

---

INSTITUT FÜR DEMOSKOPIE ALLENSBACH

# Auszug

---

**AWA 2021**

Allensbacher  
Marktanalyse  
Werbeträgeranalyse

**CODEBUCH**

---

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

---

		Gesamt 100 % = 70,54 Mio %		Mio
<b>Informationsinteresse: Kochen, Kochrezepte (s.S. 132)</b>				
2 48	8	Interessiert mich ganz besonders	31,8	22,41
2 53	8	Interessiert mich auch, aber nicht so sehr	37,0	26,13
2 58	8	Interessiert mich kaum, gar nicht	31,2	22,00
23 33	6	Interessiert insgesamt	68,8	48,54
2 63	8	Interessiert und - gebe öfter Ratschläge, Tipps, gelte da als Experte	31,3	22,08
2 71	8	Über dieses Thema informiere ich mich häufiger im Internet	27,8	19,62
<b>Informationsinteresse: Gesunde Ernährung, gesunde Lebensweise (s.S. 133)</b>				
2 49	2	Interessiert mich ganz besonders	35,8	25,28
2 54	2	Interessiert mich auch, aber nicht so sehr	47,0	33,14
2 59	2	Interessiert mich kaum, gar nicht	17,2	12,13
23 37	6	Interessiert insgesamt	82,8	58,41
2 64	2	Interessiert und - gebe öfter Ratschläge, Tipps, gelte da als Experte	21,5	15,17
2 72	2	Über dieses Thema informiere ich mich häufiger im Internet	19,4	13,69
<b>Informationsinteresse: Gastlichkeit zu Hause, Gästebewirtung (s.S. 138)</b>				
2 52	1	Interessiert mich ganz besonders	26,5	18,66
2 57	1	Interessiert mich auch, aber nicht so sehr	41,7	29,41
2 62	1	Interessiert mich kaum, gar nicht	31,9	22,47
23 66	6	Interessiert insgesamt	68,1	48,07
2 67	1	Interessiert und - gebe öfter Ratschläge, Tipps, gelte da als Experte	13,5	9,50
2 75	1	Über dieses Thema informiere ich mich häufiger im Internet	4,7	3,29
<b>Informationsinteresse: Diät, z.B. Diätvorschläge, Diätprodukte (s.S. 139)</b>				
2 52	0	Interessiert mich ganz besonders	5,7	4,01
2 57	0	Interessiert mich auch, aber nicht so sehr	22,1	15,56
2 62	0	Interessiert mich kaum, gar nicht	72,3	50,97
23 79	6	Interessiert insgesamt	27,7	19,57
2 67	0	Interessiert und - gebe öfter Ratschläge, Tipps, gelte da als Experte	5,9	4,14
2 75	0	Über dieses Thema informiere ich mich häufiger im Internet	6,2	4,34
<b>Entscheider: Große Elektrogeräte für Küche und Haushalt (s.S. 126)</b>				
2 22	2	Entscheide ich allein	25,8	18,22
2 23	2	Entscheide eher ich, aber andere sind beteiligt	39,2	27,62
23 11	5	Entscheider insgesamt	65,0	45,84
2 25	2	Entscheide ich nicht persönlich, entscheiden eher andere	26,6	18,73
2 26	2	Kommt für mich oder uns nicht in Frage	8,5	5,96
<b>Haushaltsführende (s.S. 201)</b>				
1 48	1	Koche im Allgemeinen selbst	59,7	42,11
1 48	5	Haushaltsführende	61,2	43,19
<b>Hohe Ausgabebereitschaft (s.S. 125)</b>				
2 27	5	Gute Ernährung, gutes Essen	54,1	38,17

