

Pressemeldung

11. Juli 2016

DI Paul Unterhuber
 Financial Services
 T +43 1 71710-219
paul.unterhuber@gfk.com

Evelina Fuhrmann
 Corporate Communications
 Specialist
 T +43 1 717-10-118
evelina.fuhrmann@gfk.com

Trend zu leichter und regionaler Küche nimmt zu

Regionale und saisonale Produkte boomen, Genuss im Fokus, nur 3% verzichten gänzlich auf Fleisch und Milchprodukte

Wien, 11. Juli 2016 – Die Österreicher essen unter der Woche häufiger alleine, verzichten aber seltener auf Qualität oder machen Abstriche bei Genuss oder gesunder Ernährung. Hausmannskost ist nach wie vor weit verbreitet, leichte, vegetarische und internationale Küche nimmt aber immer weiter zu. Das erhob GfK Austria in einer repräsentativen Umfrage unter 500 Österreicherinnen und Österreichern.

Die Österreicherinnen und Österreicher favorisieren immer mehr die leichte Küche, 58% gaben an, sich ‚immer‘ oder ‚häufig‘ fett- und fleischarm zu ernähren. Im Vergleich zu 2010 nahm dieser Trend um zehn Prozentpunkte zu. Im selben Zeitraum ging die ‚bodenständige Hausmannskost‘ um fünf Prozentpunkte zurück. Top-Favoriten in Küche und am Teller sind allerdings Produkte aus der Region (+17 Prozentpunkte gegenüber 2010), saisonale Köstlichkeiten (+10 Prozentpunkte) und biologisch erzeugte Lebensmittel.



GfK Austria GmbH
 Ungargasse 37
 1030 Vienna
 Austria

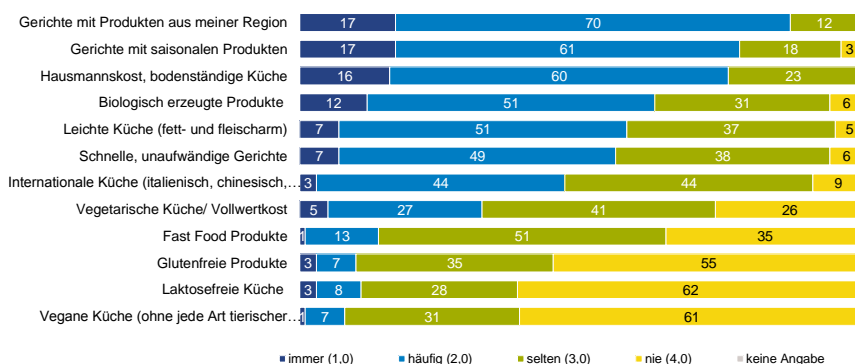
T +43 1 71710-0
www.gfk.com/at
at@gfk.com

Management:
 Thomas Bachl
 Andreas Lederer, BA

Registered at the Trade Court
 Vienna under FN 119110m
 Company Base: Vienna

DVR 0046761

Auf den Tisch kommen in Österreich...



Frage : Welche Art von Speisen essen Sie üblicherweise? Versuchen Sie bitte zuzuordnen, wie oft Sie die folgenden Speisenarten zu sich nehmen.
 Basis: Total (n=500)

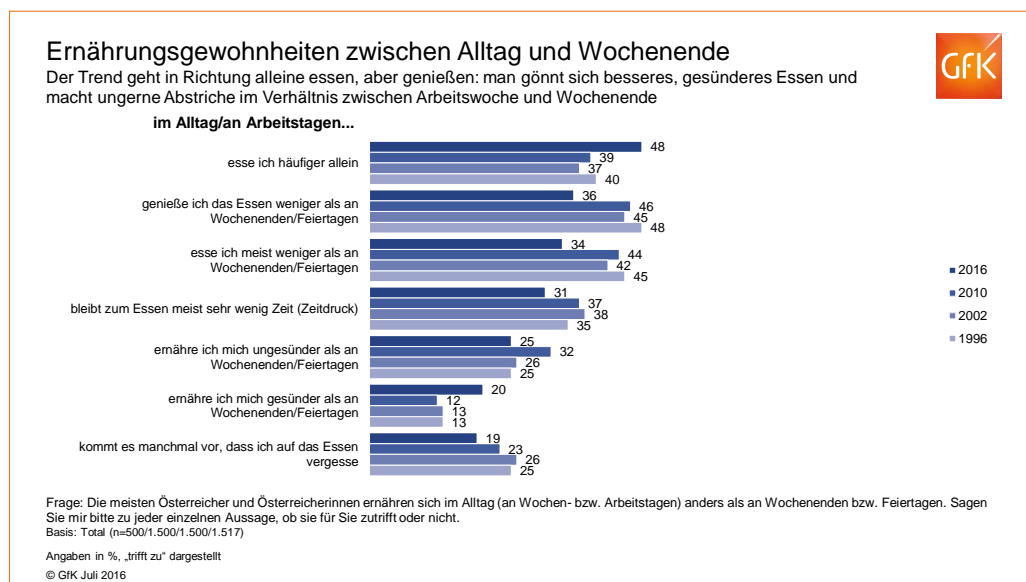
Angaben in %
 © GfK Juli 2016

Hausmannskost findet den höchsten Anklang bei der Generation ab 60 Jahren, Fast Food – wenig überraschend – bei den unter 30-Jährigen (insgesamt 14% der Österreicher konsumieren Fast Food häufiger).

