



Rabobank

Food Trend

Ungeschlagen: Apfel bleibt Lieblingsobst der Deutschen

FRANKFURT — 10. Juni 2021. An apple a day keeps the doctor away – das alte englische Sprichwort hat für die deutschen Verbraucher nach wie vor absolute Gültigkeit. Das zeigt der „Rabobank Food Navigator“: **63,3 Prozent der Befragten legten in der vergangenen Woche Äpfel in den Einkaufskorb, dicht gefolgt von Bananen (57,1 Prozent).** Erdbeeren stehen zum Saisonstart mit **45,4 Prozent** auf Platz drei. Zudem zeigt sich: Der Kauf von Obst ist auch eine Frage des Einkommens.



Unangefochtener Sieger: der Apfel

Egal ob Ost oder West, Stadt oder Land, Arbeitnehmer oder Rentner – die meisten Deutschen entschieden sich beim Obsteinkauf in der vergangenen Woche für den Apfel. Lediglich die jüngere Generation gibt der Banane den Vorzug: Für **67,6 Prozent** der Obstliebhaber, die noch in der Ausbildung sind, steht diese fruchtige Energiequelle auf Platz 1, bei den 18- bis 29-Jährigen sind es **66,0 Prozent**. Die Erdbeere wiederum steht bei den Älteren hoch im Kurs: Die Hälfte der Befragten über 65 Jahren (**51,6 Prozent**) hat in der vergangenen Woche Erdbeeren gekauft, mehr als jede andere Altersgruppe.

Abbildung: Der Apfel ist für zwei Drittel der Deutschen die Nummer eins im Einkaufskorb. Mehr als jeder Zweite entschied sich in der vergangenen Woche für Bananen. Knapp die Hälfte der Verbraucher kaufte außerdem Erdbeeren. („Rabobank Food Navigator“, Stand 2.6.2021)

Eine Frage des Geldbeutels

Dass der Kauf von Obst auch eine Frage des Einkommens ist, zeigt der Blick auf den Beschäftigungsstatus der Befragten: Während Arbeitnehmer und Selbstständige in der vergangenen Woche zu **63,6** und **66,9 Prozent** zum Apfel griffen, waren es bei den Erwerbslosen nur **54,3 Prozent**. Bei den Studenten kaufte ein Viertel (**25,1 Prozent**) überhaupt keine der genannten Obstsorten.

Familien sind Fruchtefans

Familien mit Kindern greifen insgesamt zu mehr Obst als Haushalte ohne Kinder. Knapp drei Viertel kauften Äpfel (**73,0 Prozent**), zwei Drittel (**66,1 Prozent**) entschieden sich für Bananen. Am wenigsten gekauft wurden Orangen (**17,6 Prozent**) und Kiwis (**19,8 Prozent**).

Presseservice

Laura Maria Kämz | fischerAppelt, relations GmbH | Tel. +49 (0)30 726 146 239 | Fax +49 (0)30 726 146 710 | Schönhauser Allee 148 | 10435 Berlin | Deutschland, www.fischerAppelt.de



Rabobank

Im Sommer beliebt: Beerenfrüchte

Derzeit stehen bei vielen Verbrauchern auch Beerenfrüchte auf der Einkaufsliste. Hier führen die Erdbeeren mit **45,4 Prozent** das Feld an, gefolgt von Heidelbeeren (**26,4 Prozent**) und Himbeeren (**19,6 Prozent**). Bei allen drei Obstsorten hat der Konsum seit Mitte April zugenommen. Den größten Sprung hat hier die Erdbeere gemacht: Kauften am 31. März noch **13,1 Prozent** der Verbraucher Erdbeeren, waren es vier Wochen später bereits mehr als doppelt so viele (**28,2 Prozent**), Tendenz weiter steigend. Auch dass die einst so beliebte Kiwi (**14,8 Prozent**) das Schlusslicht des Obst-Rankings bildet, unterstreicht die Haltung der deutschen Verbraucher zu regionalen und saisonalen Lebensmitteln: **72,3 Prozent** der befragten Verbraucher legen Wert darauf, dass Obst und Gemüse vor Ort produziert wurde und ohne lange Transportwege auskommt. So würden **64,2 Prozent** eher zur regionalen Tomate greifen, auch wenn sie konventionell angebaut wurde.

Selbst der Apfel belegt diese Entwicklung: Er landet umso seltener im Einkaufskorb, je weiter der Sommer voranschreitet. Waren es zum Start des „Rabobank Food Navigators“ im März noch 70,0 Prozent, so ist seine Beliebtheit aktuell auf 63,3 Prozent gesunken. Nur die tropische Banane ist von saisonalen Schwankungen ausgenommen: Sie hält sich seit März konstant bei knapp unter 60 Prozent.

Für die Erhebung der Daten kooperiert die Rabobank mit **Civey**, einem der führenden Unternehmen für digitale Markt- und Meinungsdaten in Deutschland. Die Umfragen sind repräsentativ und werden online durchgeführt. Dafür wurden seit dem 11. März schon mehr als 15.300 TeilnehmerInnen befragt. Die Stichprobengröße liegt bei über 5.000 Personen.

Die Details der Civey-Studienergebnisse schicken wir auf Anfrage gerne zu. Einfach eine E-Mail an rabobank@fischerappelt.de senden. Die Ergebnisse sind unter der Quellenangabe „Civey/Rabobank“ frei zur Veröffentlichung.

Banking for Food

Die genossenschaftliche Rabobank investiert gemäß ihrem Leitgedanken „Banking for Food“ in zukunftsweisende Projekte, die Lösungen für die globale Herausforderung der Ernährungssicherheit bieten. Zu den tragenden Säulen dieser Aktivitäten gehört neben dem Zugang zu Wissen und einem internationalen Netzwerk die Unterstützung mit finanziellen Mitteln. Jährlich fließen seitens der Rabobank dafür weltweit mehr als 65 Milliarden Euro in Unternehmen im Agrar- und Lebensmittelsektor.

Der Rabobank Food Navigator

Der Rabobank Food Navigator gewährt tiefe Einblicke in das Bewusstsein der Deutschen zum Thema Lebensmittel. Damit liefert die Rabobank gemäß ihrem Leitbild „Growing a better world together“ neue Impulse im Umgang mit Ressourcen und zu Fragen der Agrarwirtschaft sowie der

Presseservice

Laura Maria Kämz | fischerAppelt, relations GmbH | Tel. +49 (0)30 726 146 239 | Fax +49 (0)30 726 146 710 | Schönhauser Allee 148 | 10435 Berlin | Deutschland, www.fischerAppelt.de



Rabobank

Lebensmittelproduktion und -sicherheit. Die Daten werden regelmäßig von Civey erhoben, einem der führenden Unternehmen für digitale Markt- und Meinungsdaten in Deutschland.

Pressekontakt

Rabobank Presseservice

Laura Maria Kämz

fischerAppelt, relations GmbH

rabobank@fischerappelt.de

Presseservice

Laura Maria Kämz | fischerAppelt, relations GmbH | Tel. +49 (0)30 726 146 239 | Fax +49 (0)30 726

146 710 | Schönhauser Allee 148 | 10435 Berlin | Deutschland, www.fischerAppelt.de