		Gesamt 100 % = 70,54 Mio %		
			Mio	
<b>Zum Essen ausgehen (s.S. 129, 171, 190)</b>				
11 66	2	Das mache ich häufig	15,4	10,86
11 61	2	Das mache ich ab und zu	72,8	51,36
11 56	2	Das mache ich nie	11,8	8,31
2 46	0	Leute, die häufiger nicht zuhause, sondern außer Haus essen	15,6	10,99
11 15	0	Ich genieße es, in Spitzenrestaurants zu essen	14,4	10,16
<b>Einkaufsorte für Lebensmittel (s.S. 191)</b>				
11 35	1	Große Verbrauchermärkte wie z.B. Real, Kaufland oder Marktkauf	51,2	36,13
11 35	2	Discount-Supermärkte wie Aldi, Lidl, Netto usw.	83,8	59,11
11 35	3	Andere Supermarktketten wie Edeka, Rewe, Spar usw.	79,0	55,70
11 35	4	Kleine, unabhängige Lebensmittelgeschäfte, Tante-Emma-Läden, "Türke um die Ecke" usw.	26,1	18,39
11 35	5	Feinkost-, Delikatessengeschäfte	13,5	9,50
11 35	6	Fachgeschäfte (Bäcker, Metzger, Gemüsehändler usw.)	72,0	50,76
11 35	7	Lebensmittelabteilung von Kaufhäusern wie Karstadt, Kaufhof usw.	5,5	3,89
11 35	8	Großhandel (größere Mengen zum Großhandelspreis, meistens mit besonderem Ausweis), z.B. Metro	7,8	5,49
11 35	9	Reformhäuser, Drogeriemärkte	34,7	24,49
11 35	0	Bio-Läden	21,1	14,90
11 36	1	Wochenmärkte, Bauernmärkte	41,4	29,22
11 36	2	Direkt beim Erzeuger, Hofläden	23,4	16,49
11 36	3	"Grüne Kiste" (Frisches Gemüse, Salat, Obst usw. werden in einer Kiste nach Hause geliefert)	2,4	1,71
11 36	4	Heimlieferservice wie Bofrost, Eismann usw.	10,5	7,39
11 36	5	Online-Shop, Bestellung im Internet	5,9	4,19
<b>Einkaufsverhalten, Käufertypologie (s.S. 129, 190)</b>				
11 26	8	Bei Nahrungsmitteln achte ich vor allem auf die Qualität und nicht so sehr auf den Preis	38,8	27,36
11 27	4	Bei Nahrungsmitteln lege ich Wert auf Produkte aus ökologischem Anbau, auf Bio-Produkte	29,8	21,02
11 15	9	Beim Kauf von Lebensmitteln achte ich besonders darauf, dass die Produkte aus artgerechter Tierhaltung stammen	34,0	24,00
11 25	2	Ich bevorzuge beim Einkauf regionale Produkte aus der Heimat	54,9	38,76
11 25	3	Ich probiere immer wieder gern etwas Neues aus	48,9	34,49
11 25	5	Ich achte beim Einkaufen darauf, was es im Sonderangebot gibt	60,5	42,69
11 25	9	Ich kaufe gerne Produkte, mit denen ich beim Essen oder Kochen Zeit sparen kann	24,5	17,28
11 27	5	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	22,7	15,98
2 45	0	Leute, die beim Einkauf darauf achten, dass die Produkte von Unternehmen stammen, die sozial und ökologisch verantwortungsbewusst handeln	21,8	15,37
<b>Ernährungs-, Essverhalten (s.S. 129, 190)</b>				
2 44	4	Feinschmecker/in, Gourmet	12,5	8,83
2 44	6	Leute, die aus gesundheitlichen Gründen besonders auf ihre Ernährung achten	23,4	16,48
2 44	9	Leute, die Probleme mit ihrem (zu hohen) Gewicht haben	16,9	11,90
2 46	2	Leute, die öfter mal kalorienreduzierte Lebensmittel, Getränke verwenden	19,9	14,03
2 46	4	Vegetarier oder Leute, die weitgehend auf Fleisch verzichten	10,6	7,50
2 46	5	Veganer oder Leute, die weitgehend auf tierische Produkte verzichten	2,0	1,41
11 15	2	Es fehlt mir oft die Zeit, mich so zu ernähren, wie ich es möchte	19,9	14,04
11 26	2	Ich achte darauf, mich gesund zu ernähren	55,1	38,85
11 26	4	Essen ist für mich eine wichtige Quelle von Genuss	50,4	35,56
<b>Kochen (s.S. 175)</b>				
Das mache ich, wenn die Möglichkeit dazu besteht -				
11 75	5	Regelmäßig	49,8	35,15
11 74	5	Gelegentlich	30,5	21,51
11 73	5	Nie	19,7	13,88
<b>Backen (s.S. 175)</b>				
Das mache ich, wenn die Möglichkeit dazu besteht -				
11 75	6	Regelmäßig	25,6	18,09
11 74	6	Gelegentlich	31,5	22,24
11 73	6	Nie	42,8	30,21

## Kochshows wie Grill den Hensler, Das perfekte Dinner, Die Küchenschlacht (s.S. 180)

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

			Gesamt 100 % = 70,54 Mio %	Mio Mio
19 35	1	Sehr gern	7,5	5,31
19 37	1	Auch noch gern	19,1	13,45
19 39	1	Nicht so gern	24,8	17,49
19 41	1	Gar nicht	48,6	34,30

## Getränke (s.S. 130, 192)

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

### Bier, Biermixgetränke

2 40	5	Pils, Export-Bier	35,8	25,29
2 40	6	Weizenbier, Weißbier	14,4	10,18
2 40	8	Fertige Biermixgetränke	8,9	6,26
2 40	7	Alkoholfreies Bier	14,7	10,39

### Wein und Sekt

2 39	1	Weißwein, Rosé	24,4	17,23
2 39	2	Rotwein	25,5	17,97
2 39	3	Champagner	2,4	1,69
2 39	4	Sekt, Prosecco	21,0	14,82

