

Presseinformation

## **Umwelt- und Nachhaltigkeitsthemen bestimmen die TV-Berichterstattung über die Lebensmittelbranche**

*Engel & Zimmermann wertet fast 300 Fernsehsendungen aus dem Jahr 2024 aus*

Haar, im April 2025. Während im politischen Diskurs die Themen Nachhaltigkeit und Klimaschutz in Zeiten internationaler Konflikte, der Migrationsdebatte und der konjunkturellen Eintrübung zunehmend in den Hintergrund gerückt sind, spiegelt sich dieser Trend in der TV-Berichterstattung über die Lebensmittelbranche nicht wider. Kein Thema wurde im vergangenen Jahr von den deutschen Fernsehsendern im Zusammenhang mit Lebensmitteln und Ernährung häufiger behandelt als Nachhaltigkeit. Zu diesem Ergebnis kommt eine Analyse der Kommunikationsberatung Engel & Zimmermann (E&Z), in die 277 TV-Sendungen im Jahr 2024 einfließen. Eine weitere wichtige Erkenntnis: Die Lebensmittelbranche bleibt unter kritischer Beobachtung. Mehr als 200 Sendungen wiesen eine kritische Tonalität auf, also im Schnitt vier pro Woche. „Damit setzt sich eine Entwicklung fort, die bereits seit Jahren Bestandteil unserer Auswertungen ist: Nach wie vor wird von den Sendern die Qualität von Lebensmitteln in Frage gestellt und das Bild einer Branche gezeichnet, die trickst“, sagt Christian Wolfram, Leiter Beratung bei E&Z.

### **Themen: Umwelt & Nachhaltigkeit besonders häufig und besonders kritisch**

In den Themenkomplex „Umwelt & Nachhaltigkeit“ sortierte E&Z Beiträge, die sich mit den Themen Umwelt- und Klimaschutz beschäftigten, oder etwa mit den Folgen der industriellen Landwirtschaft auf die Umwelt. Beispiele hierfür sind die ARD-Doku *„Wie wir Landwirtschaft nachhaltiger machen“* oder *„Lebensmittelverschwendung – Tonne statt Teller“*. Auffällig: Wenn es um Umwelt und Nachhaltigkeit geht, sind die Beiträge fast immer als kritisch zu bewerten. Das bedeutet, dass der Titel der Sendung oder die Sendungsbeschreibung auf

einen kritischen Inhalt schließen lassen. Bei den Qualitäts- und Geschmackstests, der Themenkategorie mit den meisten Beiträgen, ist das Verhältnis etwas ausgewogener. Zwar dominieren auch hier Beiträge wie *„Olivenöle aus dem Supermarkt – Was steckt wirklich drin?“*, es gibt aber auch klassische Verbraucherstücke, die keine kritische Tonalität aufweisen (s. Grafik 1 im Anhang). „Die Sender spielen mit dem bewährten Gegensatz von Gut vs. Böse, Groß vs. Klein oder Teuer vs. Günstig“, analysiert Christian Wolfram. „Und natürlich haben wir auch im vergangenen Jahr wieder jede Menge Sendungen entdeckt, in denen es um vermeintliche ‚Tricks‘ der Industrie ging, die die Sender im Sinne der Verbraucher aufdeckten.“

### **Branchen: Landwirtschaft vorn, Einzelbranchen weniger stark im Fokus**

Im Ranking der Branchen dominiert das Feld „Landwirtschaft“, ein Trend, der sich bereits bei der vorangegangenen Untersuchung des Jahres 2022 zeigte. Thematisch spielten die Sender hier besonders viele unterschiedliche Themen – von Umwelt- und Klimaschutz in Verbindung mit der Landwirtschaft über Fragen der Tierhaltung bis hin zu den Arbeitsbedingungen und den beruflichen Perspektiven der Landwirte.

