



Presseinformation

Andechser Molkerei Scheitz präsentiert nationale Glücksstudie:

In Deutschland wird die Bedeutung von Ernährung und Umweltschutz deutlich unterschätzt

Andechs/München, November 2019: Was brauchen die Deutschen, um glücklich zu sein? Welche Rolle spielen Ernährung und Nachhaltigkeit dabei? Und was hat achtsamer Genuss mit Glück zu tun? Um das herauszufinden, hat die Andechser Molkerei Scheitz mit dem Meinungsforschungsinstitut Kantar (ehem. Kantar Emnid) in einer repräsentativen Erhebung mehr als 5.000 Personen in ganz Deutschland befragt. „Wir stellen aus Überzeugung in verantwortungsvoller und nachhaltiger Weise Bio-Milchprodukte höchster Qualität her – diese sind für uns wichtiger Baustein einer guten Ernährung und bewusster Genuss-Moment. Für uns war es daher von besonderem Interesse herauszufinden, wie die Verbraucher über diese Themen denken und ob Lebensmittel sie glücklich machen. Schließlich hat Ernährung einen entscheidenden Einfluss auf uns und unsere Umwelt,“ erklärt Geschäftsführerin Barbara Scheitz auf der Pressekonferenz am heutigen Mittwoch, 13. November, in München.

Die Ergebnisse wussten durchaus zu überraschen, denn: Achtsamkeit beziehen die Verbraucher in erster Linie auf sich selbst und das direkte persönliche Umfeld. Auch Achtsamkeit gegenüber Mitmenschen und gegenseitige Rücksichtnahme spielen eine Rolle. Äußere Faktoren wie Ernährung und Umweltschutz werden in der Studie für das persönliche Glücksempfinden kaum genannt. „Wir hatten nicht erwartet, dass die Bedeutung von Themen wie Umwelt und Ernährung für das Glücksempfinden so massiv unterschätzt wird“, sagt die auf Glück spezialisierte Psychologin Heidemarie Smolka, die die Studie fachlich betreut. „Und das, obwohl sie auf der gesellschaftspolitischen Agenda so weit oben stehen wie noch nie.“

Umwelt, Ernährung und Genuss nur mit geringem Glückseffekt

Das Empfinden von Glück hängt für die meisten Menschen laut der Untersuchung unteilbar mit der eigenen Person bzw. dem eigenen Körper zusammen. Der mit

Abstand wichtigste Maßstab, ob das eigene Leben als glücklich empfunden wird, ist der Faktor Gesundheit, der von 77% der Befragten genannt wird. Es folgen Freundschaft und Familie (69%), Sicherheit und Vertrauen (61%) sowie Freiheit und Selbstbestimmung (53%). Andere Aspekte werden hingegen deutlich weniger mit Glück assoziiert: Zwar sind viele Verbraucher durchaus naturverbunden (ein verantwortungsvoller Umgang mit Tieren und der Umwelt ist für 53% ein Teil achtsamen Verhaltens), einen Einfluss auf das persönliche Glück schreibt jedoch nur ein Drittel Umweltschutz und Nachhaltigkeit zu. Der Faktor Genuss hat sogar nur für 17% der Befragten eine Bedeutung für das individuelle Glücksempfinden. Die knappe Mehrheit der Deutschen genießt ihre Mahlzeiten zwar regelmäßig bewusst (55%), unmittelbar glücklich macht das aber nur die Wenigsten.

