

Neue Studien im Auftrag der Heinz Lohmann Stiftung

Essen in Deutschland: Wünsche und Wirklichkeit

Rechterfeld / Köln / Göttingen, den 04. September 2025. Ernährungs- und Einkaufsgewohnheiten wandeln sich ständig. Wie sich diese Veränderungen zeigen, wie es den Menschen damit geht und wie die Zukunft aussehen könnte, zeigt ein neues, großangelegtes Forschungsprojekt, das die Heinz Lohmann Stiftung beim Forschungsinstitut rheingold salon und der Universität Göttingen in Auftrag gegeben hat. Die Heinz Lohmann Stiftung vergibt seit vielen Jahren Forschungsaufträge im Umfeld von Landwirtschaft und Nahrungsmittelangeboten.

Die erste umfassende Studie „**Essen in Deutschland: Wünsche und Wirklichkeit – Gestern. Heute. Morgen**“ wurde unter der Führung des Psychologen Jens Lönneker, Gründer der Marktforschungsagentur rheingold salon und seinem Team konzipiert. Einbezogen wurden Forschungserkenntnisse über einen Zeitraum von vierzig Jahren. In zusätzlichen tiefenpsychologischen Interviews und statistisch repräsentativen Befragungen untersuchten die Forscher, was Menschen sich – auch unbewusst – rund um das Thema Essen wünschen und wie sie in Wirklichkeit damit umgehen.

Ein zweiter, flankierender Untersuchungsteil mit dem Titel „**Prognosen und Wirklichkeit: Einstellungen zu Lebensmitteln und Kaufverhalten 2006 im Vergleich zu 2025**“ wurde unter der Führung von PD Dr. med. Thomas Ellrott vom Institut für Ernährungspsychologie an der Universität Göttingen erstellt. Sie ist ein Update einer Studie aus dem Jahr 2006, die von dem renommierten Ernährungspsychologen Prof. Dr. Volker Pudiel entwickelt wurde. **Studie 1: Die Abkehr vom „Tischlein deck dich“ und die Entdeckung der Unsterblichkeit**

Beim Essen und Trinken geht es nie allein um das Stillen von Hunger und Durst, sondern immer auch um seinen psychologischen Sinn. Essen wird daher von kulturellen Regeln überformt. Seit mehr als einem halben Jahrhundert gewinnt die Sinnfrage in Deutschland noch einmal mehr an Raum, weil erstmals über eine solch breite Zeitspanne keine physische Not mehr herrscht und der Hunger erfolgreich bekämpft wurde. Der Tisch ist hierzulande immer gedeckt wie im Märchen vom „Tischlein deck dich“. Das muss aber nicht so bleiben. In der heutigen Zeit kann man das insbesondere auf den psychologischen Sinn des Essens beziehen. Das, was eben noch als ein wunderbarer gedeckter Tisch erscheint, erweist sich in einer anderen Perspektive als ungesunde Ernährung, die obendrein die Umwelt schädigt. Während 50 % der Befragten nicht vorhaben, in Zukunft beim Thema Essen und Trinken etwas zu ändern, erwarten aber 59 %, dass sie demnächst auf Vieles verzichten müssen. Dies kennzeichnet den Food-Konsum heute, der aktuell in einer Sinn-Krise steckt. Wie hat sich aber die Sinnkrise entwickelt und welche Lösungen zeichnen sich für die Zukunft ab? Die Studie unterscheidet drei Phasen der Sinnstiftung:

Essen und Trinken, um Familie und Gemeinschaft zu konstituieren

Die Phase der Nachkriegszeit war geprägt von festen Mahlzeiten, die für alle Familienmitglieder verbindlich waren. Das Miteinander stand fast mehr im Fokus als das Essen selbst, das oft in der Wiederholung klassischer deutscher Gerichte ohne allzu hohen Qualitätsanspruch bestand.

Essen und Trinken im Dienste von Vielfalt und Individualisierung

Die strengen Regeln des Essens wurden in Phase 2 mit zunehmender gesellschaftlicher Individual-

lisierung aufgebrochen und ermöglichten die Entwicklung einer enormen Vielfalt an Food-Angeboten, ganz nach der Devise „Tischlein deck dich“: Profane Food-Angebote sind dabei genauso erhältlich wie Fine Dining-Angebote. Die hedonistische Freude an einer blühenden Food-Vielfalt ist heute jedoch in einer Sinnkrise, weil sich ihre Kehrseiten in Form von gesundheitlichen und ökologischen Problemen zeigen. 62 % der Befragten sind in Bezug auf das Thema Ernährung nicht sonderlich zuversichtlich. Schuldzuweisungen an die Politik, die Produzenten oder an die Elternhäuser und Schulen sollen Verantwortliche für die Kehrseiten ausmachen. In der Folge geben eine Vielzahl von Ratgebern und Experten verschiedenste Empfehlungen, zwischen denen sich viele Menschen durchlaviieren. Das Verwirrende an diesen widersprüchlichen Empfehlungen zeigt sich in den Scores: 69 % der Befragten wünschen sich, genauer zu wissen, was richtig oder falsch ist bei der Ernährung.

