



# Sicherheit und Kosten statt Selbstverwirklichung bei Ernährungsfragen

Das Interesse und die Diskussion rund um das Thema Ernährung und Bewegung treten in den Hintergrund

## **Projektteam**

**Lukas Golder:** Co-Leiter

**Cloé Jans:** Leiterin operatives Geschäft

**Adriana Pepe:** Junior Projektleiterin

**Thomas Burgunder:** Wissenschaftlicher Mitarbeiter

**Daniel Bohn:** Projektmitarbeiter

**Roland Rey:** Mitarbeiter Administration

Bern, 24.05.2022

Publikation: 12.06.2022

# Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>MANAGEMENT SUMMARY</b>	<b>4</b>
<b>2</b>	<b>EINLEITUNG</b>	<b>6</b>
2.1	Mandat und Zielsetzung	6
2.2	Datenbasis	6
<b>3</b>	<b>ERNÄHRUNGSSICHERHEIT</b>	<b>8</b>
<b>4</b>	<b>EINKAUFSTOURISMUS</b>	<b>12</b>
<b>5</b>	<b>GESUNDHEITSKOMPETENZEN DER BEVÖLKERUNG</b>	<b>16</b>
<b>6</b>	<b>THEMENWAHRNEHMUNG</b>	<b>21</b>
<b>7</b>	<b>MEINUNG ZU ERNÄHRUNG UND BEWEGUNG</b>	<b>22</b>
<b>8</b>	<b>AKTEURE</b>	<b>25</b>
<b>9</b>	<b>MASSNAHMEN</b>	<b>27</b>
9.1	Massnahmen Staat	27
9.2	Massnahmen Lebensmittelherstellende und Wirtschaft	28
9.3	Freiwillige Reduktion Zucker	30
<b>10</b>	<b>AKZEPTANZ ZUCKERSTEUER</b>	<b>32</b>
<b>11</b>	<b>NÄHRSTOFF-REFERENZWERT-KENNZEICHNUNG</b>	<b>37</b>
<b>12</b>	<b>SYNTHESE</b>	<b>39</b>
<b>13</b>	<b>ANHANG</b>	<b>42</b>
13.1	Untersuchungsansatz	42
13.2	gfs.bern-Team	44

# 1 Management Summary



Krieg und Pandemie verleihen dem Thema Notvorrat eine neue Bedeutung. Rund die Hälfte der Stimmberechtigten in der Schweiz geben an, über einen Notvorrat zu verfügen. Dabei sind es jedoch insbesondere ältere Generationen, die für den Ernstfall gerüstet sind. Bei jenen Personen, die ihren Notvorrat erst vor Kurzem angelegt haben, war die Corona Pandemie der grössere Treiber als der Krieg in der Ukraine. Die Mehrheit der Bevölkerung wünscht sich bei Fragen der Ernährungssicherheit eine unabhängige Schweiz und ist in der Tendenz auch bereit, gewisse Mehrkosten dafür zu bezahlen. Allerdings fehlt ein generationenübergreifender Konsens in diesen Fragen: Je älter die Generation, desto grösser das Sicherheitsbedürfnis, desto geringer die Preissensitivität und desto grösser das Bewusstsein für den Zusammenhang zwischen Nachhaltigkeit und Ernährung.



Während Einkaufstourismus politisch immer wieder zum Thema wird, fahren nur die wenigsten Stimmberechtigten selber regelmässig (oder auch nur schon ab und zu) ins nahe Ausland, um einzukaufen. Geschieht das trotzdem, dann meistens aus Notwendigkeit (dh. Personen mit tiefen Einkommen) oder weil der Zugang einfach ist (d.h. Personen in Randregionen). Rund ein Drittel der Stimmberechtigten ist für strengere Regeln für die Einfuhr von Waren, während zwei Drittel finden, die Regeln sollen so bleiben wie sie sind oder sogar gelockert werden.



Zwar interessiert sich heute eine Mehrheit der Stimmberechtigten für Ernährungs- und Bewegungsthemen, findet diese wichtig, fühlt sich informiert und gibt von sich selber an, sich ausgewogen zu ernähren und ausreichend zu bewegen. Der Trend über die letzten rund zehn Jahre geht jedoch eindeutig in Richtung weniger breit verankerte Kompetenzen –insbesondere im Bereich Ernährung, aber auch bei Bewegungsfragen. So hat sich beispielsweise der Anteil täglich konsumierter frischer Nahrungsmittel (Früchte, Gemüse) pro Person in den letzten zehn Jahren deutlich reduziert. Millennials und Jüngere sind ein wichtiger Treiber dieser allgemeinen Entwicklung.



Eigenverantwortung vor staatlichen Massnahmen, Information und Aufklärung vor Steuern und Gesetzen: Die Schweizer Stimmbewölkerung wünscht sich eine Gesellschaft, in der die Konsument:innen das letzte Wort haben. Dieses Wertebild bleibt über die Befragungsjahre in seinem Grundsatz konstant. Allerdings ist eine leise aber stetige Verschiebung hin einer grösseren Offenheit gegenüber Interventionen zu beobachten.



Die Einführung einer Zuckersteuer kommt weiterhin nur für eine klare Minderheit in Frage. Die Mehrheitsverhältnisse in dieser Frage sind seit Jahren (über den gesamten Befragungszeitraum) konstant. Dabei ist die Ablehnung insbesondere in der Deutschschweiz eindeutig, in der Romandie und im Tessin ist die Zustimmung grösser. Das Nein zur Steuer lässt sich damit erklären, dass die Stimmberechtigten nicht an deren Wirksamkeit glauben, sie als ungerecht

gegenüber ärmeren Leuten empfinden und der Meinung sind es gebe genügend zuckerreduzierte Alternativen, so dass niemand gezwungen ist, stark gezuckerte Nahrungsmittel zu sich zu nehmen.



In den Augen der Stimmberechtigten leisten die Konsument:innen und ihr nahes Umfeld den grössten Beitrag für ausreichend Bewegung und eine ausgewogene Ernährung. Während der geleistete Beitrag der Lebensmittelherstellenden und der Getränkebranche als deutlich grösser als in der Vergangenheit wahrgenommen wird, erreichen die Schulen in der Bewertung einen neuen Tiefpunkt. Es fällt auf, dass gerade die jüngsten Befragten, deren Schulzeit am wenigsten lange zurückliegt, von allen Generationen mit dem Beitrag der Schulen am kritischsten umgehen.

## 2 Einleitung

### 2.1 Mandat und Zielsetzung

Der Monitor Ernährung und Bewegung beobachtet die gesellschaftliche Haltung der stimmberechtigten Bevölkerung zu Gesundheit, Ernährung und Bewegung im Verlauf der Zeit. Im Zentrum stehen die Werthaltungen in Ernährungsfragen, aufkommende politische Issues wie auch Erwartungen an Politik und Wirtschaft. Aufgrund der aktuellen politischen Debatten wurde in der Befragung 2022 erneut ein spezieller Fokus auf die Bestrebung zur Einführung einer Steuer auf zucker-, salz- und fetthaltige Lebensmittel gelegt und zusätzlich Aspekte der Ernährungssicherheit sowie auch dem Einkaufstourismus abgefragt. Zudem wurde die Bevölkerung über die Wahrnehmung von Massnahmen zur freiwilligen Reduktion von Zucker durch Lebensmittelherstellende befragt. Die Befragung wird zum neunten Mal in dieser Form durchgeführt. Mittelfristige Trends können so erkannt und analysiert werden.

### 2.2 Datenbasis

Die Ergebnisse des Monitors Ernährung und Bewegung basieren auf einer repräsentativen Befragung von 1'002 Stimmberechtigten in der Schweiz. Alle Befragten wurden mittels eines "Random Digit Dialing (RDD)"-Verfahrens ausgewählt und befragt. Die Befragung erfolgte telefonisch zwischen dem 28. März und dem 24. April 2022. Der statistische Fehler beträgt bei der vorliegenden Stichprobengrösse 3.2 Prozent. Bei 1'000 Befragten und einem ausgewiesenen Wert von 50 Prozent liegt der effektive Wert mit 95-prozentiger Wahrscheinlichkeit somit zwischen 46.8 und 53.2 Prozent. Werden Aussagen zu kleineren Untergruppen gemacht (z.B. der italienischsprachigen Schweiz), erhöht sich der statistische Unschärfbereich. Der Fragebogen basiert auf demjenigen der letzten Jahre und wurde in Zusammenarbeit mit der IG Erfrischungsgetränke finalisiert.

Tabelle 1: Methodische Details Monitor Ernährung und Bewegung

<b>Auftraggeber</b>	Informationsgruppe Erfrischungsgetränke
<b>Durchführendes Institut</b>	Forschungsinstitut gfs.bern
<b>Grundgesamtheit</b>	Stimmberechtigte mit Wohnsitz in der Schweiz, die einer der drei Hauptsprachen mächtig sind
<b>Erhebungsart</b>	telefonisch, computergestützt (CATI)
<b>Auswahlverfahren</b>	Stichprobenplan nach Gabler/Häder für RDD/Dual Frame
<b>Art der Stichprobenziehung</b>	Verwendung der Swiss-Interview-Liste
<b>Stichprobengrösse</b>	Total Befragte N = 1'002 n DCH = 700 n FCH = 252, n ICH = 50 Random-Quota; Geburtstagsmethode im Haushalt
<b>Stichprobenfehler</b>	± 3.2 Prozentpunkte bei einem Wert von 50% (und 95%iger Wahrscheinlichkeit)
<b>Befragungszeitraum</b>	28. März bis 24. April 2022
<b>Gewichtung</b>	RDD/Dual-Frame Design Gewichtung, nach Geschlecht, Alter, Partei und Sprachregion

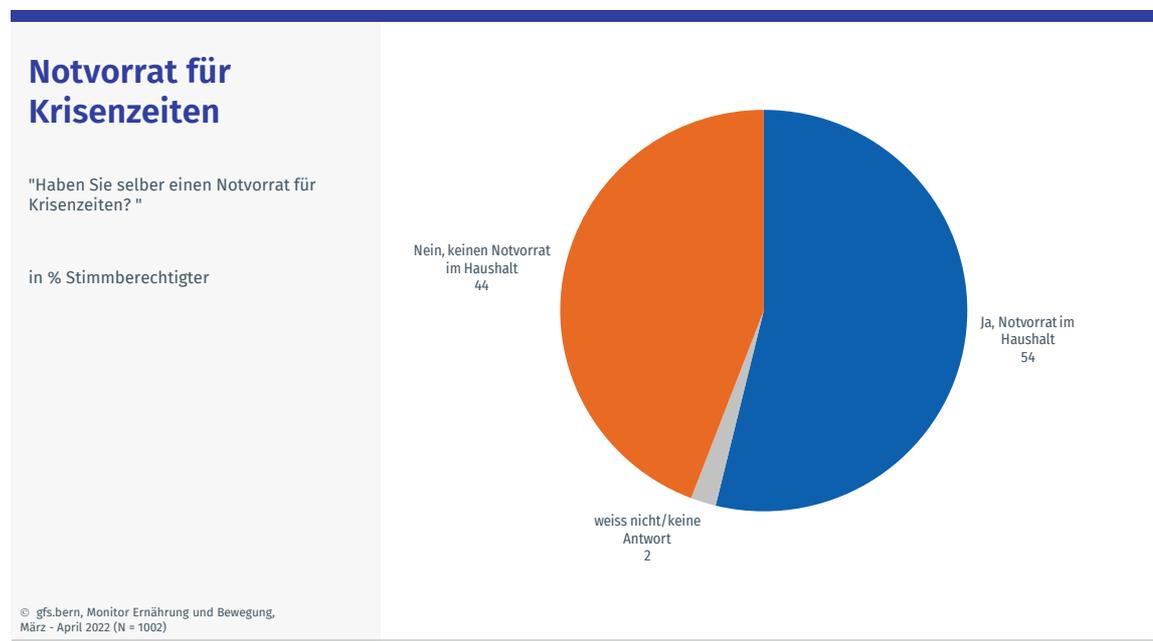
©gfs.bern, Monitor Ernährung und Bewegung, März/April 2022

### 3 Ernährungssicherheit

Im Kontext der aktuellen Entwicklungen hinsichtlich der Covid-Pandemie und der Ukraine-Krise ist in der diesjährigen Befragung ein spezieller Fokus auf die Ernährungssicherheit gelegt worden. Dazu gehört auch ein Thema, das in den vergangenen Jahren öfters medial diskutiert wurde: Der individuelle Notvorrat. Gerade in der Pandemie erlebte jede und jeder aus erster Hand, was es heisst, nicht mehr alle Artikel ständig zur Verfügung zu haben. Das Bundesamt für wirtschaftliche Landesversorgung (BWL) empfiehlt ganz grundsätzlich einen Vorrat für rund eine Woche anzulegen.

Ist also die Schweizer Bevölkerung mit einem Notvorrat für Krisenzeiten ausgestattet? Leicht mehr als die Hälfte der Befragten besitzt tatsächlich einen Notvorrat für Krisenzeiten.

Grafik 1



Es gibt aber durchaus Unterschiede zwischen den Generationen: Die von den Kriegen des letzten Jahrhunderts unmittelbar geprägten Generationen geben am häufigsten an, einen Notvorrat zu besitzen. Umso jünger die Generationen sind und umso weiter weg von der kriegsgeprägten Zeit, desto weniger Personen besitzen einen eigenen Notvorrat.

Tabelle 2: Erläuterung zur Verwendung des Generationenbegriffes in der Befragung

Kriegsgeneration	Babyboomer	Generation X	Generation Y	Generation Z
Bis Jahrgang 1945	1946-1964	1965-1979	1980-1994	1995-2009
N=53	N=295	N=299	N=296	N=59

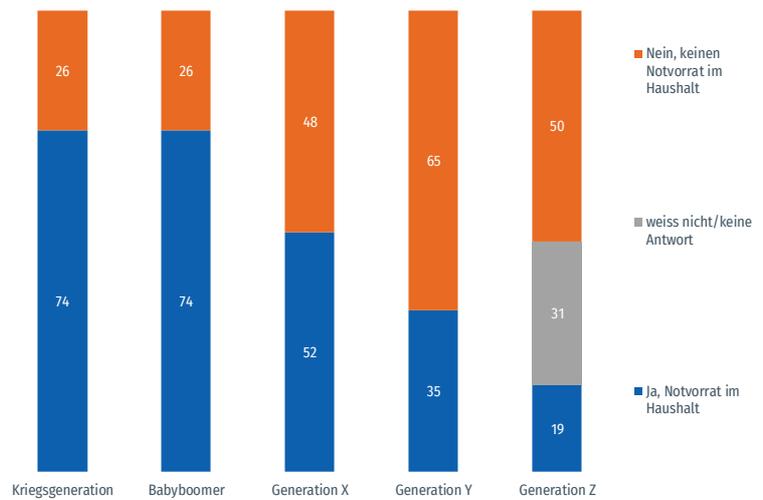
©gfs.bern, Monitor Ernährung und Bewegung, März/April 2022

Grafik 2

### Notvorrat für Krisenzeiten

"Haben Sie selber einen Notvorrat für Krisenzeiten? "

in % Stimmberechtigter



© gfs.bern, Monitor Ernährung und Bewegung, März - April 2022 (N = 1002)

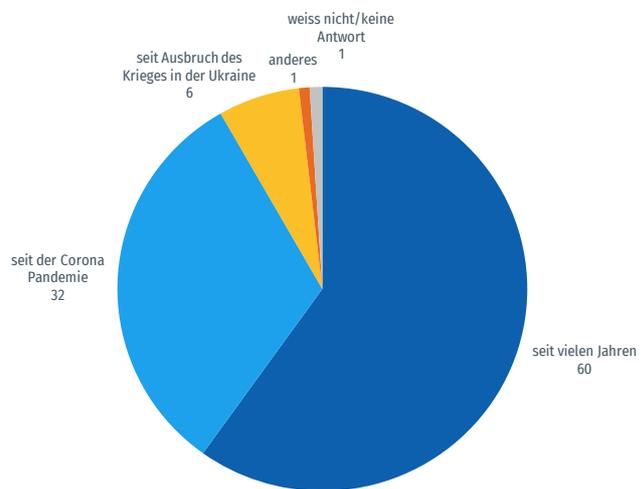
Personen die angegeben haben, einen Notvorrat zu besitzen, haben diesen zu unterschiedlichen Zeitpunkten angeschafft. Eine Mehrheit pflegt den eigenen Notvorrat bereits seit vielen Jahren. Seit der Corona-Pandemie hat sich rund ein Drittel einen Vorrat zugelegt. Im Gegensatz zur Covid-Pandemie hinterlässt der Krieg in der Ukraine in den Vorratskellern der Schweizer:innen noch deutlich weniger Spuren (6%).

