



Food-Trends bei jungen Erwachsenen

Studie im Auftrag des Projekts MehrWert NRW
Ergebnisbericht, August 2017

Inhaltsverzeichnis

1. Zusammenfassung
2. Ergebnisse
3. Untersuchungsdesign
4. Über YouGov

Zusammenfassung



Zusammenfassung I

Konsumgewohnheiten

- Mehr als acht von zehn jungen Erwachsenen (im Alter von 18 bis 29 Jahren) entscheiden beim Lebensmitteleinkauf mit: 42 Prozent sind alleinige Entscheider, weitere 44 Prozent teilen sich die Verantwortung für den Einkauf mit jemand anderem. In Mehr-Personen-Haushalten ist der Anteil derer, die keinerlei Verantwortung für den Einkauf haben, am höchsten: Jeder Vierte (24 Prozent) junge Erwachsene ist nicht für den Lebensmitteleinkauf verantwortlich.
- Junge Erwachsene sind beim Lebensmitteleinkauf preisgetrieben: Drei Viertel (74 Prozent) geben an, beim Einkauf auf günstige Preise zu achten, zwei Drittel (68 Prozent) kaufen Lebensmittel möglichst im Sonderangebot.
- Umweltrelevante Kaufkriterien spielen für einen substantiellen Teil der jungen Erwachsenen eine Rolle: 56 Prozent geben an, möglichst Produkte mit wenig Verpackung zu kaufen, um Belastungen für die Umwelt zu vermeiden. Die Hälfte (53 Prozent) gibt an, Gemüse gezielt aus der Region und nach Saison zu kaufen.

Ernährungsgewohnheiten

- 15 Prozent der jungen Erwachsenen lassen das Frühstück in der Regel aus; für das Mittagessen (neun Prozent) und das Abendessen (fünf Prozent) liegt diese Zahl erwartungsgemäß niedriger. Für die Zwischenmahlzeiten ist der Anteil derer, die regelmäßig auf diese Mahlzeiten verzichten, deutlich erhöht (vormittags: 39 Prozent; nachmittags: 30 Prozent).
- Zu den Hauptmahlzeiten ist selbst Zubereitetes unter jungen Erwachsenen weit verbreitet: 54 Prozent geben an, mittags mindestens drei Mal pro Woche frisch Zubereitetes zu essen, für 59 Prozent trifft dies auf das Abendessen zu.
- Junge Erwachsene berichten selbst davon, weniger häufig fertig Zubereitetes als Frisches zu den (Haupt-) Mahlzeiten zu essen. Die Konsumraten für fertig Zubereitetes liegen klar unter jenen für frisch Zubereitetes. 22 Prozent geben an, mindestens 3 Mal pro Woche fertig Zubereitetes zum Frühstück zu essen, 39 Prozent zum Mittagessen und 29 Prozent zum Abendessen.
- Mit dem Bildungsstatus steigt der Konsum von frisch Zubereitetem an: Je höher der Bildungsstand, desto häufiger wird zu den Hauptmahlzeiten frisch Zubereitetes gegessen und desto seltener wird auf fertig Zubereitetes zurückgegriffen.

Zusammenfassung II

Ernährungsgewohnheiten (Fortsetzung)

- Die aggregierte Betrachtung der Konsumraten von frisch bzw. fertig Zubereitetem lässt darauf schließen, dass viele junge Erwachsene in der Praxis Mischformen (zwischen frisch und fertig Zubereitetem) praktizieren. Tatsächlich ernährt sich zwischen einem Drittel (Frühstück) und der Hälfte (Mittagessen, Abendessen) in Mischformen. Ein Viertel (Mittagessen) bis ein Drittel (Frühstück, Abendessen) ernährt sich hauptsächlich von frisch Zubereitetem, eine kleine Minderheit (zwischen sieben und neun Prozent) hauptsächlich von fertig Zubereitetem.
- Junge Erwachsene sind gespalten zwischen achtsamer Ernährung und „ich esse was ich will“: Ein Drittel (30 Prozent) gibt an, sehr auf die Ernährung zu achten, etwas mehr als jeder Zehnte (13 Prozent) befolgt sogar strikte Regeln bei der Ernährung. 52 Prozent folgen dagegen keinen Regeln oder Prinzipien.
- 43 Prozent der jungen Erwachsenen geben an, überhaupt keine bestimmten Ernährungsweisen zu verfolgen. Hinsichtlich spezifischer Ernährungsweisen sind fettarme Ernährung (17 Prozent), zuckerfreie Ernährung (16 Prozent) und kohlenhydratarme Ernährung (13 Prozent) die am weitest verbreiteten Ernährungsstile. 12 Prozent geben an, vegetarische, fünf Prozent vegane Grundsätze zu verfolgen – wenn allerdings berücksichtigt wird, inwieweit Befragte strikten oder weniger strikten Regeln bei ihrer Ernährung folgen, schrumpft der Anteil derer, die sich im strengen Sinne vegetarisch bzw. vegan ernähren auf sieben Prozent bzw. drei Prozent.
- Unter den abgefragten Trend-Foods sind Superfoods (22 Prozent), pflanzliche Milchersatzprodukte (21 Prozent), pflanzliche Fleischersatzprodukte (20 Prozent) und Pseudogetreide (18 Prozent) für junge Erwachsene am relevantesten. Unter jungen Frauen ist der Anteil der Konsumentinnen höher, so essen z.B. 28 Prozent dieser Gruppe regelmäßig Superfoods. Jeder Zweite (47 Prozent) hat in den letzten 12 Monaten keines der abgefragten Trend-Lebensmittel regelmäßig gegessen.
- Rund ein Drittel (34 Prozent) baut aktiv – ungeachtet des Ortes (z.B. Balkon, Garten, Urban Gardening, ...) – Gemüse oder Kräuter an. Dies ist v.a. in familiären oder partnerschaftlichen Mehr-Personen-Haushalten der Fall (jeweils über 40 Prozent), in Ein-Personen-Haushalten und WGs ist dieser Anteil deutlich geringer (jeweils 26 Prozent).

Zusammenfassung III

Informationsverhalten

- Die wichtigsten medialen Kanäle zum Thema Ernährung sind für junge Erwachsene Internetrecherchen über Suchmaschinen (41 Prozent) und YouTube (34 Prozent). Zusätzlich sind persönliche Kontakte wichtig: 39 Prozent bekommen Informationen über Freunde und Bekannte, 34 Prozent über Familienmitglieder. Dahinter folgen Facebook (27 Prozent) sowie TV und Radio (26 Prozent).
- Junge Erwachsene interessieren sich für ein breites Themenspektrum, das von Umwelt- und Tierschutzaspekten (z.B. Konsequenzen von Lebensmittelproduktion für Tiere und Menschen bzw. Umwelt und Klima), Aspekten der Lebensmittelsicherheit (z.B. Sicherheit von Lebensmitteln, Belastungen in Lebensmitteln) und Lifestyle-Themen (z.B. Street-Food, Ernährung bei Sport und Fitnesstraining) reicht. Keines dieser Themen ragt dabei deutlich heraus.

Wahrnehmung der Verbraucherzentrale

- Rund zwei Drittel (68 Prozent) der befragten jungen Erwachsenen kennen die Verbraucherzentrale. Stiftung Warentest (84 Prozent) ist deutlich bekannter, Foodwatch (39 Prozent) deutlich weniger bekannt.
- Beim Thema Ernährung vertrauen junge Erwachsene zuallererst der eigenen Familie: 63 Prozent geben an, bei diesem Thema großes oder sehr großes Vertrauen in ihre Familie zu haben. Die Verbraucherzentrale (54 Prozent) folgt nahezu gleichauf mit Stiftung Warentest (55 Prozent) und Freunden und Bekannten (54 Prozent) an der Spitze des Feldes.
- Wichtigste Info-Kanäle, über die junge Erwachsene, die die Verbraucherzentrale kennen, schon einmal Informationen der Verbraucherzentrale wahrgenommen haben, sind TV und Radio (26 Prozent), die Webseite (20 Prozent) und Facebook (17 Prozent). Die Ergebnisse zeigen eine deutlich diversifizierte Wahrnehmung von Info-Kanälen der Verbraucherzentrale.
- Junge Erwachsene sind in der Frage der angemessenen Anrede („Du“ vs. „Sie“) gespalten. Im Gesamtbild lässt sich eine leichte Präferenz für das lockerere „Du“ (47 Prozent) beobachten, 41 Prozent das formellere „Sie“. Männer und niedrig Gebildete präferieren eher „Sie“.

