
INSTITUT FÜR DEMOSKOPIE ALLENSBACH

Auszug

AWA 2015

Allensbacher
Marktanalyse
Werbeträgeranalyse

CODEBUCH

Download [www. awa-online.de](http://www.awa-online.de)

	Gesamt	
	100 % = 69,24 Mio %	Mio
Informationsinteresse: Kochen, Kochrezepte (s.S. 134)		
Interessiert mich ganz besonders	32,5	22,47
Interessiert mich auch, aber nicht so sehr	38,2	26,43
Interessiert mich kaum, gar nicht	29,4	20,34
Interessiert insgesamt	70,6	48,90
Interessiert und – gebe öfter Ratschläge, Tipps, gelte da als Experte	30,7	21,23
Über dieses Thema informiere ich mich häufiger im Internet	20,8	14,39
Informationsinteresse: Gesunde Ernährung, gesunde Lebensweise (s.S. 134)		
Interessiert mich ganz besonders	35,7	24,69
Interessiert mich auch, aber nicht so sehr	49,2	34,04
Interessiert mich kaum, gar nicht	15,2	10,52
Interessiert insgesamt	84,8	58,72
Interessiert und – gebe öfter Ratschläge, Tipps, gelte da als Experte	21,0	14,53
Über dieses Thema informiere ich mich häufiger im Internet	13,3	9,20
Informationsinteresse: Gastlichkeit zu Hause, Gästebewirtung (s.S. 139)		
Interessiert mich ganz besonders	32,8	22,70
Interessiert mich auch, aber nicht so sehr	43,4	30,03
Interessiert mich kaum, gar nicht	23,9	16,51
Interessiert insgesamt	76,1	52,73
Interessiert und – gebe öfter Ratschläge, Tipps, gelte da als Experte	16,3	11,30
Über dieses Thema informiere ich mich häufiger im Internet	3,8	2,67
Informationsinteresse: Diät, z.B. Diätvorschläge, Diätprodukte (s.S. 141)		
Interessiert mich ganz besonders	6,1	4,24
Interessiert mich auch, aber nicht so sehr	23,5	16,30
Interessiert mich kaum, gar nicht	70,3	48,70
Interessiert insgesamt	29,7	20,54
Interessiert und – gebe öfter Ratschläge, Tipps, gelte da als Experte	5,7	3,97
Über dieses Thema informiere ich mich häufiger im Internet	4,5	3,14
Entscheider: Alkoholische Getränke (s.S. 127)		
Entscheide ich allein	43,7	30,27
Entscheide hauptsächlich ich, aber andere sind beteiligt	23,9	16,58
Entscheide ich nicht persönlich, entscheiden hauptsächlich andere	14,9	10,35
Kommt für mich oder uns nicht in Frage	17,4	12,04
Entscheider insgesamt (s.S. 225)	67,7	46,85
Haushaltsführende (s.S. 200)		
Koche im Allgemeinen selbst	59,9	41,46
Haushaltsführende	61,4	42,52
Hohe Ausgabebereitschaft (s.S. 125)		
Gute Ernährung, gutes Essen	54,0	37,40

