



Food Trend

Bundestagswahl 2021: So wählt Deutschland beim Thema nachhaltige Landwirtschaft

FRANKFURT — 2. September. In drei Wochen entscheidet sich, wer die neue Bundesregierung stellen wird. Der Rabobank Food Navigator hat die Deutschen vorab gefragt, bei wem sie am ehesten die Verantwortung für eine nachhaltigere Landwirtschaft sehen – bei der Politik oder bei anderen Akteuren? **Überraschend: Die Politik steht nur auf Platz 3. Und die Finanzindustrie spielt aus Sicht der Verbraucher trotz des Booms grüner Geldanlagen bisher nur eine marginale Rolle.**

Am 26. September ist Bundestagswahl. Mit dem ersten Triell der Kanzlerkandidaten und der -kandidatin am vergangenen Wochenende ist der Wahlkampf in die heiße Phase gestartet. Unbestritten ist, dass die neue Regierung künftig zahlreiche schwierige Aufgaben anpacken muss. Die Frage, ob und wie die Klimaziele noch erreicht werden können, ist dabei nur eine von vielen Herausforderungen.

Doch welche Bedeutung hat nach Meinung der Verbraucher die Politik, wenn es um eine verantwortungsvolle, nachhaltige Landwirtschaft geht? Der Rabobank Food Navigator zeigt: Mehr als die Hälfte der Befragten (**57,0 Prozent**) sieht hier am ehesten die Landwirte in der Pflicht. Auf einem überraschenden zweiten Platz stehen die Verbraucher selbst: **47,6 Prozent** der Befragten haben sich für diese Option entschieden und sehen damit große Gestaltungsmöglichkeiten bei ihrem eigenen Kauf- und Konsumverhalten. Die Politik liegt mit zwei Prozentpunkten Abstand mit **45,5 Prozent** knapp dahinter auf dem dritten Platz. Danach folgen die Lebensmittelindustrie (**37,3 Prozent**) und mit großem Abstand der Einzelhandel (**14,8 Prozent**).

Die Bedeutung der Banken dagegen ist aus Sicht der Verbraucher marginal: Lediglich **1,5 Prozent** der Befragten messen den Banken im Bundesdurchschnitt Bedeutung beim Thema nachhaltige Landwirtschaft zu. Am ehesten sehen das die 30- bis 39-Jährigen und die 40- bis 49-Jährigen mit jeweils **3,0 Prozent**. Für die junge Generation zwischen 18 und 29 Jahren spielen die Banken beim Thema Nachhaltigkeit in der Landwirtschaft überhaupt keine Rolle (**0,0 Prozent**). Das zeigt, dass grüne Geldanlagen, die soziale, ethische und Umweltaspekte (ESG-Kriterien) berücksichtigen, und ihre Bedeutung – auch für die Landwirtschaft – noch nicht im Bewusstsein der Menschen angekommen sind.

So sieht es bei den Parteien aus

Der Blick auf die Wahlabsichten der Befragten legt unterschiedliche Schwerpunkte bei den jeweiligen Parteien offen: So sehen die Anhänger fast aller Parteien die Landwirte am ehesten in der Verantwortung, für mehr Nachhaltigkeit in der Landwirtschaft zu sorgen, ausgenommen die Grünen und die Linke. Den Verbraucher und seine Einflussmöglichkeiten sehen am ehesten die Wähler der FDP (**53,8**

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

Prozent) in der Verantwortung, dicht gefolgt von den Wählern der Grünen (**52,4 Prozent**) und der CDU/CSU (**50,8 Prozent**). SPD-Wähler folgen mit etwas Abstand (**47,4 Prozent**), während bei den Anhängern der Linken nur knapp ein Viertel (**24,3 Prozent**) und bei der AfD ein Drittel (**34,5 Prozent**) dem Verbraucher genügend Einfluss zugestehen.

Bei denjenigen, die die Politik am ehesten in der Verantwortung sehen, sind die Abstände größer: Während sich ein Drittel der CDU/CSU-Wähler (**31,0 Prozent**) für die Politik entscheidet, sind es bei denen der Grünen (**65,2 Prozent**) und der Linken (**65,4 Prozent**) mehr als doppelt so viele. Dazwischen liegen Wähler von SPD (**46,2 Prozent**) und FDP (**41,5 Prozent**).

Den Banken messen vor allem SPD-Wähler Bedeutung zu: Sie liegen mit **2,9 Prozent** vorne, danach folgen Wähler der Linken und der AfD mit jeweils **1,2 Prozent**. Am wenigsten glauben Wähler von CDU/CSU (**0,2 Prozent**) daran, dass die Verantwortung für eine nachhaltige Landwirtschaft bei der Finanzindustrie liegt.

Politik versus Verbraucher

Bei den Altersgruppen fällt auf, dass die Jüngeren die Hauptverantwortung bei der Politik sehen, während die Älteren eher auf den eigenen Einfluss als Verbraucher setzen: Die 18- bis 29-Jährigen entscheiden sich mit **58,2 Prozent** für die Politik und mit **39,0 Prozent** für den Verbraucher, bei den 30- bis 39-Jährigen sehen **49,7 Prozent** die Politik in der Verantwortung, während nur **33,9 Prozent** den Verbraucher vorne sehen. Die Menschen in der Lebensmitte zwischen 40 und 49 sehen Politik (**48,1 Prozent**) und Verbraucher (**47,6 Prozent**) etwa gleichauf.

Für die Erhebung der Daten kooperiert die Rabobank mit **Civey**, einem der führenden Unternehmen für digitale Markt- und Meinungsdaten in Deutschland. Die Umfrage zum Thema Verantwortung für eine nachhaltigere Landwirtschaft ist repräsentativ und wurde online durchgeführt. Dafür wurden am 24. und 25. August 2021 mehr als 2.800 TeilnehmerInnen befragt. Die Stichprobengröße liegt bei 2.500 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.

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

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 Lebensmittelproduktion und -sicherheit. Per interaktiver Deutschlandkarte liefert die Rabobank Insights, wie deutsche Verbraucher aktuelle Themen rund um verantwortungsvolle Lebensmittelproduktion, effiziente und effektive Lieferketten und bewussten Konsum bewerten. 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