Einzelne Branchen stehen weniger im Fokus der Berichterstattung. „Das war in früheren Jahren anders, als beispielsweise über die Fleischbranche besonders häufig und kritisch berichtet wurde“, so Christian Wolfram. Auffällig sei auch, dass solche Branchenberichte viel seltener eindeutig kritisch seien als Sendungen, die sich mit der Nahrungsmittelbranche oder Lebensmittelwirtschaft im Allgemeinen beschäftigen (s. Grafik 2 im Anhang). Beispiele hierfür sind *„Gesund gemogelte Lebensmittel“* oder *„Die Tricks mit dem Mindesthaltbarkeitsdatum“*.

### **Fazit: Bedeutung von TV bleibt hoch – auf den richtigen Umgang kommt es an**

Die meisten der von E&Z erfassten Sendungen wurden von den Sendern des Öffentlich-rechtlichen Rundfunks ausgestrahlt. „Bei vielen dieser Formate können wir aufgrund der einseitigen Ausrichtung unseren Kunden nur davon abraten, sich mit einem Statement vor der Kamera am Beitrag zu beteiligen“, berichtet Christian Wolfram. Es gebe aber auch Möglichkeiten einer positiven Positionierung im Massenmedium TV. „Hier gilt es immer, den

Aufwand und den Nutzen abzuwägen – denn Dreharbeiten in der Lebensmittelherstellung sind aufgrund der Hygienevorgaben aufwändig. Zudem muss man die Formate genau kennen, um einschätzen zu können, welche Art von Beitrag uns erwartet.“ E&Z verfügt über die Erfahrung und die Kontakte in die Redaktionen, um Unternehmen auf diesem Gebiet professionell beraten und begleiten zu können.