Grafik 3

### Zeitpunkt des Anlegens des Notvorrats

"Seit wann verfügt Ihr Haushalt über einen Notvorrat? Ist das seit vielen Jahren, seit der Corona-Pandemie, seit Ausbruch des Krieges in der Ukraine oder gab es einen anderen Anlass für Sie, einen Notvorrat anzulegen?"

in % Stimmberechtigter, die einen Notvorrat besitzen

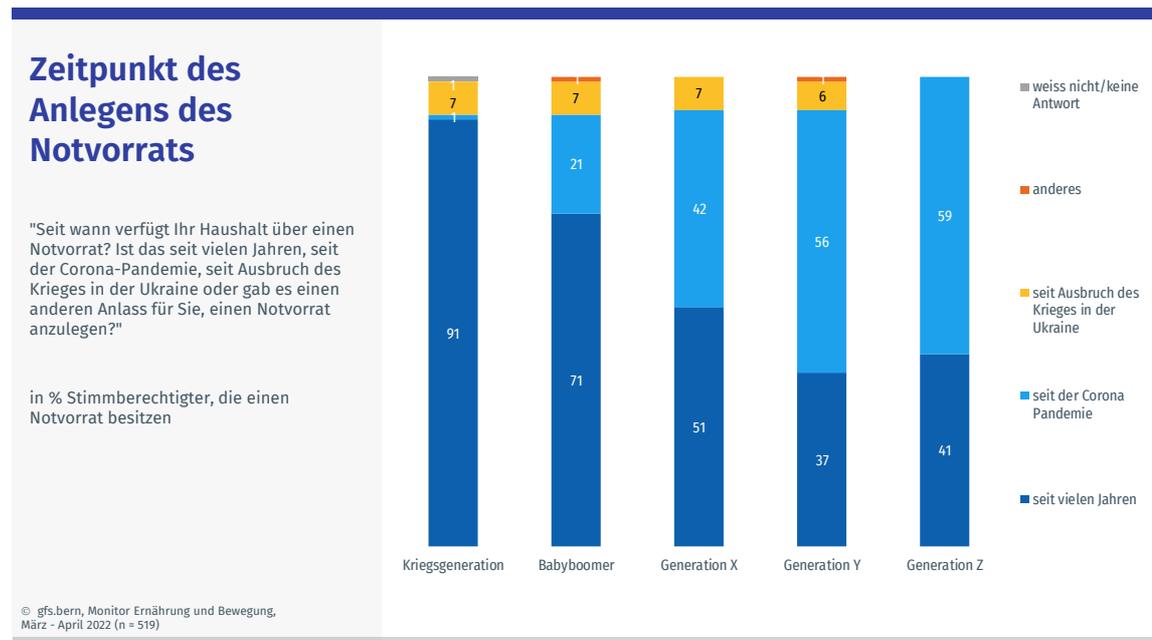


© gfs.bern, Monitor Ernährung und Bewegung, März - April 2022 (n = 519)

Nicht nur besitzen ältere Generationen häufiger einen eigenen Notvorrat, sie haben diesen tendenziell auch bereits vor längerer Zeit angelegt. Denn Personen älterer Generationen geben deutlich häufiger als jüngerer Generationen an, dass ihr Haushalt seit vielen Jahren einen Notvorrat besitzt.

Insbesondere bei Vertreter:innen der Generationen Y und Z hat die Corona Pandemie bei vielen für ein Umdenken bezüglich der Anlage eines Notvorrates gesorgt. Der Krieg in der Ukraine hat dagegen deutlich weniger Spuren hinterlassen.

Grafik 4



Die Mehrheit der Bevölkerung setzt bei Fragen der Ernährungssicherheit auf die Unabhängigkeit der Schweiz und ist in der Tendenz auch bereit, den Preis dafür zu zahlen.

Um die Verfügbarkeit von Nahrungsmitteln ganz grundsätzlich sicherzustellen, muss die Schweiz in den Augen der meisten Stimmberechtigten möglichst unabhängig von ausländischen Importen sein (78% Anteil sehr/eher einverstanden). In eine ähnliche Stossrichtung zeigt eine weitere Haltung der Bevölkerung: Damit nämlich die Produktion im Inland aufrechterhalten werden kann, erachten rund zwei Drittel einen Mindestpreis für Zucker als zulässig.

So ist sich auch die Mehrheit einig, dass sie lieber teurere lokale Produkte als billigere Importprodukte einkaufen. Nur wenn die Ware auch tatsächlich im Inland hergestellt wurde, sehen 70 Prozent den teureren Preis der Produkte auch als gerechtfertigt. Der Meinung, dass die Bevölkerung der Schweiz einen Preisunterschied von 50 Rappen dagegen nicht merkt, ist lediglich eine Minderheit der Befragten.

Der Aussage, dass der Klimawandel die grösste Gefahr für die Ernährungssicherheit darstellt, stimmt eine Mehrheit zu. Um für diese oder jede andere Krisenzeit gewappnet zu sein, sollte jeder Haushalt, so befinden zumindest rund zwei Drittel der Befragten, über einen Notvorrat verfügen. Dieser Wert entspricht in etwa dem Anteil an Personen, die auch tatsächlich einen eigenen Notvorrat besitzen.

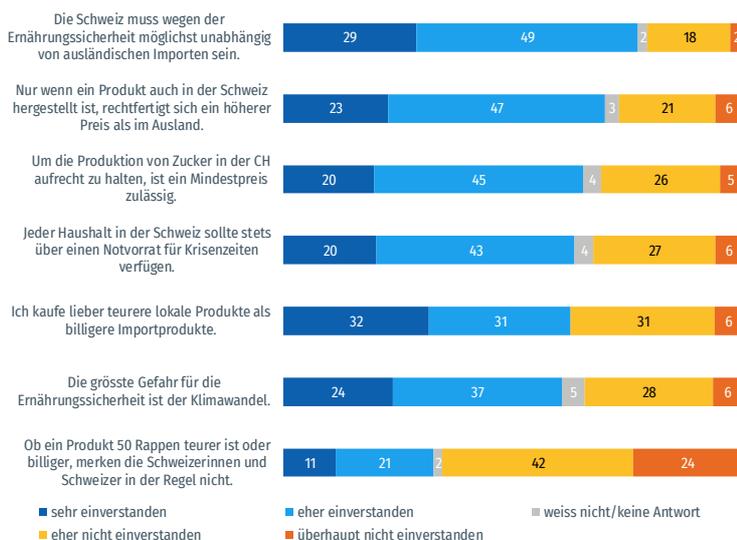
Grafik 5

## Aussagen zu Einkaufen und Verfügbarkeit von Nahrungsmitteln

"Nun lese ich Ihnen einige Aussagen zum Thema Einkaufen und der Verfügbarkeit von Nahrungsmitteln vor. Bitte sagen Sie mir jeweils, ob Sie mit den folgenden Aussagen sehr einverstanden, eher einverstanden, eher nicht einverstanden oder überhaupt nicht einverstanden sind."

in % Stimmberechtigter

© gfs.bern, Monitor Ernährung und Bewegung, März - April 2022 (N = 1002)



Ein generationenübergreifender Konsens fehlt, wenn es um die Ernährungssicherheit und die Einstellung zum Einkaufen geht. Je älter die Generation, desto grösser das Sicherheitsbedürfnis, desto geringer die Preissensitivität und desto grösser das Bewusstsein für den Zusammenhang zwischen Nachhaltigkeit und Ernährung.

Mit einer Ausnahme: Die jüngste Generation Z tickt ähnlich wie die Kriegsgeneration, wenn es um die Unabhängigkeit von ausländischen Importen geht. Das ist aber offenbar nur so lange der Fall, wie es nicht das Portemonnaie betrifft.

Weiter fällt auf, dass gerade die Generation Z, deren Klimabewusstsein in Bewegungen wie "Fridays for Future" massgeblich dazu beiträgt, die Dringlichkeit des Themas in die Bevölkerung zu tragen, viel weniger einen Zusammenhang zwischen Klima und Ernährung sieht.

Grafik 6

### Aussagen zu Einkaufen und Verfügbarkeit von Nahrungsmitteln nach Generation

"Nun lese ich Ihnen einige Aussagen zum Thema Einkaufen und der Verfügbarkeit von Nahrungsmitteln vor. Bitte sagen Sie mir jeweils, ob Sie mit den folgenden Aussagen sehr einverstanden, eher einverstanden, eher nicht einverstanden oder überhaupt nicht einverstanden sind."

in % Stimmberechtigter, Anteil sehr/eher einverstanden

© gfs.bern, Monitor Ernährung und Bewegung, März - April 2022 (N = 1002)



## 4 Einkaufstourismus

Gemäss Schätzungen kauft die Schweizer Bevölkerung vor der Pandemie jedes Jahr für rund zehn Milliarden Franken im Ausland ein. Einkaufstourismus ist gemäss den Resultaten der Befragung in der breiten Stimmbevölkerung jedoch nur am Rande ein Thema. Die wenigsten geben an, selber regelmässig für Einkäufe ins nahe Ausland zu fahren. Nur gerade jede fünfte Person tut dies mindestens ab und zu. 66 Prozent geben dagegen an, nie für Einkäufe über die Grenzen ins nahe Ausland zu fahren.

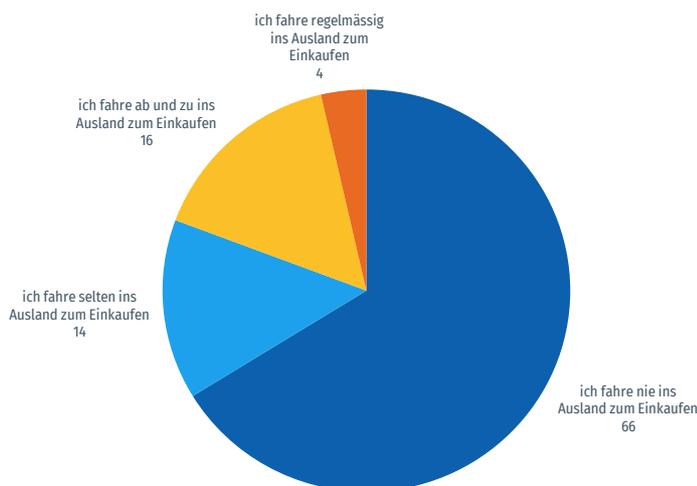
Grafik 7

### Haltung zu Einkaufen im Ausland

"Wie stehen Sie zum Einkauf von Lebensmitteln und anderen Produkten im Ausland? Bitte sagen Sie uns, welche Antwort am ehesten zutrifft?"

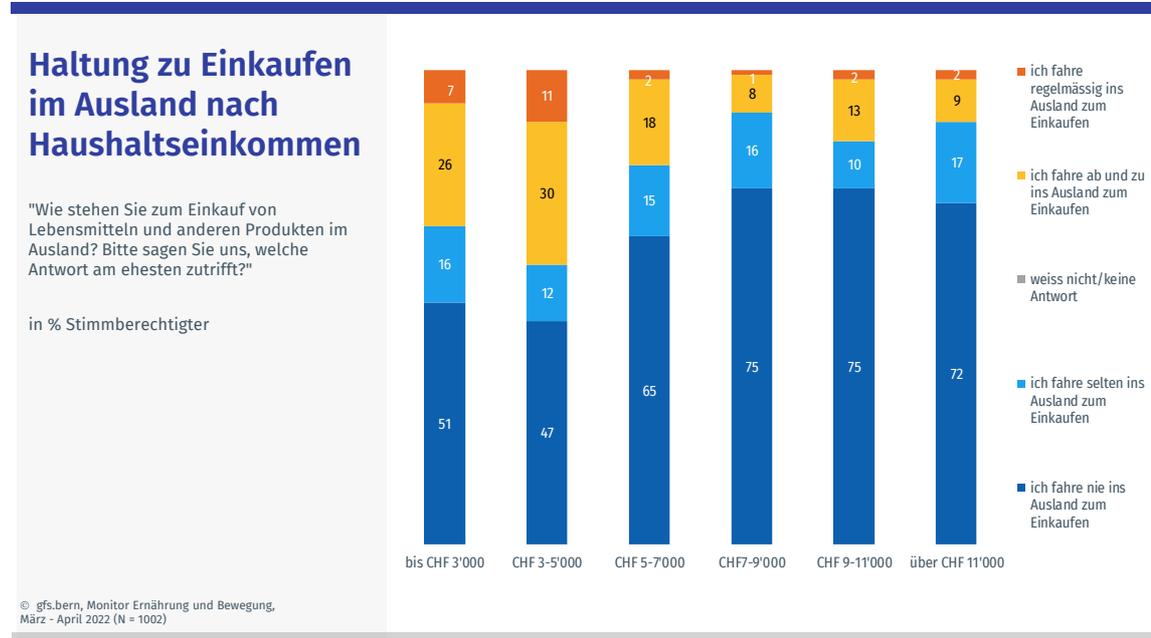
in % Stimmberechtigter

© gfs.bern, Monitor Ernährung und Bewegung, März - April 2022 (N = 1002)



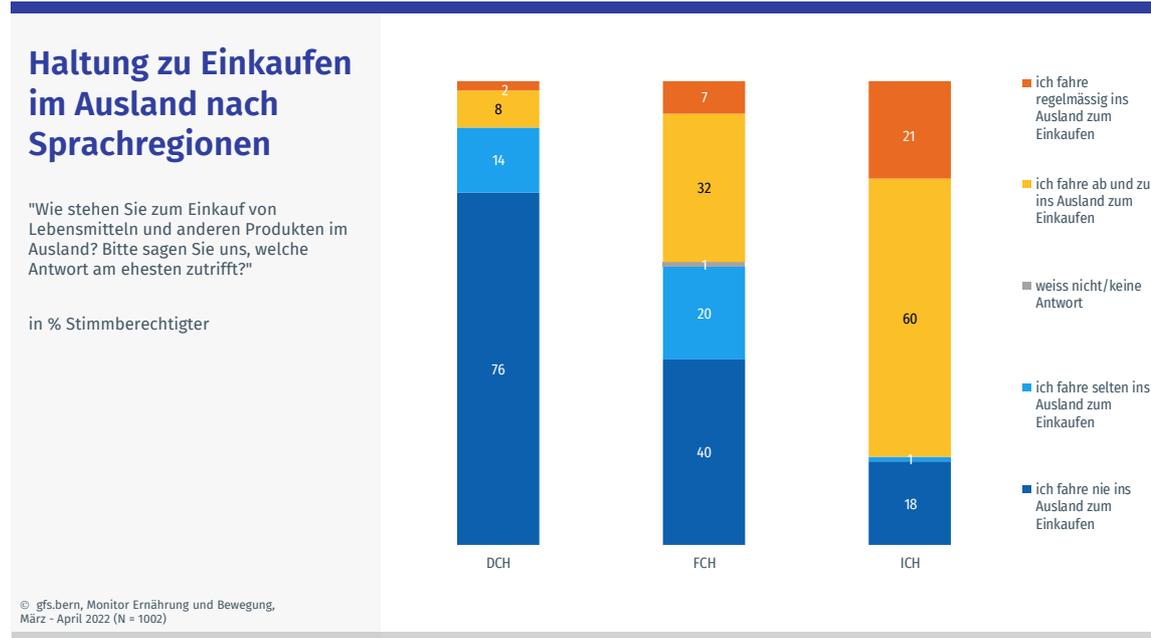
Ein Blick auf das Verhalten nach Haushaltseinkommen zeigt, dass regelmässiger Einkaufstourismus insbesondere bei Personen mit niedrigen Einkommen verbreitet ist. Bei Haushalten mit einem Monatseinkommen von mehr als 5'000 Franken ist der Gang über die nahen Grenzen zum Einkaufen deutlich weniger verbreitet.

Grafik 8



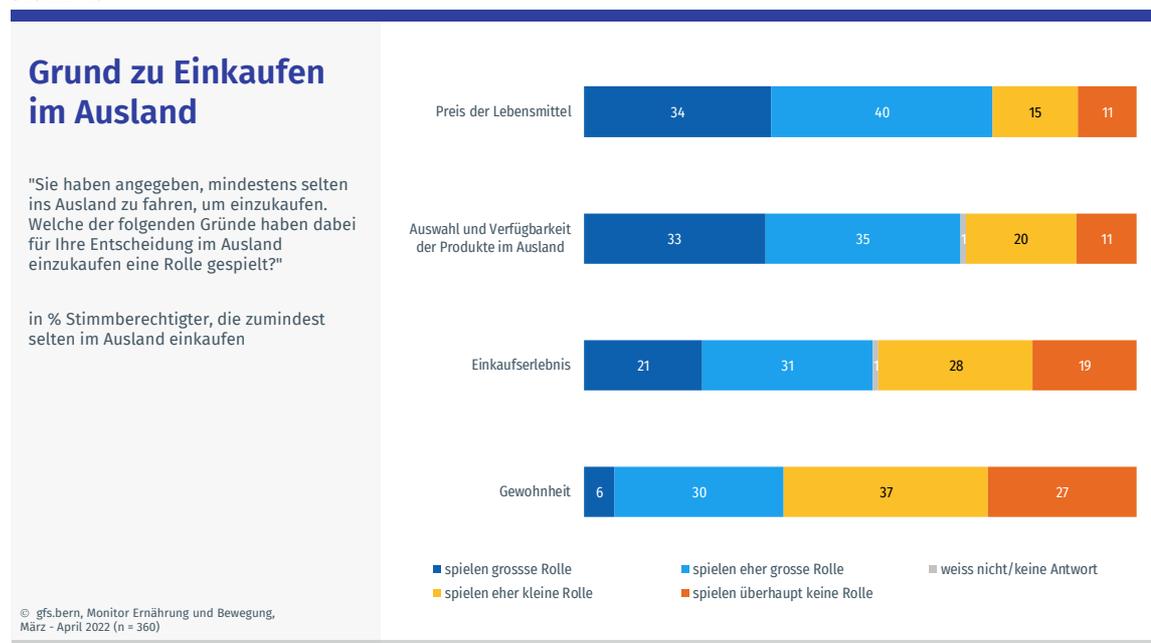
In der französischsprachigen – und insbesondere in der italienischsprachigen – Schweiz ist Einkaufstourismus zudem deutlich stärker verbreitet als in der Deutschschweiz, was auch mit den stärkeren Verbindungen und der geografischen Nähe der lateinischen Schweiz mit Frankreich respektive Italien zu tun haben dürfte.

Grafik 9



Somit scheinen die (geografische) Nähe sowie die Notwendigkeit zentrale Faktoren für den Einkaufstourismus zu sein. Tatsächlich geben die meisten Stimmberechtigten (74%), die mindestens selten im Ausland einkaufen, den Preis als einen Grund für Einkaufstourismus an. Die Auswahl und Verfügbarkeit von bestimmten Produkten ist mit 68 Prozent ein ebenso verbreiteter Grund. Einkaufen im Ausland als Erlebnis oder einfach nur, weil es Gewohnheit ist, steht dagegen für die Stimmberechtigten nicht im Vordergrund.

