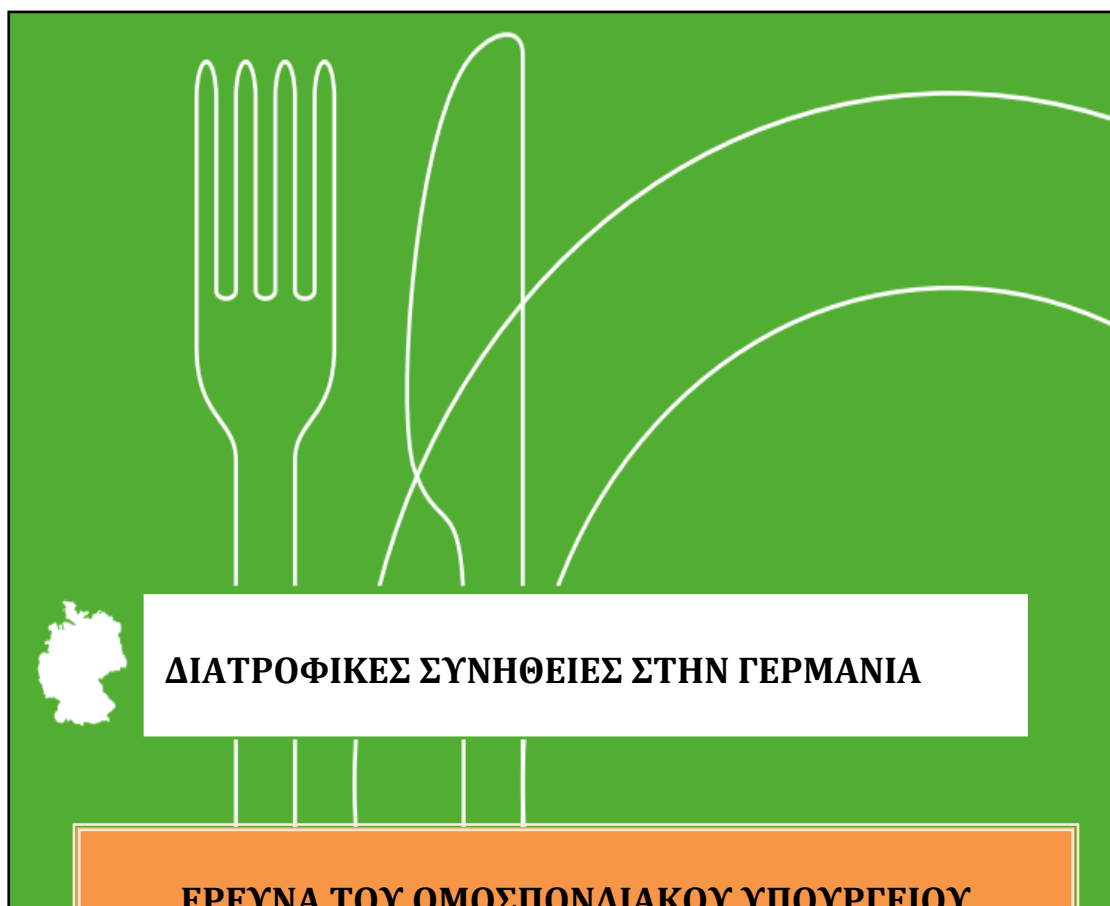




**ΠΡΕΣΒΕΙΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ ΒΕΡΟΛΙΝΟ**  
**ΓΡΑΦΕΙΟ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΙ ΕΜΠΟΡΙΚΩΝ ΥΠΟΘΕΣΕΩΝ**



**ΔΙΑΤΡΟΦΙΚΕΣ ΣΥΝΗΘΕΙΕΣ ΣΤΗΝ ΓΕΡΜΑΝΙΑ**

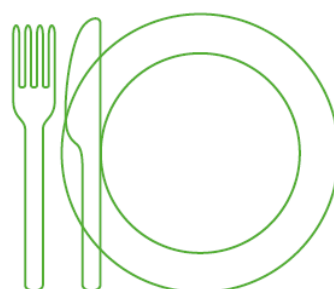
**ΕΡΕΥΝΑ ΤΟΥ ΟΜΟΣΠΟΝΔΙΑΚΟΥ ΥΠΟΥΡΓΕΙΟΥ  
ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ ΚΑΙ ΓΕΩΡΓΙΑΣ - 2017 & 2018**