	Gesamt	
	100 % = 69,24 Mio %	Mio
Einkaufsorte für Lebensmittel (s.S. 191)		
Große Verbrauchermärkte wie z.B. Real, Kaufland oder Marktkauf	56,1	38,86
Discount-Supermärkte wie Aldi, Lidl, Netto usw.	84,8	58,69
Andere Supermarktketten wie Edeka, Rewe, Spar usw.	76,9	53,25
Kleine, unabhängige Lebensmittelgeschäfte, Tante-Emma-Läden, "Türke um die Ecke" usw.	24,6	17,02
Feinkost-, Delikatessengeschäfte	11,8	8,15
Fachgeschäfte (Bäcker, Metzger, Gemüsehändler usw.)	69,8	48,35
Lebensmittelabteilung von Kaufhäusern wie Karstadt, Kaufhof usw.	6,8	4,73
Großhandel (größere Mengen zum Großhandelspreis, meistens mit besonderem Ausweis), z.B. Metro	8,0	5,55
Reformhäuser, Drogeriemärkte	30,3	20,99
Bio-Läden	16,5	11,41
Wochenmärkte, Bauernmärkte	40,3	27,90
Direkt beim Erzeuger, Hofläden	21,1	14,61
"Grüne Kiste" (Frisches Gemüse, Salat, Obst usw. werden in einer Kiste nach Hause geliefert)	1,5	1,03
Heimlieferservice wie Bofrost, Eismann usw.	10,9	7,55
Online-Shop, Bestellung im Internet	4,2	2,93
Einkaufsverhalten, Käufertypologie (s.S. 131, 190)		
Bei Nahrungsmitteln achte ich vor allem auf die Qualität und nicht so sehr auf den Preis	34,2	23,67
Bei Nahrungsmitteln lege ich Wert auf Produkte aus ökologischem Anbau, auf Bio-Produkte	24,1	16,71
Beim Kauf von Lebensmitteln achte ich besonders darauf, dass die Produkte aus artgerechter Tierhaltung stammen	28,7	19,90
Ich bevorzuge beim Einkauf regionale Produkte aus der Heimat	49,8	34,46
Ich probiere immer wieder gern etwas Neues aus	47,4	32,79
Ich achte beim Einkaufen darauf, was es im Sonderangebot gibt	64,5	44,65
Ich kaufe gerne Produkte, mit denen ich beim Essen oder Kochen Zeit sparen kann	24,2	16,78
Ich achte beim Einkaufen darauf, dass die Produkte aus fairem Handel (Fair Trade) stammen, also dass die Erzeuger in den Ländern der Dritten Welt einen fairen Preis für ihre Produkte erhalten	19,2	13,29
Leute, die beim Einkauf darauf achten, dass die Produkte von Unternehmen stammen, die sozial und ökologisch verantwortungsbewusst handeln	16,1	11,18
Ernährungs-, Essverhalten (s.S. 131, 190)		
Feinschmecker/in, Gourmet	11,7	8,12
Leute, die aus gesundheitlichen Gründen besonders auf ihre Ernährung achten	21,8	15,11
Leute, die Probleme mit ihrem (zu hohen) Gewicht haben	17,6	12,20
Leute, die öfter mal kalorienreduzierte Lebensmittel, Getränke verwenden	18,0	12,49
Vegetarier oder Leute, die weitgehend auf Fleisch verzichten	7,7	5,36
Veganer oder Leute, die weitgehend auf tierische Produkte verzichten	1,2	0,85
Ich esse häufig nicht zuhause, sondern kaufe mir z.B. außer Haus etwas zu essen oder gehe in ein Restaurant	16,4	11,36
Es fehlt mir oft die Zeit, mich so zu ernähren, wie ich es möchte	18,1	12,53
Ich achte darauf, mich gesund zu ernähren	54,9	37,98
Essen ist für mich eine wichtige Quelle von Genuss	47,5	32,86
Ich genieße es, in Spitzenrestaurants zu essen	13,2	9,13
Kochen (s.S. 176)		
Das mache ich, wenn die Möglichkeit dazu besteht –		
Regelmäßig	50,4	34,90
Gelegentlich	31,5	21,80
Nie	18,1	12,54
Backen (s.S. 176)		
Das mache ich, wenn die Möglichkeit dazu besteht –		
Regelmäßig	27,0	18,67
Gelegentlich	32,9	22,76
Nie	40,2	27,81
Zum Essen ausgehen (s.S. 172)		
Das mache ich häufig	14,3	9,93
Das mache ich ab und zu	75,4	52,18
Das mache ich nie	10,3	7,12

	Gesamt 100 % = 69,24 Mio	
	%	Mio
Eventinteresse (s.S. 125)		
– Interesse am Besuch –		
Gourmetveranstaltungen, Veranstaltungen mit Starköchen	13,1	9,06
Kochshows wie Lafer! Lichter! Lecker!, Das perfekte Dinner, Die Küchenschlacht (s.S. 180)		
Sendungen dieser Art sehe ich –		
Sehr gern	10,6	7,32
Auch noch gern	21,8	15,09
Nicht so gern	25,0	17,33
Gar nicht	42,6	29,50
Getränke (s.S. 130, 143)		
Persönlicher Kauf bzw. Kauf oder Verbrauch in den letzten 14 Tagen		
Bier, Biermixgetränke		
Pils, Export-Bier	39,1	27,07
Weizenbier, Weißbier	15,6	10,77
Fertige Biermixgetränke	7,9	5,50
Alkoholfreies Bier	13,4	9,27
Wein und Sekt		
Weißwein, Rosé	23,9	16,56
Rotwein	30,6	21,16
Champagner	2,6	1,79
Sekt, Prosecco	24,2	16,72
Spirituosen, Aperitif, Digestif		
Cognac, Weinbrand, Brandy	4,1	2,84
Likör, Cream-Getränke	6,6	4,60
Rum	3,3	2,29
Whisky	6,2	4,27
Wodka	7,3	5,06
Klarer Schnaps wie Steinhäger, Korn, Aquavit	7,1	4,95
Obstbrände wie Himbeergeist, Kirschwasser, Slibowitz usw.	6,3	4,36
Magenbitter, Kräuterlikör wie Jägermeister, Underberg, Fernet Branca	9,1	6,32
Aperitif wie Campari, Cynar, Martini	4,4	3,03
Alcopops, alkoholhaltige Mixgetränke (zumeist aus Limonade mit Wodka, Tequila oder Rum)	5,2	3,57
Alkoholfreie Getränke, Erfrischungsgetränke		
Mineralwasser	86,1	59,61
Fruchtsäfte, Fruchtsaftgetränke, Fruchtnektar	57,0	39,44
Eistee	12,8	8,88
Limonaden wie Bluna, Fanta, Sinalco	23,3	16,15
Bittergetränke, Bitterlimonaden wie Bitter-Lemon, Tonic-Water	7,6	5,26
Cola-Getränke (z.B. Coca-Cola, Pepsi-Cola, Club-Cola)	42,7	29,55
Milchmixgetränke, Joghurtgetränke	17,3	11,96
Sportlergetränke, isotonische Getränke wie Isostar, Gatorade	6,5	4,50
Energy Drinks wie Red Bull, Flying Horse	11,1	7,71
Frühstücksgetränke		
Koffeinhaltiger Kaffee (gemahlen, ganze Bohnen, Pads oder löslich)	49,8	34,46
Koffeinfreier Kaffee (gemahlen, ganze Bohnen, Pads oder löslich)	6,5	4,50
Tee in Aufgussbeuteln	30,9	21,36
Kakao, Kakaogetränke (auch Kaba, Nesquik, Ovomaltine)	11,4	7,91

