Bitkom e.V. | Presseinformation

Grüne Woche – so digital sind Ernährung und Landwirtschaft heute

- **Nur ein Viertel kauft Lebensmittel online – 8 von 10 Betrieben produzieren sie auch mithilfe digitaler Technologien**
- **Heute startet die Grüne Woche in Berlin**
- **5 Fakten, wie Technologie Ernährung und Landwirtschaft verändert**

Berlin, 19. Januar 2024 - Ersatzprodukte statt Fleisch im Einkaufskorb, automatisierte Erntemaschinen statt Handarbeit auf dem Feld, Online-Bestellung statt Gang in den Supermarkt – die Agrar- und Lebensmittelbranche ist eine der ältesten Branchen der Welt und hat sich gleichzeitig über die Jahrzehnte sehr gewandelt. Auf der Grünen Woche, die heute in Berlin startet, können Besucherinnen und Besucher die neusten Trends in der Ernährungsbranche und Landwirtschaft sehen und probieren. Aber wo kaufen die Deutschen heute ihre Lebensmittel? Wie digital geht es schon auf Höfen zu? Wer nutzt Ernährungsapps und wie offen sind die Deutschen gegenüber Fleisch aus dem 3D-Drucker? Zum Start der Messe nennt Bitkom fünf Fakten rund um Digitalisierung in der Lebensmittelbranche in Deutschland – vom Hof über den Teller bis hin zu Social Media.

1. **Auf der Website oder doch im Laden: Während Corona boomte Online-Lebensmitteleinkauf**
   Supermärkte offen aber Deutschland im Lockdown: Corona beflügelte den Online-Handel mit Lebensmitteln. Während 2018 erst 29 Prozent der deutschen Online-Shopper schon einmal online Lebensmittel gekauft haben, gab Mitte 2021 gab knapp die Hälfte (49 Prozent) der deutschen Online-Shopper an, in den vergangenen 12 Monaten Lebensmittel und Getränke online bestellt zu haben. Darunter sagten 15 Prozent, dass sie während Corona erstmals Lebensmittel online kauften. Seit dem Ende der Schutzmaßnahmen ist dies aber rückläufig: 2022 waren es dann nur noch 28 Prozent, 2023 25 Prozent, die in den vergangenen 12 Monaten Lebensmittel online kauften.
2. **Auf dem Hof: 8 von 10 Betrieben arbeiten schon digital – und sehen es als Chance**
   Insgesamt nutzten 2022 bereits 79 Prozent der Betriebe digitale Technologien oder Verfahren, allen voran GPS-gesteuerte Landmaschinen (58 Prozent), Agrar-Apps (39 Prozent) und Systeme zum Farm- oder Herdenmanagement (32 Prozent). Insgesamt sieht eine ebenso große Mehrheit (78 Prozent) landwirtschaftlicher Betriebe die Digitalisierung als Chance für den eigenen Betrieb – 2020 waren es noch 73 Prozent und im Jahr 2016 lediglich 66 Prozent. „Im Stall, auf dem Acker oder im Büro - digitale Technologien lassen sich an ganz unterschiedlichen Ecken der Höfe einsetzen. Sie können helfen, die Landwirtschaft ökologischer, widerstandsfähiger und tiergerechter zu machen und damit einen wichtigen Beitrag zu einer nachhaltigen Lebensmittelversorgung leisten“, sagt Jana Moritz, Referentin Digital Farming und Food Tech beim Bitkom.
3. **Auf dem Smartphone: Ernährungsapps und Food-Influencer halten Einzug**
   Habe ich heute schon genug getrunken, wie backt man gesunde Pizza und wie geht Intervallfasten? Ein Viertel (25 Prozent) der deutschen Smartphone-Nutzerinnen und -Nutzer hatte 2023 Apps zum Thema Gewicht und Ernährung installiert. Außerdem folgten 2022 knapp ein Fünftel (19 Prozent) der Social-Media-Nutzerinnen und -Nutzern Influencern, die zu Ernährung und Gesundheit posten. Aber auch Landwirtinnen und Landwirte geben online Einblicke: 2022 war jeder fünfte Landwirtschaftshof (19 Prozent) in sozialen Netzwerken aktiv. Weitere 34 Prozent planten oder diskutierten es.
4. **Auf dem Teller: Immer mehr Menschen würden Fleisch aus dem 3D-Drucker essen**
   Ob Seitan, Tofu oder Erbsen - die Auswahl fleischloser Alternativen im Kühlregal wächst und auch innovative Technologien gewinnen an Bedeutung. So kann sich Mitte 2023 ein Fünftel (20 Prozent) der Deutschen vorstellen, sogenanntes kultiviertes Fleisch aus dem 3D-Drucker zu essen, mithilfe eines Lebensmitteldruckers etwa aus Rinder-Zellen ein Stück Fleisch produziert. 2021 konnte sich erst ein Sechstel (17 Prozent) der Bundesbürgerinnen und -bürger bereits

vorstellen, Fleisch aus dem 3D-Drucker zu essen. 2019 war es erst ein Achtel (13 Prozent). Jana Moritz: „Neue technologische Methoden für eine alternative Fleischproduktion können helfen, die Belastung der Umwelt zu reduzieren. Denn kultiviertes Fleisch minimiert den Bedarf an Ackerland und Wasser und reduziert den Ausstoß von Treibhausgasen."

5. **Auf dem Prüfstand: Interesse an digitaler Verbraucherinformation nimmt zu**
   2022 gab die Hälfte der Deutschen (50 Prozent) an, Interesse daran zu haben, per Webcam in den Tierstall zu schauen. 2019 waren es erst 32 Prozent. Ähnlich viele (45 Prozent) interessierten sich 2022 für Einblicke per Webcam in den Obst- und Gemüseanbau. 2019 wollten erst 23 Prozent bei Aufzucht und Verarbeitung von Obst und Gemüse zu schauen. „Digitale Technologien spielen eine Schlüsselrolle, um die Transparenz für Verbraucherinnen und Verbraucher zu erhöhen. Durch das Teilen entsprechender Daten lassen sich heute ganze Liefer- und Produktionsketten viel besser nachvollziehen und diese Informationen unkompliziert online zur Verfügung stellen", so Jana Moritz.

Kontakt

Merle Wiez
Pressereferentin
Telefon: +49 30 27576-274
E-Mail: m.wiez@bitkom.org
Download Pressefoto

Dr. Marlene Kionka
Referentin Manufacturing & Digital Farming
Download Pressefoto
Nachricht senden

Hinweis zur Methodik

Grundlage der Angaben sind verschiedene Umfragen, die Bitkom Research im Auftrag des Bitkom e.V. durchgeführt hat.

Direktlink: ***https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/Gruene-Woche-Ernaehrung-und-Landwirtschaft***