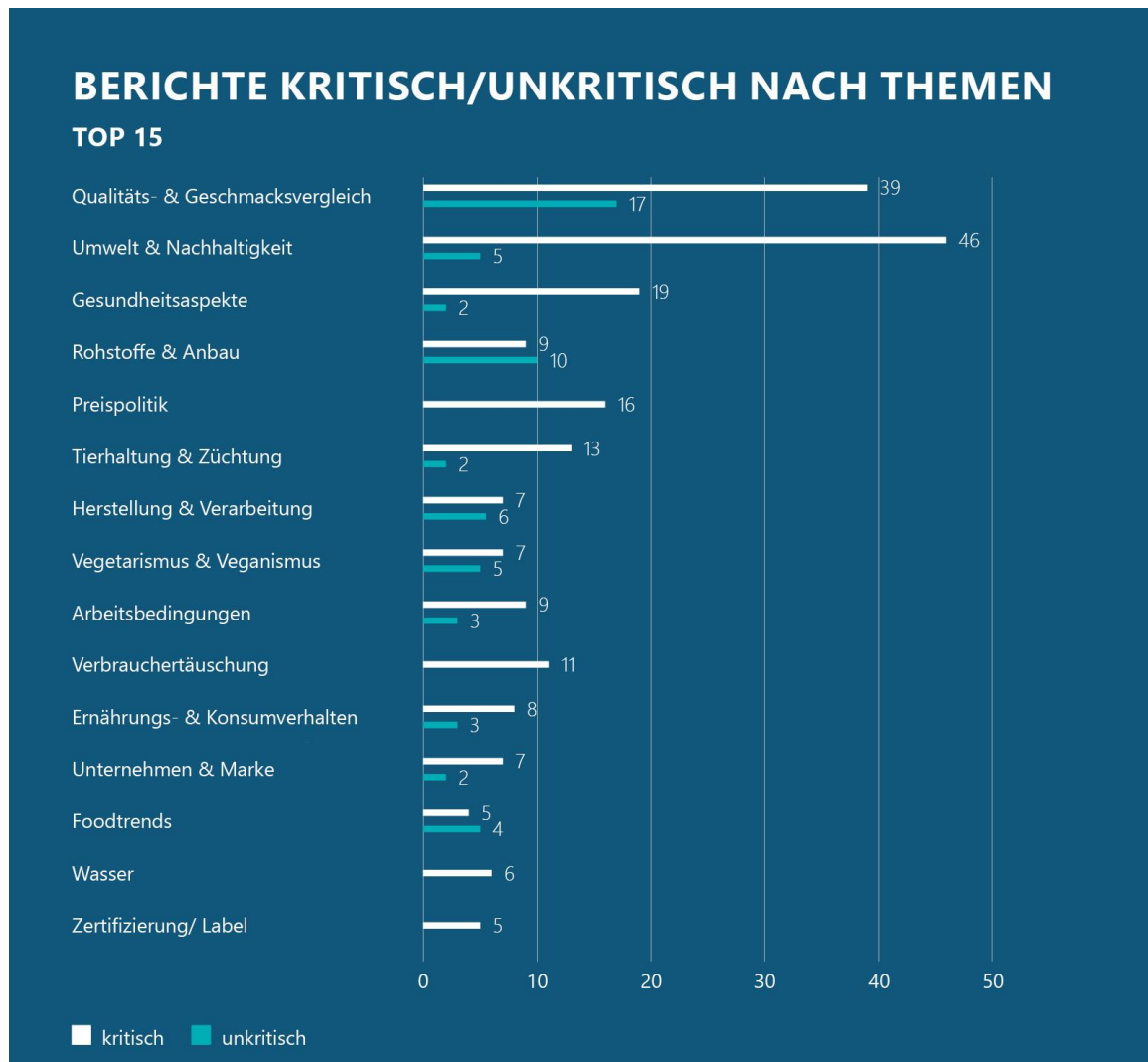
### **Über das TV-Monitoring**

Über das gesamte Jahr hinweg hat Engel & Zimmermann im Fernsehen ausgestrahlten Beiträge – Verbrauchermagazine, Reportagen, Talkshows, Dokumentationen und weitere Formate quer über alle Fernsehsender – rund um die Lebensmittelindustrie ausgewertet. Die tagesaktuelle Berichterstattung wurde nicht mitgezählt. Insgesamt flossen diesmal 277 TV-Beiträge in die Auswertung ein. Ein besonderer Service der Unternehmensberatung für Kommunikation ist der wöchentliche TV-Newsletter, in dem food-relevante Sendungen angekündigt werden. Dieser wird jeden Montag erstellt. Interessenten können sich über diesen kostenlosen TV-Newsletter unter [c.wolfram@engel-zimmermann.de](mailto:c.wolfram@engel-zimmermann.de) informieren. Anmeldungen sind auch über die Webseite [www.engel-zimmermann.de](http://www.engel-zimmermann.de) möglich.

