

# Was für ein „Foodie“ bist du?

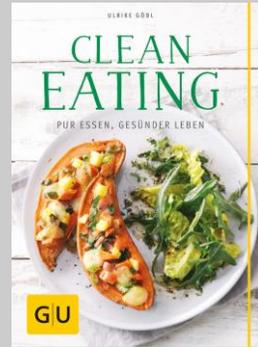
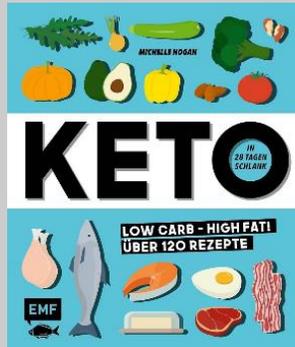
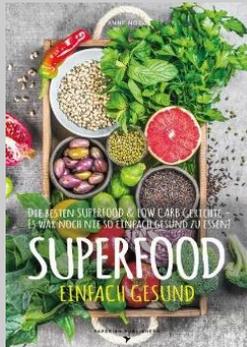
Multi-Client Studie 2019



# Die Ernährungsweisen werden gerne inszeniert – sie spiegeln einen Lebensstil wider



## Vegan, Low Carb, Superfood, Paleo, Clean Eating ...



t-online.de | Websuche mit Google

### Paleo-Ernährung

## Warum manche Menschen wie ein Urmensch essen

11.04.2019, 14:38 Uhr | dpa

Sariya Forkel in ihrem Restaurant "Mammeo". Das Lokal wirbt mit Steinzeit-Kost. (Quelle: dpa)

Teilen Pinnen Twittern Drucken Mailen Redaktion

**Fleisch und Gemüse ja, Getreide und Milch nein: Neben dem Veganer-Trend ist jetzt auch die Paleo-Ernährung in Mode. Dabei wird gekocht, gebacken und getrunken wie im Paläolithikum, der Altsteinzeit. Das Restaurant "Mammeo" im Frankfurter Stadtteil Bornheim will das Konzept jetzt seinen Kunden schmackhaft machen. Ernährungsforscher sehen den Trend kritisch.**

salcooks • Folgen  
Birmingham, United Kingdom

salcooks Lunch time. ☀️

#lunch #birminghamuk #jewelleryquarter #snowhill #takeaway #sunshine #alfresco #salad #vegan #veggie

1 min

Gefällt 1 Mal

VOR 1 MINUTE

EDEKA | Markt & Angebote | Rezepte | Ernährung

low carb

SCHWIERIGKEIT | ERNÄHRUNGSWEISE | DAUER | MENÜART | Nur Rezepte mit Video

140 Ergebnisse

Low Carb Cheesecake | Low Carb Kuchen | Low Carb Porridge | Low Carb Pizza

smoothiebowl • Folgen

smoothiebowl Blue Lemon Vanilla Nice-cream by @plantbasedgeneration. So beautiful and refreshing!

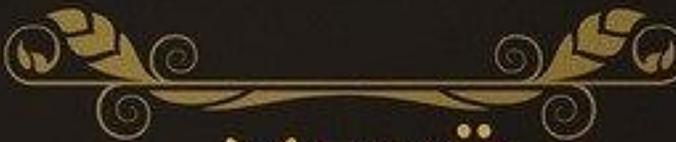
Ingredients:  
2-3 frozen bananas, 1/4 cup unsweetened hazelnut milk, 1 tsp maca powder, 1/4 tsp cinnamon, 1 tsp blue spirulina, 1/2 tsp vanilla extract, lemon squeeze // topped with fresh blueberries and coconut shreds.

For more incredible nice-cream recipes, head to the 'recipe' section of coconutbowls.com - link in bio!

#smoothiebowl #smoothiebowl #smoothielove #smoothierecipe

Gefällt 4.221 Mal

VOR 2 TAGEN



# MENÜ

- 1. Methode**
- 2. Überblick generelles Ernährungsverhalten**
- 3. Ernährungstypen im Vergleich**

A photograph of several walnuts on a wooden surface. A hand is visible on the right side, holding one of the walnuts. The walnuts are arranged in a cluster, with some in the foreground and others in the background. The lighting is warm, highlighting the texture of the walnut shells and the wood grain.