Grafik 10



In einem Experiment wurden die Befragten zufällig in vier gleich grosse Gruppen (jeweils rund 250 Personen pro Gruppe) eingeteilt und mit unterschiedlichen Kontextinformationen zum Thema Einkaufstourismus konfrontiert. Dabei ging es darum, ob sich die Haltung zum Einkaufstourismus verändert, wenn der von der Schweizer Bevölkerung jährlich im Ausland ausgegebene Betrag von zehn Milliarden Franken in Relation zu anderen Budgetposten der Eidgenossenschaft gesetzt wird. Während der Betrag der zehn Milliarden in der einen Gruppe einfach so für sich stehen gelassen wurde, wurde er in den anderen Gruppen mit den Ausgaben für Bildung und Forschung, für Sicherheit und Landesverteidigung und für die Landwirtschaft verglichen.

Die Ergebnisse des Experimentes ergeben, dass die unterschiedlichen Treatments zum Thema Einkaufstourismus kaum Wirkung auf die Haltung zeigen. Egal, ob den Befragten gesagt wird, dass die Höhe des im Ausland ausgegebenen Geldbetrages ähnlich hoch ist wie für die Landesverteidigung, Bildung oder die Landwirtschaft – rund ein Drittel der Stimmberechtigten ist für strengere Regeln während zwei Drittel dagegen sind.

Grafik 11

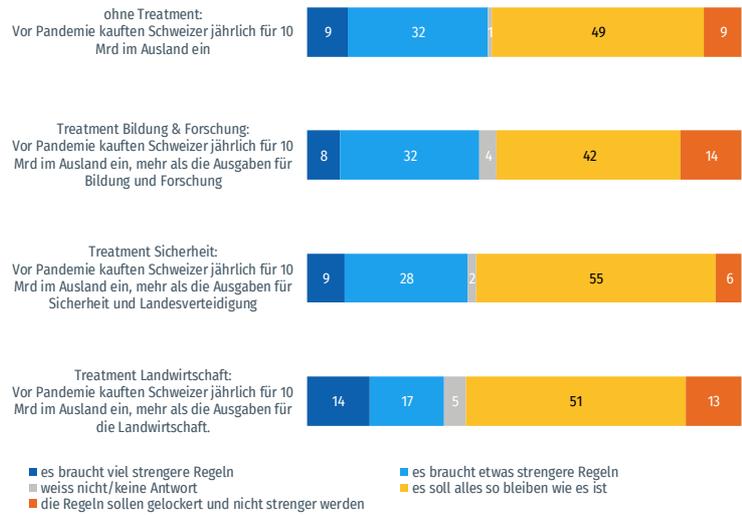
## Experiment: Haltung zu Regeln für die Einfuhr von Waren

"Gemäss Schätzungen kauften Schweizerinnen und Schweizer vor Ausbruch der Corona-Pandemie jedes Jahr für rund 10 Milliarden Franken im nahen Ausland ein. Wir können davon ausgehen, dass das auch in Zukunft wieder der Fall sein wird.

[Einschub zufällig zugewiesener Treatment-Text, siehe Balken rechts]

Sind Sie der Meinung, dass es strengere Regeln für die Einfuhr von Waren braucht?" in % Stimmberechtigter, die das jeweilige Treatment erhalten haben

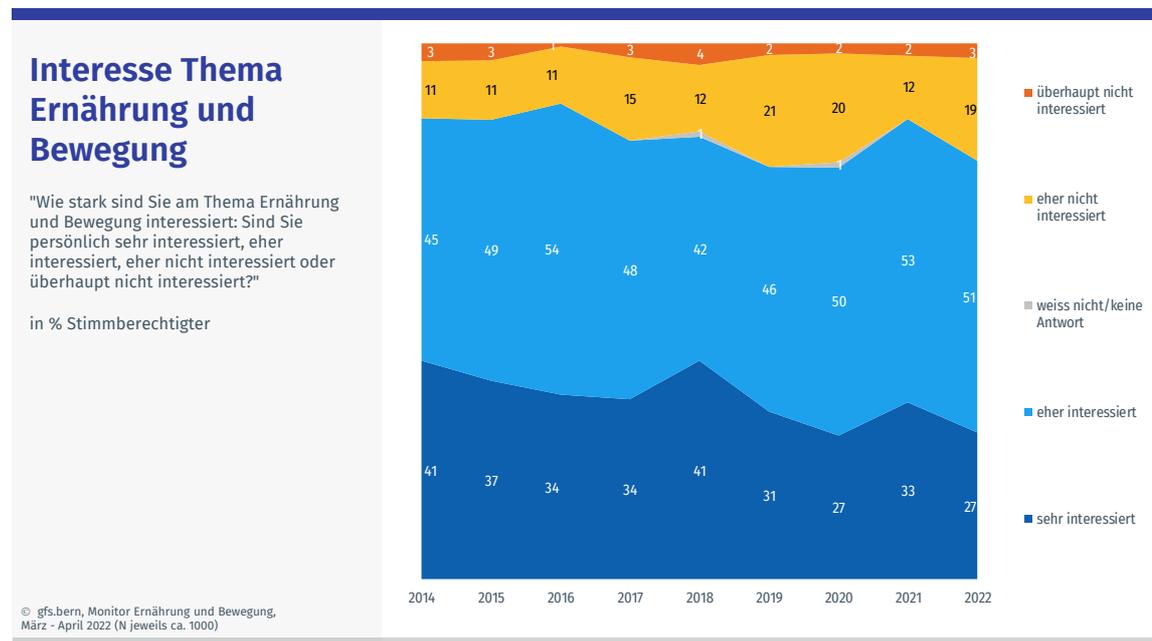
© gfs.bern, Monitor Ernährung und Bewegung, März - April 2022 (N = ca. 250 pro Gruppe)



## 5 Gesundheitskompetenzen der Bevölkerung

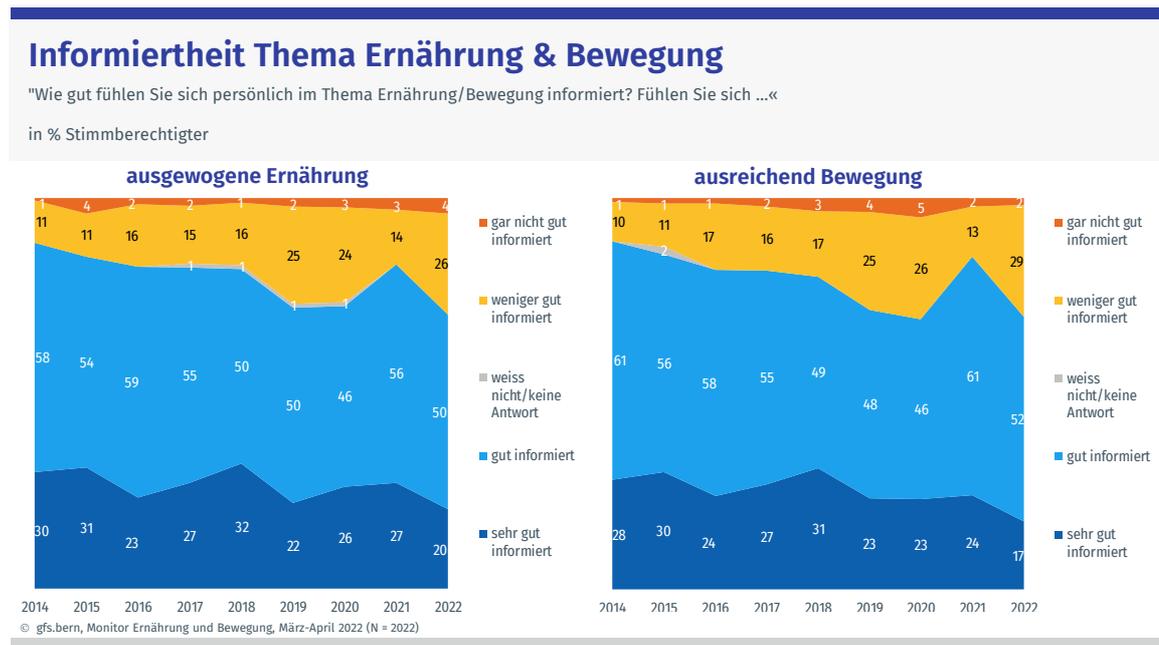
Ernährung und Bewegung sind Alltagsthemen, mit denen sich Menschen in der Schweiz tagtäglich – bewusst oder auch unbewusst – auseinandersetzen. Das erklärt das grundsätzlich hohe Interesse der Stimmberechtigten. Eine Mehrheit interessiert sich mehr oder weniger stark für Themen im Zusammenhang mit Ernährung und Bewegung. Im Jahresverlauf sticht jedoch ins Auge, dass der Anteil Personen, der sich sehr für diese Themen interessiert in der Tendenz eindeutig abnimmt. Waren es zu Beginn der Befragungsreihe noch um die 40 Prozent, die sich sehr interessierten, sind es inzwischen rund zehn Prozent weniger. Der Anteil, der angibt, sich nicht zu interessieren, nimmt dagegen zu.

Grafik 12



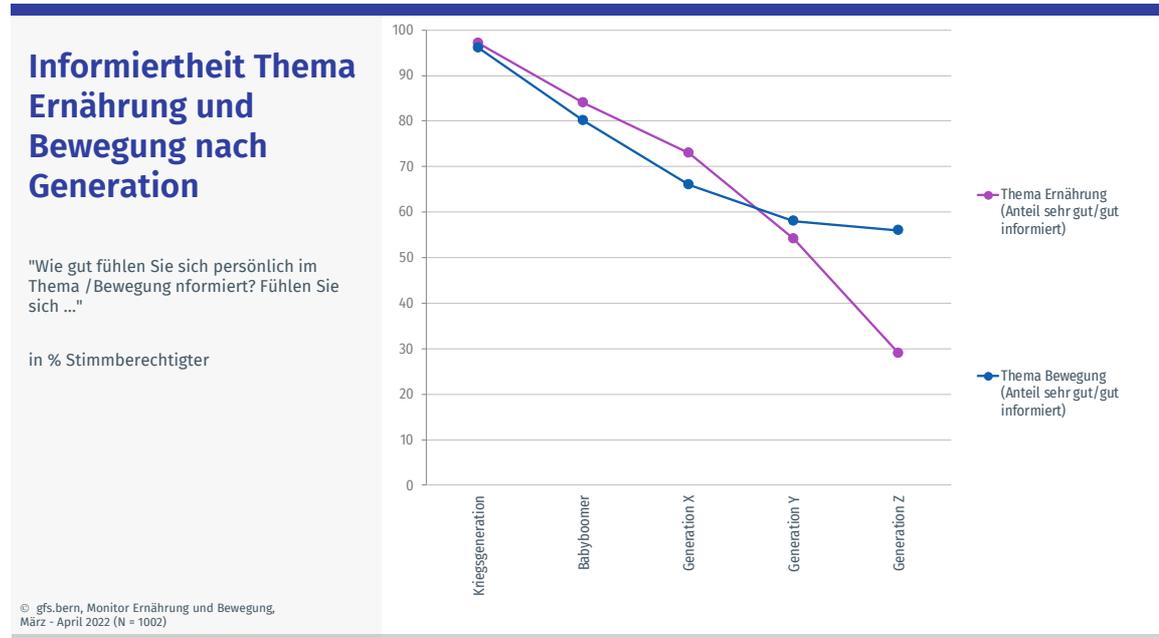
Mit dem sinkenden Interesse an Ernährung und Bewegung nimmt auch die sich selbst zugeschriebene Informiertheit ab. Zwar schätzt nach wie vor eine klare Mehrheit der Stimmberechtigten das eigene Wissen im Zusammenhang mit einer ausgewogenen Ernährung und ausreichend Bewegung als gut ein, der Trend über die Jahre geht jedoch klar in Richtung einer weniger informierten Gesellschaft.

Grafik 13



Während sich die älteren Generationen noch deutlich besser informiert über das Thema Ernährung wie auch über das Thema Bewegung fühlen, nimmt der subjektiv wahrgenommene Wissenstand rapide ab, je jünger die Befragten sind. Während das Wissen bis hin zur Generation Y zu Ernährungs- und Bewegungsfragen gleichermassen abnimmt, findet bei den jüngeren Befragten eine Differenzierung statt. In der Generation Z fühlt sich eine (knappe) Mehrheit einigermaßen gut informiert, wenn es um Bewegung geht – beim Thema Ernährung ist das aber eindeutig nicht der Fall.

Grafik 14



**Bemerkenswerte Unterschiede gibt es zudem in den folgenden Untergruppen:**



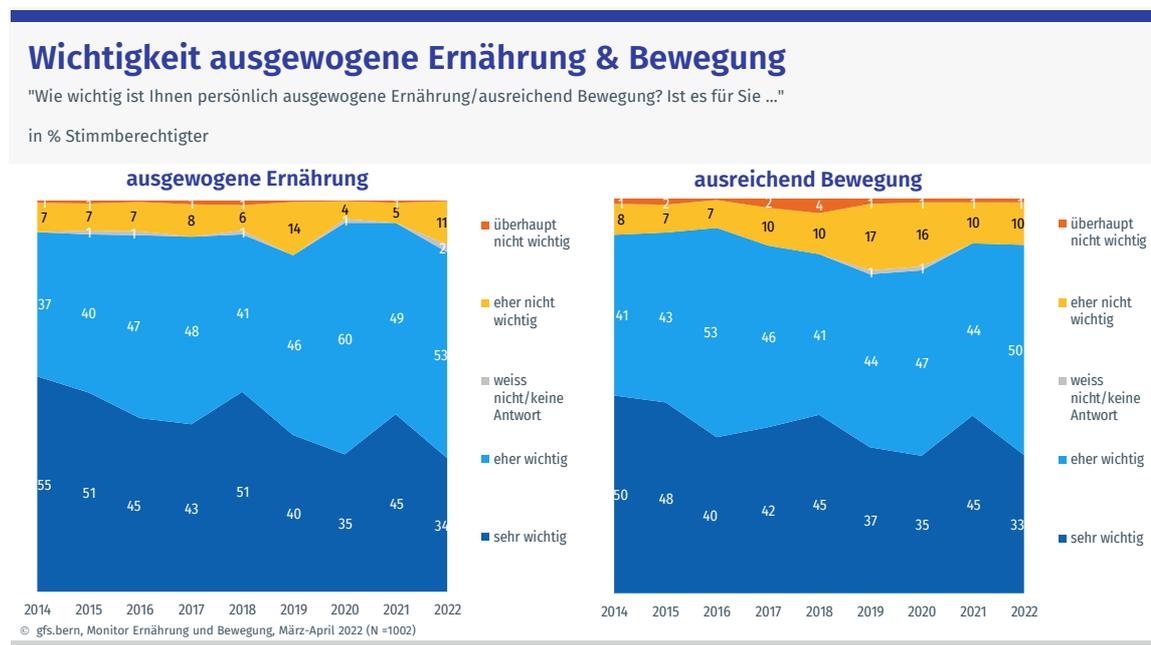
Während sich 77 Prozent der Frauen gut über das Thema Ernährung informiert fühlen, sind es bei den Männern nur 61 Prozent. Beim Thema Bewegung fällt der subjektive Wissensstand ähnlich aus: Auch hier fühlen sich mehr Frauen gut informiert (73%)<sup>1</sup> als Männer (65%).



Während sich die Deutschschweizer:innen etwa gleich gut über die Themen Ernährung und Bewegung informiert fühlen (Ernährung 69%, Bewegung 70%), ist das in der französischen Schweiz nicht der Fall. Dort fühlen sich die Stimmberechtigten deutlich besser über Ernährung informiert als über Bewegung (Ernährung 76%, Bewegung 69%). In der italienischsprachigen Schweiz ist es genau umgekehrt (Ernährung 47%, Bewegung 54%). Zudem liegt dort die subjektive Informiertheit deutlich unter dem Niveau im Rest der Schweiz.

Nicht nur das Interesse und die Informiertheit im Zusammenhang mit Ernährung und Bewegung nehmen über die Jahre ab, dasselbe gilt auch für die wahrgenommene Wichtigkeit. Zwar gibt auch hier weiterhin eine grosse Mehrheit an, dass eine ausgewogene Ernährung und ausreichend Bewegung für sie wichtig ist. Der Anteil Stimmberechtigter, der dies allerdings als sehr wichtig erachtet, ist jedoch zwischen 2014 und 2022 von 55 Prozent auf 34 Prozent respektive von 50 Prozent auf 33 Prozent gesunken.