Ergebnisse



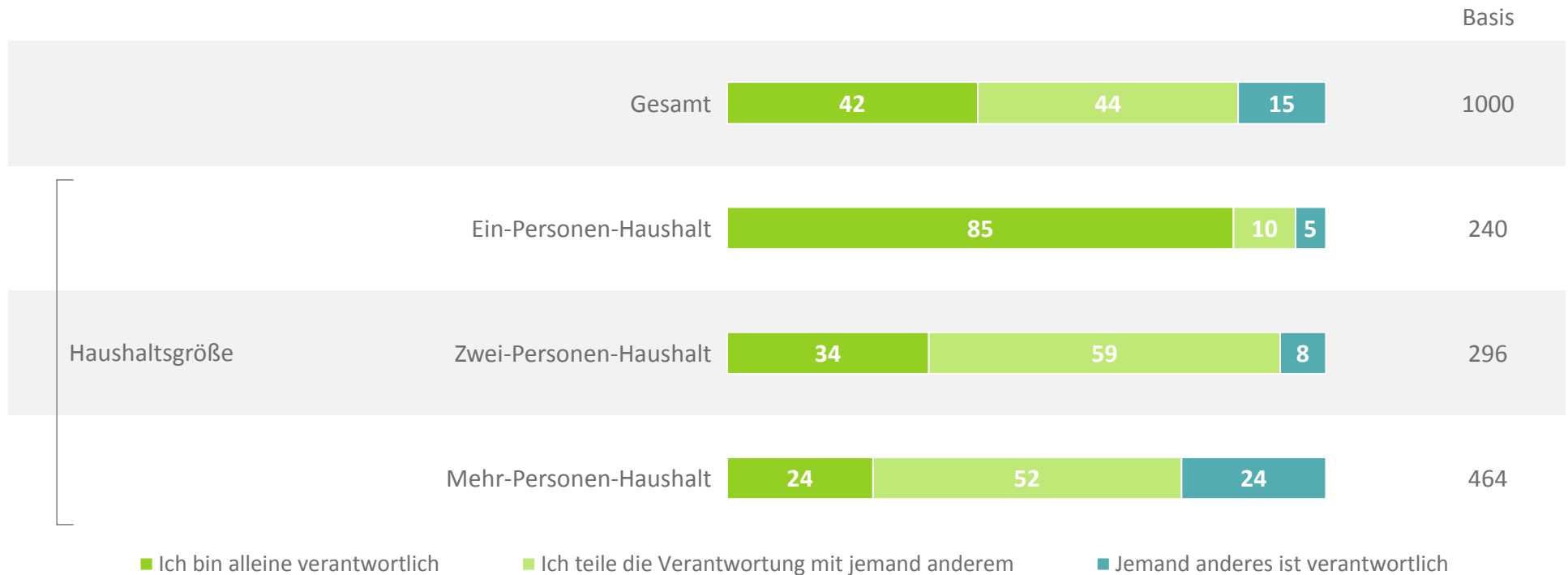


Konsumgewohnheiten

Mehr als 8 von 10 jungen Erwachsenen entscheiden beim Lebensmitteleinkauf mit.

Haushaltsentscheider

Wer in Ihrem Haushalt ist hauptsächlich für den Einkauf von Lebensmitteln und Dingen des täglichen Bedarfs verantwortlich?

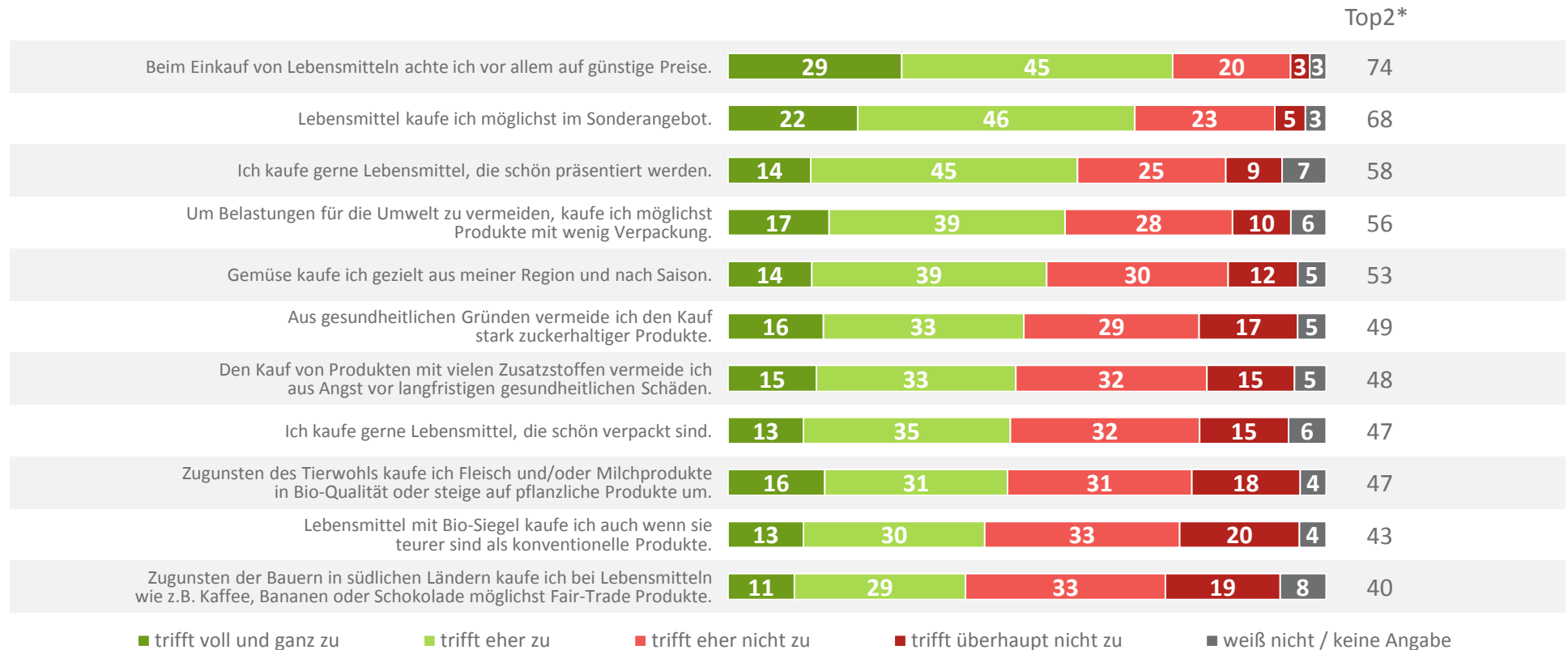


Basis: alle Befragten
Angaben in %

Junge Leute sind beim Lebensmitteleinkauf preisgetrieben. Die Präsentation von Lebensmitteln spielt eine Rolle.

Einkaufskriterien

Im Folgenden sind einige Aussagen zu Kriterien beim Einkauf von Lebensmitteln genannt. Bitte kreuzen Sie an, wie zutreffend jede dieser Aussagen für Sie ist.



Basis: alle Befragten; n=1000

Angaben in %

* Top2: "trifft eher zu" + "trifft voll und ganz zu"



Ernährungsgewohnheiten

Jeder Fünfte isst (fast) jeden Tag zum Frühstück etwas Frisches, jeder Vierte zum Abendessen.