**Μετάφραση/επεξεργασία Γρ. ΟΕΥ Βερολίνου, Σεπτέμβριος 2018**

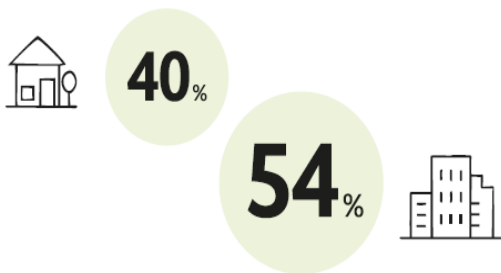
Η κάτωθι έρευνα, η οποία συνδυάζει τα αποτελέσματα ερευνών του Ομοσπονδιακού Υπουργείου Διατροφής και Γεωργίας για τα έτη 2017 και 2018 ([https://www.bmel.de/SharedDocs/Downloads/Broschueren/Ernaehrungsreport2017.pdf?\\_\\_blob=publicationFile](https://www.bmel.de/SharedDocs/Downloads/Broschueren/Ernaehrungsreport2017.pdf?__blob=publicationFile), [https://www.bmel.de/SharedDocs/Downloads/Broschueren/Ernaehrungsreport2018.pdf?\\_\\_blob=publicationFile](https://www.bmel.de/SharedDocs/Downloads/Broschueren/Ernaehrungsreport2018.pdf?__blob=publicationFile)), καταγράφει τις διατροφικές συνήθειες στην Γερμανία, αποτυπώνοντας σε ποσοστά τάσεις, προτιμήσεις και εξελίξεις στην διατροφή του πληθυσμού. Για την παρούσα έρευνα, η οποία διεξήχθη από το Ινστιτούτο Έρευνας της Κοινής Γνώμης forsa, ερωτήθη δείγμα πληθυσμού χιλίων περίπου πολιτών, ανδρών και γυναικών, άνω των 14 ετών. Οι ερωτήσεις που κλήθηκαν να απαντήσουν οι συμμετέχοντες αφορούσαν, τόσο τις διατροφικές, όσο και τις αγοραστικές τους συνήθειες, σχετικά με τα είδη διατροφής.

Για λόγους σύγκρισης και πληρέστερης καταγραφής, τα αποτελέσματα των δύο τελευταίων ερευνών, 2017 και 2018, παρατίθενται παράλληλα και συνοπτικά στις ακόλουθες ενότητες.



## ΔΙΑΤΡΟΦΗ ΚΑΙ ΠΡΟΕΤΟΙΜΑΣΙΑ ΓΕΥΜΑΤΩΝ

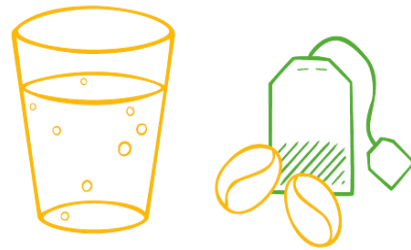
- 63% των γυναικών προτιμούν εύκολα και ταχείας παρασκευής γεύματα, ποσοστό που είναι αρκετά μεγαλύτερο σε σχέση με το αντίστοιχο των ανδρών (46%).
- 54% των κατοίκων μεγάλων πόλεων έναντι 40% μικρότερων πόλεων προτιμούν τα εύκολα και ταχείας παρασκευής γεύματα.



- Οι κάτοικοι των ανατολικών γεωγραφικών διαμερισμάτων διατρέφονται πιο υγιεινά σε σχέση με τους κατοίκους των δυτικών γεωγραφικών διαμερισμάτων, καθώς οι πρώτοι καταναλώνουν καθημερινά γλυκά, σε ποσοστό 11%, ενώ οι δεύτεροι σε ποσοστό 23%. Επίσης οι κάτοικοι των ανατολικών ομοσπονδιακών κρατιδίων Γερμανίας περιλαμβάνουν στα γεύματα

τους περισσότερα φρούτα και λαχανικά (82%) εν συγκρίσει με τους κατοίκους των δυτικών ομοσπονδιακών κρατιδίων(73%).

- Η κατανάλωση καφέ και τσαγιού προτιμάται από ανθρώπους μεγαλύτερης ηλικίας (60 ετών και άνω) σε ποσοστό που προσεγγίζει το 97%.



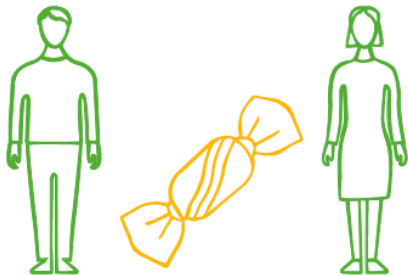
- Το 96% των γυναικών θεωρεί εξαιρετικά σημαντική την υγιεινή διατροφή σε σχέση με το 88% των ανδρών.



- Η πλειοψηφία των γυναικών εμφανίζεται πλέον ευσυνείδητη στις αγορές τους εν σχέσει με τους άνδρες. Οι γυναίκες προτιμούν προϊόντα με βιολογική σφραγίδα σε ποσοστό

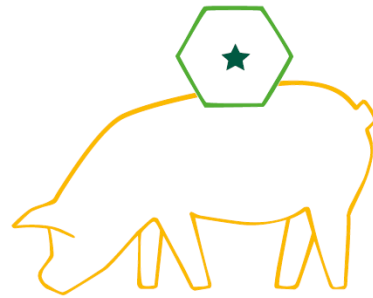
58% έναντι 39% των ανδρών, με σφραγίδα δίκαιου εμπορίου σε ποσοστό 52% έναντι 35% και ετικέτα για την ορθή μεταχείριση των ζώων σε ποσοστό 52% έναντι 40% αντιστοίχως.

- Ωστόσο περισσότερες γυναίκες απ' ό,τι άνδρες καταναλώνουν καθημερινά γλυκά, σε ποσοστό 20% και 17% αντιστοίχως.