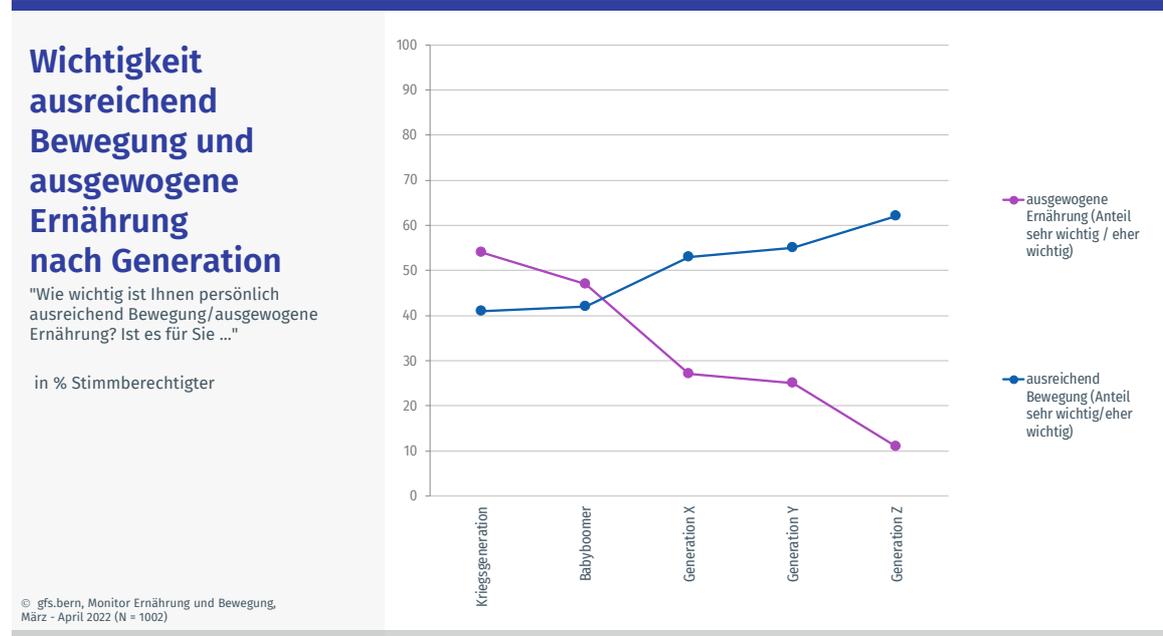
Grafik 15



<sup>1</sup> sämtliche Prozentangaben in Klammern beziehen sich auf den Anteil addierten Anteil "sehr gut"/"gut informiert".

Während für Stimmberechtigte aus der Generation, die noch den Krieg erlebt hat, sowie die nachfolgenden Babyboomer eine ausgewogene Ernährung noch wichtiger ist als ausreichend Bewegung, verändert sich diese Einschätzung bereits mit der Generation X deutlich und driftet immer weiter auseinander, je jünger eine Person ist. Befragte der Generation Z empfinden dann ausreichend Bewegung rund sechsmal so häufig für wichtiger als eine ausgewogene Ernährung.

Grafik 16



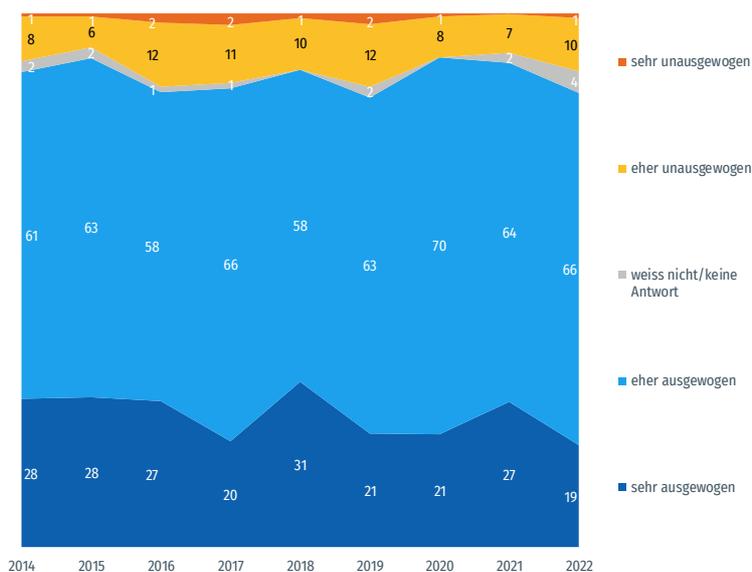
Heute geben 85 Prozent der Stimmberechtigten an, dass sie das Gefühl haben, sich einigermaßen ausgewogen zu ernähren. Im Gegensatz zu den Trends im Bereich der Informiertheit und beim Interesse ist ein ähnlicher Verlauf ins Negative hier nicht zu bemerken.

Grafik 17

### Ausgewogenheit Ernährung

"Haben Sie alles in allem das Gefühl, sich ausgewogen zu ernähren? Würden Sie sagen, Sie ernähren sich sehr ausgewogen, eher ausgewogen, eher unausgewogen, sehr unausgewogen oder sehr unausgewogen?"

in % Stimmberechtigter



© gfs.bern, Monitor Ernährung und Bewegung, März - April 2022 (N jeweils ca. 1000)

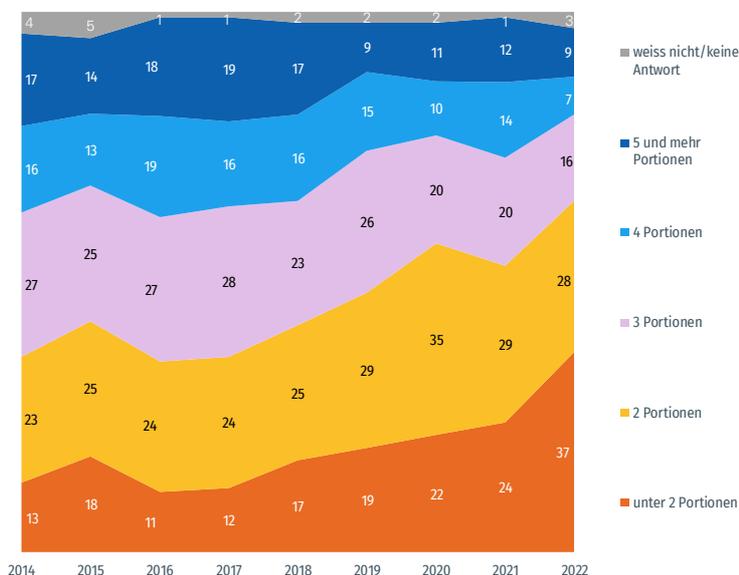
Ein anderer Trend gibt jedoch Anlass dazu, diese eigene Einschätzung etwas zu hinterfragen. Werden die Stimmberechtigten nämlich ganz am Ende der Befragung gefragt, wie viele Portionen Gemüse, Salat oder Früchte sie pro Tag essen, lässt sich ein deutlicher Trend hin zu weniger frischen Lebensmitteln ablesen, der sich insbesondere auch im letzten Jahr nochmals deutlich akzentuiert hat.

Grafik 18

### Anzahl Portionen Gemüse/Salat/Früchte pro Tag

"Wenn eine Portion einer Hand voll entspricht, wie viele Portionen Gemüse, Salat und Früchte essen Sie durchschnittlich pro Tag?"

in % Stimmberechtigter

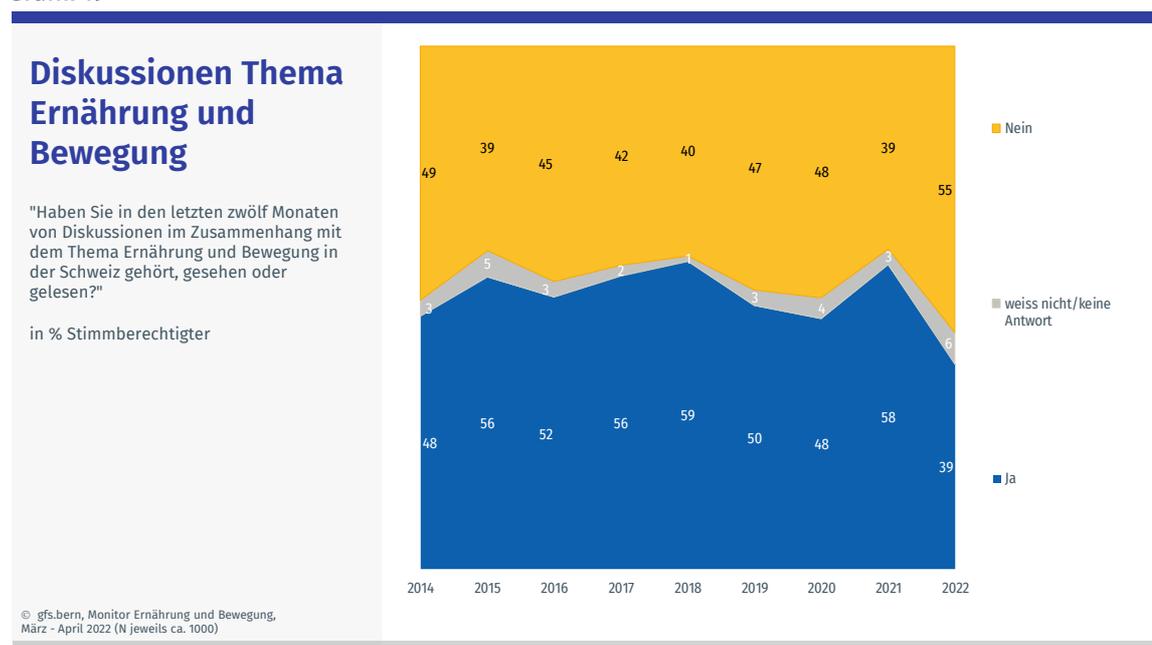


© gfs.bern, Monitor Ernährung und Bewegung, März - April 2022 (N jeweils ca. 1000)

## 6 Themenwahrnehmung

Etwas weniger als die Hälfte der Stimmberechtigten in der Schweiz (39%) gibt an, in den letzten zwölf Monaten Diskussionen im Zusammenhang mit Ernährung und Bewegung wahrgenommen zu haben. Das ist im Jahresvergleich der tiefste Wert bisher, nachdem im letzten Jahr einer der höchsten Werte gemessen wurde. Während die Informiertheit und das Interesse an diesen Themen sukzessive zurückgeht, kann somit ein kontinuierlicher Rückgang in der medial transportierten Issue-Wahrnehmung nicht beobachtet werden.

Grafik 19

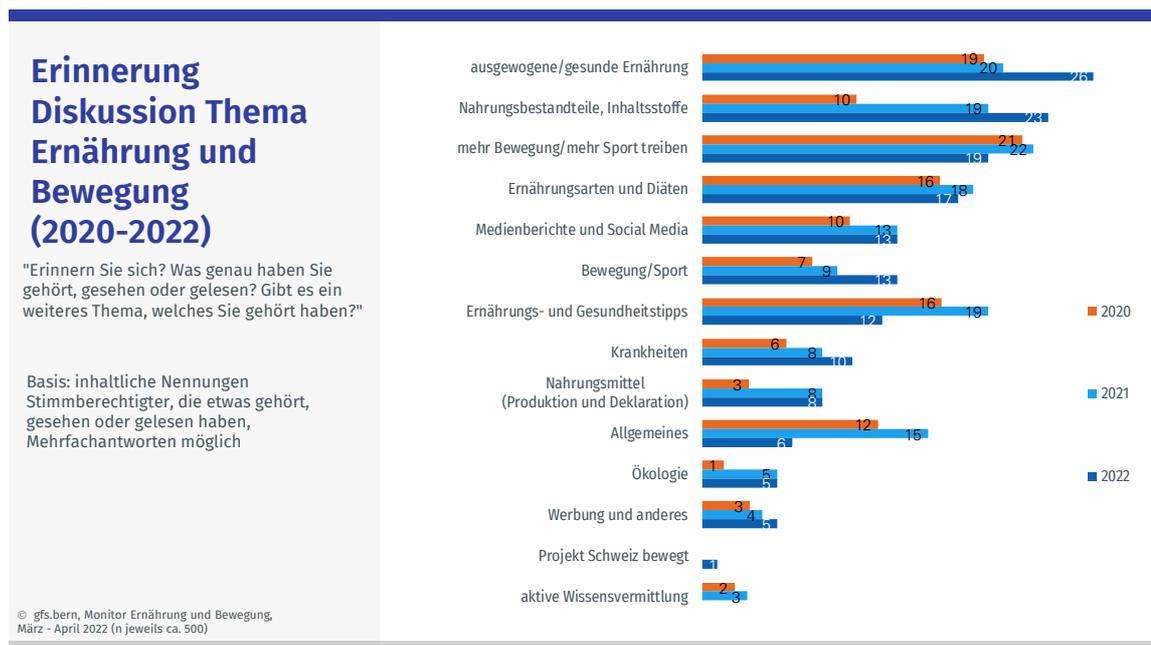


Besonders häufig (und im Vergleich zu den Vorjahren häufiger) blieben 2022 Diskussionen rund um das Thema der ausgewogenen Ernährung in Erinnerung – was einigermaßen erstaunt angesichts des deutlich grösseren Interesses an Bewegungsthemen insbesondere bei jüngeren Leuten. Konkret ging es bei den genannten Diskussionen um bestimmte Essangewohnheiten, um den Konsum von Obst und Gemüse oder auch darum, wie viel Fleisch respektive Fisch gegessen werden sollte oder um vegane Ernährung.

Ebenfalls häufig genannt wurden Diskussionen und Beiträge rund um Nahrungsmittelbestandteile oder Inhaltsstoffe. Hier ging es beispielsweise um Zucker, schlechte versus gute Fette, Vitamine, den Ernährungswert oder auch chemische Zusatzstoffe.

Neben den beiden Hauptthemen der ausgewogenen Ernährung und der Nahrungsmittelbestandteile blieben auch deutlich mehr Nennungen im Bereich Sport und Bewegung in Erinnerung, sowie im Zusammenhang mit Krankheiten. Letzteres hängt eindeutig auch mit der Corona-Pandemie zusammen.

Grafik 20



## 7 Meinung zu Ernährung und Bewegung

Eine klare Mehrheit der Stimmberechtigten (70% Anteil sehr/eher einverstanden) ist der Meinung, dass zugesetzter Zucker in Lebensmitteln ein Dickmacher sei. Gleichzeitig sieht sich die Mehrheit der Befragten weitestgehend selbst in der Verantwortung dafür, einen gesunden Lebensstil zu pflegen. Es gibt gemäss der Ansicht von rund 58 Prozent nämlich keine ungesunden Lebensmittel, sondern nur ungesunde Essgewohnheiten. Der Verzehr von Lebensmitteln mit zugesetztem Zucker ist in den Augen der Befragten (54%) zudem dann problemlos, wenn man sich ausreichend bewegt und grundsätzlich ausgewogen ernährt. Der Aussage, dass die Lebensmittelbranche in der Verantwortung steht für eine bewusste Ernährung der Schweizer Bevölkerung, stimmen 41 Prozent zu.

Rund zwei Drittel der Stimmbürger:innen gibt an, dass sie versuchen, sich nachhaltig zu ernähren. Andere Ernährungstrends werden weniger häufig genannt, wie die Einnahme von Nahrungsergänzungsmitteln (Vitamine, Mineralstoffe oder Fettsäuren) (44%), regelmässiges Essen in Restaurants (40%) und viele kleinere anstatt drei grossen Mahlzeiten am Morgen, Mittag und Abend (32%).

Dass es eine Mehrheit der Befragten als schwierig empfindet, bei Ernährungsthemen falsche Informationen von wissenschaftlichen Fakten zu unterscheiden, deutet auf das vorhandene Potenzial hin, die Bevölkerung zukünftig mit gezielten und weitreichenden Informationen auszustatten.

Grafik 21

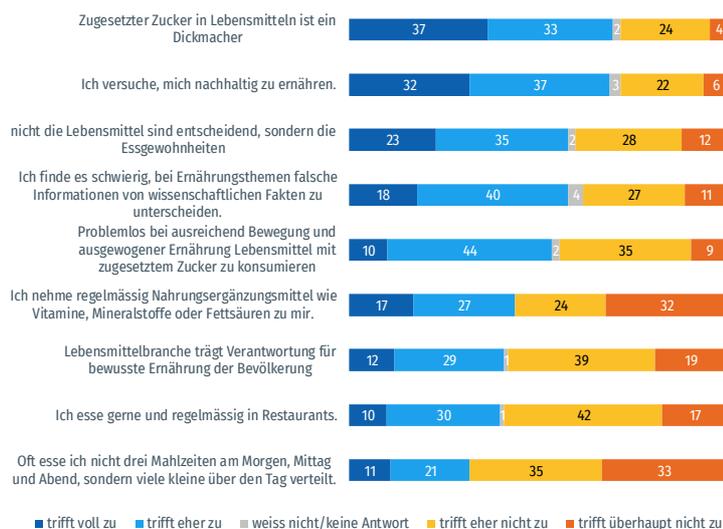
## Aussagen zu Ernährung und Bewegung

"Wir haben hier einige Aussagen im Zusammenhang mit Ernährung und Bewegung zusammengestellt. Bitte sagen Sie mir, ob Sie aus Ihrer Sicht voll zutreffen, eher zutreffen, eher nicht zutreffen oder überhaupt nicht zutreffen. Wenn Sie eine Aussage nicht beurteilen können, dann sagen Sie es ruhig."

in % Stimmberechtigter

\* Text wurde leicht angepasst: "Es gibt keine ungesunden Lebensmittel, sondern nur gute oder ungesunde Essgewohnheiten."