Vegane, vegetarische, lactose- oder glutenfreie Produkte besetzen bisher eher ein Nischendasein in Österreich – die vegetarische Kost nimmt aber insgesamt gesehen zu.

Genuss auch in der Arbeitswoche

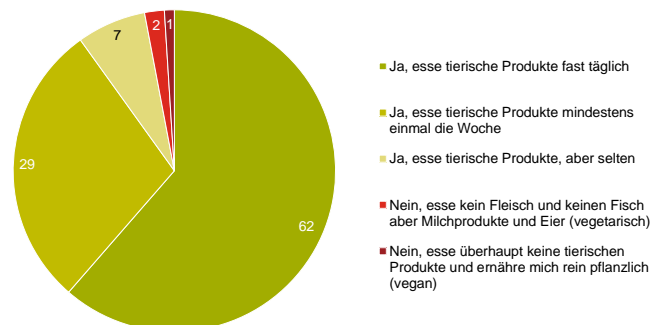
Die Österreicherinnen und Österreicher sind immer weniger dazu bereit, unter der Woche ihr Ernährungsverhalten hinter die höheren Ansprüche des Wochenendes zu stellen: zwar essen immer mehr Menschen an den Arbeitstagen alleine, aber genießen dafür umso mehr bzw. machen weniger Abstriche bei der Zeit zum Essen und der gesunden Zusammensetzung ihrer Mahlzeit. „Der Trend zeigt in Richtung einer bewussteren Ernährung, für die man sich auch in der Arbeitswoche Zeit nimmt und die Lebensmittel mit Bedacht auswählt“, so Paul Unterhuber von GfK Austria. Die Generation zwischen 30 und 44 Jahren ist am ehesten bereit bzw. gezwungen, Abstriche zu machen: sie essen tendenziell weniger und unter höherem Zeitdruck als an den Wochenenden, die unter 30-Jährigen haben nach eigenen Angaben die unregelmäßigsten Essenszeiten.



Fleisch und Milchprodukte gehören für den überwiegenden Teil der Befragten zum fixen Bestandteil einer Mahlzeit: mehr als sechs von zehn Befragten essen täglich tierische Produkte, insgesamt 90% essen damit zumindest einmal die Woche Fleisch oder Milchprodukte. Nur drei Prozent verzichten darauf, am ehesten Frauen können einer fleisch- und milchlosen Ernährungsweise etwas abgewinnen.

Produkte tierischer Herkunft am Speisezettel

Sechs von zehn Österreichern geben an, täglich Fleisch oder Milchprodukte zu sich zu nehmen, nur drei Prozent lehnen Fleisch und Fisch ab, ein Prozent verzichtet auf alle tierischen Produkte



Frage: Wenn Sie an Ihre Ernährung denken: nehmen Sie tierische Produkte (also Fleisch, Fisch, Milch, Käse, Eier) zu sich oder nicht?
Basis: Total (n=500)

Angaben in %
© GfK Juli 2016

Über die Studie

GfK Austria hat zwischen 28.6. und 1.7.2016 insgesamt 500 Personen repräsentativ für die Bevölkerung befragt. Die Interviews wurden telefonisch und online durchgeführt. Die Schwankungsbreiten betragen zwischen 1,5% (bei einem Verhältnis von 97:3) und 4,5% (bei einem Verhältnis 50:50).

Über GfK

GfK steht für zuverlässige und relevante Markt- und Verbraucherinformationen. Durch sie hilft das Marktforschungsunternehmen seinen Kunden, die richtigen Entscheidungen zu treffen. GfK verfügt über langjährige Erfahrung im Erheben und Auswerten von Daten. Rund 13.000 Experten vereinen globales Wissen mit Analysen lokaler Märkte in mehr als 100 Ländern. Mithilfe innovativer Technologien und wissenschaftlicher Verfahren macht GfK aus großen Datenmengen intelligente Informationen. Dadurch gelingt es den Kunden von GfK, ihre Wettbewerbsfähigkeit zu steigern und das Leben der Verbraucher zu bereichern.

Weitere Informationen erhalten Sie unter www.gfk.com/at

Folgen Sie uns auf Twitter: www.twitter.com/gfk_de