
INSTITUT FÜR DEMOSKOPIE ALLENSBACH

Auszug

AWA 2023

Allensbacher
Marktanalyse
Werbeträgeranalyse

CODEBUCH

Download www.awa-online.de

	Gesamt 100 % = 70,08 Mio %		Mio
Informationsinteresse: Kochen, Kochrezepte (s.S. 138)			
Interessiert mich ganz besonders	30,3		21,24
Interessiert mich auch, aber nicht so sehr	38,1		26,69
Interessiert mich kaum, gar nicht	31,6		22,15
Interessiert insgesamt	68,4		47,93
Interessiert und - gebe öfter Ratschläge, Tipps, gelte da als Experte	30,2		21,15
Über dieses Thema informiere ich mich häufiger im Internet	29,2		20,44
Informationsinteresse: Gesunde Ernährung, gesunde Lebensweise (s.S. 139)			
Interessiert mich ganz besonders	35,1		24,60
Interessiert mich auch, aber nicht so sehr	47,3		33,14
Interessiert mich kaum, gar nicht	17,6		12,34
Interessiert insgesamt	82,4		57,74
Interessiert und - gebe öfter Ratschläge, Tipps, gelte da als Experte	20,1		14,12
Über dieses Thema informiere ich mich häufiger im Internet	19,6		13,76
Informationsinteresse: Gastlichkeit zu Hause, Gästebewirtung (s.S. 144)			
Interessiert mich ganz besonders	26,1		18,32
Interessiert mich auch, aber nicht so sehr	41,8		29,33
Interessiert mich kaum, gar nicht	32,0		22,44
Interessiert insgesamt	68,0		47,64
Interessiert und - gebe öfter Ratschläge, Tipps, gelte da als Experte	12,6		8,80
Über dieses Thema informiere ich mich häufiger im Internet	5,1		3,58
Informationsinteresse: Diät, z.B. Diätvorschläge, Diätprodukte (s.S. 145)			
Interessiert mich ganz besonders	5,7		3,99
Interessiert mich auch, aber nicht so sehr	21,8		15,29
Interessiert mich kaum, gar nicht	72,5		50,80
Interessiert insgesamt	27,5		19,28
Interessiert und - gebe öfter Ratschläge, Tipps, gelte da als Experte	5,4		3,76
Über dieses Thema informiere ich mich häufiger im Internet	6,0		4,23
Entscheider: Große Elektrogeräte für Küche und Haushalt (s.S. 132)			
Entscheide ich allein	25,8		18,08
Entscheide eher ich, aber andere sind beteiligt	39,2		27,47
Entscheider insgesamt	65,0		45,55
Entscheide ich nicht persönlich, entscheiden eher andere	26,7		18,74
Kommt für mich oder uns nicht in Frage	8,3		5,79
Haushaltsführende (s.S. 208)			
Koche im Allgemeinen selbst	60,2		42,17
Haushaltsführende	61,4		43,03
Hohe Ausgabebereitschaft (s.S. 131)			
Gute Ernährung, gutes Essen	52,3		36,68
Bio-Lebensmittel	14,9		10,47

	Gesamt 100 % = 70,08 Mio %	
Influencer und Follower (soziale Netzwerke) (s.S. 158)		
Follower zum Thema Ernährung	7,4	5,21
Zum Essen ausgehen (s.S. 135, 177, 196)		
Das mache ich häufig	15,4	10,80
Das mache ich ab und zu	72,1	50,54
Das mache ich nie	12,5	8,74
Leute, die häufiger nicht zuhause, sondern außer Haus essen	15,5	10,88
Ich genieße es, in Spitzenrestaurants zu essen	15,2	10,62
Nutzung von Lieferdiensten für Essen zuhause		
Häufigkeit (s.S. 174)		
Mehrmals in der Woche	3,1	2,14
Etwa einmal in der Woche	5,4	3,79
Zwei- bis dreimal im Monat	12,9	9,07
Einmal im Monat	11,3	7,89
Etwa einmal im Vierteljahr	9,2	6,44
Seltener	18,7	13,11
Nie	39,4	27,63
Bestellung bei einem Restaurant oder einem Lieferservice-Dienstleister (s.S. 174)		
Eher Restaurant/Lieferservice	37,8	26,52
Eher Internetplattform(en)	5,9	4,11
Ganz unterschiedlich	14,9	10,45
Unentschieden, weiss nicht	1,9	1,37
Einkaufsorte für Lebensmittel (s.S. 197)		
Große Verbrauchermärkte wie z.B. Real, Kaufland oder Marktkauf	50,8	35,57
Discount-Supermärkte wie Aldi, Lidl, Netto usw.	83,1	58,21
Andere Supermarktketten wie Edeka, Rewe, Spar usw.	79,5	55,75
Kleine, unabhängige Lebensmittelgeschäfte, Tante-Emma-Läden, "Türke um die Ecke" usw.	26,9	18,83
Feinkost-, Delikatessengeschäfte	14,4	10,11
Fachgeschäfte (Bäcker, Metzger, Gemüsehändler usw.)	71,2	49,92
Lebensmittelabteilung von Kaufhäusern wie Karstadt Galeria usw.	4,7	3,32
Großhandel (größere Mengen zum Großhandelspreis, meistens mit besonderem Ausweis), z.B. Metro	8,8	6,15
Reformhäuser, Drogeriemärkte	35,5	24,87
Bio-Läden	22,3	15,61
Wochenmärkte, Bauernmärkte	40,9	28,65
Direkt beim Erzeuger, Hofläden	24,8	17,41
"Grüne Kiste" (Frisches Gemüse, Salat, Obst usw. werden in einer Kiste nach Hause geliefert)	3,0	2,07
Heimlieferservice wie Bofrost, Eismann usw.	11,3	7,90
Online-Shop, Bestellung im Internet	7,6	5,31