© gfs.bern, Monitor Ernährung und Bewegung, März - April 2022 (N = 1002)

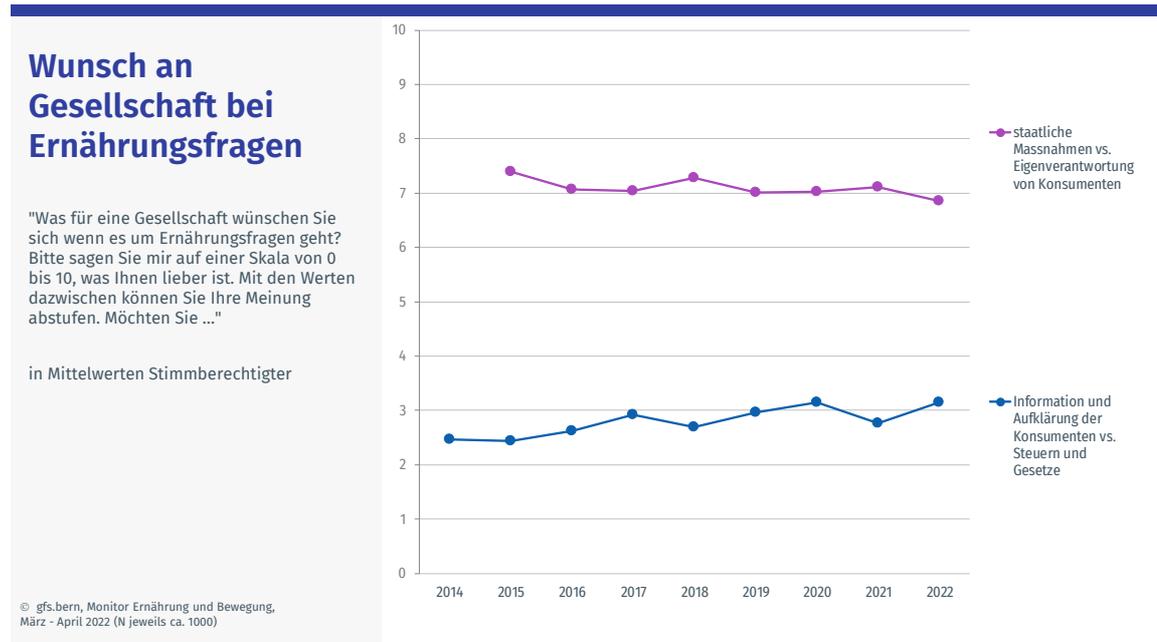


Die Bevölkerung hat seit Jahren eine solide Präferenz von Eigenverantwortung vor staatlichen Massnahmen und von Prävention statt Gesetzen. Das ist auch 2022 weiterhin der Fall. Allerdings ist im Jahresverlauf eine subtile Verschiebung des Mittelwertes hin zu einer stärkeren Rolle des Staates und mehr Regulierung zu beobachten.

So liegt der Mittelwert auf der Skala von 0 (staatliche Massnahmen) bis 10 (Eigenverantwortung) bei 6,9. Was den Wert im vergangenen Jahr 0.2 Punkte näher an den Pol der staatlichen Massnahmen rücken lässt. Noch stärker tritt die Veränderung über die letzten sieben Jahre in Erscheinung. Seit 2015 (7.4) ist der Mittelwert um 0.5 gesunken.

Auch zwischen Informationen und Aufklärung (0) und Steuern und Gesetzen (10) bewegt sich der Mittelwert in Richtung des Pols Steuern und Gesetze. Der Wert beträgt in diesem Jahr 3.1 (letztjährig 2.8). Diese Tendenz der Stimmberechtigten zu mehr Steuern und Gesetzen ist seit Erhebungsbeginn (2014) zu erkennen (mit Ausnahme des letzten Jahres). So hat der Mittelwert über die gesamte Periode um 0.6 Punkte zugenommen.

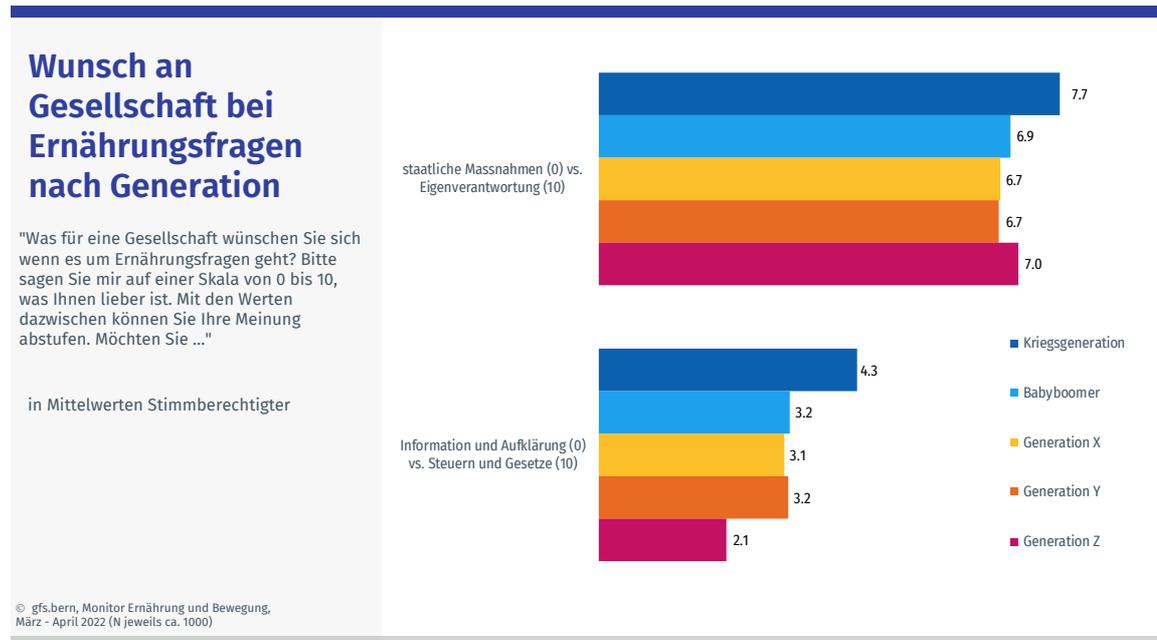
Grafik 22



Nicht alle haben bei Ernährungsfragen dieselben Ansprüche an die Gesellschaft. Die Kriegsgeneration und die Generation Z wünschen sich eher als andere Generationen eine Gesellschaft, die eigenverantwortlich handelt.

Während jedoch die Kriegsgeneration stärker zu einer Gesellschaft tendiert, die von Steuern und Gesetzen geleitet wird, wünschen sich jüngere Generationen eine Gesellschaft, die auf Informationen und Aufklärung der Konsumentin und des Konsumenten setzt.

Grafik 23

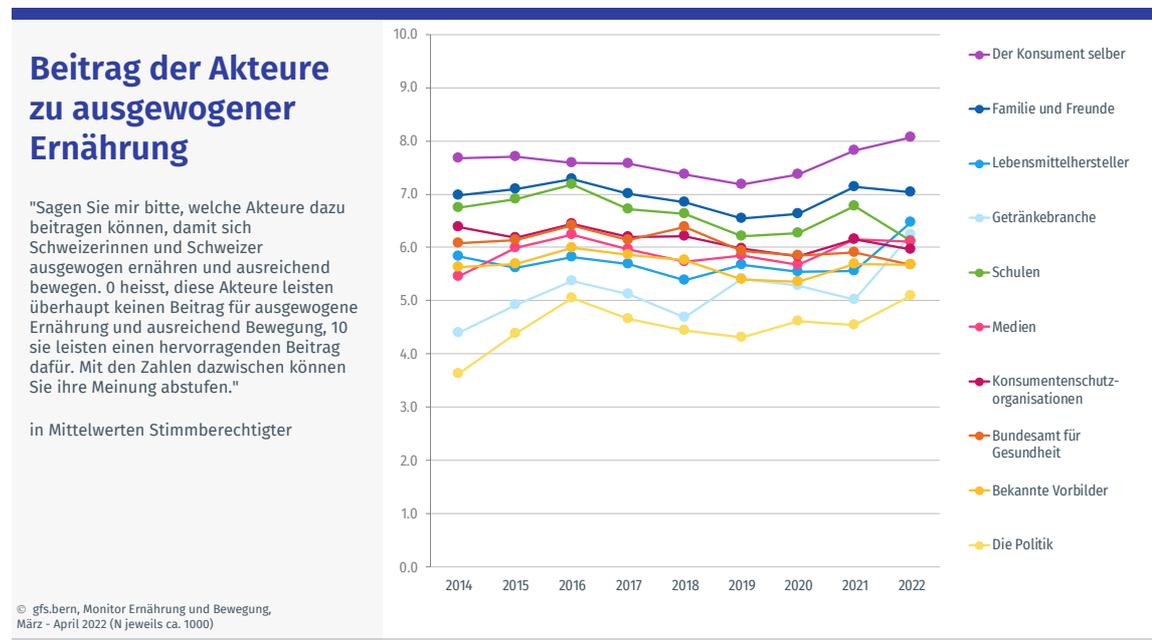


## 8 Akteure

In der Wahrnehmung der Stimmberechtigten leisten Konsument:innen selber wie auch ihr näheres Umfeld den grössten Beitrag dazu, dass sich die Bevölkerung der Schweiz ausgewogen ernährt und sich ausreichend bewegt. In beiden Fällen ist der Anteil Befragter, die dieser Meinung waren, in den letzten Jahren eher gestiegen. Beim Beitrag der Konsumierenden selber setzt sich der Anstieg auch dieses Jahr fort, bei der Familie und Freund:innen stagniert diese Entwicklung dagegen.

Über diese beiden Akteure hinaus wird die Konstanz der Reihenfolge, die sich während der letzten Jahre verfestigt hatte, aktuell aufgebrochen. Waren die Schulen bis anhin stets an dritter Stelle, teilen sie sich in diesem Jahr den fünften Platz mit den Medien. Die Lebensmittel- und Getränkebranche hingegen leisten in der subjektiven Wahrnehmung der Befragten einen grösseren Beitrag und überholen etwa bekannte Vorbilder, das Bundesamt für Gesundheit oder auch Konsumentenschutzorganisationen.

Grafik 24



Der unterschiedliche Hintergrund der jeweiligen Generationen hinterlässt seine Spuren in der Wahrnehmung des Beitrages der einzelnen Akteure zu ausgewogener Ernährung und Bewegung der Bevölkerung. Die Generationen Y und auch X sind eher als andere Generationen der Meinung, dass Konsument:innen selbst, die Lebensmittelherstellenden, die Getränkebranche und die Politik einen Beitrag zu ausgewogener Ernährung und ausreichend Bewegung leisten. Die zunehmend entscheidungstragenden Generationen X und Y treiben demnach den Bedeutungszuwachs der Lebensmittelherstellenden und Getränkebranche als zentrale Akteure voran.

Hingegen sind es die Kriegsgeneration und die Babyboomer, die eher Akteure wie die Konsumentenschutzorganisationen, Schulen, das Bundesamt für Gesundheit (BAG) und bekannte Vorbilder als zentral wahrnehmen.

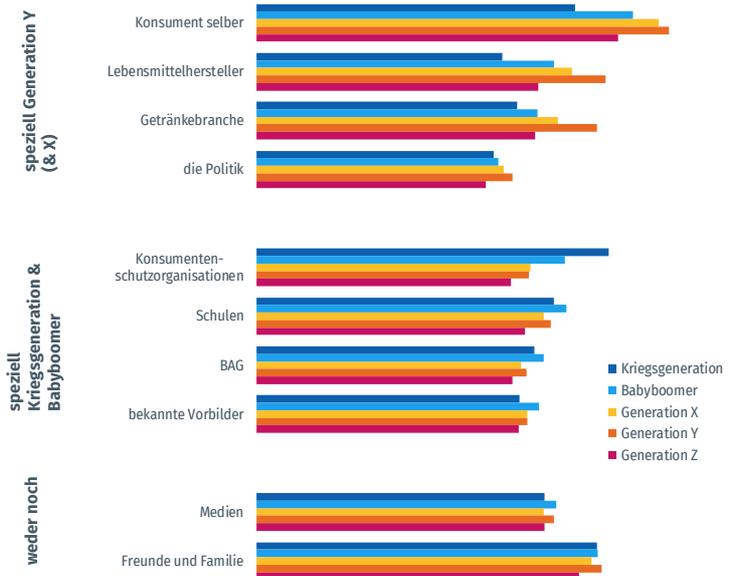
Grafik 25

## Beitrag der Akteure zu ausgewogener Ernährung

"Sagen Sie mir bitte, welche Akteure dazu beitragen können, damit sich Schweizerinnen und Schweizer ausgewogen ernähren und ausreichend bewegen. 0 heisst, diese Akteure leisten überhaupt keinen Beitrag für ausgewogene Ernährung und ausreichend Bewegung, 10 sie leisten einen hervorragenden Beitrag dafür. Mit den Zahlen dazwischen können Sie ihre Meinung abstimmen."

in Mittelwerten Stimmberechtigter

© gfs.bern, Monitor Ernährung und Bewegung, März - April 2022 (N jeweils ca. 1000)

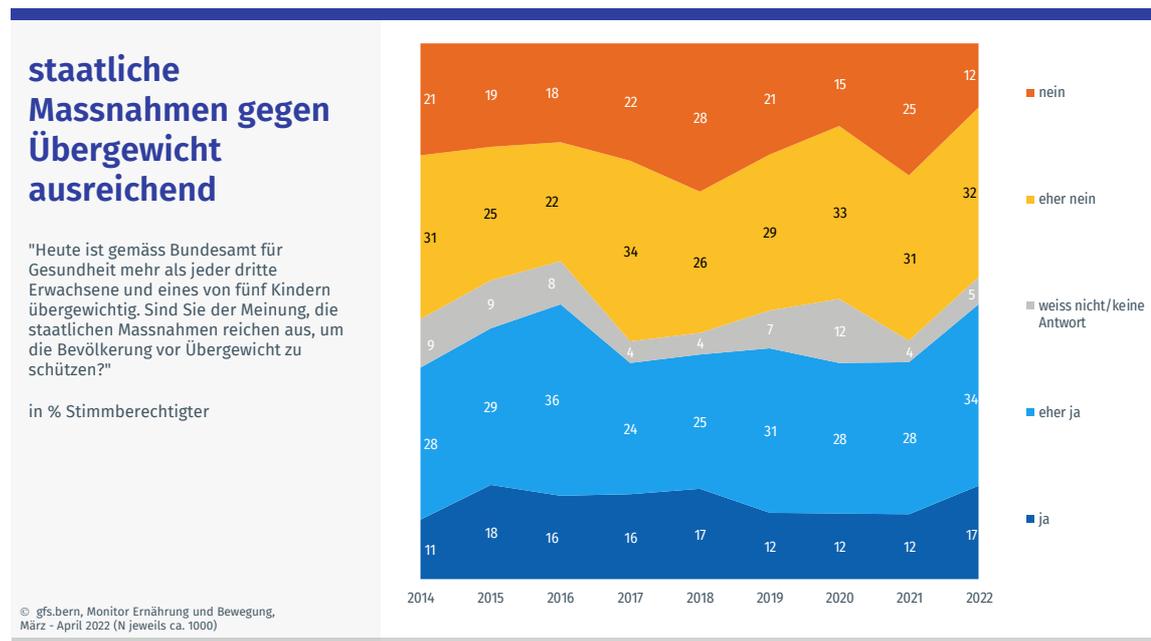


## 9 Massnahmen

### 9.1 Massnahmen Staat

Im Laufe des letzten Jahres ist der Anteil an Personen mit der Meinung, die staatlichen Massnahmen gegen Übergewicht reichen aus, deutlich angestiegen (+11 Prozentpunkte). Eine knappe Mehrheit bewertet diese nun als ausreichend, was letztmals 2016 der Fall war. Demgegenüber stehen aktuell 44 Prozent der Stimmberechtigten, welche die staatlichen Massnahmen gegen Übergewicht als nicht ausreichend einschätzen. Nur 2016 waren weniger Stimmbürger:innen dieser Auffassung.

Grafik 26

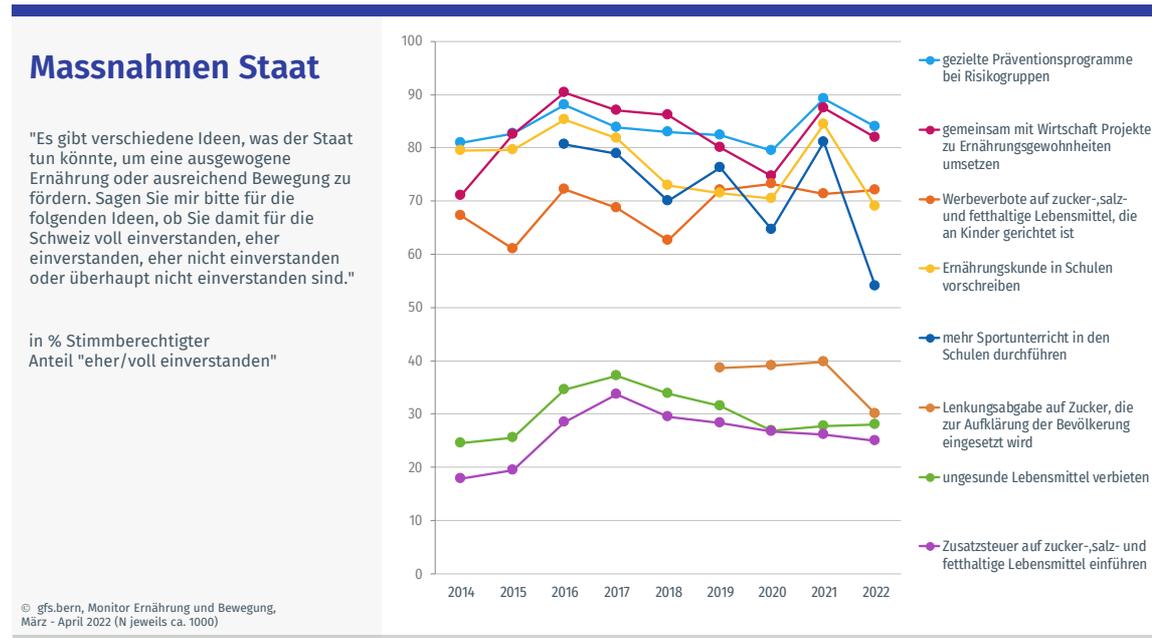


Insgesamt präferiert die Stimmbevölkerung präventive über regulierende Massnahmen: Mit den Ideen, gezielte Präventionsprogramme für Risikogruppen (84%) und gemeinsame Projekte mit der Wirtschaft zur Umsetzung von Ernährungsgewohnheiten (82%), sind die Befragten weiterhin am häufigsten sehr und eher einverstanden. Beide Präventionsmassnahmen haben jedoch (auf hohem Niveau) seit der letztjährigen Befragung an Zustimmung eingebüsst (je -5 Prozentpunkte).