Achtsamkeit im Umgang mit Lebensmitteln: Für Tierwohl, gegen Food Waste

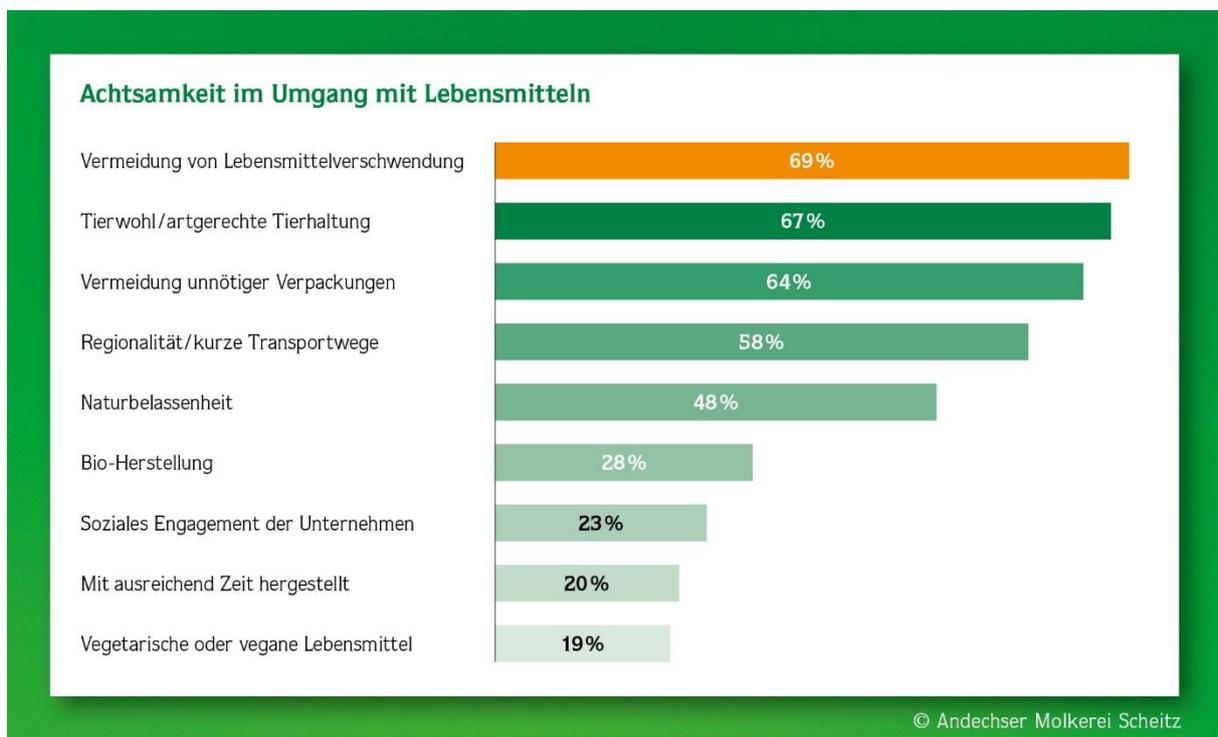
Auf die Frage, was achtsamer Umgang mit Lebensmitteln denn bedeute, nennen 69% der Befragten an erster Stelle: Lebensmittelverschwendung vermeiden. Für 67% der Studienteilnehmer ist eine artgerechte Tierhaltung wichtig. Weitere bedeutende Aspekte sind die Vermeidung unnötiger Verpackungen (64%) sowie der Verzehr regionaler Produkte mit möglichst kurzen Transportwegen (58%). Die Kriterien Bio-Herstellung (28%), soziales Engagement der Unternehmen (23%) und eine ausreichende Herstellungszeit (20%) werden weit weniger bedeutsam eingeschätzt.