	Gesamt 100 % = 70,08 Mio %	
	%	Mio
Einkaufsverhalten, Käufertypologie (s.S. 135, 196)		
Bei Nahrungsmitteln achte ich vor allem auf die Qualität und nicht so sehr auf den Preis	37,8	26,52
Bei Nahrungsmitteln lege ich Wert auf Produkte aus ökologischem Anbau, auf Bio-Produkte	30,5	21,37
Beim Kauf von Lebensmitteln achte ich besonders darauf, dass die Produkte aus artgerechter Tierhaltung stammen	35,4	24,79
Ich bevorzuge beim Einkauf regionale Produkte aus der Heimat	54,1	37,93
Ich probiere immer wieder gern etwas Neues aus	48,0	33,62
Ich achte beim Einkaufen darauf, was es im Sonderangebot gibt	59,9	42,00
Ich kaufe gerne Produkte, mit denen ich beim Essen oder Kochen Zeit sparen kann	25,4	17,83
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	23,9	16,74
Leute, die beim Einkauf darauf achten, dass die Produkte von Unternehmen stammen, die sozial und ökologisch verantwortungsbewusst handeln	20,5	14,36
Ernährungs-, Essverhalten (s.S. 135, 196)		
Feinschmecker/in, Gourmet	14,3	10,01
Leute, die aus gesundheitlichen Gründen besonders auf ihre Ernährung achten	22,6	15,83
Leute, die Probleme mit ihrem (zu hohen) Gewicht haben	16,4	11,52
Leute, die öfter mal kalorienreduzierte Lebensmittel, Getränke verwenden	19,0	13,33
Vegetarier oder Leute, die weitgehend auf Fleisch verzichten	11,6	8,12
Veganer oder Leute, die weitgehend auf tierische Produkte verzichten	2,2	1,52
Es fehlt mir oft die Zeit, mich so zu ernähren, wie ich es möchte	18,9	13,27
Ich achte darauf, mich gesund zu ernähren	55,8	39,12
Essen ist für mich eine wichtige Quelle von Genuss	48,9	34,30
Kochen (s.S. 181)		
Das mache ich, wenn die Möglichkeit dazu besteht -		
Regelmäßig	50,2	35,15
Gelegentlich	30,7	21,49
Nie	19,2	13,44
Backen (s.S. 181)		
Das mache ich, wenn die Möglichkeit dazu besteht -		
Regelmäßig	26,3	18,41
Gelegentlich	32,2	22,54
Nie	41,6	29,13
Kochshows (s.S. 186)		
TV-Sendungen, Filme, Videos dieser Art sehe ich -		
Sehr gern	8,1	5,67
Auch noch gern	19,3	13,54
Nicht so gern	24,4	17,11
Gar nicht	48,2	33,76

Getränke (s.S. 136, 198)

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

Bier, Biermixgetränke

Pils, Export-Bier
Weizenbier, Weißbier
Fertige Biermixgetränke
Alkoholfreies Bier

Wein und Sekt

Weißwein, Rosé
Rotwein
Champagner
Sekt, Prosecco

Spirituosen, Aperitif, Digestif

Cognac, Weinbrand, Brandy
Likör, Cream-Getränke
Rum
Whisky
Gin
Wodka
Obstbrände wie Himbeergeist, Kirschwasser, Slibowitz
Magenbitter, Kräuterlikör
Aperitif
Alcopops, alkoholhaltige Mixgetränke