# Inhalte

- Verbreitung von **Ernährungstrends**
- 24 h **Tagebuch** zum Essverhalten
- Welche **Bedürfnisse** treiben Kochen und Ernährung?
- Reduktion von **Fleisch & Milchprodukten** bzw. Verzicht auf **Laktose & Gluten**: Gründe und Substitution
- Woher kommt die **Inspiration** zum Kochen?
- Verwendung von **Küchengeräten**

**Quantitative  
Befragung  
im GfK HH-Panel**

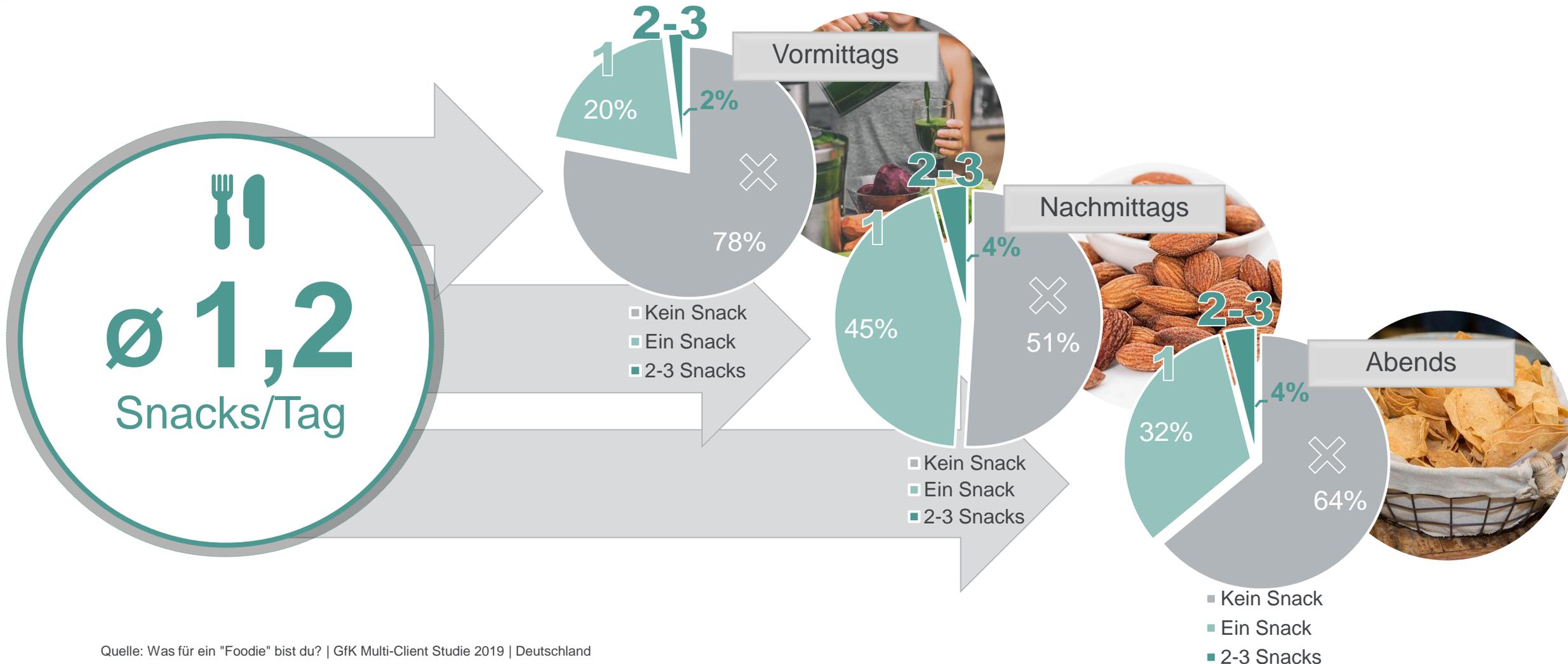
**Feldarbeit:  
Oktober 2019**

**19.987  
befragte  
Haushalte**

The image features four pieces of toast, each topped with a different style of avocado preparation. The top-left toast has two avocado roses and a basil leaf. The top-right toast has a large avocado rose, a sprig of rosemary, and sesame seeds. The bottom-left toast has a curved avocado slice, rosemary, and sesame seeds. The bottom-right toast has a large avocado rose and a basil leaf. A semi-transparent dark grey banner is overlaid across the center of the image, containing the text 'Auszug aus den Ergebnissen' in white. The background is a textured, mottled blue surface.