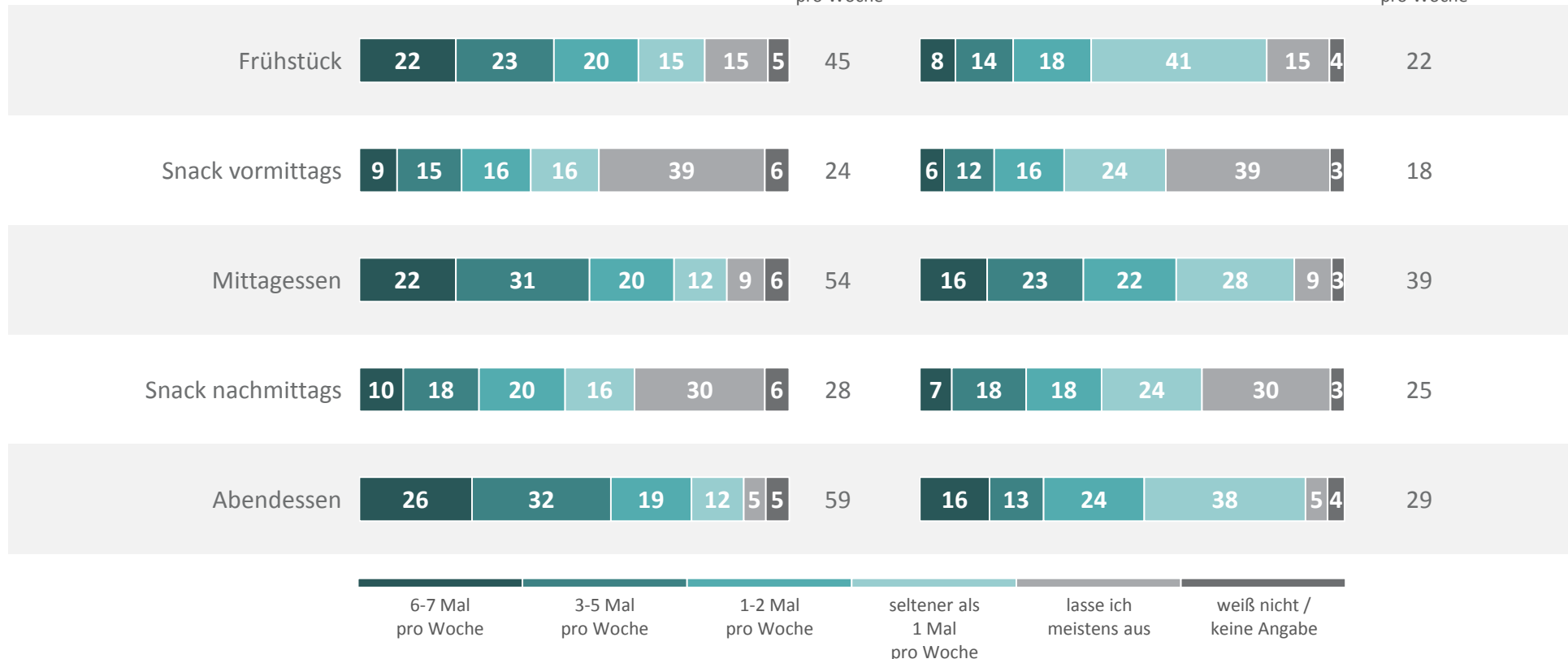
Ernährungsgewohnheiten

Wie häufig essen Sie zu den folgenden Mahlzeiten etwas aus frischen Zutaten / Grundzutaten selbst Zubereitetes oder loses Obst und Gemüse?

Mind. 3 Mal pro Woche

Wie häufig essen Sie zu den folgenden Mahlzeiten etwas bereits fertig Zubereitetes?*

Mind. 3 Mal pro Woche



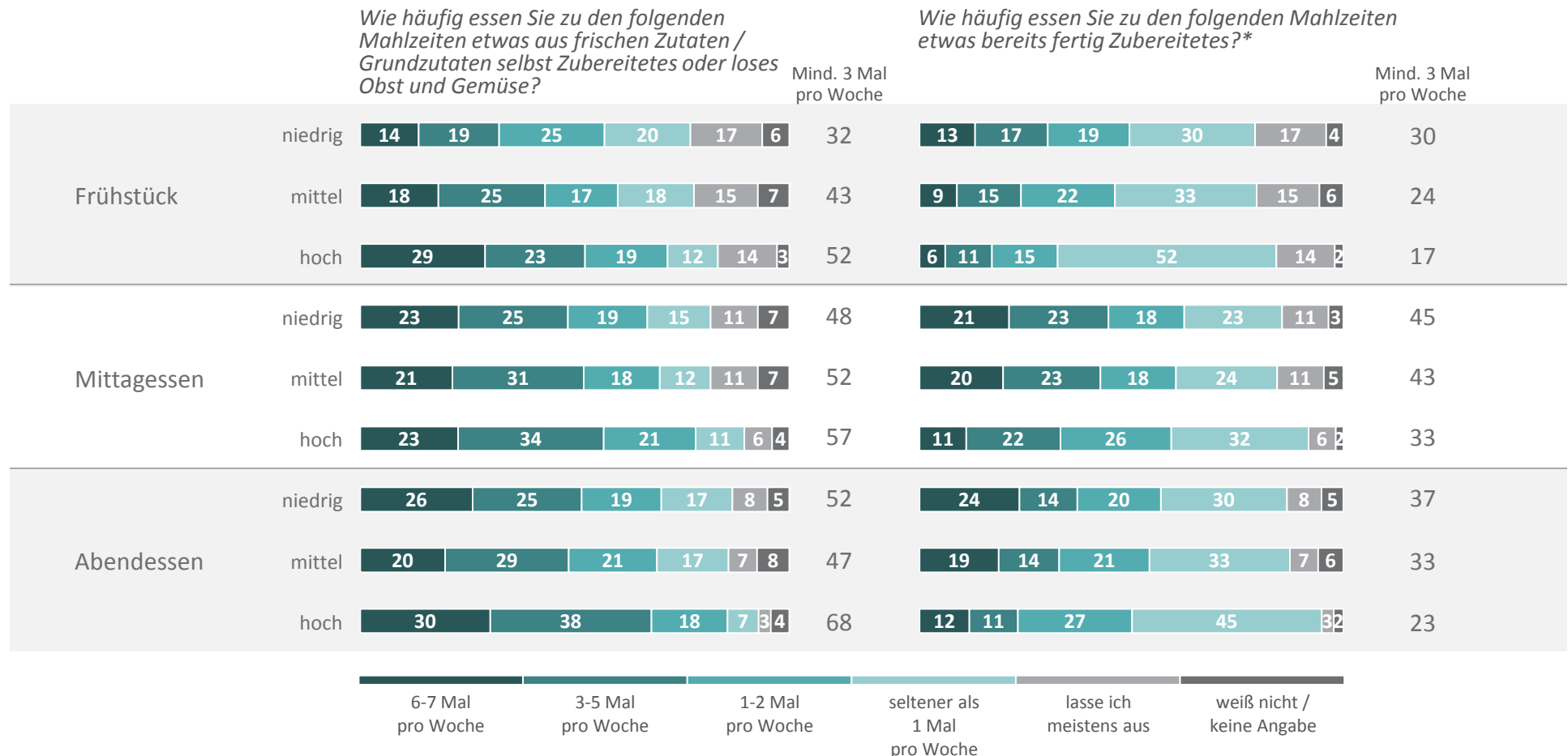
Basis: alle Befragten; n=1000

Angaben in %

* Als Beispiele für fertig Zubereitetes wurden genannt: Kauf vom Imbissstand oder Bäcker, im Restaurant oder in der Kantine, Fertiggerichte zum Aufwärmen, Süßigkeiten oder Salzgebäck

Junge Erwachsene mit höherer Bildung essen häufiger frisch Zubereitetes und seltener Fertiges als andere.

