

Der tägliche Hunger an Deutschlands Schulen: Jedes vierte Kind kommt ohne Frühstück in den Unterricht

- **Neue Studie: Zahl der hungrigen Schüler*innen hat sich innerhalb eines Jahres verdoppelt**
- **Deutschland besonders betroffen im EU-Vergleich**
- **Schulen schlagen Alarm: „Die Jüngsten in unserer Gesellschaft bekommen die Folgen der Inflation am härtesten zu spüren“**

Hamburg, 09.03.2023: Statt Mathe, Deutsch oder Englisch beschäftigt immer mehr Schüler*innen der tägliche Hunger: Jedes vierte Kind (26 Prozent) geht hierzulande ohne Frühstück zur Schule. Sieben Jahre zuvor galt das noch für gerade einmal acht Prozent der Schüler*innen. Das sind die Ergebnisse der repräsentativen „Food Poverty Research“-Befragung, die im Auftrag von KELLOGG in sieben europäischen Ländern durchgeführt worden ist – neben Deutschland gehörten dazu auch Frankreich, Großbritannien, Italien, Spanien, Belgien und Irland. Sie baut auf einer Befragung von 2016 auf. Insgesamt wurden für die Studie 10.000 Menschen zum Frühstücksverhalten der Kinder befragt, neben den Eltern gehörten dazu auch 1850 Lehrer*innen. Von denen sagt jede/r Dritte, dass Kinder täglich hungrig zur Schule kämen. Allein in den vergangenen zwölf Monaten hat sich der Hunger ihrer Schützlinge nach Beobachtung vieler Lehrer*innen nochmals deutlich verschärft.

Oliver Bruns, Geschäftsführer, KELLOGG Deutschland, sagt: *„Bildungsgerechtigkeit beginnt am Frühstückstisch. Ein gutes, gesundes Frühstück ist wichtig für die Entwicklung unserer Kinder und steht im direkten Zusammenhang mit ihren schulischen Leistungen. Indem wir gemeinsam mit unseren Partnern die Frühstücksclubs an Schulen unterstützen, können wir einen positiven Beitrag in dieser Situation leisten. Doch wir sehen auch, dass es gesamtgesellschaftliche Anstrengungen bei diesem Thema braucht: Wenn das Lernen der Kinder beeinträchtigt ist, weil sie Hunger haben, ist das nicht hinnehmbar.“*

Fehlendes Frühstück zulasten der Bildung

Unter dem Hunger leiden die schulischen Leistungen. Nach Einschätzung der Lehrenden beteiligt sich die Hälfte der Kinder, die ohne Frühstück im Unterricht erscheinen, nicht mehr am Unterricht. Dreiviertel können sich nicht konzentrieren oder sind müde.

Auch für Mitschüler*innen und die Lehrkräfte ist der Hunger der Kinder eine Belastungsprobe. 81 Prozent der in Deutschland befragten Lehrer*innen geben an, dass sie zwei oder mehr Stunden in der Woche aufwenden, um Kindern zu helfen, die hungrig zur Schule gekommen sind – das ist der höchste Wert in allen untersuchten Ländern. Zwei von zehn Lehrenden (18 Prozent) geben inzwischen sogar ihr eigenes Essen regelmäßig an hungrige Schüler*innen ab. Seit 2016 hat sich der Wert damit fast verdreifacht. 21 Prozent sagen, dass sie für solche Situationen sogar extra einkaufen.

Schulleiter Torsten Marienfeld, Alfred-Adler-Förderschule in Duisburg, bestätigt dies: *„Ich kann der Studie nur beipflichten. Wir erleben es immer mehr, dass Schüler*innen ohne Frühstück und ohne Pausenbrot in die Schule geschickt werden. Es findet eine schleichende Unterversorgung vieler Schüler*innen statt. Anstatt Pausenbrot bekommen sie Geld für Chips.“*

Vor allem in Deutschland besondere prekäre Verhältnisse

Das fehlende Frühstück ist der Befragung nach auch Ausdruck der wirtschaftlichen Herausforderungen, mit denen sich viele Eltern in Deutschland konfrontiert sehen. In keinem anderen der in der Studie untersuchten Länder ist der Anteil der Befragten, die Schwierigkeiten sehen, ihre Familien zu ernähren, zuletzt so stark gestiegen wie in Deutschland. Er beläuft sich inzwischen auf 21 Prozent und hat damit gegenüber 2016 um fast zwei Drittel zugelegt. Frühstücksclubs könnten effektiv Hilfestellung leisten. 65 Prozent der Eltern wären grundsätzlich bereit, ihre Kinder früher zur Schule bringen, wenn sie dort das Angebot von Frühstücksclubs wahrnehmen können.