- Σχεδόν το ήμισυ των ερωτηθέντων (47%), στην έρευνα του 2017, αγοράζει προϊόντα ζωικής προελεύσεως μεριμνώντας να προέρχονται από ζώα, τα οποία έχουν τύχει ορθής μεταχείρισης. Το 2015 το ποσοστό αυτό έφθανε το 1/3 (36%). Το 2017, η πλειονότητα των Γερμανών (90%) φέρεται διατεθειμένη να δαπανά περισσότερα χρήματα για προϊόντα ζωικής παραγωγής με πιστοποίηση ορθής μεταχείρισης των ζώων. Τα τρία τέταρτα των ερωτηθέντων (79%) θεωρούν σημαντική ή ιδιαίτερα

σημαντική την ύπαρξη αντίστοιχης ετικέτας.



- Η πλειονότητα των Γερμανών (71%) κατατάσσει τα προϊόντα φυτικής προέλευσης στις τροφές υψηλής διατροφικής αξίας και τα θεωρεί ιδιαίτερα σημαντικά.

#### ΓΕΥΣΗ ΚΑΙ ΥΓΙΕΙΝΗ ΔΙΑΤΡΟΦΗ

- Οι Γερμανοί προτιμούν το φαγητό τους πρωτίστως νόστιμο (99%) και κατά δεύτερον υγιεινό (89%). Το ήμισυ και άνω των ερωτηθέντων (55%) προτιμά απλή και γρήγορη προετοιμασία για τα γεύματά τους, ιδιαίτερα μεταξύ των ηλικιών 19-29 ετών (72%). Αντιθέτως, για ηλικίες άνω των 60, τα προπαρασκευασμένα γεύματα είναι ολιγότερο σημαντικά. Το ποσοστό των ανθρώπων, ηλικίας κάτω των 30 ετών, που προτιμούν προπαρασκευασμένα και κατεψυγμένα προϊόντα ανήλθε σε 41% το 2016, (άυξηση 9% έναντι 2015), ενώ το 2017

πάνω από το ήμισυ αυτών καταναλώνουν ευχάριστα κατεψυγμένη πίτσα ή άλλο προπαρασκευασμένο γεύμα (19-29 ετών: 60%, 14-18 ετών 54%).

- Στο καθημερινό διαιτολόγιο των Γερμανών καταναλωτών προηγείται το κρέας με ποσοστό 53%, έπονται ζυμαρικά με ποσοστό 38%, λαχανικά (20%), ψάρι (16%), σούπες (15%), πατάτες (14%) και πίτσα (13%).
- Οι μεγαλύτερης ηλικίας Γερμανοί καταναλωτές, είναι ιδιαιτέρως ευαισθητοποιημένοι σε θέματα υγιεινής διατροφής. Ενδεικτικό είναι ότι, η ηλικιακή ομάδα κάτω των 18 ετών θεωρεί σημαντική την υγιεινή διατροφή σε ποσοστό 81%, ενώ οι ηλικιωμένοι άνω των 60 ετών σε ποσοστό 96% αντιστοίχως.

#### **ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΜΑΓΕΙΡΕΜΑΤΟΣ ΣΤΑ ΝΟΙΚΟΚΥΡΙΑ**

- Σύμφωνα με την έρευνα (2018), η παρασκευή φαγητού στο σπίτι αποτελεί συχνή και ευχάριστη ενασχόληση για τα γερμανικά νοικοκυριά. Ειδικότερα,  $\frac{3}{4}$  των ερωτηθέντων άνω των 14 ετών δηλώνουν ότι μαγειρεύουν ευχάριστα. 43% μαγειρεύει σε

καθημερινή βάση, 38% μαγειρεύει δύο με τρεις φορές εβδομαδιαίως, ενώ μόλις το 6% μαγειρεύει 1 φορά την εβδομάδα και το 9% καθόλου. Επίσης, η διαφοροποίηση μεταξύ των φύλων εμφανίζεται σημαντική αναφορικά με τον χρόνο που διαθέτουν στην κουζίνα: 54% των γυναικών μαγειρεύει καθημερινά, ενώ αυτό ισχύει για μόλις το 31% των ανδρών. Επίσης 14% των ανδρών έναντι 3% των γυναικών δεν μαγειρεύουν ποτέ. Ως προς την ηλικία, 51% των ερωτηθέντων άνω των 60 ετών μαγειρεύει καθημερινά. Το ποσοστό ωστόσο αυτών που αντλούν ικανοποίηση από την μαγειρική στις ηλικίες αυτές είναι χαμηλότερο (66%), έναντι του αντιστοίχου ποσοστού στις ηλικίες από 19-29 ετών (76%).

- Ακόμη, ανάλογα με το μέγεθος του νοικοκυριού αλλάζει και η διάθεση για καθημερινή μαγειρική. Όσο μεγαλύτερο το νοικοκυριό, τόσο εντονότερη η διάθεση για μαγειρική και αντιστρόφως.



