

---

INSTITUT FÜR DEMOSKOPIE ALLENSBACH

# Auszug

---

**AWA 2022** Allensbacher  
Marktanalyse  
Werbeträgeranalyse

CODEBUCH

---

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

---

	Gesamt 100 % = 70,60 Mio %		Mio
<b>Informationsinteresse: Kochen, Kochrezepte (s.S. 132)</b>			
Interessiert mich ganz besonders	31,5		22,21
Interessiert mich auch, aber nicht so sehr	37,9		26,78
Interessiert mich kaum, gar nicht	30,6		21,61
Interessiert insgesamt	69,4		48,99
Interessiert und - gebe öfter Ratschläge, Tipps, gelte da als Experte	31,2		22,05
Über dieses Thema informiere ich mich häufiger im Internet	29,2		20,59
<b>Informationsinteresse: Gesunde Ernährung, gesunde Lebensweise (s.S. 133)</b>			
Interessiert mich ganz besonders	36,0		25,40
Interessiert mich auch, aber nicht so sehr	46,5		32,85
Interessiert mich kaum, gar nicht	17,5		12,35
Interessiert insgesamt	82,5		58,25
Interessiert und - gebe öfter Ratschläge, Tipps, gelte da als Experte	21,4		15,08
Über dieses Thema informiere ich mich häufiger im Internet	20,0		14,11
<b>Informationsinteresse: Gastlichkeit zu Hause, Gästebewirtung (s.S. 138)</b>			
Interessiert mich ganz besonders	26,7		18,86
Interessiert mich auch, aber nicht so sehr	41,6		29,39
Interessiert mich kaum, gar nicht	31,7		22,35
Interessiert insgesamt	68,3		48,25
Interessiert und - gebe öfter Ratschläge, Tipps, gelte da als Experte	13,4		9,47
Über dieses Thema informiere ich mich häufiger im Internet	5,0		3,55
<b>Informationsinteresse: Diät, z.B. Diätvorschläge, Diätprodukte (s.S. 139)</b>			
Interessiert mich ganz besonders	5,8		4,12
Interessiert mich auch, aber nicht so sehr	21,8		15,36
Interessiert mich kaum, gar nicht	72,4		51,13
Interessiert insgesamt	27,6		19,47
Interessiert und - gebe öfter Ratschläge, Tipps, gelte da als Experte	5,7		4,03
Über dieses Thema informiere ich mich häufiger im Internet	6,2		4,41
<b>Entscheider: Große Elektrogeräte für Küche und Haushalt (s.S. 126)</b>			
Entscheide ich allein	25,0		17,63
Entscheide eher ich, aber andere sind beteiligt	39,6		27,96
Entscheider insgesamt	64,6		45,59
Entscheide ich nicht persönlich, entscheiden eher andere	26,7		18,84
Kommt für mich oder uns nicht in Frage	8,7		6,16
<b>Haushaltsführende (s.S. 199)</b>			
Koche im Allgemeinen selbst	59,7		42,15
Haushaltsführende	60,9		42,98
<b>Hohe Ausgabebereitschaft (s.S. 125)</b>			
Gute Ernährung, gutes Essen	53,1		37,49

