

## HINTERGRUNDINFORMATION



### Hintergrund zu Untersuchungsergebnissen

## Wesentliche Fakten zum Frühstücksverhalten

### 1. metrix Lab-Untersuchung<sup>1</sup>

#### Häufigkeit des Frühstücksverzichts

- 6 Prozent der deutschen Bevölkerung verzichten auf ein Getränk und eine Mahlzeit zum Frühstück.
- Eine Mahlzeit nehmen nur 84 Prozent der in Deutschland Befragten zu sich. Bei 11 Prozent der Befragten besteht das Frühstück lediglich aus einem Getränk.
- Damit gehört die Bevölkerung in Deutschland im europäischen und internationalen Vergleich zu den führenden Frühstücksmuffeln. Nur die Menschen in Australien (7 Prozent) sowie Saudi Arabien (7 Prozent) frühstücken weniger. Deutschland ist gleich auf mit den Engländern (6 Prozent). In anderen europäischen Nachbarländern wie Frankreich (4 Prozent), Italien (3 Prozent) oder Polen (3 Prozent) wird öfter gefrühstückt.
- Auch unter Kindern und Jugendlichen ist der Anteil derjenigen hoch, die kein Frühstück zu sich nehmen. So verzichten 15 Prozent der Kinder bis 12 Jahren sowie 12 Prozent der 13- bis 24-Jährigen darauf.

#### Gründe für den Frühstücksverzicht

- Als Grund für den Verzicht auf ein Frühstück geben die Befragten in Deutschland an, dass sie grundsätzlich nie frühstücken (21 Prozent), dass sie keine Zeit haben (20 Prozent) und dass sie nichts essen möchten, weil ihnen nicht danach zumute ist (17 Prozent).
- Auffällig ist, dass den Befragten in Deutschland im internationalen Vergleich nur selten nicht nach einem Frühstück zumute (17 Prozent) ist. Zugleich haben sie aber überdurchschnittlich oft keine Zeit für ein

Frühstück (20 Prozent). Das heißt: Die Befragten in Deutschland würden durchaus etwas frühstücken, aber die fehlende Zeit hindert sie daran.

- Unter den Kindern bis 12 Jahren über alle Länder hinweg liegt der Grund für den Frühstücksverzicht zu 21 Prozent darin, dass ihnen nicht danach zumute ist, etwas zu essen. Damit ist das der Hauptgrund für den Frühstücksverzicht. 18 Prozent der Nicht-Frühstücker bis 12 Jahren geben an, dass sie lieber zu einem späteren Zeitpunkt etwas frühstücken und 17 Prozent frühstücken grundsätzlich nie. Weitere Gründe, die sich alle auf die wenig zur Verfügung stehende Zeit am Morgen beziehen, sind, dass die Kinder lieber länger schlafen (15 Prozent), keine Zeit haben (12 Prozent) und dass der Morgen zu hektisch ist (8 Prozent).

### **Dauer und Ort des Frühstücks**

- 38 Prozent der Bevölkerung in Deutschland nehmen sich für das Frühstück maximal 15 Minuten Zeit. Vor allem an Arbeitstagen fällt die erste Mahlzeit knapp aus: 44 Prozent frühstücken dann maximal 15 Minuten. Am Wochenende sind es hingegen 22 Prozent. 47 Prozent frühstücken dann zwischen 15 und 30 Minuten und 32 Prozent sogar mehr als 30 Minuten.
- 87 Prozent der Frühstücker in Deutschland nehmen die erste Mahlzeit bevorzugt zu Hause ein. Doch mit 13 Prozent Außerhaus-Frühstückern liegt der Anteil über dem internationalen Vergleich, in dem es durchschnittlich 10 Prozent der Befragten sind.
- Auch bei Kindern bis 12 Jahren ist dieser Trend ersichtlich: Von ihnen frühstücken lediglich 89 Prozent zu Hause, während es in anderen Ländern wie beispielsweise in den europäischen Nachbarländern England und Frankreich 96 Prozent und in Italien 95 Prozent sind. Das heißt im Umkehrschluss, dass in Deutschland 11 Prozent der jungen Befragten bis 12 Jahren außer Haus frühstücken.

### **Frühstücksbestandteile**

- Die befragte Bevölkerung in Deutschland bevorzugt neben Brot (84 Prozent), Milchprodukten (74 Prozent) und Früchten (38 Prozent) sowie weiteren süßen Frühstückskomponenten (43 Prozent) auch herzhaftere Frühstückskomponenten (47 Prozent), warme Speisen (27 Prozent) und Gemüse (11 Prozent) sowie Müsli (18 Prozent) und Cerealien (11 Prozent).
- Unter den 6- bis 12-jährigen Kindern essen 45 Prozent Cerealien zum Frühstück. Bei den insgesamt unter 18-Jährigen sind es 44 Prozent.