Noch stärker an Boden verloren haben vorsorgliche Massnahmen im Umfeld der Schule. Präventionsprogramme bei Risikogruppen, die Vorschrift von Ernährungskunde in Schulen (69%) und mehr schulischen Sportunterricht (54%), werden zwar weiterhin mehrheitlich unterstützt, haben aber gleichzeitig stark an Akzeptanz eingebüsst.

Die regulierende Massnahme mit höchster Zustimmung ist das Werbeverbot auf zucker-, salz- und fetthaltige Lebensmittel, die sich an Kinder richten (72%). Nach dem deutlichen Anstieg im Jahr 2019, hält sich der Anteil an Personen, die mit dieser Intervention voll und eher einverstanden sind, auf ähnlichem Niveau. Andere regulierende Massnahmen wie eine Lenkungsabgabe auf Zucker, die zur Aufklärung der Bevölkerung eingesetzt wird (30%), das Verbot ungesunder Lebensmittel (28%) und die Einführung einer Zusatzsteuer auf zucker-, salz- und fetthaltige Lebensmittel (25%) sind weiterhin nicht mehrheitsfähig.

Grafik 27



## 9.2 Massnahmen Lebensmittelherstellende und Wirtschaft

Ähnliche Präferenzen der Stimmberechtigten zeigen sich auch bei Massnahmen, die von Lebensmittelherstellenden oder der Wirtschaft ausgehen. Information und Prävention werden auch hier der Intervention vorgezogen.

Am deutlichsten sind Massnahmen mit informativem Charakter von der Bevölkerung akzeptiert. Die Zustimmung zu transparenten und verständlichen Informationen über den Inhalt von Lebensmittelprodukten (unverändert bei 96%) ist seit je her am höchsten. Zudem finden 2022 84 Prozent der Stimmberechtigten, dass die aktuelle Nährwertdeklaration zu vereinfachen sei. Ebenfalls seit Jahren in den Top drei der am breitesten gestützten Massnahmen sind Projekte für gute Ernährungsangewohnheiten, welche die Wirtschaft mit dem Staat gemeinsam umsetzt.

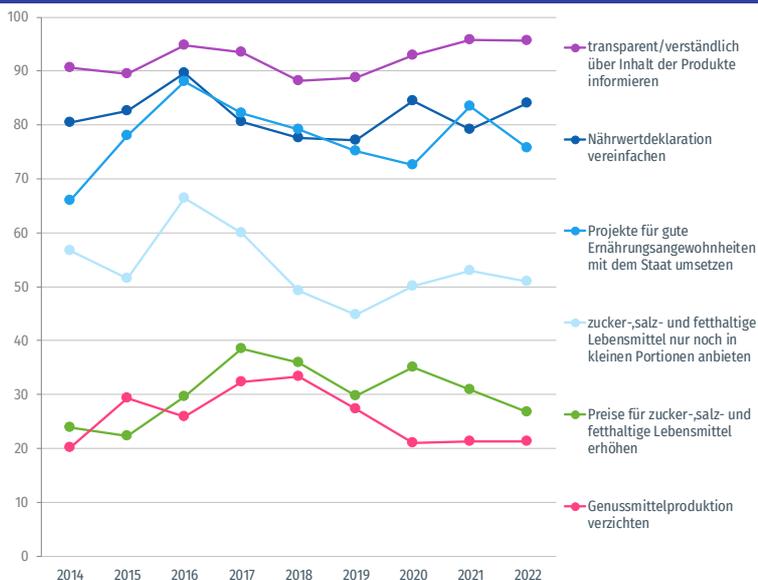
Eine knappe Mehrheit ist weiterhin voll und eher damit einverstanden, dass zucker-, salz- und fetthaltige Lebensmittel nur noch in kleinen Portionen angeboten werden sollen (51%). Keine Mehrheiten finden sich dagegen bei Interventionen wie der Preiserhöhung von zucker-, salz- und fetthaltigen Lebensmitteln (27%) und dem Verzicht auf Genussmittelproduktion (21%).

Grafik 28

### Massnahmen Wirtschaft/Lebensmittelhersteller

"Es gibt verschiedene Ideen, was die Wirtschaft oder die Lebensmittelhersteller tun könnten, um eine ausgewogene Ernährung oder ausreichende Bewegung zu fördern. Sagen Sie mir bitte für die folgenden Ideen, ob Sie damit für die Schweiz voll einverstanden, eher einverstanden, eher nicht einverstanden oder überhaupt nicht einverstanden sind."

in % Stimmberechtigter Anteil "eher/voll einverstanden"



© gfs.bern, Monitor Ernährung und Bewegung, März - April 2022 (N jeweils ca. 1000)

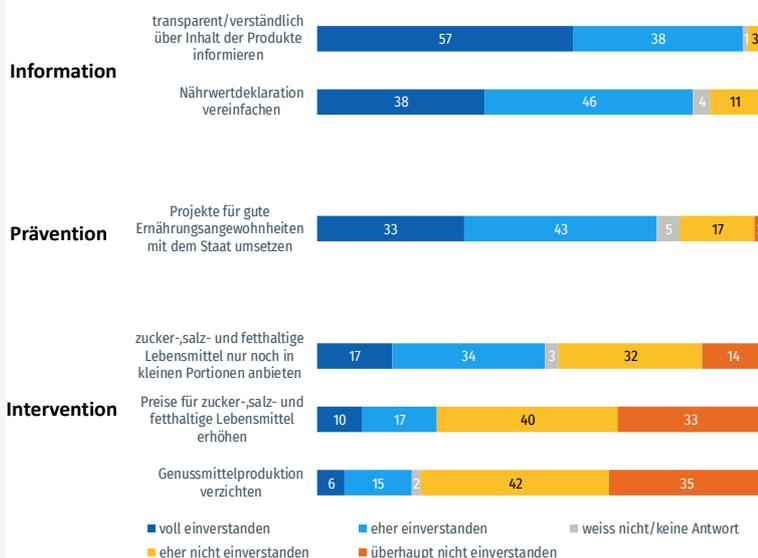
Werden die oben abgebildeten Massnahmen nach ihrem Grad an Regulierung geordnet, zeigt sich, dass reine Informationen bei der Bevölkerung weiterhin die grösste Zustimmung geniessen, gefolgt von Präventionsmassnahmen. Interventionen haben dagegen einen schwereren Stand.

Grafik 29

### Massnahmen Wirtschaft/Lebensmittelhersteller

"Es gibt verschiedene Ideen, was die Wirtschaft oder die Lebensmittelhersteller tun könnten, um eine ausgewogene Ernährung oder ausreichende Bewegung zu fördern. Sagen Sie mir bitte für die folgenden Ideen, ob Sie damit für die Schweiz voll einverstanden, eher einverstanden, eher nicht einverstanden oder überhaupt nicht einverstanden sind."

in % Stimmberechtigter

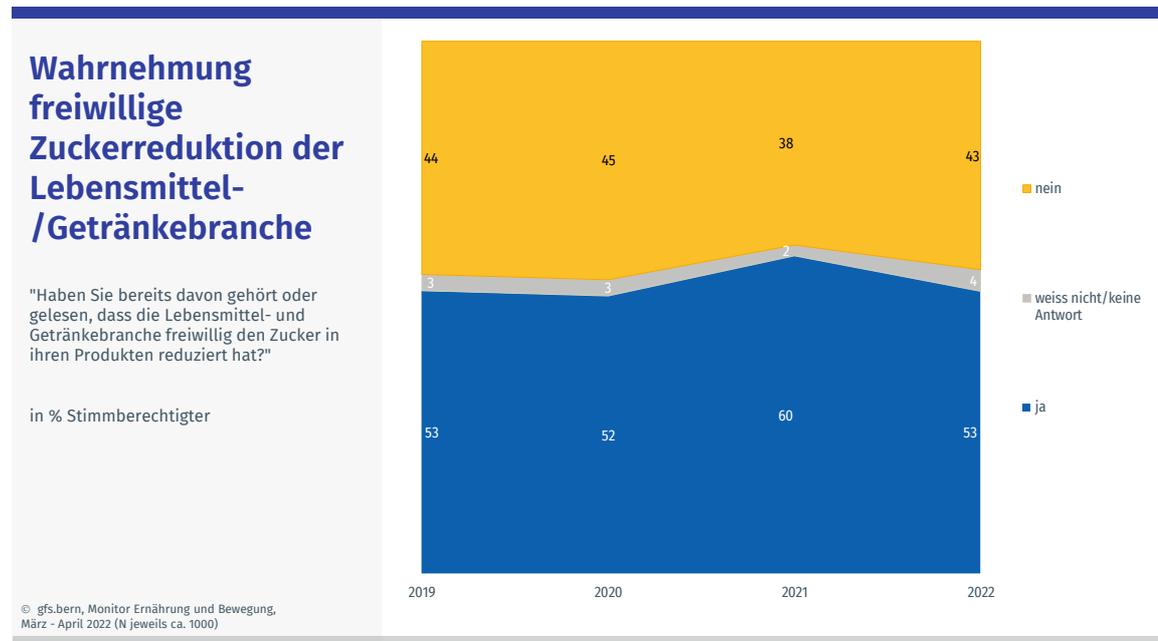


© gfs.bern, Monitor Ernährung und Bewegung, März - April 2022 (N = 1002)

### 9.3 Freiwillige Reduktion Zucker

Die Getränkebranche hat seit dem Jahr 2005 den Zuckeranteil in ihren Produkten freiwillig um 13 Prozent verringert. Eine Mehrheit der Stimmberechtigten (53%) gibt aktuell an, von diesen Bestrebungen etwas gehört oder gelesen zu haben. Im Vergleich zur letztjährigen Befragung sinkt der Wert um sieben Prozentpunkte und befindet sich auf ähnlichem Niveau wie in den Jahren 2019 und 2020.

Grafik 30



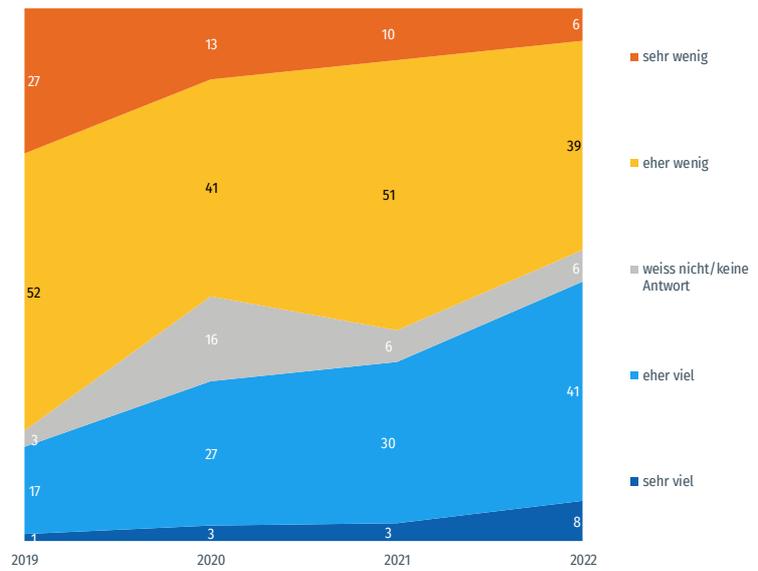
Der freiwillig von der Getränkebranche reduzierte Zuckeranteil in bestehenden Produkten erachten 49 Prozent der Befragten als sehr oder eher viel. Erstmals seit 2019 entspricht dieser Wert einer relativen Mehrheit. Vom Gegenteil überzeugt, also dass die Reduktion sehr oder eher gering ist, sind 45 Prozent.

Grafik 31

## Persönliche Meinung zur Zuckerreduktion

"Zwischen 2005 und 2015 hat die Getränkebranche den Zuckeranteil in bestehenden Produkten um insgesamt 13 Prozent reduziert. Bis Ende 2020 waren weitere 7 Prozent vorgesehen. Ist das aus ihrer Sicht sehr viel, eher viel, eher wenig oder sehr wenig Reduktion?"

in % Stimmberechtigter

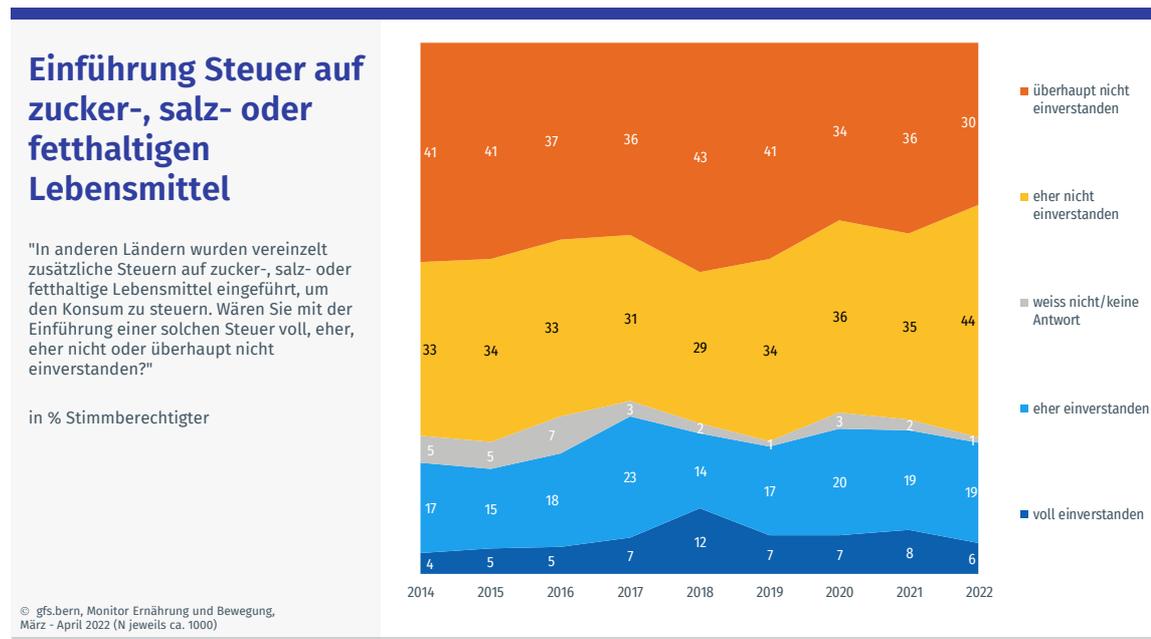


© gfs.bern, Monitor Ernährung und Bewegung, März - April 2022 (N jeweils ca. 1000)

## 10 Akzeptanz Zuckersteuer

Die Einführung einer Steuer auf zucker-, salz- oder fetthaltige Lebensmittel, wie sie aus anderen Ländern bekannt ist, kommt für eine Mehrheit der Stimmbürger:innen weiterhin nicht in Frage. Die Zustimmung hat sich über die letzten Jahre (2019-2022) kaum verändert. Die leichten Schwankungen befindet sich allesamt innerhalb des Stichprobenfehlers.

Grafik 32



Vor allem in der Deutschschweiz bestätigt sich die geringe Zustimmung für die Einführung einer Steuer auf zucker-, salz- oder fetthaltige Lebensmittel. Der Anteil an Personen, die sich eine Steuer vorstellen können, ist seit dem Höchstwert im Jahr 2020 (ebenefalls 2017; 27%) um 10 Prozentpunkte gesunken.

Während die Romandie und die Deutschschweiz im Jahr 2017 jeweils einen Höchstwert in der Zustimmung (DCH 27%, FCH 39%) verzeichnen, ist dies aktuell nicht der Fall. Die Deutschschweiz erreicht den tiefsten und die Romandie den höchsten Wert seit Befragungsbeginn. 47 Prozent der französisch sprechenden Befragten sind heute mit der Einführung einer Zuckersteuer voll und eher einverstanden. Ähnlich sieht es momentan in der italienischsprachigen Schweiz aus. Aktuell sind 45 Prozent mit der Einführung einer Zuckersteuer eher einverstanden.

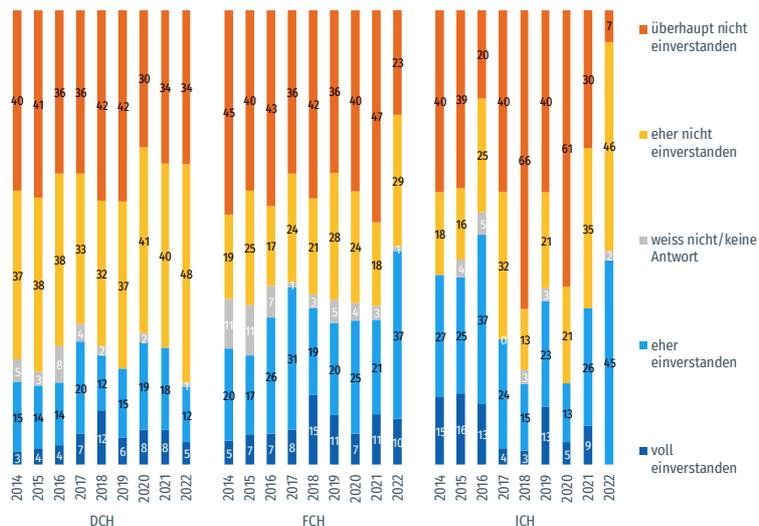
Grafik 33

### Trend Einführung Steuer auf zucker-, salz- oder fetthaltigen Lebensmittel nach Sprache

"In anderen Ländern wurden vereinzelt zusätzliche Steuern auf zucker-, salz- oder fetthaltige Lebensmittel eingeführt, um den Konsum zu steuern. Wären Sie mit der Einführung einer solchen Steuer voll, eher, eher nicht oder überhaupt nicht einverstanden?"

in % Stimmberechtigter

© gfs.bern, Monitor Ernährung und Bewegung, März - April 2022 (n jeweils ca. 1000)



Wie auch bereits bei der letzten Befragung sind lediglich 23 Prozent der Stimmberechtigten der Auffassung, dass eine zusätzliche Lebensmittelsteuer auf zucker-, salz- oder fetthaltige Produkte einen sehr bis eher grossen Einfluss auf den Konsum hätte. Hingegen schätzen drei Viertel der Befragten die Wirksamkeit einer Lebensmittelsteuer als nicht vorhanden oder eher klein ein.

