

# Pressemitteilung

Datum:  
25. Juli 2014

Sandra Lades  
GfK Verein Presse  
Tel. +49 911 395 3606  
[sandra.lades@gfk-verein.org](mailto:sandra.lades@gfk-verein.org)

Claudia Gaspar  
GfK Verein  
Knowledge Management  
Tel. +49 911 395 2624  
[claudia.gaspar@gfk-verein.org](mailto:claudia.gaspar@gfk-verein.org)

GfK-Nürnberg e.V.  
Nordwestring 101  
90419 Nürnberg

Tel. +49 911 395-0  
Fax +49 911 395-2715  
[info@gfk-verein.org](mailto:info@gfk-verein.org)  
[www.gfk-verein.org](http://www.gfk-verein.org)

Geschäftsführung:  
Prof. Dr. Raimund Wildner

Präsidium:  
Prof. Hubert Weiler  
(Präsident)  
Ralf Klein-Bölting  
Prof. Dr. Nicole Koschate-Fischer  
Prof. Dr. Raimund Wildner  
(Vizepräsidenten)

Vorsitzender des  
Gesellschaftsrats:  
Claus-P. Rach

Vereinsregister VR200665  
Amtsgericht Nürnberg

## **Die Deutschen haben keinen Appetit auf Gen-Food Umfrage des GfK Vereins zum Thema Gentechnik**

**Nürnberg, 25. Juli 2014 – Viele Menschen bekommen beim Gedanken an Gentechnik auf dem Teller offenbar ein flaes Gefühl im Magen: Für mehr als die Hälfte kommt der Kauf von Gen-Food definitiv nicht in Frage. Das ergab eine Umfrage des GfK Vereins. Doch gibt auch jeder vierte Befragte an, einfach nicht genug zu wissen, um sich eine fundierte Meinung bilden zu können.**

Der GfK Verein hat rund 2.000 Menschen nach ihrem Wissen und den Einstellungen rund um das Thema Gentechnik gefragt. 90 Prozent der Deutschen haben die Formulierung „gentechnisch veränderte Lebensmittel“ schon einmal gehört, gelesen oder gesehen. 49 Prozent sind sich dessen sogar ganz sicher. Jedem zehnten Befragten ist der Begriff völlig fremd.

### **Große Bandbreite an Vorstellungen**

Doch selbst Menschen, die den Begriff Gentechnik kennen, haben oft nur vage Assoziationen. 26 Prozent von ihnen haben keinerlei Vorstellung von dessen Bedeutung. Die konkreteren Antworten spiegeln ein breites Spektrum wider. Dazu gehören negative Aspekte wie „unnatürlich / künstlich“, „schädlich“ oder „Unsicherheit / Risiken“. Doch auch positive oder wertfreie Assoziationen werden genannt: Für jeden fünften Befragten steht Gentechnik ganz neutral für Lebensmittel, die in puncto Geschmack oder Aussehen verändert sind. Jeder Zehnte denkt an Genmanipulationen und eine veränderte DNA. Andere wiederum an bearbeitetes Saatgut und Tierfutter. 15 Prozent der Befragten verbinden mit Gentechnik positive Assoziationen: Produkte und Pflanzen, die in Sachen Haltbarkeit, Resistenz und Ertrag Pluspunkte bieten.

### **Mehr Informationen gewünscht**

Bevor sie sich eine Meinung bilden, möchte ein Teil der Befragten besser informiert sein. Etwa ein Viertel gibt an, nicht genug zu wissen, um sich eine fundierte Meinung über den Kauf von Gen-Food bilden zu können.

Dieser Anteil ist seit 2004 konstant – offenbar besteht also seit Jahren ein ungedeckter Informationsbedarf. Gleichzeitig hat das Thema für die Deutschen an Brisanz gewonnen: Nur 9 Prozent interessieren sich gar nicht für Gentechnik bei Lebensmitteln, vor zehn Jahren waren es noch 12 Prozent.

### **Weniger potenzielle Käufer**

Der Anteil der potenziellen Käufer ist von 17 auf aktuell 11 Prozent gesunken, während die Verweigerer anteilmäßig zugelegt haben. 53 Prozent der Befragten gaben an, dass sie Gen-Food unter keinen Umständen kaufen würden. Vor zehn Jahren waren es noch 44 Prozent. Unter bestimmten Voraussetzungen würden 11 Prozent Gen-Lebensmittel in den Einkaufswagen legen. Wichtig sind ihnen dabei vor allem Kriterien, die Sicherheit und Gesundheit der Produkte betreffen: Gen-Food darf weder Mensch noch Umwelt schaden und soll möglichst gesünder sein als die konventionelle Kost. Weitere Kaufargumente wären besserer Geschmack, Preisvorteile oder ein Hersteller, dem man vertraut. Lediglich 1 Prozent der Befragten würde uneingeschränkt zu Gen-Food greifen.

Weitere Informationen und Grafiken zur Umfrage finden Sie auf der Homepage von GfK Compact, dem Informationsservice des GfK Vereins:

[www.gfk-compact.de](http://www.gfk-compact.de)

### **Zum GfK Verein**

Der GfK Verein ist eine 1934 gegründete Non-Profit-Organisation zur Förderung der Marktforschung. Er setzt sich aus rund 570 Unternehmen und Einzelpersonen zusammen. Zweck des Vereins ist es, innovative Forschungsmethoden in enger Zusammenarbeit mit wissenschaftlichen Institutionen zu entwickeln, die Aus- und Weiterbildung von Marktforschern zu fördern und die für den privaten Konsum grundlegenden Strukturen und Entwicklungen in Gesellschaft, Wirtschaft und Politik zu verfolgen sowie deren Auswirkungen auf die Verbraucher zu erforschen. Die Studienergebnisse werden den Mitgliedern des Vereins kostenlos zur Verfügung gestellt. Der GfK Verein ist Gesellschafter der GfK SE.

Weitere Informationen unter [www.gfk-verein.org](http://www.gfk-verein.org).

Twitter: GfK\_Verein // facebook: GfK Verein // XING: GfK Verein

V.i.S.d.P.  
GfK Verein, Presse  
Sandra Lades  
Nordwestring 101 // 90419 Nürnberg  
Tel. +49 911 395-3606 // [sandra.lades@gfk-verein.org](mailto:sandra.lades@gfk-verein.org)