Ernährungsgewohnheiten nach Bildungsstatus (nur Hauptmahlzeiten)



Basis: alle Befragten; n=1000

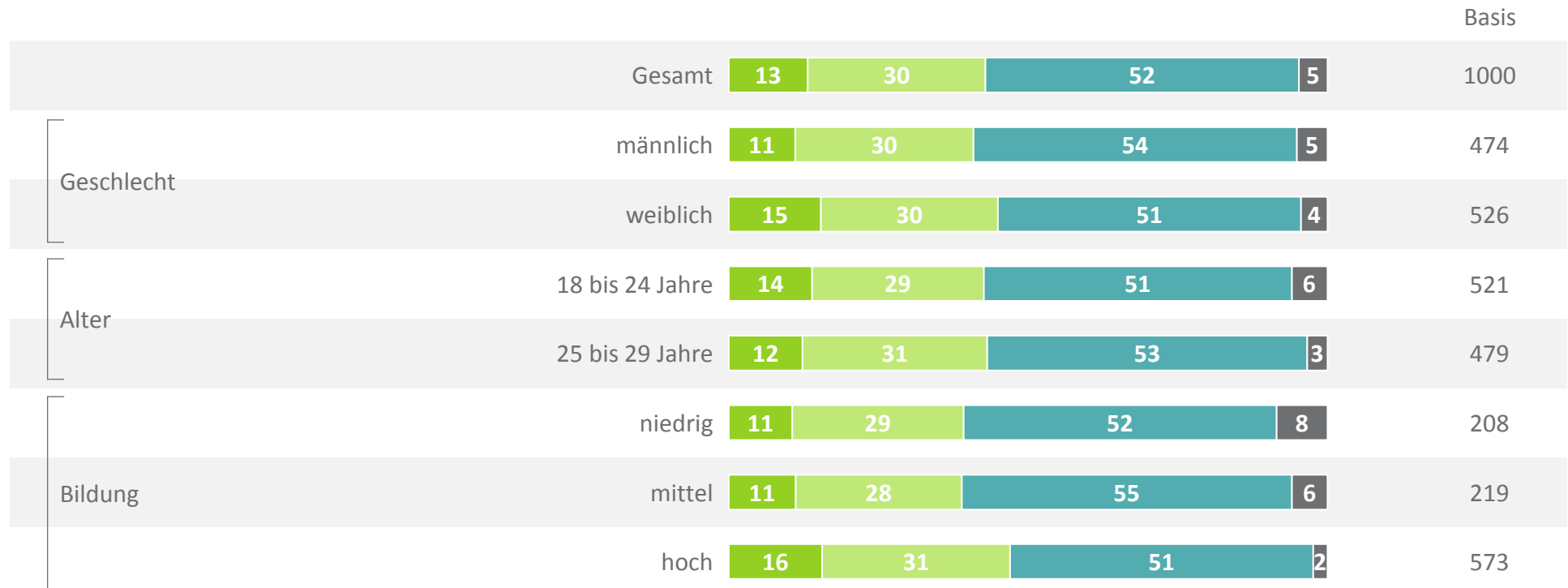
Angaben in %

* Als Beispiele für fertig Zubereitetes wurden genannt: Kauf vom Imbissstand oder Bäcker, im Restaurant oder in der Kantine, Fertiggerichte zum Aufwärmen, Süßigkeiten oder Salzgebäck

Die Hälfte folgt keinen Regeln, mehr als 4 von 10 achten sehr auf Ernährung oder befolgen sogar strikte Regeln.

Ernährungsstil

Welche der folgenden Aussagen trifft am ehesten auf Ihren persönlichen Ernährungsstil zu?



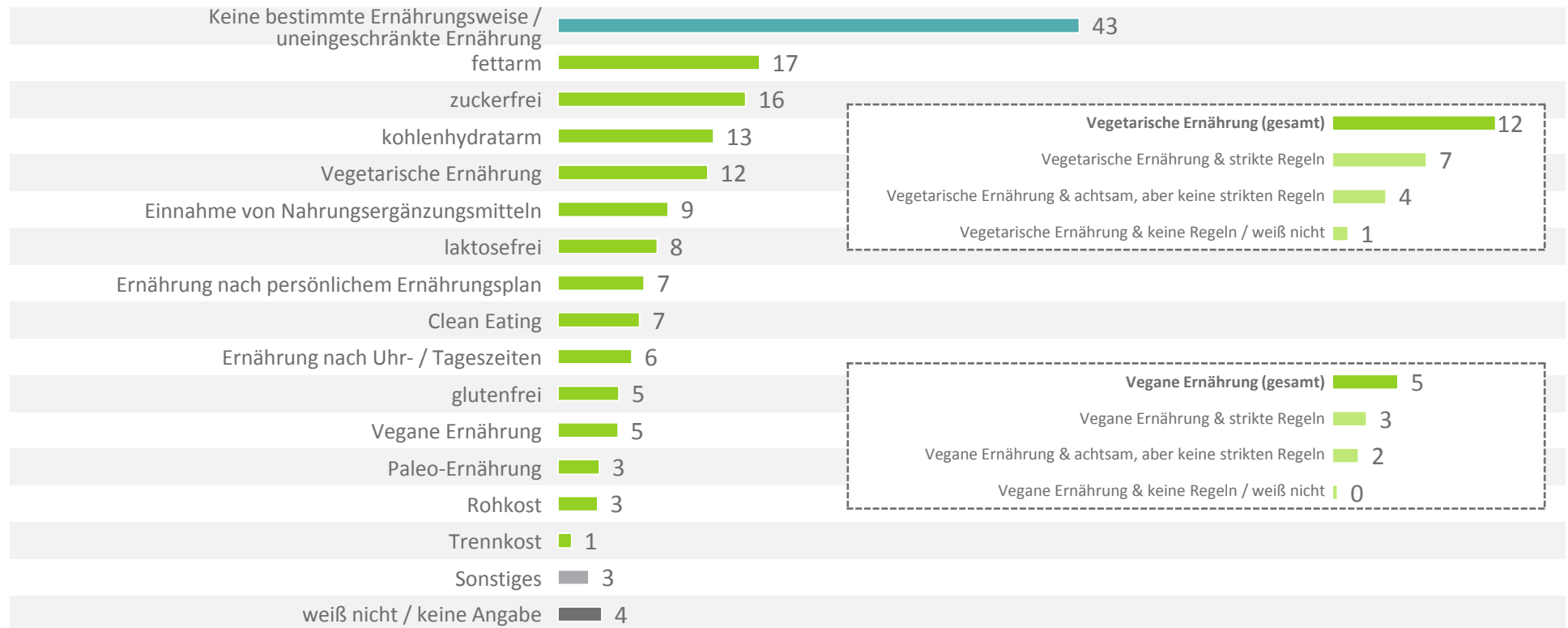
- Ich befolge strikte Regeln bei meiner Ernährung (z.B. Vegetarier).
- Ich achte sehr auf meine Ernährung, folge aber keinen strikten Regeln (z.B. Flexitarier).
- Ich folge keinen Regeln oder Prinzipien bei meiner Ernährung.
- weiß nicht / keine Angabe

Basis: alle Befragten
Angaben in %

Fast jeder Fünfte achtet bei der Ernährung auf Fett, jeder Sechste auf Zucker. 7 Prozent sind strikte Vegetarier.

Ernährungsstile

Welche der folgenden Ernährungsweisen und –stile befolgen Sie?