Essen als Glückserlebnis: Anlass schlägt Geschmack und Herstellung

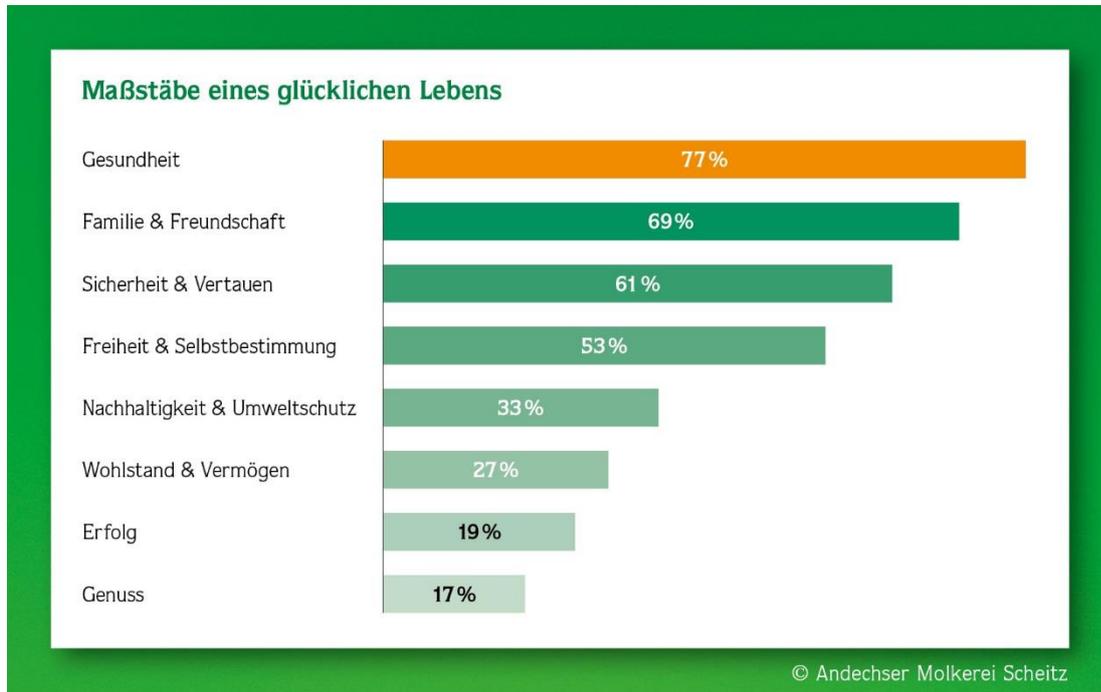
Doch wann genau wird aus einer Mahlzeit überhaupt ein Glücksmoment? Auch für diese Frage bringt die Untersuchung ebenso interessante wie unerwartete Erkenntnisse hervor, denn: Der Geschmack ist für die Verbraucher nicht das Wichtigste. 64% der Befragten sind der Ansicht, dass sie Glück vor allem dann verspüren, wenn sie zu einem besonderen Anlass oder in guter Gesellschaft essen. Mit 43% spielt der Geschmack hier nur eine nachrangige Rolle. Ob Lebensmittel umweltbewusst produziert wurden, interessiert nur 36% der Befragten, eine artgerechte Tierhaltung sogar nur 33%. „Die Erkenntnis, dass nicht nur Luxus-, sondern auch Alltagsprodukte für Glücksmomente sorgen können, ist noch zu wenig verbreitet“, analysiert Psychologin Heidemarie Smolka. „Achtsamkeit ist ein ganz wichtiger, oft vernachlässigter Schlüssel zum Glück.“

Sie lenkt den Blick in die Gegenwart und auf die kleinen Augenblicke des Alltags und macht damit Genuss überhaupt erst möglich. Das ist der sinnliche Aspekt von Glücksempfinden.“ Für Barbara Scheitz lautet das Fazit der Studienergebnisse: „Achtsames Essen, also bewusstes Genießen von Speisen, kann uns jeden Tag Glücksmomente schenken – Löffel für Löffel. Und wenn wir beim Einkauf die Entscheidung für ein nachhaltig produziertes Bio-Produkt treffen, das wir zudem genießen, gehen wir in ein achtsameres Verhalten gegenüber Mensch, Tier und Natur und können so das Glücksempfinden noch steigern.“