Alkoholfreie Getränke, Erfrischungsgetränke

Mineralwasser
Fruchtsäfte, Fruchtsaftgetränke, Fruchtnektar
Eistee
Limonade
Bittergetränke, Bitterlimonaden
Cola-Getränke
Milchmixgetränke, Joghurtgetränke
Sportlergetränke, isotonische Getränke
Energy Drinks

Frühstücksgetränke

Koffeinhaltiger Kaffee
Koffeinfreier Kaffee
Tee in Aufgussbeuteln
Kakao, Kakaogetränke
Kalte Kaffeegetränke

Art der Kaffeezubereitung zu Hause (s.S. 198)

Filterkaffee
Löslicher Kaffee
Kaffee aus einem Pad-/Kapselautomaten
Kaffee-Vollautomat
Kaffee aus der Espressokanne

	Gesamt 100 % = 70,08 Mio %	
	%	Mio
Bier, Biermixgetränke		
Pils, Export-Bier	34,6	24,27
Weizenbier, Weißbier	14,0	9,81
Fertige Biermixgetränke	9,4	6,61
Alkoholfreies Bier	15,7	11,00
Wein und Sekt		
Weißwein, Rosé	26,0	18,21
Rotwein	23,8	16,69
Champagner	3,1	2,16
Sekt, Prosecco	22,7	15,92
Spirituosen, Aperitif, Digestif		
Cognac, Weinbrand, Brandy	3,0	2,11
Likör, Cream-Getränke	6,9	4,81
Rum	3,2	2,21
Whisky	6,3	4,40
Gin	5,5	3,82
Wodka	6,0	4,19
Obstbrände wie Himbeergeist, Kirschwasser, Slibowitz	6,4	4,51
Magenbitter, Kräuterlikör	7,5	5,24
Aperitif	5,5	3,88
Alcopops, alkoholhaltige Mixgetränke	5,2	3,64
Alkoholfreie Getränke, Erfrischungsgetränke		
Mineralwasser	86,1	60,32
Fruchtsäfte, Fruchtsaftgetränke, Fruchtnektar	47,9	33,55
Eistee	14,5	10,14
Limonade	19,1	13,42
Bittergetränke, Bitterlimonaden	10,0	7,03
Cola-Getränke	37,1	25,97
Milchmixgetränke, Joghurtgetränke	13,4	9,38
Sportlergetränke, isotonische Getränke	8,0	5,64
Energy Drinks	14,0	9,78
Frühstücksgetränke		
Koffeinhaltiger Kaffee	41,8	29,28
Koffeinfreier Kaffee	5,0	3,47
Tee in Aufgussbeuteln	25,3	17,73
Kakao, Kakaogetränke	8,6	6,01
Kalte Kaffeegetränke	11,9	8,34
Art der Kaffeezubereitung zu Hause (s.S. 198)		
Filterkaffee	45,7	32,01
Löslicher Kaffee	10,9	7,62
Kaffee aus einem Pad-/Kapselautomaten	19,7	13,78
Kaffee-Vollautomat	24,2	16,94
Kaffee aus der Espressokanne	6,2	4,38

Lebensmittel, Süßigkeiten, Knabbergebäck (s.S. 198)

Persönlicher Kauf in den letzten 14 Tagen

	Gesamt 100 % = 70,08 Mio %	
		Mio
Gewürzsoßen in Flaschen, Ketchup	23,1	16,19
Feinkostspezialitäten	11,7	8,17
Pralinen	13,3	9,31
Tafelschokolade	29,6	20,77
Schokoladenriegel	18,0	12,59
Müsliriegel	13,6	9,54
Kekse und anderes süßes Knabbergebäck	27,3	19,16
Salziges Knabbergebäck	30,3	21,25
Speiseeis aus der Tiefkühltheke	24,5	17,20
Gemüse aus der Tiefkühltheke	25,8	18,10
Geflügel, Fleisch, Fisch aus der Tiefkühltheke	25,7	17,98
Fertiggerichte aus der Tiefkühltheke	17,2	12,07
Nicht tiefgekühlte Fertiggerichte	8,2	5,73
Biologisch angebautes Obst, Gemüse oder Salat	33,1	23,20
Glutenfreie Lebensmittel	3,1	2,14
Laktosefreie Lebensmittel	4,8	3,36
Babykost	2,3	1,64
Müsli, andere Frühstückscerealien	21,0	14,70
Teigwaren, Nudeln	45,7	32,01
Fixprodukte bzw. Fertigmischungen	11,4	8,01
Backwaren zum Aufbacken	23,5	16,47

OTC-Produkte: Persönlicher Verbrauch in den letzten 3 Monaten (s.S. 173)

Mittel zum Abnehmen, zur Unterstützung einer Diät

2,3	1,61
-----	------