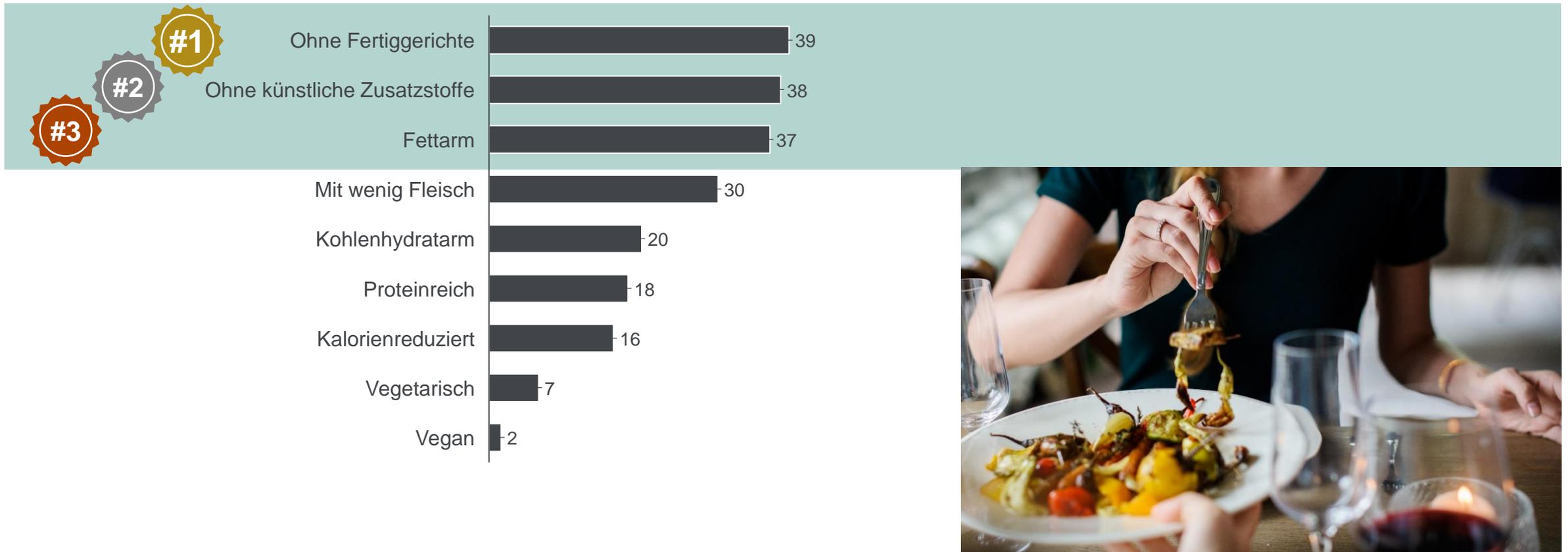
Auszug aus den Ergebnissen

# 1,2 Snacks werden im Durchschnitt verzehrt, die meisten davon Nachmittags



Bei den Ernährungstrends stehen der Verzicht auf Fertiggerichte, künstliche Zusatzstoffe sowie Fett an erster Stelle

Ranking der beliebtesten Essgewohnheiten: mind. einer im HH (in %)



# Über die Segmentierung wurden 10 GfK-Ernährungstypen identifiziert.





# Studiendetails

# Was die Studie beinhaltet

## Allgemeiner Teil:

- **24 h Tagebuch** zum Essverhalten
  - Anzahl der Hauptmahlzeiten vs. Snacks
  - In home vs. OOH Konsum
- Welche **Bedürfnisse** treiben Kochen und Ernährung?
- Verbreitung von **Ernährungstrends**
- Wie weit verbreitet sind die **Reduktion von Fleisch & Milchprodukten**?
  - Was sind die Gründe dafür und wie wird gegebenenfalls substituiert?
- Wie weit verbreitet ist der **Verzicht auf Laktose & Gluten**?
  - Was sind die Gründe dafür und wie wird gegebenenfalls substituiert?
- Wie regelmäßig wird nach **Rezept** gekocht und woher kommt die **Inspiration** zum Kochen?
- Welche **Küchengeräte** werden wie regelmäßig genutzt?