	Gesamt 100 % = 70,60 Mio %	
<b>Zum Essen ausgehen (s.S. 129, 169, 188)</b>		
Das mache ich häufig	14,7	10,37
Das mache ich ab und zu	72,5	51,16
Das mache ich nie	12,9	9,07
Leute, die häufiger nicht zuhause, sondern außer Haus essen	14,7	10,40
Ich genieße es, in Spitzenrestaurants zu essen	15,0	10,58
<b>Einkaufsorte für Lebensmittel (s.S. 189)</b>		
Große Verbrauchermärkte wie z.B. Real, Kaufland oder Marktkauf	51,0	36,01
Discount-Supermärkte wie Aldi, Lidl, Netto usw.	82,7	58,37
Andere Supermarktketten wie Edeka, Rewe, Spar usw.	79,4	56,08
Kleine, unabhängige Lebensmittelgeschäfte, Tante-Emma-Läden, "Türke um die Ecke" usw.	27,5	19,39
Feinkost-, Delikatessengeschäfte	14,8	10,41
Fachgeschäfte (Bäcker, Metzger, Gemüsehändler usw.)	72,4	51,09
Lebensmittelabteilung von Kaufhäusern wie Karstadt, Kaufhof usw.	4,8	3,42
Großhandel (größere Mengen zum Großhandelspreis, meistens mit besonderem Ausweis), z.B. Metro	8,4	5,91
Reformhäuser, Drogeriemärkte	36,0	25,44
Bio-Läden	22,5	15,87
Wochenmärkte, Bauernmärkte	42,0	29,63
Direkt beim Erzeuger, Hofläden	25,1	17,72
"Grüne Kiste" (Frisches Gemüse, Salat, Obst usw. werden in einer Kiste nach Hause geliefert)	2,9	2,06
Heimlieferservice wie Bofrost, Eismann usw.	11,0	7,78
Online-Shop, Bestellung im Internet	7,1	5,03
<b>Einkaufsverhalten, Käufertypologie (s.S. 129, 188)</b>		
Bei Nahrungsmitteln achte ich vor allem auf die Qualität und nicht so sehr auf den Preis	40,3	28,47
Bei Nahrungsmitteln lege ich Wert auf Produkte aus ökologischem Anbau, auf Bio-Produkte	31,7	22,36
Beim Kauf von Lebensmitteln achte ich besonders darauf, dass die Produkte aus artgerechter Tierhaltung stammen	35,4	25,03
Ich bevorzuge beim Einkauf regionale Produkte aus der Heimat	55,2	38,97
Ich probiere immer wieder gern etwas Neues aus	49,2	34,72
Ich achte beim Einkaufen darauf, was es im Sonderangebot gibt	58,8	41,52
Ich kaufe gerne Produkte, mit denen ich beim Essen oder Kochen Zeit sparen kann	23,8	16,79
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	24,0	16,97
Leute, die beim Einkauf darauf achten, dass die Produkte von Unternehmen stammen, die sozial und ökologisch verantwortungsbewusst handeln	21,9	15,47
<b>Ernährungs-, Essverhalten (s.S. 129, 188)</b>		
Feinschmecker/in, Gourmet	12,8	9,07
Leute, die aus gesundheitlichen Gründen besonders auf ihre Ernährung achten	22,7	16,01
Leute, die Probleme mit ihrem (zu hohen) Gewicht haben	16,9	11,92
Leute, die öfter mal kalorienreduzierte Lebensmittel, Getränke verwenden	19,4	13,69
Vegetarier oder Leute, die weitgehend auf Fleisch verzichten	11,2	7,90
Veganer oder Leute, die weitgehend auf tierische Produkte verzichten	2,2	1,58
Es fehlt mir oft die Zeit, mich so zu ernähren, wie ich es möchte	18,3	12,91
Ich achte darauf, mich gesund zu ernähren	55,8	39,37
Essen ist für mich eine wichtige Quelle von Genuss	50,5	35,67
<b>Kochen (s.S. 173)</b>		
Das mache ich, wenn die Möglichkeit dazu besteht -		
Regelmäßig	50,4	35,61
Gelegentlich	30,3	21,38
Nie	19,3	13,61
<b>Backen (s.S. 173)</b>		
Das mache ich, wenn die Möglichkeit dazu besteht -		
Regelmäßig	26,5	18,69
Gelegentlich	31,6	22,31
Nie	41,9	29,60

## Kochshows (s.S. 178)

TV-Sendungen, Filme, Videos dieser Art sehe ich -

Sehr gern

Auch noch gern

Nicht so gern

Gar nicht

Gesamt  
100 % = 70,60 Mio  
%

	100 % = 70,60 Mio %	Mio
Sehr gern	8,1	5,73
Auch noch gern	19,2	13,56
Nicht so gern	24,5	17,29
Gar nicht	48,2	34,01

## Getränke (s.S. 130, 190)

Persönlicher Kauf bzw. Kauf oder Verbrauch in den letzten 14 Tagen

### Bier, Biermixgetränke

Pils, Export-Bier

Weizenbier, Weißbier

Fertige Biermixgetränke

Alkoholfreies Bier

Pils, Export-Bier	34,8	24,55
Weizenbier, Weißbier	13,5	9,55
Fertige Biermixgetränke	9,3	6,56
Alkoholfreies Bier	13,8	9,76

### Wein und Sekt

Weißwein, Rosé

Rotwein

Champagner

Sekt, Prosecco

Weißwein, Rosé	24,9	17,60
Rotwein	25,0	17,67
Champagner	2,6	1,84
Sekt, Prosecco	22,0	15,54