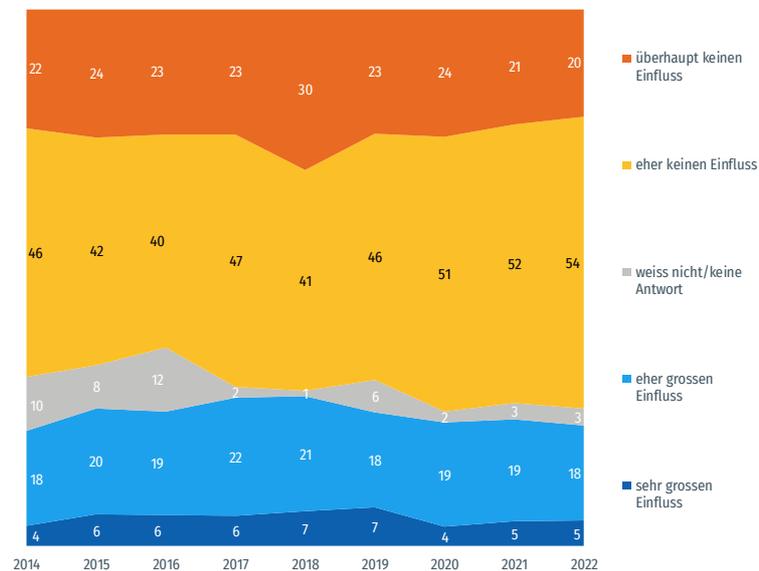
Grafik 34

### Einfluss Steuer auf zucker-, salz- oder fetthaltigen Lebensmittel

"Denken Sie, dass die Einführung einer zusätzlichen Lebensmittelsteuer Einfluss auf den Konsum von zucker-, fett- oder salzhaltigen Lebensmittel hat? Denken Sie solche Steuern hätten dabei einen sehr grosse Einfluss, einen eher grossen Einfluss, eher keinen Einfluss oder überhaupt keinen Einfluss?"

in % Stimmberechtigter

© gfs.bern, Monitor Ernährung und Bewegung, März - April 2022 (N jeweils ca. 1000)



Bereits bei einer vorgängig gestellten Frage, was die Wirtschaft oder die Lebensmittelherstellenden zur Förderung von einer ausgewogenen Ernährung und ausreichend Bewegung unternehmen können, zeigen die Antworten der Stimmberechtigten hin zu einfacheren und transparenten Informationen. Dies deckt sich mit dem Bedürfnis der Stimmberechtigten nach mehr Transparenz im Zusammenhang mit der Zuckerdeklaration: Insgesamt sind mit 93 Prozent fast alle der Meinung, die Branche solle aufhören, versteckten Zucker in die Fertiggerichte zu geben.

Ebenfalls eine hohe Zustimmung erhält die Aussage, dass genügend zuckerlose und zuckerreduzierte Alternativen vorhanden sind (81%).

Des Weiteren sind jeweils Mehrheiten der Meinung, dass eine Steuer ungerecht sei, da ärmere Menschen stärker belastet werden (78%), Ernährungsgewohnheiten nicht durch eine Steuer beeinflusst werden können (76%) und Auflagen der heimischen Industrie schaden und Arbeitsplätze vernichten würden (57%).

Obwohl für die Hälfte der Stimmberechtigten kein Unterschied zwischen dem Zucker in Schokolade und dem in Erfrischungsgetränken besteht, lehnt eine Mehrheit das Argument ab, dass eine Zuckersteuer für alle Lebensmittel gelten soll (56%). Nicht mehrheitsfähig sind zudem die Aussagen, eine zusätzliche Zuckersteuer schade den Produzenten und gefährde die Ernährungssicherheit (55% eher bis überhaupt nicht einverstanden) sowie Zucker sei gesundheitsschädigend und müsse staatlich eingeschränkt werden (64% eher bis überhaupt nicht einverstanden).

Grafik 35



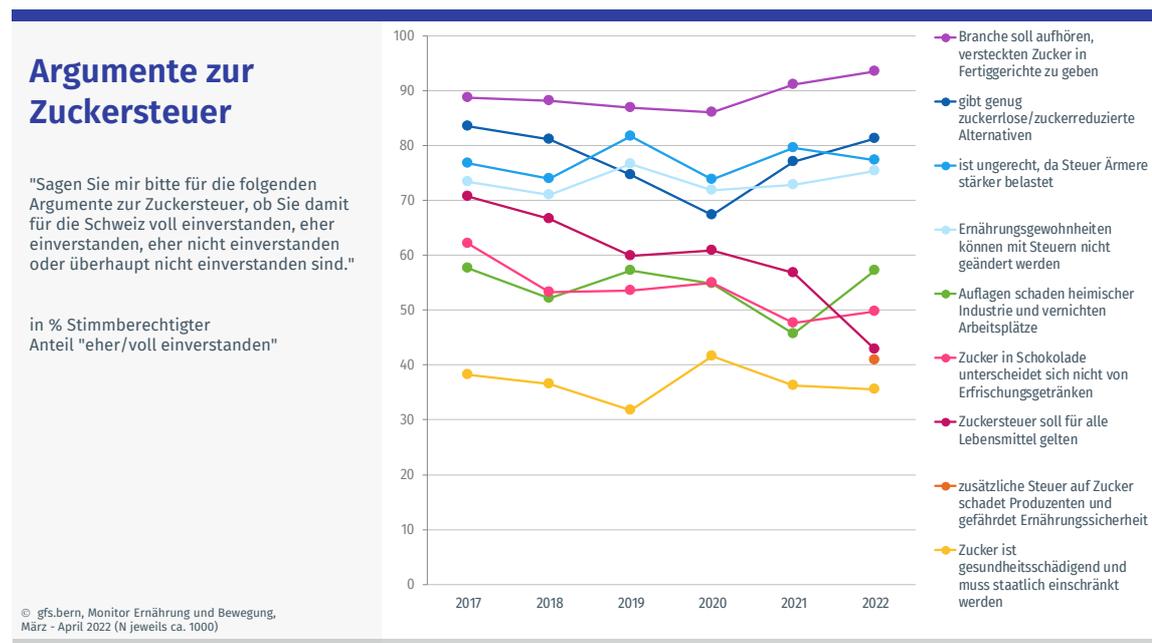
Vier Aspekte werden in der Entwicklung über die Zeit augenscheinlich: Das Argument, dass die Branche aufhören soll, versteckten Zucker in Fertiggerichte zu geben, hält sich seit Befragungsbeginn an oberster Stelle.

Nachdem 2020 die Zustimmung zum Argument, dass es genügend zuckerlose und zuckerreduzierte Alternativen gibt, unter die 70 Prozent Marke gefallen ist, wird in diesem Jahr wieder die 80 Prozent Marke erreicht.

Auch der Anteil an Personen, die sehr bis eher mit der Aussage einverstanden sind, Auflagen schaden der heimischen Industrie und vernichten Arbeitsplätze, befand sich im Jahr 2021 auf dem Tiefpunkt seit Befragungsbeginn. Im Vergleich zum letzten Jahr ist der Anteil wieder stark angestiegen und das Argument ist unter den Befragten aktuell wieder mehrheitsfähig.

Anders verhält es sich mit der Unterstützung zur Aussage, die Zuckersteuer solle für alle Lebensmittel gelten. Gerade im letzten Jahr sank der Anteil zustimmender Personen frappant und liegt momentan unter 50 Prozent.

Grafik 36



Jüngere Menschen sind von der Wirksamkeit von Interventionen eher weniger überzeugt als ältere Menschen. So stimmen Jüngere vermehrt den Aussagen zu, Ernährungsgewohnheiten können mit Steuern nicht geändert werden, Auflagen würden der heimischen Industrie schaden und Arbeitsplätze vernichten, sowie zusätzliche Steuern auf Zucker schaden Produzent:innen und gefährden so die Ernährungssicherheit.

Personen im Alter von 40 bis 64 Jahre sind in zwei Belangen anderer Meinung als ihre jüngeren und älteren Mitmenschen. Einerseits stimmen sie weniger deutlich zu, dass genügend zuckerlose und zuckerreduzierte Alternativen vorhanden sind. Andererseits bejahen sie in höherem Masse, Zucker in Schokolade unterscheidet sich nicht vom Zucker in Erfrischungsgetränken.

Alle Alterskategorien geben zu ähnlichen Anteilen an, eine Steuer sei ungerecht, da ärmere Menschen stärker belastet würden.

Grafik 37

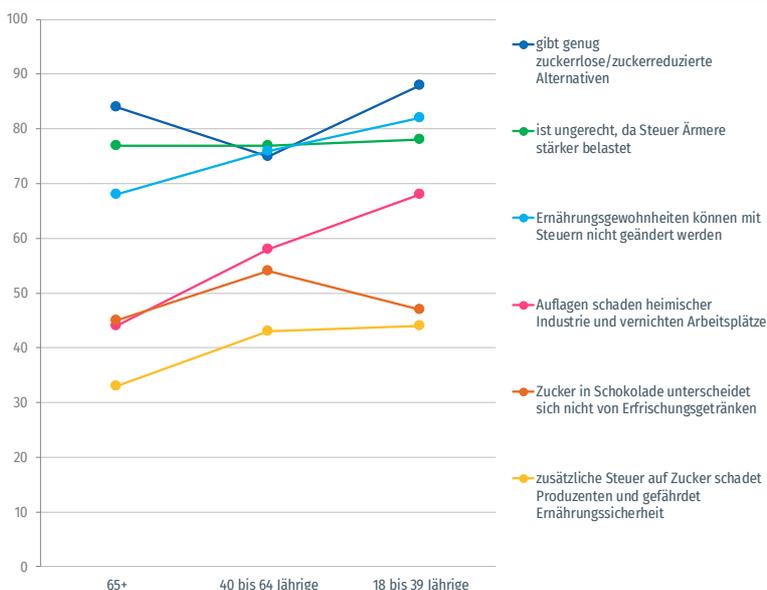
### Argumente zur Zuckersteuer nach Alter

#### Contra-Argumente

"Sagen Sie mir bitte für die folgenden Argumente zur Zuckersteuer, ob Sie damit für die Schweiz voll einverstanden, eher einverstanden, eher nicht einverstanden oder überhaupt nicht einverstanden sind."

in % Stimmberechtigter, Anteil sehr/eher einverstanden

© gfs.bern, Monitor Ernährung und Bewegung, März - April 2022 (N = 1002)



Auch bei den Argumenten für eine Zuckersteuer setzen jüngere weniger auf Interventionen als ältere Menschen. Während mit der Aussage, dass die Zuckersteuer für alle Lebensmittel gelten soll, noch knapp eine Mehrheit der Älteren sehr bis eher einverstanden ist, ist es bei den Jüngsten nur noch rund ein Drittel. Ebenfalls zeigt sich, je älter die Personen, desto häufiger wird angegeben, mit dem Argument einverstanden zu sein, dass Zucker gesundheitsschädigend ist und staatlich eingeschränkt werden muss.

Grafik 38

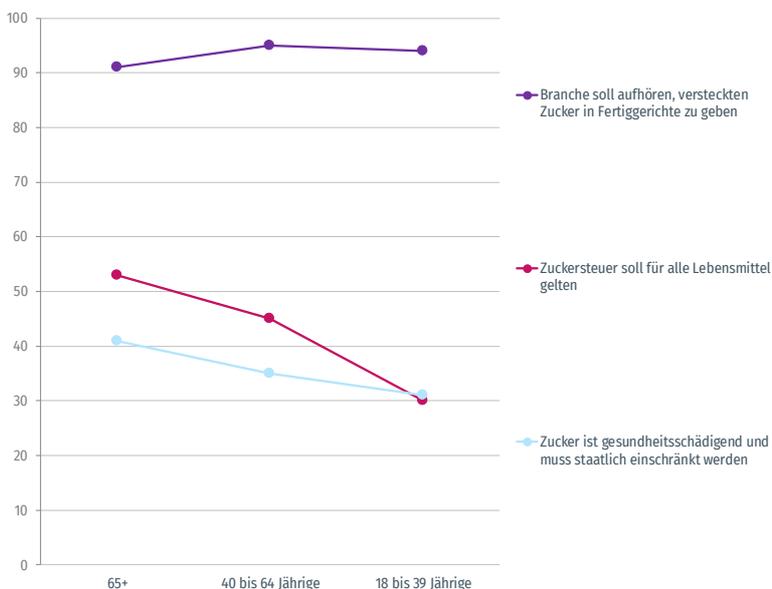
### Argumente zur Zuckersteuer nach Alter

#### Pro-Argumente

"Sagen Sie mir bitte für die folgenden Argumente zur Zuckersteuer, ob Sie damit für die Schweiz voll einverstanden, eher einverstanden, eher nicht einverstanden oder überhaupt nicht einverstanden sind."

in % Stimmberechtigter, Anteil sehr/eher einverstanden

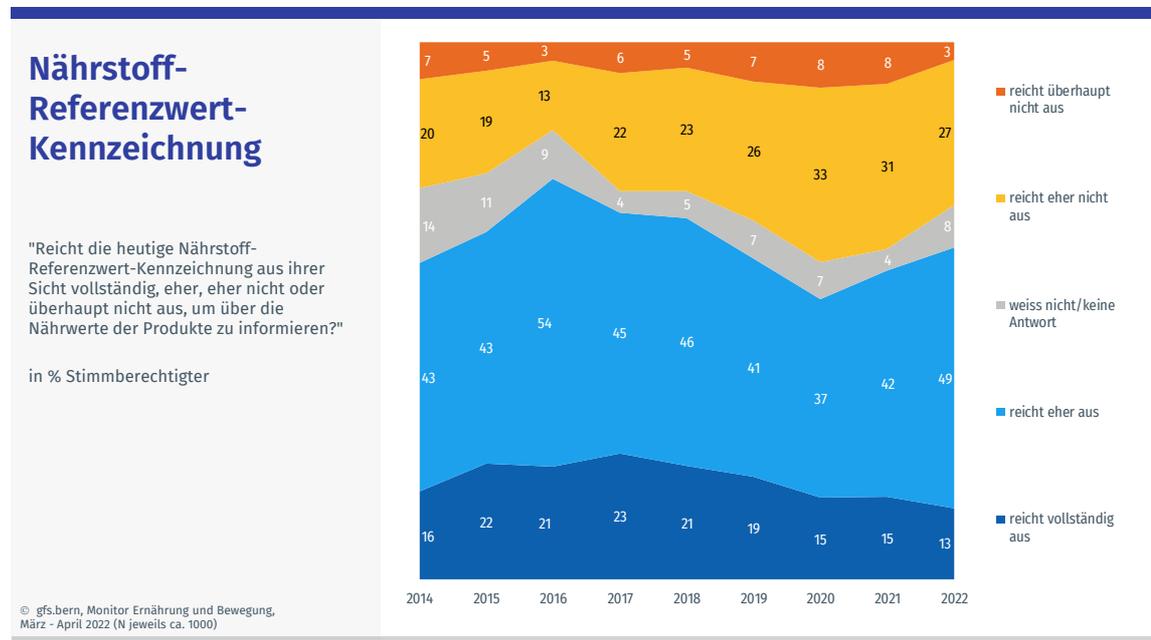
© gfs.bern, Monitor Ernährung und Bewegung, März - April 2022 (N = 1002)



## 11 Nährstoff-Referenzwert-Kennzeichnung

Die Entwicklung der Einstellung der Bevölkerung gegenüber der Nährstoffreferenzwert-Kennzeichnung fällt über die Jahre ambivalent aus. In den ersten Befragungsjahren (bis 2016) waren zunehmend mehr Stimmberechtigte der Meinung, dass diese für ihre Zwecke ausreichen würde. Ab 2017 hat sich das Meinungsbild jedoch in eine entgegengesetzte Richtung entwickelt, und immer mehr Leute gaben an, dass diese eher nicht ausreichen würde. Seit 2020 ist man wieder eher der Meinung, dass die bestehende Informationsform über Nahrungsmittelbestandteile auf den Produkten ausreichen würde. Es ist jedoch bezeichnend, dass sich diese Kehrtwende ins Positive nur beim Anteil Personen vollzieht, die der Meinung sind, die Kennzeichnung würde eher ausreichen. Der Anteil Stimmberechtigter, der die Ansicht vertritt, die aktuelle Nährstoff-Referenzwert-Kennzeichnung reiche vollständig aus, nimmt seit 2017 unverändert ab.

Grafik 39



Bis ins Jahr 2018 stieg der Anteil Stimmberechtigter, der die Nährstoff-Referenzwert-Kennzeichnung häufig oder ab und zu nutzte. Damals schien der Höchstwert aber (mindestens vorübergehend) erreicht und der Anteil Personen, der die Kennzeichnung nutzt, hat wieder abgenommen.