**ΠΟΣΟ ΣΥΧΝΑ  
ΜΑΓΕΙΡΕΥΟΥΝ ΟΙ  
ΓΕΡΜΑΝΟΙ;**

**73%**

δηλώνει ότι μαγειρεύει  
ευχάριστα

**38%**

2-3 φορές  
την  
εβδομάδα

**6%**

1 φορά την  
εβδομάδα

**43%**

καθημερινά

## ΠΟΥ ΓΕΥΜΑΤΙΖΟΥΝ ΟΙ ΓΕΡΜΑΝΟΙ; ΓΕΥΜΑΤΑ ΕΝΤΟΣ & ΕΚΤΟΣ ΣΠΙΤΙΟΥ

- Ποσοστό 69% των ερωτηθέντων μαγειρεύει και γευματίζει καθημερινά στο σπίτι. 43% αρέσκεται ενίοτε να καταναλώνει μικρά ή μεγάλα γεύματα εκτός οικίας: 23% των Γερμανών αγοράζει μικρογεύματα και έτοιμα ψωμάκια τουλάχιστον μία φορά τη βδομάδα, ενώ 20% γευματίζει τουλάχιστον μία φορά εβδομαδιαίως εκτός οικίας. 74% γευματίζει το λιγότερο μια φορά τον μήνα σε εστιατόριο, ενώ μόλις το 5% των ερωτηθέντων δεν γευματίζει ποτέ σε εστιατόριο.



- Όσον αφορά τους εργαζόμενους, 56% καταναλώνει γεύματα



των ερωτηθέντων γευματίζει εκτός σπιτιού τουλάχιστον μία φορά εβδομαδιαίως



των Γερμανών γευματίζουν σε εστιατόριο τουλάχιστον μία φορά τον μήνα

Στην έρευνα του 2017, σημειώθηκε μικρή αλλά ενδεικτική αλλαγή τάσης των Γερμανών προς την καθημερινή προετοιμασία γευμάτων. Το 2015 41% των Γερμανών μαγείρευε καθημερινά, ενώ το επόμενο έτος το ποσοστό μειώθηκε ελαφρώς στο 39%. Σχετικά σταθερό παρέμεινε το ποσοστό των ερωτηθέντων, οι οποίοι δεν μαγειρεύουν καθόλου (12% το 2015 έναντι 11% το 2016). Ποσοστό 89% της ηλικιακής ομάδας 14-18 ετών δηλώνει ότι μαγειρεύει ευχάριστα. Ως προς τη συχνότητα μαγειρέματος, ωστόσο, μόνο το 1/5 εξ αυτών μαγειρεύει καθημερινά, ενώ σχεδόν το 1/3 δεν μαγειρεύει καθόλου.

παρασκευασμένα στο σπίτι, 19% επισκέπτεται ταχυφαγεία, 13% καταναλώνει κάτι πρόχειρο και



γρήγορο, πχ από αρτοποιείο, και 4% γευματίζει κατά το μεσημεριανό διάλειμμα σε εστιατόριο. Τα έξοδα για μεσημεριανά γεύματα εκτός σπιτιού αυξήθηκαν κατά 1,10 Ευρώ, σε σχέση με το προηγούμενο έτος, από 6,20 Ευρώ σε 7,30 Ευρώ, με τους άνδρες να ξοδεύουν περισσότερα χρήματα (7,90 Ευρώ) απ' ό,τι οι γυναίκες (6,60 Ευρώ).

Στην Έρευνα του 2017, οι Γερμανοί προτιμούν στο μεσημεριανό γεύμα κατά την εργασία να καταναλώνουν φαγητό προετοιμασμένο από το σπίτι σε ποσοστό 57%, ενώ το 21% προτιμάει αγορασμένα, πρόχειρα γεύματα και μόλις το 5% επιλέγει να γευματίσει σε εστιατόριο. Επίσης, αξίζει να σημειωθεί ότι περίπου το 1/5 των Γερμανών δεν καταναλώνει καθόλου μεσημεριανό φαγητό (18%).

Οι άνδρες ξοδεύουν περισσότερα χρήματα για μεσημεριανό γεύμα (6,80€) σε σχέση με τις γυναίκες (5,40€). Οι μαθητές/μαθήτριες ξοδεύουν κατά μέσον όρο 7,80€ και οι φοιτητές/φοιτήτριες 4,90€.

#### ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ ΔΙΑΤΡΟΦΗ

- 72% των ερωτηθέντων καταναλώνει φρούτα και λαχανικά σε καθημερινή βάση και 65% γαλακτοκομικά προϊόντα, ενώ αλλαντικά και ψάρι καταναλώνονται καθημερινά μόνο από το ένα τρίτο των ερωτηθέντων (30%).
- Το 40% των καταναλωτών καταναλώνει καθημερινά φρέσκο γάλα. Το 91% των ερωτηθέντων καταναλώνει καθημερινά νερό. Τα ζεστά ποτά, όπως ο καφές και το τσάι, είναι ιδιαίτερος δημοφιλή στους Γερμανούς σε ποσοστό 84%, ενώ 24% καταναλώνει αναψυκτικά και χυμούς.





- Σχεδόν όλοι οι Γερμανοί (97%) αγοράζουν προϊόντα διατροφής βάσει κυρίως της γεύσης, χωρίς αυτό να αποτελεί το μοναδικό κριτήριο, αφού 55% εξ αυτών ελκύεται από τις προσφορές και εκπτώσεις που προσφέρονται στα καταστήματα. Το 78% των καταναλωτών θεωρεί σημαντικά τα προϊόντα διατροφής εγχώριας παραγωγής. Ειδικότερα, η προτίμηση για τοπικά προϊόντα είναι σαφέστερη στις γυναίκες (85%) σε σχέση με τους άνδρες (70%), καθώς και για τους ηλικιωμένους σε σχέση με τους νεότερους σε ποσοστό 86% και 63% αντίστοιχα.
- Το 57% επιλέγει τρόφιμα με κριτήριο την τιμή, καθώς και τις πληροφορίες που αναγράφονται στη συσκευασία του προϊόντος, όπως συστατικά και διατροφική αξία. Σε ποσοστό 41% οι καταναλωτές φροντίζουν να αγοράζουν τρόφιμα που φέρουν σφραγίδα σχετική με τον τρόπο παραγωγής. Ενδεικτικά, 79% των ερωτηθέντων, ανεξαρτήτως ηλικίας, θεωρεί σημαντική ή εξαιρετικά σημαντική την κρατική σφραγίδα ορθής μεταχείρισης των ζώων.
- Επίσης, περίπου τέσσερις στους πέντε καταναλωτές (79%) αποδίδουν ιδιαίτερη σημασία στις πληροφορίες επί της