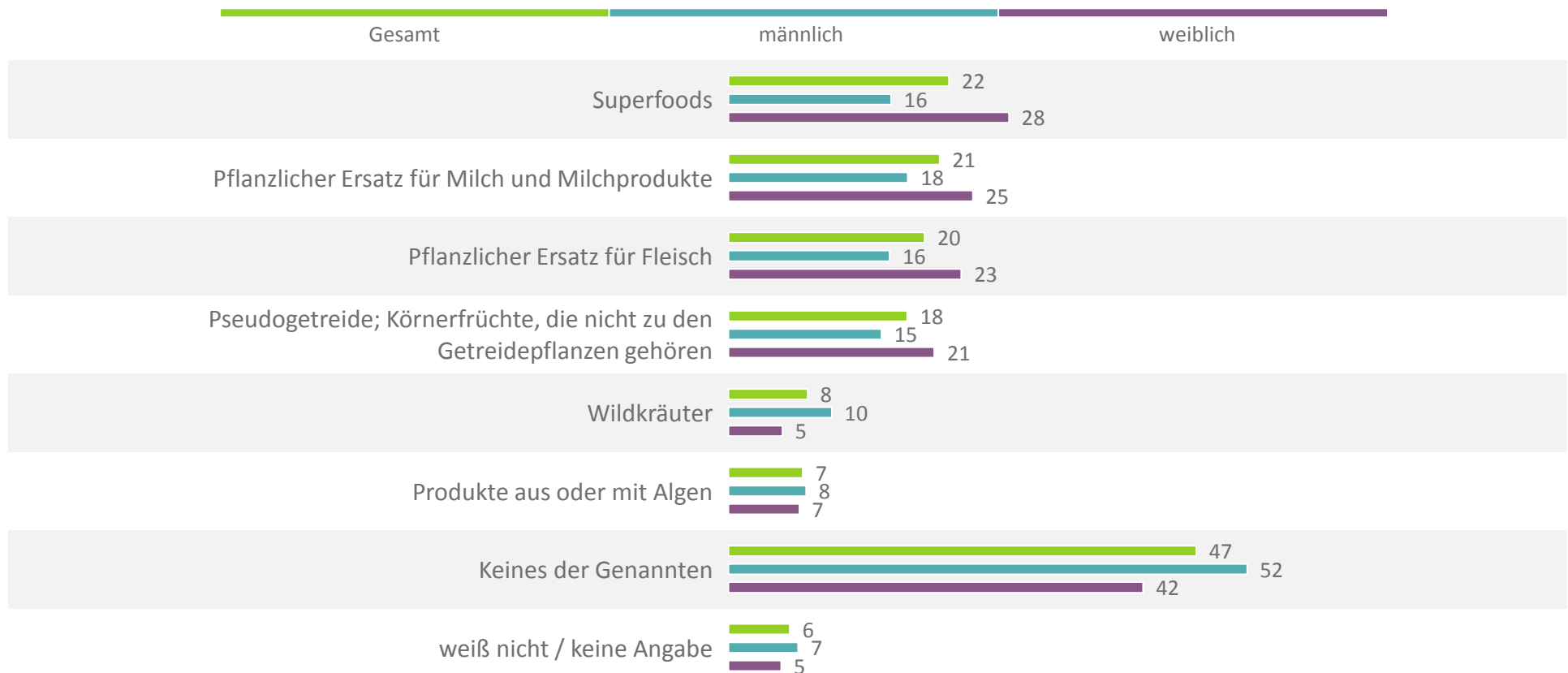
Basis: alle Befragten, n=1000
Angaben in %; Sortierung absteigend; Mehrfachantworten möglich

YouGov 2017 | Verbraucherzentrale NRW – Food-Trends bei jungen Erwachsenen

Jeder Fünfte isst regelmäßig Superfoods oder pflanzlichen Ersatz für Milch oder Fleisch, v.a. junge Frauen.

Lebensmitteltrends

Immer wieder entstehen Trends um neue und alte Lebensmittel, die in den letzten Jahrzehnten wenig beachtet worden sind. Welche der folgenden Lebensmittel haben Sie im letzten Jahr regelmäßig (also mind. einmal pro Monat) gegessen?



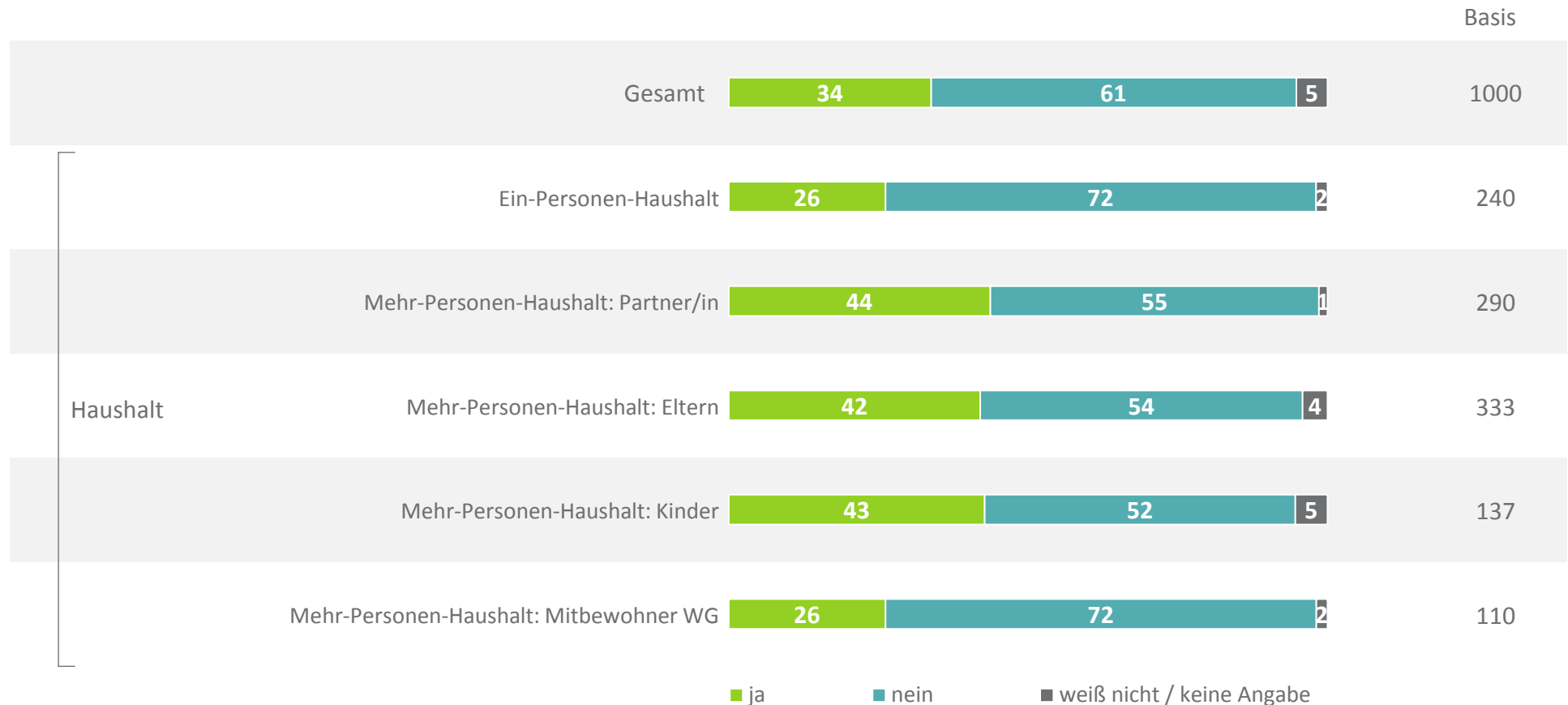
Basis: alle Befragten, n=1000
Angaben in %; Sortierung absteigend; Mehrfachantworten möglich

YouGov 2017 | Verbraucherzentrale NRW – Food-Trends bei jungen Erwachsenen

Jeder Dritte baut frische Kräuter oder Gemüse an – in Ein-Personen-Haushalten oder WGs nur jeder Vierte.

Eigenanbau von Gemüse oder Kräutern

Bauen Sie persönlich aktiv Lebensmittel wie Gemüse oder Kräuter an (z.B. auf dem Balkon, im eigenen Garten, in einem Gemeinschaftsgarten / Urban Gardening)?