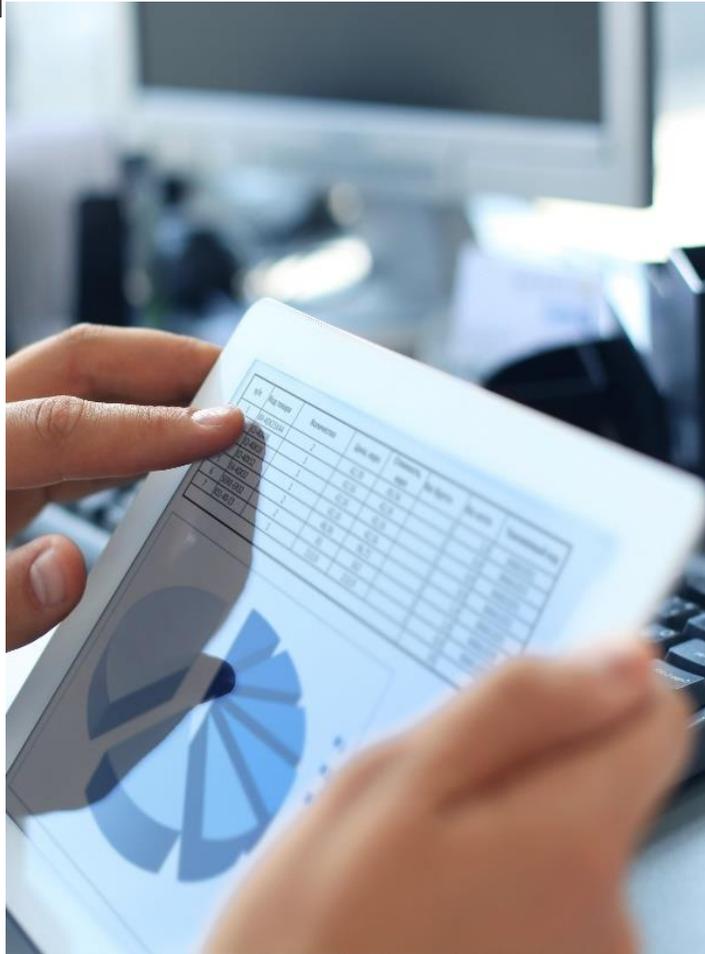
## Ernährungstypologie:

- Es wurden 10 Ernährungstypen identifiziert, die sich in vier Gruppen zusammenfassen lassen: Ambitionierte Köche, Pragmatiker, Gesundheitsorientierte und Selbstlose
- Die Clusterung erfolgte basierend auf Bedürfnissen, Befolgen von Ernährungstrends (z.B. Reduktion von Fleisch), Häufigkeit des Kochens, OOH Konsum und Snacking

## Beschreibung der Typen an Hand von:

- Soziodemographie
- Gewohnheiten und Einstellungen
- Bedürfnissen
- Gemessenem Kaufverhalten

# Investition & Timing



## Umfang

- Quantitative Befragung unter Haushaltsführern im GfK-Shopper-Panel
- Vollerhebung im gesamten GfK HH-Panel
- Repräsentative Stichprobe für HH in Deutschland
- Ergebnisse in PowerPoint



## Investition & Kategorie-Deep-Dive

- Ihre Investition für den Bezug der Multi-Client Studie beträgt 7.900 €
- Das Angebot umfasst die Auswertung von **bis zu 3 Kategorien**. Diese können individuell definiert werden, z.B. Subkategorie total oder Kategorie total, etc.



## Timing

- Feldarbeit im Oktober 2019
- Ergebnisse in KW 51 erhältlich

# Ihre Investition – Kundenindividuelle Analysen



alle Preise in Euro exkl.  
MWSt.  
Bausteine summieren  
sich

<b>Kosten für <u>zusätzliche</u> Kat. (3 bereits enthalten)*</b>	
4. Kategorie	2.800
5.-7. Kategorie	2.000
ab der 8. Kategorie	1.500
<b>Fragebogen nach einzelnen Zielgruppen*</b>	
für eine einzelne Zielgruppe	5.500
ab der 2. individuellen Zielgruppe	4.500
<b>Panel Basis-KPIs für individuelle Zielgruppen*</b>	
4. Kategorie	2.800
5.-7. Kategorie	2.000
ab der 8. Kategorie	1.500

**SimIT Ladung\***  
Segmentation im SimIT für ein MAT

---

10% des momentanen SimIT  
Budgets, min. 4.000 €

\*Voraussetzung: Machbarkeit (muss für jede einzelne Anfrage überprüft werden) | Preise gelten nur in Verbindung mit dem Kauf des Basisberichts!

# Kontakt

## Ihre GfK Foodies



### Ronja Bode

Senior Manager  
Advanced Solutions Consumer Panels

E-Mail: [ronja.bode@gfk.com](mailto:ronja.bode@gfk.com)  
Phone: +49 40 556159-84

---



### Anne Schweickhardt

Account Director  
Advanced Solutions Consumer Panels

E-Mail: [anne.schweickhardt@gfk.com](mailto:anne.schweickhardt@gfk.com)  
Phone: +49 911 395-2499

---



### Marleen Fuchs

Senior Manager  
Advanced Solutions Consumer Panels

E-Mail: [marleen.fuchs@gfk.com](mailto:marleen.fuchs@gfk.com)  
Phone: +49 69 5050929-53