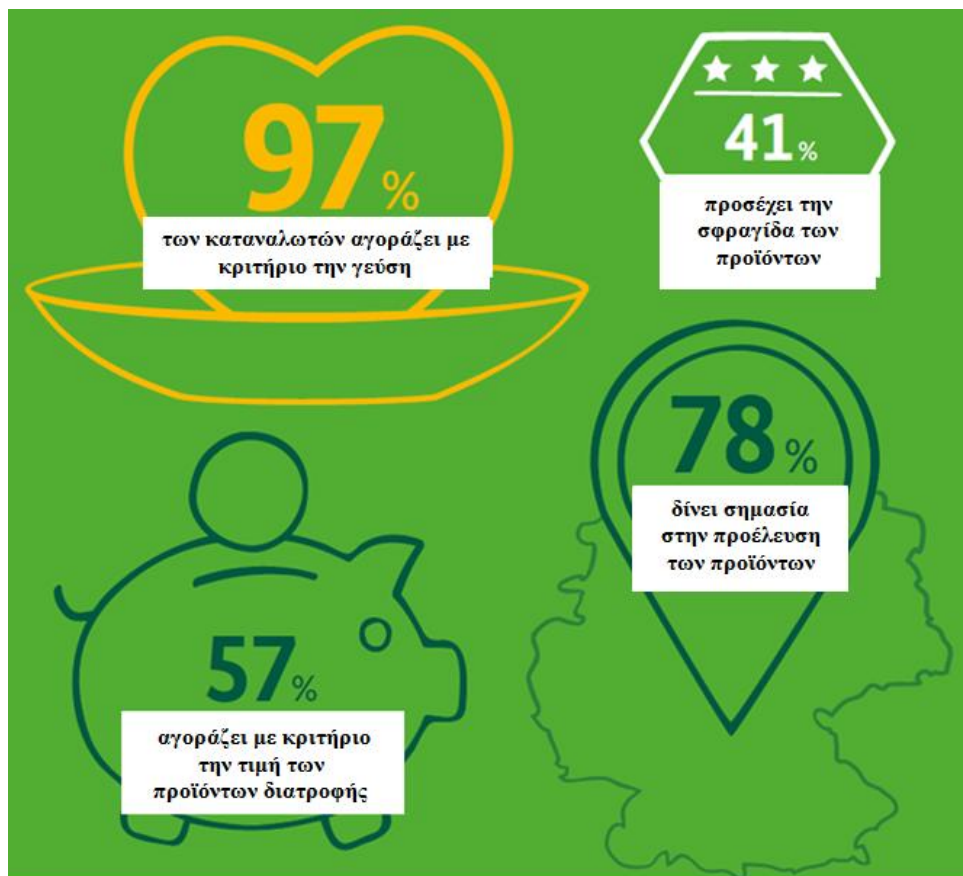


συσκευασίας, όπως συστατικά (79%), γεωγραφική προέλευση (79%), ενδεχόμενες προειδοποιήσεις (79%), διάρκεια ζωής του προϊόντος (73%), προειδοποιήσεις για αλλεργιογόνα συστατικά (67%)

- Επιπροσθέτως, σημαντικό ποσοστό των ερωτηθέντων καταναλωτών επιθυμεί την αναγραφή περισσότερων πληροφοριών σχετικά με τις συνθήκες μεταχείρισης των ζώων (85%), την χρήση βιώσιμων μεθόδων παραγωγής (82%), την τήρηση των κανόνων δίκαιου εμπορίου (84%) και την μη χρήση τεχνικών γενετικής

τροποποίησης (81%).

- Όσον αφορά τα προϊόντα που αποτελούν πλέον τάση στην σύγχρονη διατροφή, όπως οι υπερτροφές (superfoods), τα χορτοφαγικά προϊόντα (vegan) και ροφήματα από αλεσμένα φρούτα με ή χωρίς προσθήκη γαλάκτος (smoothies), τα αποτελέσματα διαφέρουν μεταξύ ανδρών και γυναικών: 51% του συνόλου, 55% των γυναικών και 47% των ανδρών, θεωρούν παροδική την «μόδα» των υπερτροφών. Αντιθέτως, το ένα πέμπτο των ερωτηθέντων (21%) θεωρεί ότι τα χορτοφαγικά προϊόντα δεν είναι



απλά μια διατροφική τάση. Ομοίως, τα προϊόντα χωρίς λακτόζη και γλουτένη έχουν παγιωθεί στην καταναλωτική συνείδηση της πλειονότητας των Γερμανών (73% και 81% αντιστοίχως)