Basis: alle Befragten
Angaben in %



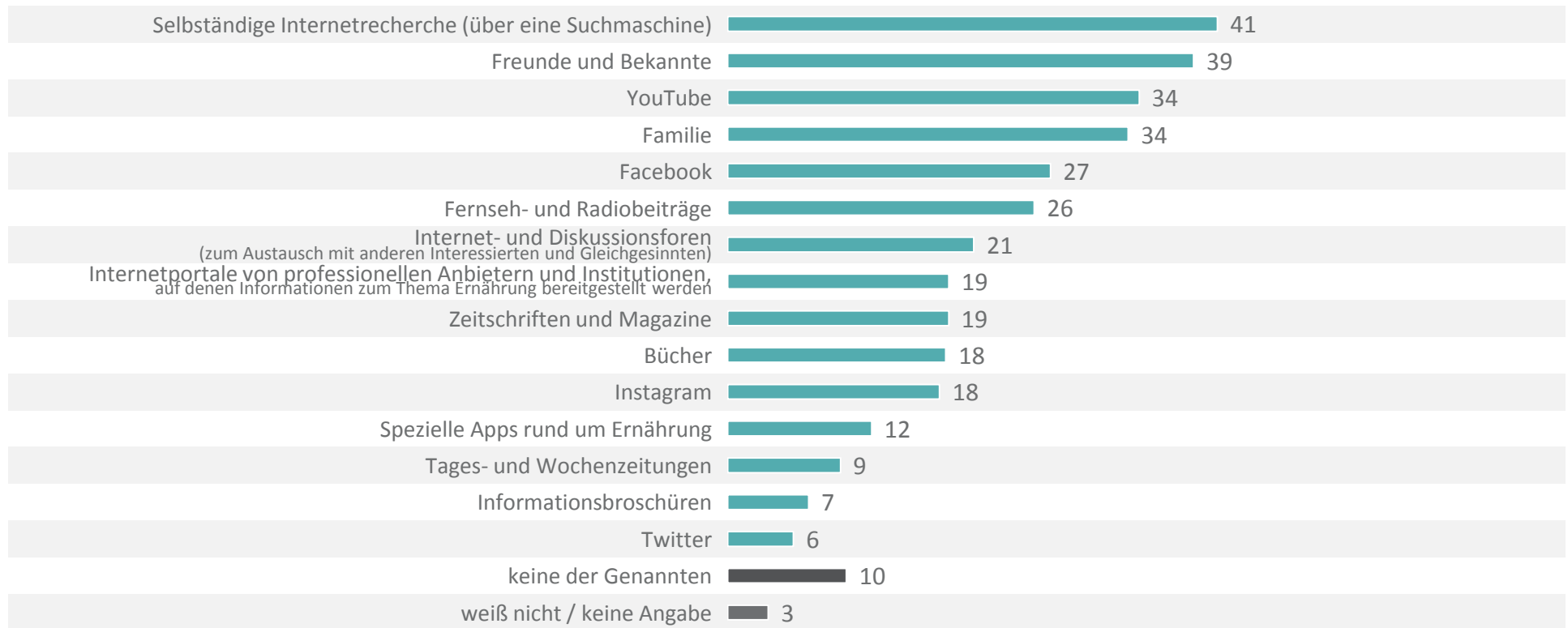
Informationsverhalten

YouGov

Allgemeine Internet-Recherche, persönliche Kontakte und YouTube sind die wichtigsten Kanäle.

Informationskanäle

Welche Kanäle nutzen Sie, um Informationen zu Themen rund um Lebensmittel, Essen und Ernährung zu erhalten?



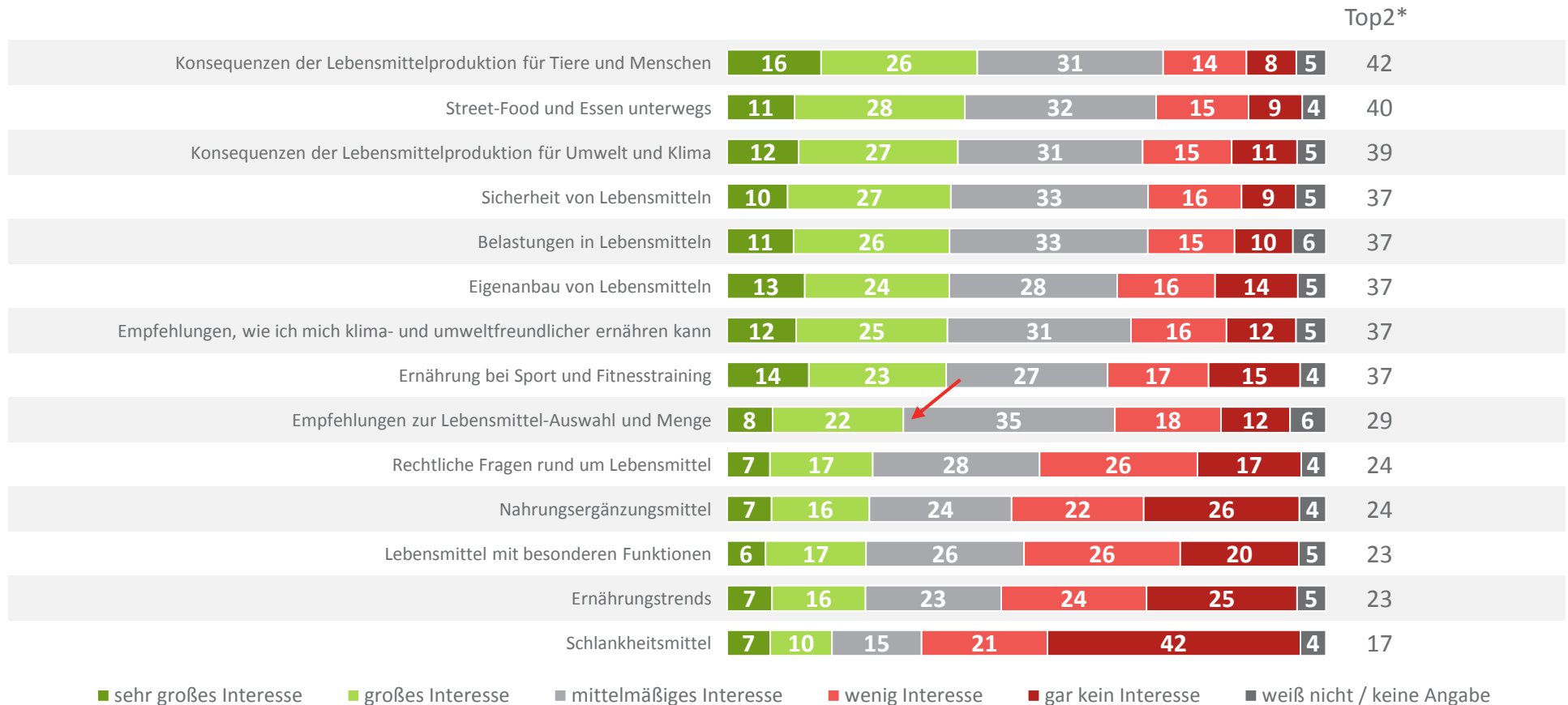
Basis: alle Befragten, n=1000
Angaben in %; Sortierung absteigend; Mehrfachantworten möglich

YouGov 2017 | Verbraucherzentrale NRW – Food-Trends bei jungen Erwachsenen

Die Konsequenzen der Lebensmittelproduktion und Street-Food interessieren junge Erwachsene am meisten.

Interesse an Themenfeldern im Bereich Lebensmittel und Ernährung

Im Folgenden ist eine Reihe von Themen rund um Lebensmittel genannt. Bitte geben Sie an, wie groß Ihr Interesse an Informationen zu jedem dieser Themen ist.



Basis: alle Befragten; n=1000

Angaben in %

* Top2: "großes Interesse" + "sehr großes Interesse"

A photograph of a vintage radio broadcast booth. In the foreground, a large, silver, ribbed microphone on a stand is prominent. Behind it, a wooden control panel with various knobs, buttons, and a speaker grille is visible. The background shows a patterned curtain and a desk with a telephone. The overall scene is dimly lit, creating a classic, professional atmosphere.