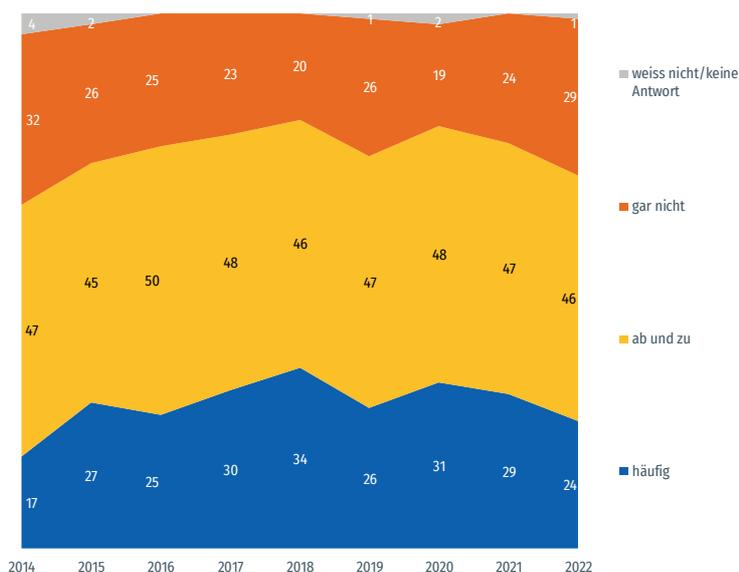
Tatsächlich geben heute ungefähr gleich viele Stimmberechtigte an, die Kennzeichnung zu nutzen, wie dies zu Beginn der Befragung 2014 der Fall war.

Grafik 40

### Nutzung Nährstoff-Referenzwert-Kennzeichnung

"Nutzen Sie selber die Nährstoff-Referenzwert-Kennzeichnung häufig, ab und zu oder gar nie?"

in % Stimmberechtigter



© gfs.bern, Monitor Ernährung und Bewegung, März - April 2022 (N jeweils ca. 1000)

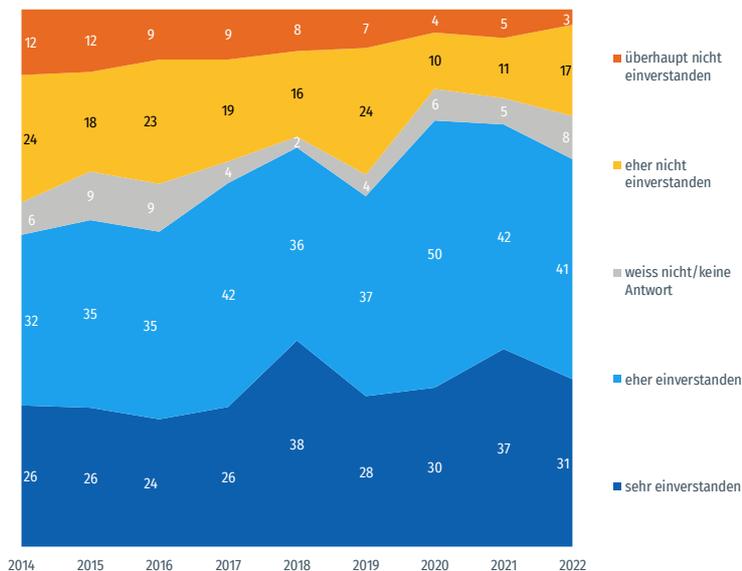
Die Einführung einer Farbkennzeichnung (Stichwort "Ampel-Kennzeichnung") als Alternative zur bestehenden Referenzwert-Kennzeichnung fand insbesondere ab 2016 immer mehr Unterstützung. Aktuell ist eher wieder eine Abnahme in der Zustimmung zu einer Einführung zu beobachten. Es ist jedoch zu früh, um von einer nachhaltigen Trendwende zu sprechen. Grundsätzlich bleibt auch heute eine klare Mehrheit (72%) einer Einführung gegenüber positiv gestimmt.

Grafik 41

### Farbkennzeichnung als Standard festsetzen per Gesetz

"Wären Sie sehr, eher, eher nicht oder überhaupt nicht einverstanden, wenn eine solche Farbkennzeichnung zu einem verpflichtenden Standard auf Gesetzesebene werden soll?"

in % Stimmberechtigter



© gfs.bern, Monitor Ernährung und Bewegung, März - April 2022 (N jeweils ca. 1000)

## 12 Synthese

In Thesenform fassen wir die Erkenntnisse des Monitors Ernährung und Bewegung wie folgt zusammen:

### BACK TO BASIC

#### Back to Basics: Sicherheit und Kosten statt Selbstverwirklichung

Die sorglosen Jahre sind vorbei: Nachdem es bis Ende der 2010er Jahre in Sachen Ernährung und Bewegung primär um Selbstverwirklichung und oft auch Selbstdarstellung ging, verschiebt sich der Fokus nun zurück zur Sicherstellung des Elementaren: Durch die Corona-Pandemie und neu auch den Krieg in der Ukraine rücken Sicherheit, Kosten und Versorgung auch im Zusammenhang mit Ernährung stärker in den Vordergrund.

### WENIGER BEWUSSTSEIN FÜR ERNÄHRUNGSFRAGEN

#### Generation Z: Wenig Bewusstsein über Ernährungsfragen

Während ältere Generationen eine relativ klare Vorstellung darüber haben, wie sie den zunehmenden Unsicherheiten begegnen wollen, fehlt insbesondere den Jüngsten eine konkrete Strategie. Den Notvorrat findet man unnötig, hohe Preise für lokale Güter ist man nicht bereit zu bezahlen; gleichzeitig will man vom Ausland unabhängig sein. Während Millennials sowie auch Ältere den Klimawandel als grösste Gefahr für die Ernährungssicherheit sehen, sind ausgerechnet die Jüngsten (Generation Z), die im Rahmen der "Fridays for Future"-Bewegung massgeblich dazu beitragen, dass das Thema in seiner Dringlichkeit wahrgenommen wird, die Generation, welche viel weniger einen Zusammenhang zwischen Klima und Ernährung sieht.

### STAATSINTERVENTIONEN ALS NORMALZUSTAND?

#### Krisenjahre machen staatliche Interventionen zum Normalzustand

Massnahmen, wie die Einführung einer Zuckersteuer, bleiben konstant der Wunsch einer Minderheit. Auch andere Eingriffe, wie eine Preiserhöhung für zucker-, fett- und salzhaltige Lebensmittel oder das generelle Verbot ungesunder Lebensmittel, sind nicht mehrheitsfähig. Dennoch setzt sich die, in den letzten Jahren beobachtete, leise Verschiebung in den Grundwerten hin zu einer grösseren Offenheit gegenüber staatlichen Massnahmen, Steuern und Gesetzen weiter fort. Die aktuellen Krisen (Corona und neu auch der Krieg in der Ukraine) dürften diese Akzeptanz weiter stärken, in dem sich nach bald drei Jahren diesbezüglich eine gewisse Normalität eingeschlichen hat.



## WER IST IN DER VERANTWORTUNG?

### Wer ist in der Verantwortung?

Das kollektive Interesse an und die Informiertheit über Ernährungs- und Bewegungsfragen sinkt in der Tendenz – angetrieben von einem fundamentalen Desinteresse insbesondere der jüngsten Generation – weiter. Zugleich wird Prävention, Aufklärung und Ernährungskunde als weniger wichtig empfunden. Während Vertreter:innen der Generation Y und älter eher dazu tendieren, ihrem wachsenden Desinteresse mit der Abgabe von Verantwortung an andere (beispielsweise an den Staat oder die Getränkebranche) zu begegnen, legen die Jüngsten eine fast schon libertäre Haltung an den Tag: Totale Eigenverantwortung, keine Steuern und Gesetze, Unabhängigkeit vom Ausland (aber keine höheren Produktionskosten im Inland). Die Konsument:innen selber sind verantwortlich, niemand sonst.



## EIN- KAUFSTOURISM US, EIN RANDPROB- LEM?

### Einkaufstourismus: Wenig Bezug, wenig Interesse

Die Stimmberechtigten der Schweiz haben eine grosse Präferenz für Unabhängigkeit und Versorgungssicherheit. Dennoch wird jährlich für rund 10 Milliarden Franken im nahen Ausland eingekauft. Das entspricht grob dem Betrag, den wir für die Landesverteidigung, für Bildung oder die Landwirtschaft ausgeben. Diese Vergleiche beeindrucken die Bevölkerung jedoch nicht. Es scheint der Bezug oder die Dringlichkeit zu fehlen. Ganz allgemein bleibt der Einkaufstourismus zwar ökonomisch ein bedeutendes Phänomen; auf der individuellen Ebene sind jedoch nur die wenigsten betroffen: Personen in Grenzregionen und mit tiefem Einkommen.



## ZUCKERSTEUER ALS MINDER- HEITSMASS- NAHME

### Zuckersteuer bleibt eine Massnahme der Minderheit:

Nur eine klare Minderheit kann sich mit der Idee einer Zuckersteuer anfreunden. Dieser Wert bleibt über alle Befragungsjahre konstant tief, und auch die Argumente, welche meinungswirksam sind, bleiben weitgehend dieselben bei einer vergleichsweise hohen Erklärungskraft. Unter diesen Voraussetzungen ist es für die Befürworter:innen äusserst schwierig, Terrain gut zu machen. Ein Auge sollte jedoch auf die einzelnen Sprachregionen und auf die Möglichkeit, die Branche zu spalten (einzelne Produkte speziell behandeln) gehalten werden.



## **Anstrengungen von Wirtschaft und Staat im Bereich Prävention revitalisieren**

Harte staatliche Interventionen und Steuern sind nicht beliebt. Massnahmen im Bereich Prävention und Aufklärung brauchen angesichts der neuesten Trends gerade bei Jungen nach der Pandemie dringend neuen Schwung.

## 13 Anhang

### 13.1 Untersuchungsansatz

Der Monitor Ernährung und Bewegung folgt bei der Analyse der Meinungsbildung dem **DISPOSITIONSANSATZ**. Dispositionen sind geformte – oder eben gebildete – Entscheidungsabsichten, die sich über eine Befragung besonders gut messen lassen. Bei der Voranalyse einer Volksabstimmung wäre die Stimmabsicht die Disposition, die interessiert. Beim vorliegenden Monitor stehen dagegen die Erwartungen an den Staat und die Lebensmittelbranche in Gesundheitsfragen sowie die Einstellung der Bevölkerung zu den Themen Ernährung und Bewegung im Vordergrund.

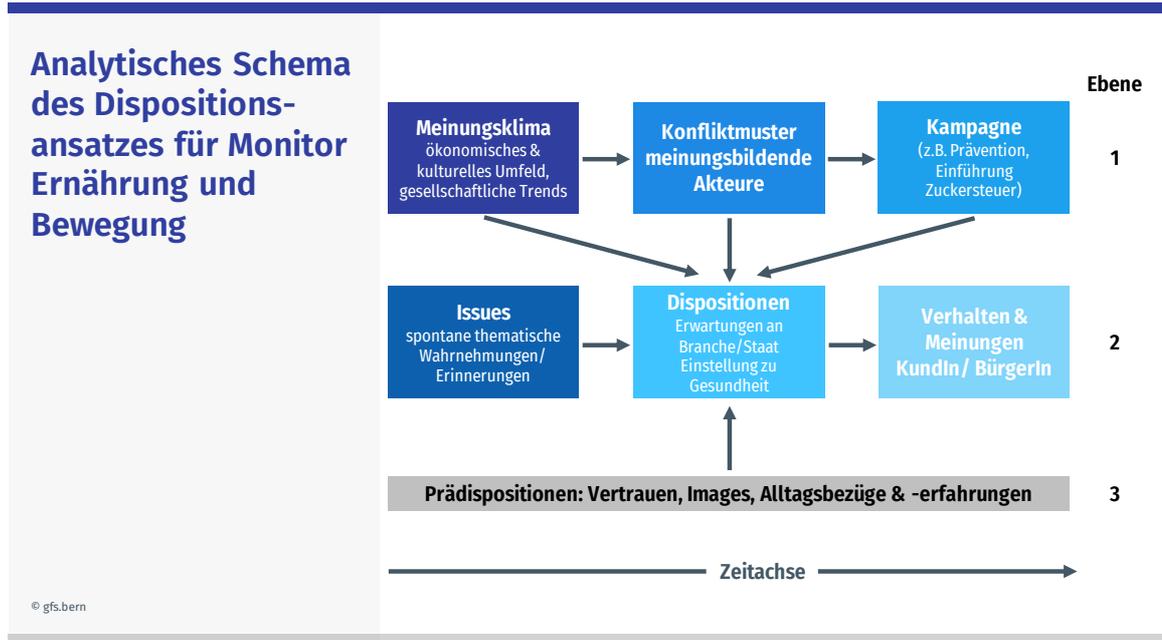
Der Dispositionsansatz bildet den Meinungsbildungsprozess unter Einbezug von **DREI VERSCHIEDENEN EBENEN** ab.

Grundlegend für die Dispositionen sind die sogenannten Prädispositionen auf **EBENE 1**. Bei Prädispositionen handelt es sich um persönliche Erfahrungen, Werte oder Merkmale wie der sozioökonomische Status einer Person. Sie bilden das Fundament der Meinungsbildung und sind im Werdegang jedes Individuums angelegt. Eine Person, die unter prekären ökonomischen Bedingungen aufgewachsen ist, wird durch diese Erfahrung geprägt, genauso wie jemand, der nach religiösen Grundsätzen erzogen wurde. Prädispositionen sind äusserst beständig und bilden einen dauerhaften Rahmen für die Beurteilung der (öffentlichen) Diskussion rund um Themen wie beispielsweise Ernährung und Bewegung. Je alltäglicher dabei ein Thema ist, desto stärker sind auch die Prädispositionen. Personen, die dagegen weniger in die Thematik involviert sind, neigen dazu, ihre Einstellung schneller zu ändern.

Der eigentliche Meinungsbildungsprozess ist auf **EBENE 2** abgebildet. Die Dispositionen werden durch Issues mitgeprägt. Issues sind Themen mit Bezug zur Kernfrage der Studie, die von der Bevölkerung wahrgenommen wurden und in Erinnerung blieben. Häufig werden Issues über klassische oder soziale Medien oder das nähere private respektive berufliche Umfeld einer Person transportiert. Aus den Dispositionen resultiert schliesslich ganz zum Schluss des Meinungsbildungsprozesses konkretes Verhalten, wie eben ein Stimm-, Kauf- oder Verhaltensentscheid.

**EBENE 3** trägt schliesslich dem Umstand Rechnung, dass die Meinungsbildung nicht unabhängig vom aktuellen gesamtgesellschaftlichen Kontext betrachtet werden kann. Die ökonomische und kulturelle Grundstimmung (z.B. Wirtschaftslage) und gesellschaftliche Megatrends (z.B. Verbreitung sozialer Medien) wirken auf die individuellen Dispositionen genauso wie auch auf das Konfliktmuster innerhalb der Elite. Die Eliten (Akteur:innen wie politische Parteien, Verbände, Konzerne oder auch die Verwaltung) wiederum wirken mit ihrem Verhalten direkt auf die Dispositionen oder tun dies gegebenenfalls indirekt über spezifische Kampagnen.

Grafik 42



## 13.2 gfs.bern-Team

---

### LUKAS GOLDER

Co-Leiter und Präsident des Verwaltungsrats gfs.bern, Politik- und Medienwissenschaftler, MAS FH in Communication Management, Dozent an der ZHAW

✉ [lukas.golder@gfsbern.ch](mailto:lukas.golder@gfsbern.ch)



Schwerpunkte:

Integrierte Kommunikations- und Kampagnenanalysen, Image- und Reputationsanalysen, Medienanalysen / Medienwirkungsanalysen, Jugendforschung und gesellschaftlicher Wandel, Abstimmungen, Wahlen, Modernisierung des Staates, gesundheitspolitische Reformen

Publikationen in Sammelbänden, Fachmagazinen, Tagespresse und im Internet

---

### CLOÉ JANS

Leiterin operatives Geschäft, Politikwissenschaftlerin

✉ [cloe.jans@gfsbern.ch](mailto:cloe.jans@gfsbern.ch)



Schwerpunkte:

Image- und Reputationsanalysen, Jugend- und Gesellschaftsforschung, Abstimmungen / Kampagnen / Wahlen, Issue Monitoring / Begleitforschung politische Themen, Medienanalysen, Gesundheitspolitische Reformen und Fragen, Qualitative Methoden

---

### ADRIANA PEPE

Junior Projektleiterin, Politikwissenschaftlerin

✉ [adriana.pepe@gfsbern.ch](mailto:adriana.pepe@gfsbern.ch)



Schwerpunkte:

Gesellschaftsforschung, direkte Demokratie, Abstimmungen, Energiepolitik

---



### **THOMAS BURGUNDER**

Wissenschaftlicher Mitarbeiter, Mathematiker

✉ [thomas.burgunder@gfsbern.ch](mailto:thomas.burgunder@gfsbern.ch)

Schwerpunkte:

Programmierung und Auswertung quantitative Projekte, Modellierungen, Visualisierungen, qualitative Datenanalyse

---



### **DANIEL BOHN**

Projektmitarbeiter, Fachinformatiker Anwendungsentwicklung

✉ [daniel.bohn@gfsbern.ch](mailto:daniel.bohn@gfsbern.ch)

Schwerpunkte:

Quantitative und qualitative Datenanalyse, Datenaufbereitung, Visualisierung

---



### **ROLAND REY**

Mitarbeiter Administration

✉ [roland.rey@gfsbern.ch](mailto:roland.rey@gfsbern.ch)

Schwerpunkte:

Desktop-Publishing, Visualisierungen, Projektadministration, Vortragsadministration

---

gfs.bern ag  
Effingerstrasse 14  
CH – 3011 Bern  
+41 31 311 08 06  
info@gfsbern.ch  
www.gfsbern.ch

Das Forschungsinstitut gfs.bern ist Mitglied des Verbands Schweizer Markt- und Sozialforschung und garantiert, dass keine Interviews mit offenen oder verdeckten Werbe-, Verkaufs- oder Bestellabsichten durchgeführt werden.

Mehr Infos unter [www.schweizermarktforschung.ch](http://www.schweizermarktforschung.ch)

**SWISS INSIGHTS**  
Institute Member

**gfs.bern**  
Menschen. Meinungen. Märkte.