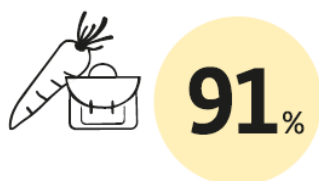


**Σημαντικές για τους καταναλωτές αναγραφόμενες πληροφορίες στην συσκευασία του προϊόντος:**



## ΠΗΓΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ ΤΩΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ

- Μολονότι όλο και περισσότεροι Γερμανοί αντλούν ενημέρωση επί θεμάτων διατροφής στο διαδίκτυο, το οποίο αποκτά δυναμική, το 69% των καταναλωτών εξακολουθεί να ενημερώνεται σχετικά με τα προϊόντα επιτοπίως στα καταστήματα και στην αγορά. 42% των καταναλωτών αντλεί πληροφορίες μέσω διαδικτύου και 21% επισκέπτεται διαδικτυακές πλατφόρμες αξιολόγησης των προϊόντων. 14% χρησιμοποιεί μέσα κοινωνικής δικτύωσης, κυρίως η ηλικιακή ομάδα έως 30 ετών σε ποσοστό που ανέρχεται σε 31%, ενώ άνω των 60 ετών το ποσοστό αγγίζει μόλις το 4%. Παράλληλα, 9 στους 10 (91% των ερωτηθέντων) αντιμετωπίζει θετικά την εισαγωγή μαθήματος σχετικά με την διατροφή στα σχολεία, ανεξαρτήτως εάν έχουν ή όχι παιδιά.



Το 2016, ως ακριβώς και το 2015, οι Γερμανοί τείνουν να χρησιμοποιούν πληθώρα μέσων πληροφόρησης. Άνω των τριών τετάρτων (78%) διαμορφώνουν άποψη αναφορικά με την ποιότητα απευθείας στο κατάστημα, ιδιαιτέρως οι καταναλωτές ηλικίας άνω των 60 ετών (81%). Άνω του ημίσεως (51%), και δη οι ηλικίες 45-59% (59%), ερευνά τα προϊόντα διαδικτυακώς. Αλλά και οι καταναλωτές της ηλικιακής ομάδας 60 και άνω ετών αναζητούν στις διαδικτυακές μηχανές αναζήτησης πριν ή κατά την αγορά (40%). Οι νέοι καταναλωτές χρησιμοποιούν προς ενημέρωση πρωτίστως διαδικτυακές πλατφόρμες ανταλλαγής απόψεων (forum) και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Κερδίζουν σταδιακώς σε σπουδαιότητα οι ετικέτες και οι σφραγίδες, γεγονός που επιβεβαιώνουν περί τα 2/3 των ερωτηθέντων (64% έναντι 60% το 2015). Ιδιαίτερη προσοχή επιστούν οι Γερμανοί στην ένδειξη ορθής μεταχείρισης (47% έναντι 36% το 2015). Τέσσερις στους πέντε ερωτηθέντες, μάλιστα, θεωρούν την εν λόγω κρατική ετικέτα σημαντική ή πολύ σημαντική.



## ΔΙΚΤΥΑ ΚΑΙ ΑΓΟΡΕΣ ΠΡΟΜΗΘΕΙΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ

- Σχεδόν το ήμισυ των καταναλωτών στην Γερμανία (49%) προτιμά να ψωνίζει σε κοντινά καταστήματα, τα οποία μπορεί να επισκεφθεί περπατώντας, ενώ 46% οδηγεί λιγότερο από 15 λεπτά για να διεκπεραιώσει τις αγορές σε είδη διατροφής.
- Σχεδόν τα 2/3 (64%) προτιμούν να πραγματοποιούν εξ ολοκλήρου τις αγορές στις υπεραγορές (σούπερ μάρκετ), 35% σε εκπτώτικες αλυσίδες σούπερ μάρκετ και μόλις το 30% αγοράζει προϊόντα διατροφής σε εξειδικευμένα καταστήματα. 68% προμηθεύεται τρόφιμα σε εβδομαδιαίες λαϊκές αγορές, πάνω από το ήμισυ των καταναλωτών αγοράζουν προϊόντα από παραγωγούς ή αγροτικά καταστήματα (54%) ή βιολογικά σουπερ μάρκετ (53%).
- Αντιθέτως, οι αγορές προϊόντων διατροφής από το διαδίκτυο δεν προτιμώνται από τους καταναλωτές με συντριπτικό ποσοστό 93%.

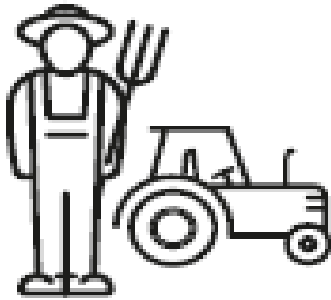
## ΤΟ ΚΟΣΤΟΣ ΤΗΣ ΟΡΘΗΣ ΜΕΤΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΤΩΝ ΖΩΩΝ

- Η πλειοψηφία (90%) των Γερμανών, ανεξαρτήτως φύλου και ηλικίας, δίνει έμφαση στην ορθή μεταχείριση των ζώων. Για ένα κιλό κρέας με πιστοποίηση ορθής μεταχείρισης των ζώων, αξίας 10 Ευρώ, 52% των ερωτηθέντων είναι διατεθειμένο να επιβαρυνθεί έως και 5€, 23% από 5 έως 10 Ευρώ, ενώ 6% είναι πρόθυμο να διαθέσει και περισσότερα από 10€.