Die Entdeckung der Unsterblichkeit

In der gerade beginnenden 3. Phase rückt die gesundheitliche Perspektive immer mehr in den Fokus. Für 87 % der Befragten sind bessere Möglichkeiten für die Zukunft, über Ernährung gesund und gut in Form zu bleiben, wichtig. Vom Body Shaping bis hin zur Achtsamkeit zeichnet sich das Ziel eines langen und erfüllten Lebens ab, das nun dem Essen und Trinken seinen maßgeblichen Sinn geben soll. Das Verständnis dieser „Longevity“ ist letztlich sehr ambitioniert und geht über das bekannte Maß einer gesundheitlichen Orientierung hinaus. Es geht im Grunde um Unsterblichkeit. Bestseller wie „How not to die“ oder die Netflix-Serie „Don’t die“, in der es sogar um „jünger werden“ geht, zeigen dieses neue Credo auf. Durch den Fokus auf die gesundheitliche Wirkung rücken die Inhaltsstoffe von Food-Produkten immer mehr in den Vordergrund. Anreicherungen mit Proteinen, Vitaminen, Mineralstoffe gewinnen ebenso an Attraktivität wie Angebotsformate, die eher aus der Medizin bekannt sind – Dragees, Sprays, Tropfen. Bestehende Food-Produkte werden in Zukunft immer mehr vor dem Hintergrund dieses Credos bewertet werden.

Studie 2: So haben sich Kaufverhalten und die Einstellung zu Lebensmitteln in den letzten zwei Jahrzehnten gewandelt

Lebensmittel mit gesundheitlichem Zusatznutzen, heute vor allem Muskelaufbau und Darmgesundheit, werden immer beliebter. Die Nachfrage nach Convenience-Produkten, die mittlerweile auch stark im Frische-Bereich/gesunde Convenience zu finden sind, steigt. Eine weitere große Veränderung zeigt sich in der Bewertung der Makronährstoffe Fett und Kohlenhydrate: Wurde 2006 hauptsächlich Fett als der Verursacher von Übergewicht angesehen, sind es heute die Kohlenhydrate. Entsprechend werden kohlenhydratreduzierte Diäten heute deutlich positiver bewertet. Gesundheit und Selbstoptimierung sind zentraler Bestandteil der Ernährung geworden.

Auch der Lebensmittel-Discount kommt heutzutage besser weg als früher, was die Qualität der Produkte betrifft. Eine massive Veränderung erfuhren Angebotskäufe: Während vor fast 20 Jahren 24 % der Befragten Lebensmittel nur deshalb kauften, weil sie im Angebot waren, so liegt dieser Wert inzwischen bei 55 %. Das ist dem Preisanstieg bei Lebensmitteln in den letzten fünf Jahren geschuldet, aber auch die Digitalisierung mit der Möglichkeit zu Preisvergleichen und zur Couponisierung spielt eine Rolle. Gleiches gilt für die neuen Einkaufs-Apps des Lebensmittel-Handels.

Generell lässt sich feststellen, dass bei den Einkaufsmotiven Qualität, ein niedriger Preis, Angebotsvielfalt, Bioprodukte sowie passend abgepackte Mengen und Markenprodukte für die Verbraucher gegenüber 2006 wichtiger geworden sind. Gesunken ist dagegen die Bedeutung der Frischetheke mit Bedienung im Supermarkt und von kundigem Fachpersonal. Gleich geliebt ist

dagegen die Feststellung, dass früher wie heute ein gutes Essen in angenehmer Umgebung eine hohe Bedeutung für die Lebensqualität der Menschen in Deutschland hat.

Ausblick aus den Forschungsprojekten:

Prognose: Gesundheit wird der maßgebliche Treiber für die zukünftige Ausrichtung der Ernährung. Psychologisch wird das Thema von Unsterblichkeitswünschen getrieben. Neue Konzepte wie personalisierte Ernährung bzw. Precision Nutrition oder das Selbstmonitoring des Stoffwechsels mit Hilfe intelligenter Sensoren/KI werden vermehrt in den Ernährungsalltag integriert werden. Anreicherungen mit Proteinen, Vitaminen, Mineralstoffen gewinnen ebenso an Attraktivität wie Angebotsformate, die eher aus der Medizin bekannt sind – Dragees, Sprays, Tropfen. Bestehende Food-Produkte werden in Zukunft immer mehr vor dem Hintergrund dieses neuen Gesundheits-Credos bewertet werden: Klassische Treiber wie Genuss, Convenience, Freude an der Angebotsvielfalt werden zwar weiterhin eine Rolle spielen, aber mit den Maßstäben des neuen Gesundheitscredos bewertet werden. Duchlavieren, Flexitarismus, Cheat Days werden Alltag.

Anhang Grafik: Übersicht im Zeitstrahl „Themen, Trends, Konflikte gestern bis heute“

Für weitere Presseinformationen

Heinz Lohmann Stiftung GmbH
Paul-Wesjohann-Str. 45
49429 Visbek-Rechterfeld
Mail: info@heinz-lohmann-stiftung.de

Forschungsinstitut rheingold salon GmbH & Co. KG
Hohe Straße 160 – 168
50667 Köln
Jens Lönneker
Mail: Loenneker@rheingold-salon.de
Tel: 0221 86 006 21

Universität Göttingen
PD Dr. med. Thomas Ellrott
Mail: thomas.ellrott@med.uni-goettingen.de
Tel: 0551 3967500

Über die Heinz Lohmann Stiftung:

Die PHW-Gruppe, der die Lohmann & Co. Aktiengesellschaft (Rechterfeld) angehört, gründete 1997 die gemeinnützige Heinz Lohmann Stiftung GmbH mit Sitz in Rechterfeld in Erinnerung an den Cuxhavener Firmengründer Heinz Lohmann (1901-1975). Die Stiftung fördert die Wissenschaft und Forschung über die Zukunft der Ernährung und des Ernährungsverhaltens sowie die Publikation ihrer Ergebnisse. Die Stiftungsgesellschaft dient ausschließlich und unmittelbar gemeinnützigen Zwecken. Die Stiftung vergibt ernährungswissenschaftliche Aufgaben an Diplomanden und Doktoranden. Sie unterstützt die wissenschaftliche Forschung an Hochschulen und Instituten und organisiert internationalen Wissenstransfer zu Stiftungsthemen.