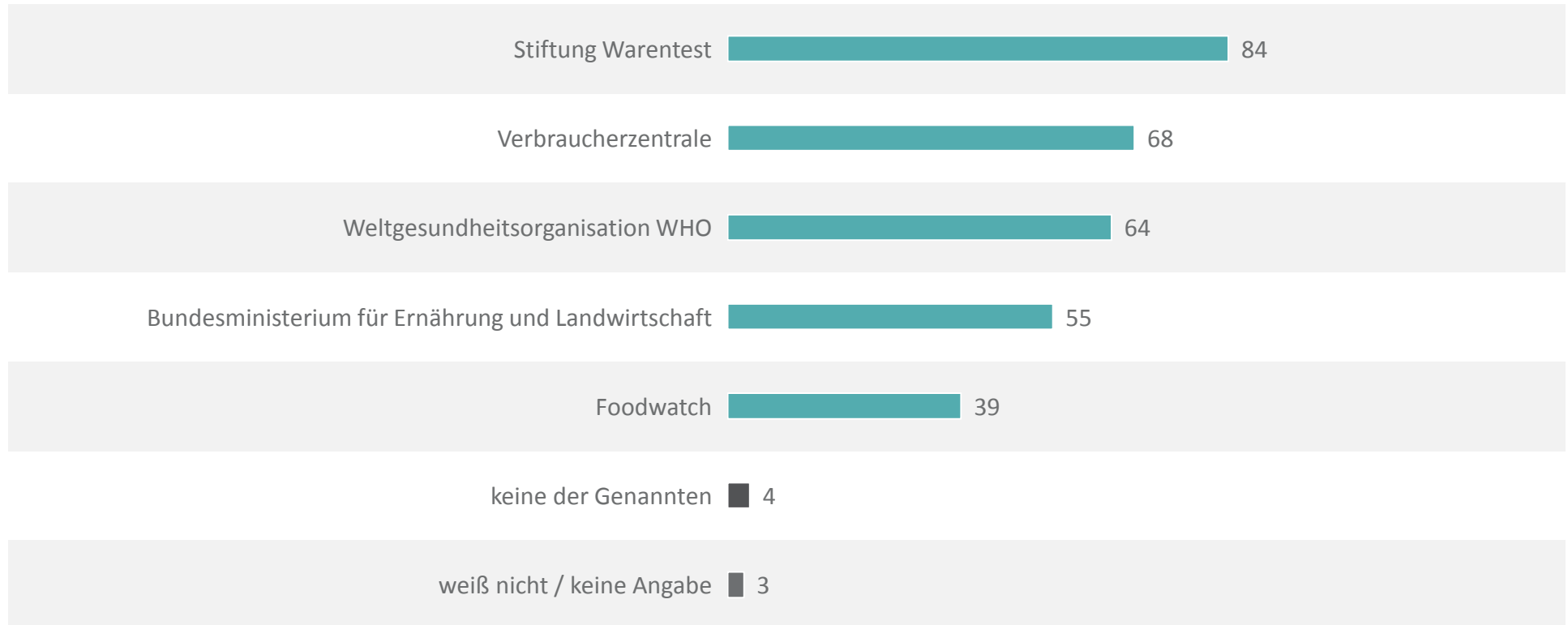
Wahrnehmung der Verbraucherzentrale

YouGov

Zwei Drittel der 18- bis 29-Jährigen kennen die Verbraucherzentrale.

Bekanntheit Verbraucherzentrale

Welche der folgenden Organisationen und Institutionen kennen Sie?



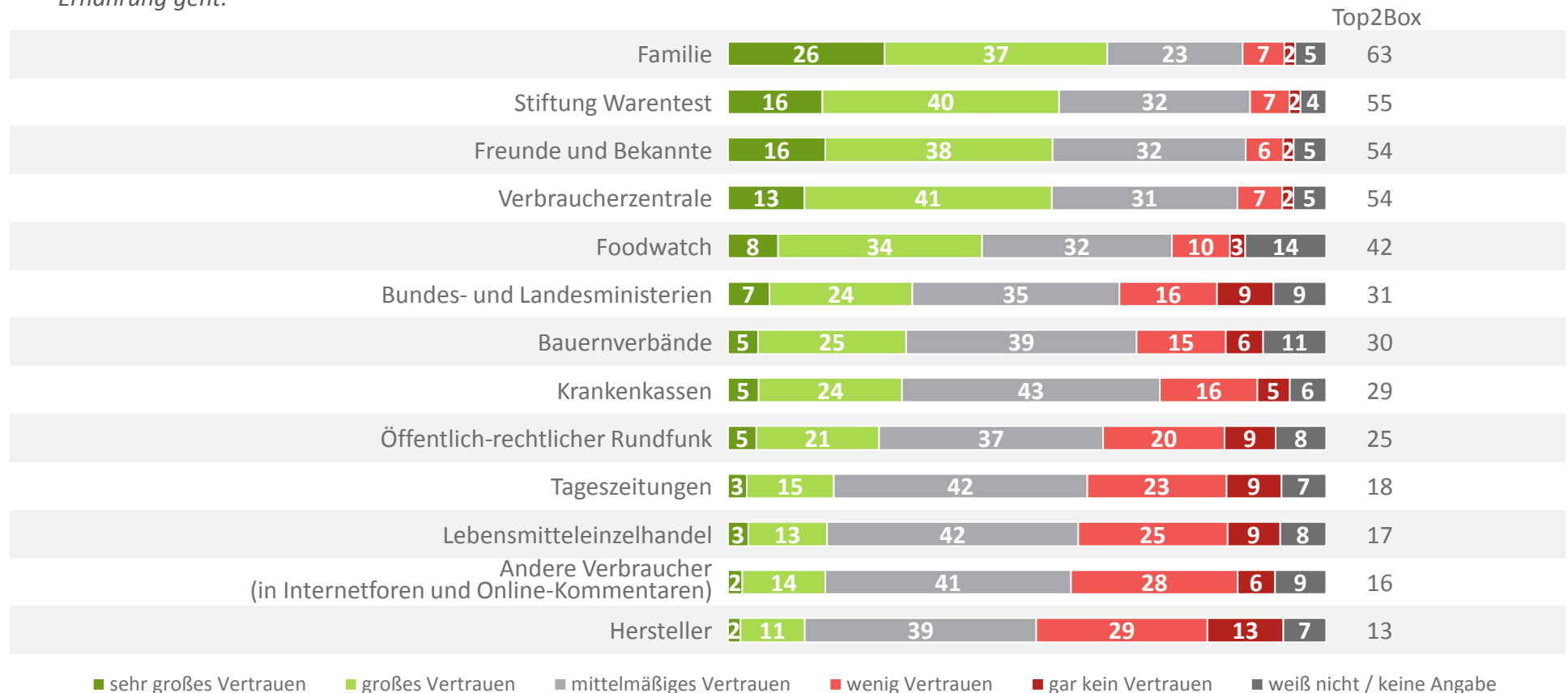
Basis: alle Befragten, n=1000
Angaben in %; Sortierung absteigend; Mehrfachantworten möglich

YouGov 2017 | Verbraucherzentrale NRW – Food-Trends bei jungen Erwachsenen

Der Familie wird beim Thema Ernährung am meisten vertraut, dann folgt u.a. die Verbraucherzentrale.

Vertrauen in Organisationen bei den Themenfeldern Lebensmittel, Essen, Ernährung

Im Folgenden ist eine Reihe von Einrichtungen, Organisationen und Gruppen genannt. Bitte geben Sie für jede dieser Einrichtungen, Organisationen und Gruppen an, wie viel Vertrauen Sie in sie haben, wenn es um Informationen zu den Themen Lebensmittel, Essen und Ernährung geht.