Ομοίως στην έρευνα του 2017, οι καταναλωτές ήταν διατεθειμένοι να πληρώσουν παραπάνω προκειμένου να προμηθευθούν προϊόντα ορθής μεταχείρισης της πανίδας. Οι γυναίκες (90%) παρουσιάστηκαν περισσότερο ευαισθητοποιημένες επί του θέματος έναντι των ανδρών (85%). Η μέση τιμή ανά κιλό που θα πλήρωναν ανέρχεται στα 13,60 Ευρώ. Η τιμή του κρέατος παραγόμενου κατά τη συνήθη διαδικασία ανέρχεται στα 10 Ευρώ. Όσο νεότεροι οι ερωτηθέντες, τόσο προθυμότεροι εμφανίστηκαν σε ενδεχόμενη πρόσθετη επιβάρυνση. Διατίθεντο να δαπανήσουν μάλιστα έως και 14,70 Ευρώ το κιλό, την



στιγμή που οι καταναλωτές άνω των 60 δεν θα δαπανούσαν πλέον των 12,20 Ευρώ το κιλό.



### **ΟΙ ΠΡΟΣΔΟΚΙΕΣ ΤΩΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ ΑΠΟ ΤΗΝ ΑΓΡΟΤΙΚΗ ΠΑΡΑΓΩΓΗ**

- Η πλειοψηφία των Γερμανών καταναλωτών αναμένει όπως η γεωργική παραγωγή διασφαλίζει την επάρκεια, την ποιότητα και την ασφάλεια των προϊόντων. Τα 2/3 των ερωτηθέντων (66%) επιθυμούν ορθή μεταχείριση των ζώων, ενώ παράλληλα ιδιαίτερη σημασία αποδίδεται στην ποιότητα του προϊόντος (62%) και στην ίση αμοιβή μεταξύ των εργαζομένων διαφορετικού φύλου (59%). Επιπροσθέτως, οι Γερμανοί καταναλωτές επιθυμούν διαφανείς (39%) και περιβαλλοντικά φιλικές (48%) μεθόδους παραγωγής, καθώς και

προστασία των αγροτικών τοπίων (39%).

### **Η ΕΥΘΥΝΗ ΤΩΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ**

- Η πρωτοβουλία "Πολύ καλό για τον κάδο" σχετικά με την μείωση της σπατάλης και των απορριμμάτων που προέρχονται από τα προϊόντα διατροφής, έχει κατορθώσει να ευαισθητοποιήσει τους Γερμανούς καταναλωτές: 86% των ερωτηθέντων θεωρούν εαυτούς υπεύθυνους να συμβάλουν στη μείωση των απορριμμάτων που προέρχονται από τρόφιμα, 74% συμφωνεί ότι η προσπάθεια για μείωση της σπατάλης στην κατανάλωση τροφίμων αποτελεί ατομική ευθύνη του καταναλωτή, 63% αγοράζει ήδη με περισσότερη ευσυνειδησία, ενώ περισσότεροι από τους μισούς καταναλωτές φροντίζουν να χρησιμοποιούν τα υπολείμματα των προϊόντων με συνετότερο τρόπο, αποφεύγοντας τα απορρίμματα και εξοικονομώντας φυσικούς πόρους. Η απήχηση της εν λόγω πρωτοβουλίας μεταξύ του καταναλωτικού κοινού αυξάνεται συνεχώς, από 12% το

2014 ανήλθε σε 31% το 2018. Σχεδόν 840.000 άνθρωποι χρησιμοποιούν την εφαρμογή «Beste-Reste-App» του Ομοσπονδιακού Υπουργείου Διατροφής και Γεωργίας για την αξιοποίηση των απορριμμάτων. Αναλυτικότερα στοιχεία αναφορικά με τον τρόπο αξιοποίησης των υπολειπόμενων τροφίμων, περιλαμβάνει έρευνα του 2017. Ένας στους είκοσι απορρίπτει τα τρόφιμα μετά το πέρας της αναγραφόμενης ημερομηνίας ελάχιστης διατήρησης (5%). Τουλάχιστον 3/4 των ερωτηθέντων (76%) δοκιμάζουν εάν το προϊόν παραμένει εδώδιμο μετά το πέρας της αυτής ημερομηνίας. Περί το 1/5 αποφασίζει κατά περίπτωση (19%). Κυρίως οι νεαρής ηλικίας καταναλωτές τείνουν να ελέγχουν περισσότερο τα προϊόντα που καταναλώνουν (84%). 10% των νοικοκυριών με παιδιά απορρίπτουν απευθείας τα τρόφιμα με την λήξη τους, ενώ μόλις 3% τα νοικοκυριά χωρίς τέκνα. 9 στους 10 ερωτηθέντες (89%) δεν θεωρούν απαραίτητη

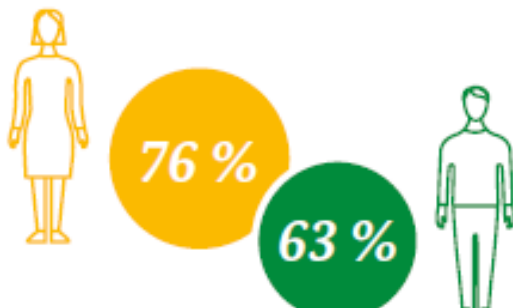
την αναγραφή της ημερομηνίας ελάχιστης διατήρησης στα τρόφιμα που δεν αλλοιώνονται, όπως το αλάτι. Στα ευπαθή προϊόντα η αναγραφή της ημερομηνίας λήξεως θεωρείται από τα 2/3 (70%) των ερωτηθέντων χρησιμότερη της ημερομηνίας ελάχιστης διατήρησης, η οποία συχνά προκαλεί σύγχυση.