- Bei Müsli liegt der internationale Durchschnitt bei 7 Prozent und bei Cerealien bei 29 Prozent. Vor allem bei den Europäern (aber auch bei allen Befragten weltweit), die sich nur wenig Zeit für ein Frühstück nehmen, sind Cerealien besonders beliebt.

## 2. Nestlé Studie 2011<sup>2</sup>

- 14 Prozent der Befragten mit Kindern im Haushalt frühstücken gar nicht.
- 9 Prozent aller Befragten frühstücken nicht zu Hause.
- Nur 41 Prozent der Befragten mit Kindern im Haushalt frühstücken unter der Woche gemeinsam. Das heißt, über die Hälfte der Eltern in Deutschland nimmt sich nicht die Zeit, gemeinsam mit ihren Kindern zu frühstücken.
- Die Befragten mit Kindern im Haushalt stellen folgende Anforderungen an ein Frühstück: 43 Prozent nutzen es um Energie zu tanken und Kraft zu sammeln; 25 Prozent legen Wert darauf, dass es gesund ist; für 40 Prozent muss es lecker sein und gut schmecken; 20 Prozent frühstücken aus Genuss; 33 Prozent nutzen die Zeit, um sich zu unterhalten und Gespräche zu führen; 47 Prozent haben dabei einen festen Ablauf und feste Gewohnheiten.

## 3. Weitere Untersuchungen

- 66 Prozent der Eltern mit Kindern unter 16 Jahren legen heute Wert auf eine gesunde Lebensweise ihrer Kinder. Nur 33 Prozent sagen, dass ihre Eltern darauf achten.<sup>3</sup>
- Damit wollen die Mütter ihren Kindern etwas Gutes tun. Doch 59 Prozent der gestressten Mütter mit Kindern bis 16 Jahren stresst zugleich der eigene Anspruch, eine gute Mutter zu sein.<sup>4</sup>
- Mütter bemängeln nur selten, dass ihre Kinder kein Obst (9 Prozent) und keine Milchprodukte (4 Prozent) mögen.<sup>2</sup>
- Bekommt ein Kind nach eigener Einschätzung genügend Zeit zum Frühstück, dann isst es eher gesunde Sachen: Nur 39 Prozent der befragten Kinder, die nicht gerne gesunde Sachen essen, haben genug Zeit zum Frühstück. Hingegen haben 54 Prozent derjenigen Kinder, die gerne gesunde Sachen essen, ausreichend Zeit zum Frühstück.<sup>2,5</sup>

Weitere Informationen zu der Umfrage finden Sie auf [www.nestle-cerealien.de](http://www.nestle-cerealien.de)

**Abdruck honorarfrei / Beleg erbeten**

## **Quellen**

- (1) Im Auftrag von Cereal Partners Worldwide (Nestlé Cerealien) befragte metrix LAB 13.500 Haushalte weltweit – darunter 1.000 Haushalte in Deutschland. Erhebungszeitraum: März/April 2014.
- (2) Nestlé Deutschland AG. Nestlé Studie 2011: So is(s)t Deutschland. Ein Spiegel der Gesellschaft. Frankfurt am Main, 2011.
- (3) Forum Familie stark machen. Generationen-Barometer 2009: Eine Studie des Instituts für Demoskopie Allensbach. Mainz, 2009.
- (4) iconkids & youth international research GmbH. Stress im Alltag – Wie Mütter damit umgehen und wie Marken ihnen dabei helfen können – 2013. München, 2013.
- (5) Nestlé Deutschland AG. Nestlé Studie 2012: Das is(s)t Qualität. Frankfurt am Main, 2012.

## **Herausgeber:**

C.P.D. Cereal Partners Deutschland GmbH & Co. OHG  
Lyoner Straße 23  
D-60523 Frankfurt/Main  
C.P.D. ist ein Joint Venture von Nestlé & General Mills

## **Pressekontakt:**

Jutta Bednarz  
Pressesprecherin Ernährung und Gesundheit  
Nestlé Deutschland AG  
Tel.: 069 / 66 71-3740  
Jutta.Bednarz@de.nestle.com

Stefan Dietrich, Dirk Fischer  
Dorothea Küsters Life Science Communications GmbH  
Leimenrode 29, 60322 Frankfurt  
Tel.: 069 / 61 998-29, -21, Fax: 069 / 61 998-10  
dietrich@dkcommunications.de  
fischer@dkcommunications.de