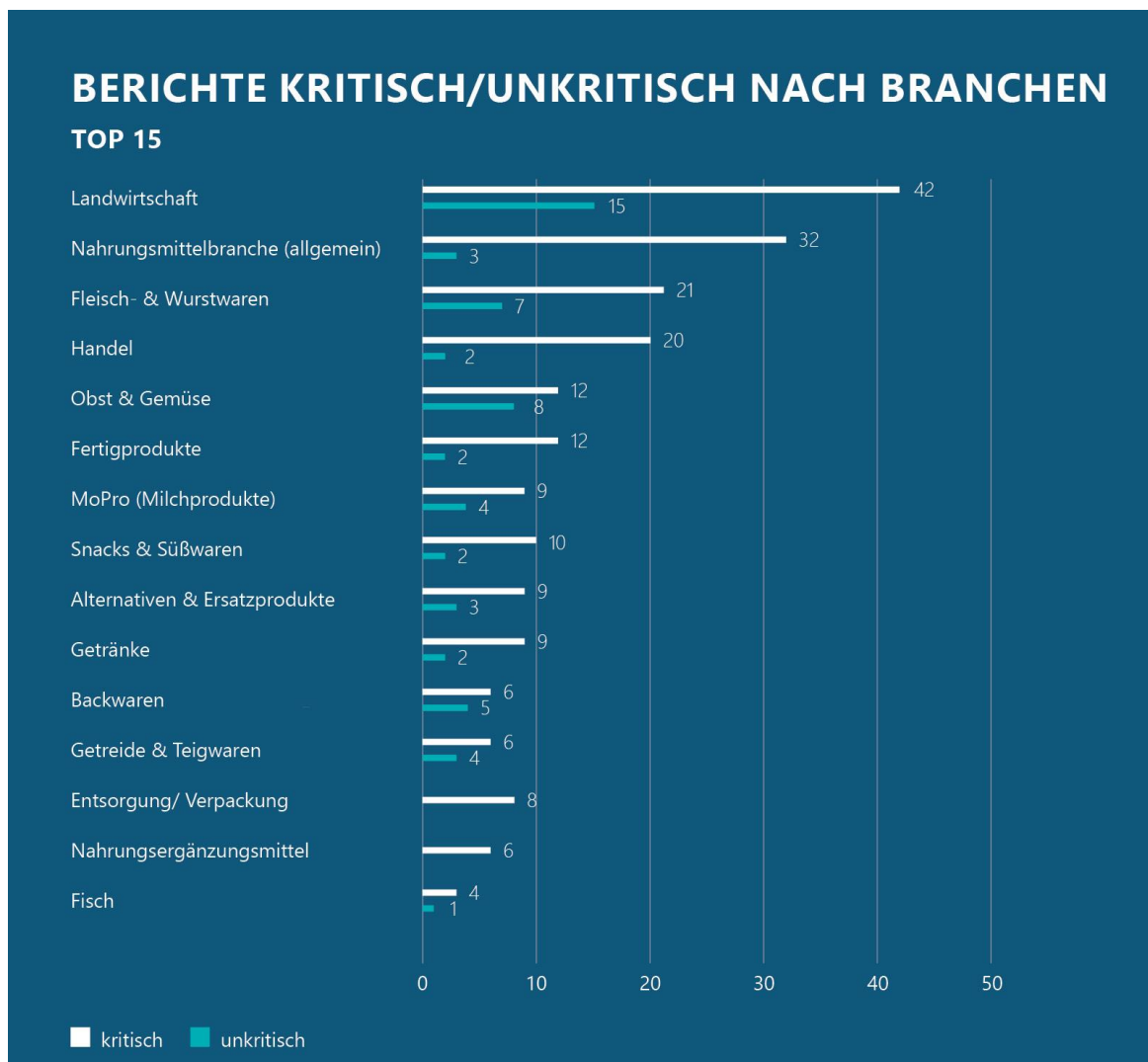
### **Über Engel & Zimmermann**

Die Engel & Zimmermann GmbH gehört zu Deutschlands führenden Agenturen für Unternehmenskommunikation, Nachhaltigkeits- und Politische Kommunikation sowie Akzeptanzdialog und strategisches Krisenmanagement. 1986 gegründet, begleitet E&Z als inhabergeführte Unternehmensberatung für Kommunikation und PR-Agentur rund 100 Kunden, darunter börsennotierte Gesellschaften und mittelständische Unternehmen sowie Verbände und öffentliche Auftraggeber auf allen Ebenen. In der Zusammenarbeit mit den Kunden sieht sich E&Z als Strategieberater ebenso wie als effizienter Umsetzer von Kommunikationsmaßnahmen.

**Grafiken zur Auswertung**



Grafik 1: Berichte nach Themen (Top 15). Qualitäts- und Geschmackstests liegen nach wie vor ganz vorn. Tendenziell kritischer sind Berichte über Umwelt- und Nachhaltigkeitsthemen.



Grafik 2: Berichte nach Branchen (Top 15). Am häufigsten wird über die Landwirtschaft berichtet. Als Einzelbranche liegt die Fleischbranche wie in den Vorjahren vorn.

**Für weitere Informationen:**

**Engel & Zimmermann GmbH**

Unternehmensberatung für Kommunikation

Christian Wolfram

Leibstraße 51, 85540 Haar

Tel.: 089 – 893 563 558

E-Mail: [c.wolfram@engel-zimmermann.de](mailto:c.wolfram@engel-zimmermann.de)