mal auf Altbewährtes zurückgreifen. Qualität setzt sich eben durch.

„Nachhaltigkeits-Shopper“

Ich schätze sie wegen ihres großen Engagements für die Umwelt, aber wenn man genau hinschaut, dann sind sie ganz schön einseitig.



Überproportional

Pers. im HH



39% | 61%



40-59
Jahre

Alter



überdurchschnittlich hoch

Einkommen



Fachabitur - Uni

Bildung



Das Thema „bewusste Ernährung“ spielt in meinem Leben eine große Rolle. Genauso bewusst kaufe ich auch ein: Nachhaltigkeit ist mein Kompass.



Nachhaltige Aspekte bestimmen meinen Einkauf.

- WER ICH BIN:** Meine Freundin sagt immer: „Du bist so typisch deutsches Bildungsbürgertum.“ Gesellschaftliche Themen sind mir eben sehr wichtig, um die ich mich auch gerne kümmere.
- MEINE ERNÄHRUNG:** Bewusste Ernährung ist für mich von hoher Bedeutung, deshalb beschäftige ich mich intensiv damit.
- MEINE EINSTELLUNG ZU TRENDS/NEUEN THEMEN:** Wenn schon digital, dann bitte als Info-Quelle z. B. QR-Codes, um mehr über die Produkte zu erfahren. Spannend fände ich auch eine App, mit der man mehr zur Ökobilanz eines Produktes erfahren kann.
- MEINE EINKAUFSPHILOSOPHIE:** Ich plane alles durch – Einkaufszettel werden geschrieben und konsequent eingehalten – und meine Dos und Don'ts habe ich stets im Kopf. Ich gehe auch sehr gezielt dorthin, wo ich genau das bekomme, was ich brauche.
- ES ZÄHLT:** Nachhaltigkeit, Frische und Bio, Qualität, Umwelt
- ES ZÄHLT WENIGER STARK:** Angebote, Onlineshopping, Sortimentstiefe

Stichwort Digitalisierung:

Online-Einkauf bei Lebensmitteln finde ich kritisch.



- ✓ Wenn ich online einkaufe, dann am ehesten Bücher/ Elektroartikel/Kleidung/Schuhe etc.
- ✓ Aufgrund von Nachhaltigkeits- und Qualitätsaspekten kaufe ich Lebensmittel überwiegend nicht im Internet.
- ✓ Gegen den Online-Lebensmittelkauf spricht:
 - Ich möchte die Lebensmittel vor dem Kauf sehen.
 - Es entsteht zu viel Verpackungsmüll.
 - Meine Sorge, dass Produkte beim Transport schlecht werden.
 - Meine Skepsis, ob Qualitätskontrollen ausreichen.
 - Die Frischegarantie fehlt mir.
- ✓ An digitalen Helfern nutze ich nur QR-Codes, um mehr über das Produkt und die Inhaltsstoffe zu erfahren.
- ✓ Spannend wäre eine App zum Abruf der Ökobilanz von Produkten.

Lebensmittel kaufe ich überwiegend nicht online, ich bin viel zu skeptisch in Bezug auf Qualitätskontrollen und Frischegarantie.



Ich lehne Digitalisierung nicht ab, nutze z. B. digitale Helfer zur Informationsbeschaffung.



Ich verzichte schon länger auf Plastiktüten.

Mein Nachhaltigkeitsbewusstsein ist stark ausgeprägt.

- ♥ Wichtig bei der Auswahl meiner Produkte ist mir:
 - wenig Verpackungsmüll
 - ohne Pflanzenschutzmittel
 - mit wenig CO₂-Ausstoß
 - aus artgerechter Haltung
- ♥ Die Herkunft der Produkte ist mir wichtig, wie z. B. regionale und Bio-Produkte.

Gesellschaftliche Themen wie Umwelt und Nachhaltigkeit bewegen mich sehr.

Aktivierungspotenziale



Ich erwarte vom Handel:

- ✓ Großes Angebot an Frische & Bio-Qualität
- ✓ Vegane und vegetarische Produkte
- ✓ Informationsstände im Markt

Vom Hersteller wünsche ich mir:

- ✓ Vegane und vegetarische Produkte
- ✓ Qualitätssiegel auf Produkten
- ✓ QR-Codes mit zusätzlichen Informationen auf den Produkten
- ✓ Mehr Engagement und Produkte zum Thema Nachhaltigkeit



Ich bin „Nachhaltigkeits-Shopper“
und nicht ...

„Schnäppchenjäger-Shopper“

Man muss doch ganz bewusst und mit Bedacht einkaufen. Mir sind die Schnäppchenjäger-Shopper zu oberflächlich.

„Pflicht-Shopper“

Die kaufen ohne Kenntnis und ohne Verstand! Die wissen gar nicht, was sie sich und der Umwelt damit antun.

„Situations-Shopper“

Bei denen fehlen mir die Ideale – der Bezug zur Nachhaltigkeit ist mir zu oberflächlich. Letztendlich kaufen die nur so ein, wie es in ihren Alltag passt.

„Qualitäts-Shopper“

Die befinden sich auf dem richtigen Weg, sind aber insbesondere bei Nachhaltigkeit noch nicht konsequent genug.