### Spirituosen, Aperitif, Digestif

2 39	6	Cognac, Weinbrand, Brandy	4,0	2,85
2 39	5	Likör, Cream-Getränke	7,6	5,34
2 39	7	Rum	3,2	2,23
2 39	8	Whisky	6,5	4,60
2 39	9	Wodka	6,6	4,65
2 39	0	Klarer Schnaps wie Steinhäger, Korn, Aquavit	6,2	4,39
2 40	1	Obstbrände wie Himbeergeist, Kirschwasser, Slibowitz	7,1	5,00
2 40	2	Magenbitter, Kräuterlikör wie Jägermeister, Underberg, Fernet-Branca	8,0	5,64
2 40	3	Aperitif wie Campari, Cynar, Martini	4,7	3,30
2 40	4	Alcopops, alkoholhaltige Mixgetränke (zumeist aus Limonade und Wodka, Tequila oder Rum)	5,1	3,61

### Alkoholfreie Getränke, Erfrischungsgetränke

2 40	9	Mineralwasser	86,3	60,89
2 40	0	Fruchtsäfte, Fruchtsaftgetränke, Fruchtnektar	49,7	35,06
2 41	1	Eistee	12,4	8,72
2 41	2	Limonaden wie Bluna, Fanta, Sinalco	20,9	14,75
2 41	3	Bittergetränke, Bitterlimonaden wie Bitter-Lemon, Tonic-Water	9,2	6,49
2 41	4	Cola-Getränke (z.B. Coca-Cola, Pepsi-Cola, Club-Cola)	38,8	27,40
2 41	5	Milchmixgetränke, Joghurtgetränke	13,5	9,55
2 41	6	Sportlergetränke, isotonische Getränke wie Isostar, Gatorade	7,6	5,34
2 41	7	Energy Drinks wie Red Bull, Monster	12,7	8,99

### Frühstücksgetränke

3 47	8	Koffeinhaltiger Kaffee (gemahlen, ganze Bohnen, Pads, Kapseln oder löslich)	43,5	30,66
3 47	9	Koffeinfreier Kaffee (gemahlen, ganze Bohnen, Pads, Kapseln oder löslich)	4,7	3,33
3 48	1	Tee in Aufgussbeuteln	25,9	18,30
3 48	4	Kakao, Kakaogetränke (auch Kaba, Nesquik, Ovomaltine)	9,2	6,52
2 41	8	Kalte Kaffeegetränke, z.B. aus dem Kühlregal	10,8	7,59

		Gesamt 100 % = 70,54 Mio %		
			Mio	
<b>Art der Kaffeezubereitung zu Hause (s.S. 192)</b>				
11 51	1	Filterkaffee	49,0	34,60
11 51	2	Löslicher Kaffee	10,1	7,15
11 51	3	Kaffee aus einem Pad-/Kapselautomaten	20,3	14,29
11 51	4	Kaffee-Vollautomat	20,6	14,53
11 51	5	Kaffee aus der Espressokanne	5,6	3,98
<b>Lebensmittel, Süßigkeiten, Knabbergebäck (s.S. 192)</b>				
Persönlicher Kauf in den letzten 14 Tagen				
3 46	1	Gewürzsoßen in Flaschen, Ketchup	22,3	15,71
3 46	2	Feinkostspezialitäten	11,0	7,75
3 46	3	Pralinen	12,7	8,94
3 46	4	Tafelschokolade	31,5	22,24
3 46	5	Schokoladenriegel (wie Bounty, Mars, Snickers)	18,1	12,77
3 46	6	Müsliriegel (wie Balisto, Corny)	13,6	9,63
3 46	7	Kekse und anderes süßes Knabbergebäck	26,6	18,75
3 46	8	Salziges Knabbergebäck	30,7	21,66
3 46	9	Speiseeis aus der Tiefkühltheke	20,6	14,52
3 46	0	Gemüse aus der Tiefkühltheke	26,8	18,91
3 47	1	Geflügel, Fleisch, Fisch aus der Tiefkühltheke	26,6	18,73
3 47	2	Fertiggerichte aus der Tiefkühltheke	17,3	12,22
3 47	3	Nicht tiefgekühlte Fertiggerichte	7,8	5,49
3 47	4	Biologisch angebautes Obst, Gemüse oder Salat	32,2	22,69
3 47	5	Glutenfreie Lebensmittel	2,9	2,03
3 47	6	Laktosefreie Lebensmittel	4,7	3,29
3 47	7	Babykost	2,4	1,72
3 47	0	Müсли, andere Frühstückscerealien	21,2	14,92
3 48	2	Teigwaren, Nudeln	45,6	32,19
3 48	3	Fixprodukte bzw. Fertigmischungen wie z.B. Maggi Fix	12,0	8,50
3 48	5	Backwaren zum Aufbacken wie z.B. Brötchen, Croissant	23,1	16,27
<b>OTC-Produkte: Persönlicher Verbrauch in den letzten 3 Monaten (s.S. 167)</b>				
11 18	4	Mittel zum Abnehmen, zur Unterstützung einer Diät	2,4	1,68