### Spirituosen, Aperitif, Digestif

Cognac, Weinbrand, Brandy

Likör, Cream-Getränke

Rum

Whisky

Wodka

Klarer Schnaps

Obstbrände wie Himbeergeist, Kirschwasser, Slibowitz

Magenbitter, Kräuterlikör

Aperitif

Alcopops, alkoholhaltige Mixgetränke

Cognac, Weinbrand, Brandy	3,6	2,57
Likör, Cream-Getränke	7,7	5,44
Rum	3,2	2,29
Whisky	6,6	4,63
Wodka	6,4	4,54
Klarer Schnaps	5,8	4,12
Obstbrände wie Himbeergeist, Kirschwasser, Slibowitz	6,7	4,70
Magenbitter, Kräuterlikör	7,5	5,31
Aperitif	5,0	3,54
Alcopops, alkoholhaltige Mixgetränke	5,4	3,81

### Alkoholfreie Getränke, Erfrischungsgetränke

Mineralwasser

Fruchtsäfte, Fruchtsaftgetränke, Fruchtnektar

Eistee

Limonade

Bittergetränke, Bitterlimonaden

Cola-Getränke

Milchmixgetränke, Joghurtgetränke

Sportlergetränke, isotonische Getränke

Energy Drinks

Mineralwasser	86,1	60,78
Fruchtsäfte, Fruchtsaftgetränke, Fruchtnektar	49,4	34,87
Eistee	13,5	9,54
Limonade	20,3	14,32
Bittergetränke, Bitterlimonaden	10,0	7,08
Cola-Getränke	37,7	26,61
Milchmixgetränke, Joghurtgetränke	13,4	9,49
Sportlergetränke, isotonische Getränke	7,9	5,56
Energy Drinks	13,2	9,29

### Frühstücksgetränke

Koffeinhaltiger Kaffee

Koffeinfreier Kaffee

Tee in Aufgussbeuteln

Kakao, Kakaogetränke

Kalte Kaffeegetränke

Koffeinhaltiger Kaffee	42,9	30,30
Koffeinfreier Kaffee	4,7	3,34
Tee in Aufgussbeuteln	25,5	18,00
Kakao, Kakaogetränke	9,1	6,41
Kalte Kaffeegetränke	11,3	8,00

	Gesamt 100 % = 70,60 Mio %	
<b>Art der Kaffeezubereitung zu Hause (s.S. 190)</b>		
Filterkaffee	47,5	33,57
Löslicher Kaffee	10,5	7,40
Kaffee aus einem Pad-/Kapselautomaten	19,7	13,93
Kaffee-Vollautomat	22,3	15,77
Kaffee aus der Espressokanne	6,3	4,42
<b>Lebensmittel, Süßigkeiten, Knabbergebäck (s.S. 190)</b>		
Persönlicher Kauf in den letzten 14 Tagen		
Gewürzsoßen in Flaschen, Ketchup	23,5	16,58
Feinkostspezialitäten	11,9	8,41
Pralinen	13,2	9,29
Tafelschokolade	30,2	21,30
Schokoladenriegel	18,2	12,87
Müsliriegel	13,7	9,65
Kekse und anderes süßes Knabbergebäck	27,0	19,06
Salziges Knabbergebäck	30,5	21,56
Speiseeis aus der Tiefkühltheke	23,4	16,52
Gemüse aus der Tiefkühltheke	26,5	18,69
Geflügel, Fleisch, Fisch aus der Tiefkühltheke	26,5	18,69
Fertiggerichte aus der Tiefkühltheke	16,8	11,89
Nicht tiefgekühlte Fertiggerichte	7,7	5,41
Biologisch angebautes Obst, Gemüse oder Salat	33,3	23,53
Glutenfreie Lebensmittel	3,0	2,12
Laktosefreie Lebensmittel	4,8	3,40
Babykost	2,3	1,63
Müslis, andere Frühstückscerealien	20,9	14,78
Teigwaren, Nudeln	45,6	32,21
Fixprodukte bzw. Fertigmischungen	11,6	8,20
Backwaren zum Aufbacken	23,4	16,49
<b>OTC-Produkte: Persönlicher Verbrauch in den letzten 3 Monaten (s.S. 166)</b>		
Mittel zum Abnehmen, zur Unterstützung einer Diät	2,2	1,57