BrotZeit-Vorstandsvorsitzende Hans-Jürgen Engler erklärt: „*Kein Kind sollte hungrig in den Schultag starten. Wir sehen in unseren BrotZeit-Schulen tagtäglich, welchen Unterschied diese erste Mahlzeit des Tages für das Wohlergehen und die Lernleistung der Kinder macht. Mit den Frühstücksclubs können wir einen wichtigen Beitrag leisten, das zu ändern. Da jeden Tag mehr als 14.000 Kinder unserer Hilfe bedürfen und ein kostenloses BrotZeit-Frühstück erhalten, überraschen uns die Ergebnisse der Studie nicht, sondern bestätigen uns in unserem Engagement an nunmehr 313 Schulen.*“

Schulleiterin Nicola Küppers, Schule am Dichterviertel Mühlheim an der Ruhr, ergänzt: „*Auch wir merken, dass das Geld in den Taschen der Eltern geringer geworden ist. Immer mehr Kinder nutzen unser tägliches Angebot BrotZeit, um in der Schule zu frühstücken. Auch zeigt sich, dass unsere Kinder erhöhte Konzentrationsschwierigkeiten haben. Wir sind froh, dass wir unseren Kindern ein tägliches Frühstücksangebot unterbreiten können.*“

Gesellschaftlich verantwortliches Handeln ist ein Kern des KELLOGG Versprechens. Bis Ende 2023 will KELLOGG Lebensmittel für 33 Millionen Menschen in Europa bieten und bis 2030 im Rahmen von „Frühstücksclubs“ ein gesundes Frühstück für 100.000 Kinder in der DACH-Region bereitstellen. KELLOGG kooperiert mit dem von Uschi Glas gegründeten Verein BrotZeit e.V. Durch diese Partnerschaft können rund 7.500 Kinder an 170 Schulen ein ausgewogenes Frühstück genießen. Mit seinem Engagement kommt KELLOGG seiner Vision einen bedeutenden Schritt näher: eine gute und gerechte Welt, in der jeder seinen Platz am Tisch hat und dank einer ausgewogenen Ernährung satt und zufrieden ist.

Weitere Umfrage-Ergebnisse finden Sie in diesem [Fact Sheet](#). Auch Infografiken zur freien redaktionellen Verwendung können [hier](#) heruntergeladen werden.

Über KELLOGG:

Wir bei KELLOGG verfolgen die Vision einer guten und gerechten Welt, in der die Menschen nicht nur satt, sondern erfüllt sind. Mit dem Ziel, das Leben der Menschen durch hochwertige Produkte und relevante Marken zu bereichern. Im Jahr 2020 erzielte KELLOGG mit Marken wie beispielsweise KELLOGG'S CORN FLAKES®, KELLOGG'S® MMMH... TRESOR®, KELLOGG'S® SMACKS®, KELLOGG'S® FROSTIES®, KELLOGG'S® CHOCO KRISPIES® sowie PRINGLES® einen Umsatz von 13,8 Milliarden US-Dollar. Über unsere Plattform Better Days unterstützen wir weltweit soziale Projekte und haben uns dazu verpflichtet, bis 2030 drei Milliarden Better Days mit unseren Partnern zu gestalten. Wenn Sie mehr über KELLOGG, unsere Corporate Social Responsibility-Projekte sowie unsere Unternehmensgeschichte erfahren möchten, besuchen Sie unsere Website www.kelloggs.de, www.kelloggcompany.com oder www.OpenforBreakfast.com.

Pressekontakt:

KELLOGG (DEUTSCHLAND) GMBH
Wieland Beck
Senior Manager Corporate Affairs DACH & High Growth Markets
Burchardstraße 8
20095 Hamburg
Tel: +49 40 370 229 295
E-Mail: wieland.beck@kellogg.com