	Gesamt 100 % = 69,24 Mio	
	%	Mio
Art der Kaffeezubereitung zu Hause (s.S. 192)		
Filterkaffee	58,5	40,48
Löslicher Kaffee	12,8	8,90
Kaffee aus einem Pad-/Kapselautomaten	23,2	16,10
Kaffee-Vollautomat	15,3	10,60
Kaffee aus der Espressokanne	5,9	4,05
Lebensmittel, Süßigkeiten, Knabbergebäck (s.S. 143)		
Persönlicher Kauf in den letzten 14 Tagen		
Gewürzsoßen in Flaschen, Ketchup	25,5	17,64
Feinkostspezialitäten	11,8	8,16
Diabetikerlebensmittel	3,0	2,08
Pralinen	13,1	9,04
Tafelschokolade	39,8	27,57
Schokoladenriegel (wie Bounty, Mars, Nuts)	21,6	14,97
Müsliriegel (wie Balisto, Corny)	13,8	9,59
Kekse und anderes süßes Knabbergebäck	32,3	22,38
Salziges Knabbergebäck	34,6	23,96
Speiseeis aus der Tiefkühltheke	19,1	13,25
Gemüse aus der Tiefkühltheke	31,8	22,00
Geflügel, Fleisch, Fisch aus der Tiefkühltheke	31,5	21,80
Fertiggerichte aus der Tiefkühltheke	17,6	12,19
Nicht tiefgekühlte Fertiggerichte	8,7	6,04
Biologisch angebautes Obst, Gemüse oder Salat	28,6	19,78
Glutenfreie Lebensmittel	2,9	2,01
Laktosefreie Lebensmittel	5,0	3,48
Babykost	2,6	1,77
Müsli, andere Frühstückscerealien	19,6	13,59
Teigwaren, Nudeln	49,3	34,15
Fixprodukte bzw. Fertigmischungen wie z.B. Maggi Fix	14,2	9,85
Backwaren zum Aufbacken wie z.B. Brötchen, Croissant	26,5	18,38
OTC-Produkte: Persönlicher Verbrauch in den letzten 3 Monaten (s.S. 185)		
Mittel zum Abnehmen, zur Unterstützung einer Diät	1,8	1,26

Raucher (s.S. 191, 192)

Zigarettenraucher

Zigaretten mit Filter

Zigaretten ohne Filter

Zigarren, Zigarillos, Stumpen

Pfeife

Nichtraucher

Anzahl der Zigaretten pro Tag (s.S. 192)

Weniger als 10 Zigaretten pro Tag

10 bis 20 Zigaretten pro Tag

Mehr als 20 Zigaretten pro Tag

	Gesamt 100 % = 69,24 Mio	
	%	Mio
Zigarettenraucher	24,5	16,97
Zigaretten mit Filter	23,5	16,25
Zigaretten ohne Filter	1,4	0,96
Zigarren, Zigarillos, Stumpen	1,0	0,72
Pfeife	0,6	0,41
Nichtraucher	74,5	51,60
Weniger als 10 Zigaretten pro Tag	7,9	5,46
10 bis 20 Zigaretten pro Tag	12,6	8,73
Mehr als 20 Zigaretten pro Tag	4,0	2,78

Auszug - Download