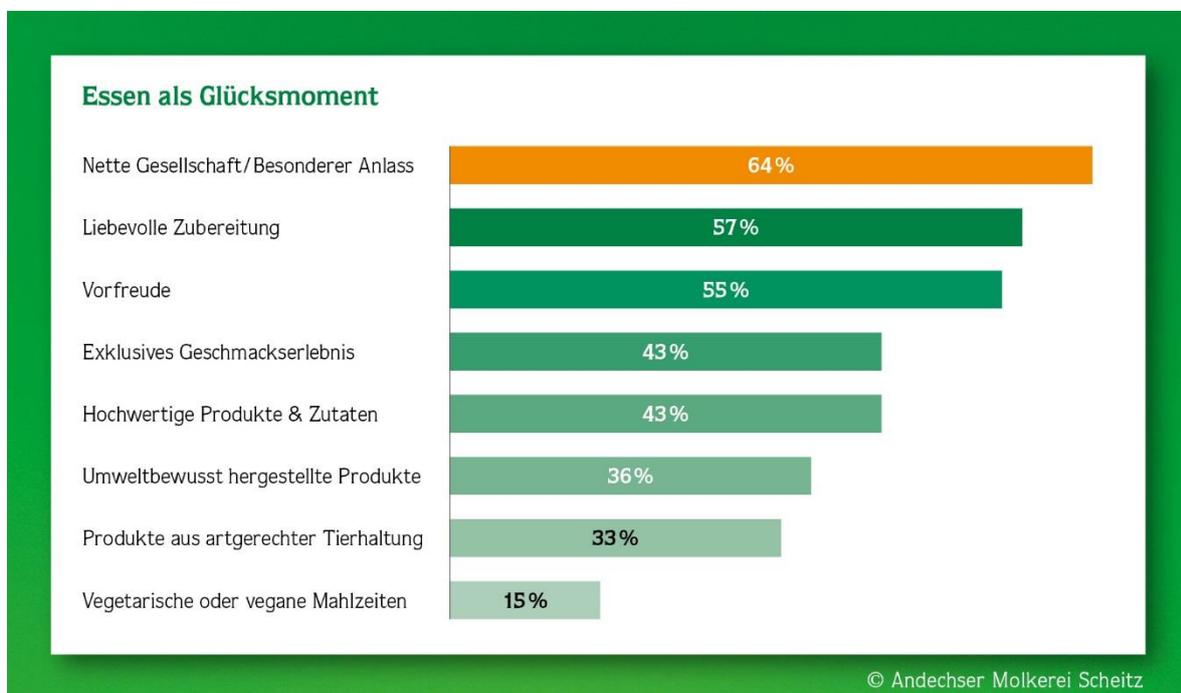
Diese Pressemitteilung zum Download sowie weiteres Material zur Studie finden Sie online unter: <https://www.andechser-natur.de/de/pressemappe>



Was verstehen Sie unter Achtsamkeit bei der Herstellung und dem Umgang mit Lebensmitteln? (N=5091; Mehrfachnennung möglich)



Welche der folgenden Aspekte sind für Sie persönlich Maßstäbe eines glücklichen Lebens? (N=5091; Mehrfachnennung möglich)



Wann werden Essen und Trinken für Sie zu einem Glücksmoment? (N=5091; Mehrfachnennung möglich)



Pressekontakt:

ANDECHSER MOLKEREI SCHEITZ GMBH

Stefanie Miller
Biomilchstr. 1
D - 82346 Andechs
Tel.: +49/81 52/37 93 45
Fax: +49/81 52/37 92 01
s.miller@andechser-molkerei.de

Die Andechser Molkerei Scheitz GmbH

Die Andechser Molkerei Scheitz ist ein moderner, mittelständischer und inhabergeführter Familienbetrieb mit Sitz in Oberbayern. Das Produktsortiment der Bio-Molkerei aus Andechs reicht vom feinsten Jogurt über fruchtig-frische Jogurt drinks bis hin zum herzhaftesten Käseschmankerl und einer feinen Auswahl an Ziegenmilchprodukten.

Die ANDECHSER NATUR Bio-Produkte werden – getreu dem Credo „Natürliches natürlich belassen“ – ausschließlich aus besten Rohstoffen, ohne künstliche Zusatzstoffe, ohne Aromen und ohne gentechnisch veränderte Substanzen hergestellt. Dabei verarbeitet das Unternehmen jährlich ca. 120 Mio. kg Kuhmilch und etwa 10,2 Mio. kg Ziegenmilch. Die wertvolle Bio-Milch liefern insgesamt 642 verbandszertifizierte Bio-Milchlieferanten in einem Umkreis von 160 km, mit denen die Molkerei vertrauensvoll und in einer „Partnerschaft auf Augenhöhe“ zusammenarbeitet.

www.andechser-natur.de