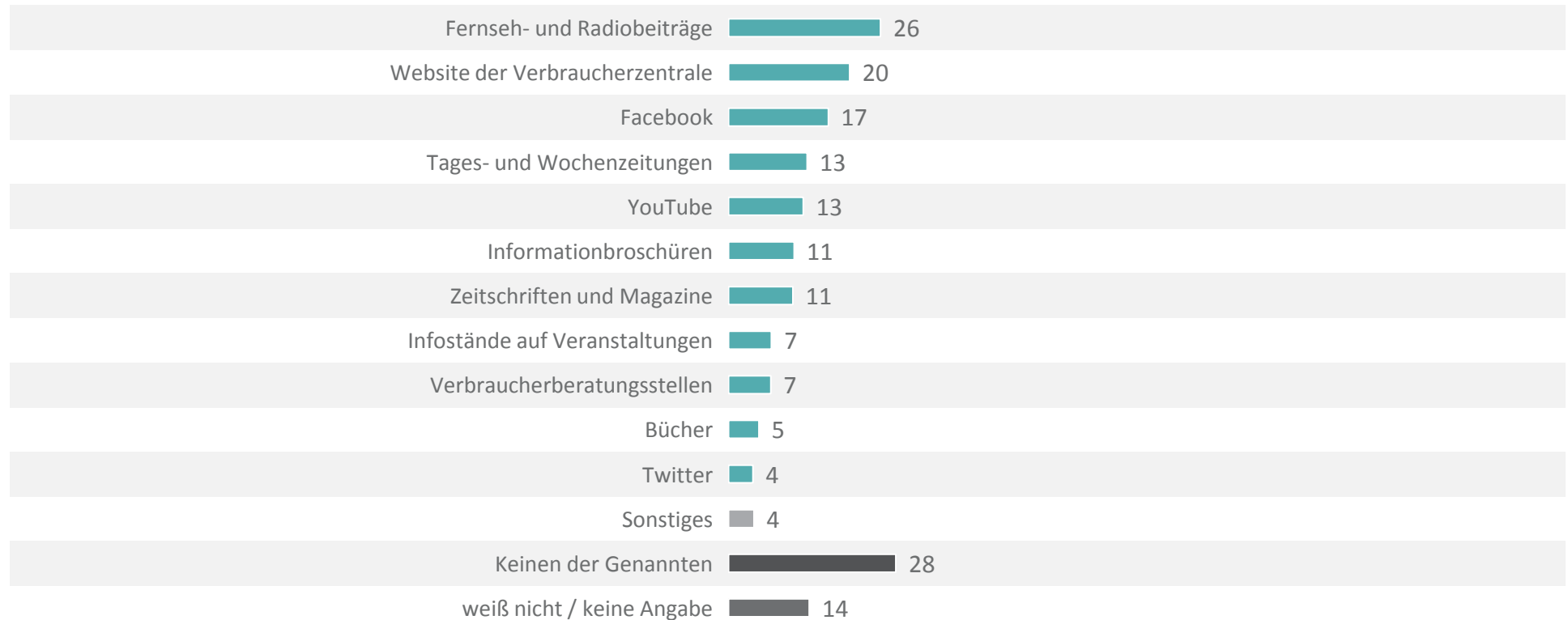
Basis: alle Befragten; n=1000
 Angaben in %; Sortierung absteigend nach Top2Box ["großes Vertrauen" + "sehr großes Vertrauen"]



28 Prozent derjenigen, die die Verbraucherzentrale kennen, hat noch nie Informationen zu Ernährung wahrgenommen.

Faktische Kontaktpunkte zur Verbraucherzentrale

Die Verbraucherzentrale nutzt verschiedene Kanäle, um zu Themen rund um Lebensmittel, Essen und Ernährung zu informieren. Bitte kreuzen Sie diejenigen Kanäle an, über die Sie schon einmal Informationen der Verbraucherzentrale zu den genannten Themen erhalten haben.



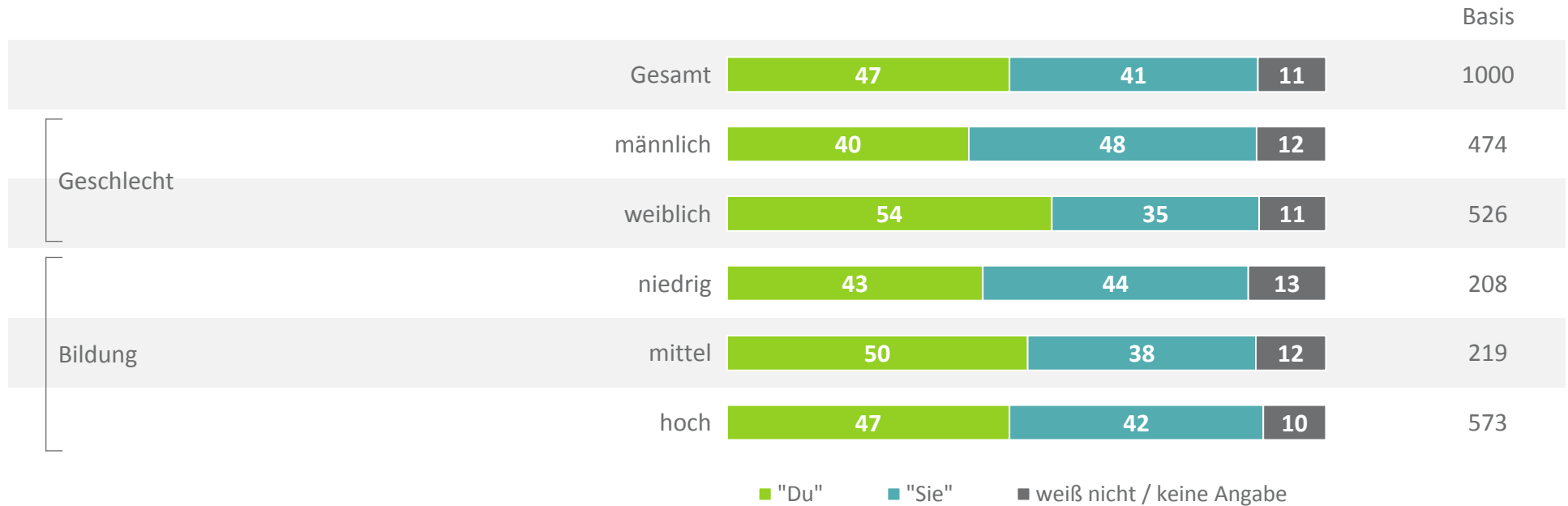
Basis: Befragte, die die Verbraucherzentrale kennen, n=686
Angaben in %; Sortierung absteigend; Mehrfachantworten möglich

YouGov 2017 | Verbraucherzentrale NRW – Food-Trends bei jungen Erwachsenen

Hinsichtlich der Anrede gibt es unter jungen Leuten eine leichte Präferenz für „Du“. Männer präferieren „Sie“.

Präferenzen Anrede

Würden Sie in Informationsbroschüren und Texten der Verbraucherzentrale lieber mit „Du“ oder mit „Sie“ angesprochen werden?



Basis: alle Befragten
Angaben in %

Untersuchungsdesign



Untersuchungsdesign

Online-Befragung im YouGov Online Panel

Zielgruppe:

Junge Erwachsene

zwischen 18 und 29 Jahre, die in Deutschland wohnen
Repräsentativ nach Geschlecht | Alter | Bundesland | Bildung |
Einkommen

Stichprobengröße

n=1.000

Bearbeitungszeit (Median)

9 Minuten

Datenerhebung vom

24. Juli

bis

02. August 2017

Struktur & Inhalte

- (1) Screening & Quotierung
- (2) Konsumgewohnheiten
- (3) Essgewohnheiten
- (4) Informationsverhalten
- (5) Wahrnehmung der Verbraucherzentrale

Über YouGov



YouGov

YOU GOV IN ZAHLEN

3,3 MILLIONEN

PANEL-MITGLIEDER WELTWEIT

SEIT **1991** IN DEUTSCHLAND

24

YOU GOV
STANDORTE
WELTWEIT

591

MITARBEITER
AUF DER
GANZEN WELT

17 MILLIONEN

ABGESCHLOSSENE UMFRAGEN IM LETZTEN JAHR

18000

PRESSENENNUNGEN IM
LETZTEN JAHR

>2000

KUNDENBEZIEHUNGEN IM
LETZTEN JAHR

33

YOU GOV -
PANELS
WELTWEIT

23

RANG IM AMA
GOLD
BRANCHEN-
REPORT

YouGov

Ihre Ansprechpartner

Haben Sie Fragen? Sprechen Sie uns gerne an.



Frieder Schmid

Consultant

T +49 221 42061 - 412

F +49 221 42061 - 1412

Frieder.Schmid@yougov.de



Susanne Schöpe

Account Manager

T +49 221 42061 - 449

F +49 221 42061 - 100

Susanne.Schoepe@yougov.de



Martha Posthofen

Consultant

T +49 221 42061 - 321

F +49 221 42061 - 1321

Martha.Posthofen@yougov.de