#### **ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΤΟΥ ΤΡΟΠΟΥ ΜΕΤΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΤΩΝ ΖΩΩΝ**

- Στην έρευνα του 2017, τα 3/4 των Γερμανών (71%) διατείνονταν, ότι τα τρόφιμα παράγονται στην Γερμανία υπό καλές ή πολύ καλές συνθήκες, όσον αφορά την μεταχείριση των ζώων. Μολαταύτα, το 1/4 (24%) είχε διαφορετική άποψη. Ανάγκη βελτίωσης έβλεπαν οι ερωτηθέντες επίσης στο πεδίο της ευημερίας των ζώων, στην οποία 87% αποδίδει εξαιρετική σημασία, ενώ 82% θα επιθυμούσε και μεγαλύτερη διαφάνεια επί του θέματος, μέσω σφραγίδων και ετικετών. Ανάλογες είναι και οι απαιτήσεις έναντι των παραγωγών, όπου το αίτημα για ορθή μεταχείριση των

ζώνων κυριαρχεί (70%). Για δικαιότερη μεταχείριση κάνουν, στην έρευνα του 2017, πρωτίστως λόγο οι γυναίκες (76%) και δευτερευόντως οι άντρες (63%).

### Περισσότερες γυναίκες απ' ότι άνδρες θεωρούν σημαντική την ορθή μεταχείριση των ζώνων



### ΥΓΙΕΙΝΟΤΕΡΑ ΓΕΥΜΑΤΑ ΣΕ ΣΧΟΛΕΙΑ & ΝΗΠΙΑΓΩΓΕΙΑ

- Στην έρευνα του 2017 ιδιαίτερη μνεία έγινε στην σχολική διατροφή. Στο πλαίσιο του ολοήμερου σχολικού ωραρίου, πολλά παιδιά λαμβάνουν το μεσημεριανό τους γεύμα στο σχολείο. Προκειμένου να βελτιωθεί η ποιότητα των σχολικών γευμάτων, το 90% των Γερμανών επιθυμούν τον καθορισμό συγκεκριμένων, δεσμευτικών προδιαγραφών. Ποσοστό της τάξεως του 80%, θεωρεί ενδεδειγμένο μέτρο την

ευνοϊκότερη φορολογική μεταχείριση στο πεδίο των σχολικών γευμάτων. Ποσοστό 73% επιθυμεί μεγαλύτερη συμμετοχή γονέων και παιδιών στην διαμόρφωση του καθημερινού σχολικού διαιτολογίου. Σε όλα τα προηγούμενα ζητήματα οι κάτοικοι στην ανατολική Γερμανία εμφανίζονται περισσότερο αποφασιστικοί από τους κατοίκους της δυτικής Γερμανίας. 67% των ερωτηθέντων γονέων διατίθενται να πληρώσουν παραπάνω για βιολογικά σχολικά γεύματα. Στο θέμα αυτό, εντούτοις, πιο αποφασισμένοι διαφαίνονται οι Δυτικοί Γερμανοί (68% έναντι 60%), ως επίσης και οι κάτοικοι μεγαλουπόλεων 500.000 και πλέον κατοίκων.





## Η ΥΓΙΕΙΝΗ ΔΙΑΤΡΟΦΗ ΩΣ ΣΧΟΛΙΚΟ ΜΑΘΗΜΑ

- Η υγιεινή διατροφή συνιστά πρωτίστως ζήτημα ανατροφής, από την στιγμή όμως που το παιδί επισκέπτεται τον παιδικό σταθμό και το σχολείο, η ευθύνη για ισορροπημένο καθημερινό διαιτολόγιο διαμοιράζεται. Κατά την άποψη των ερωτηθέντων, το σχολικό σύστημα επιφορτίζεται με την σημαντική εκπαιδευτική υποχρέωση να εντάξει την σωστή διατροφή στην διδακτέα ύλη. Οι γονείς θεωρούν το μάθημα της διατροφής, συγκριτικά με τα Μαθηματικά, τα Γερμανικά ή τα Αγγλικά, σημαντικό ή πολύ σημαντικό

(σύνολο 89%). Πιο ένθερμοι για την εισαγωγή του νέου μαθήματος εμφανίζονται οι απόφοιτοι δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης (93%) εν συγκρίσει με τους ερωτηθέντες υψηλότερου μορφωτικού επιπέδου. Αξιοσημείωτο είναι επίσης ότι, άνθρωποι των 60 και άνω επιδοκιμάζουν περισσότερο το εν λόγω μάθημα για τις μελλοντικές γενεές (94%) από ό,τι οι υπόλοιπες ηλικιακές ομάδες.

