

Inhaltsverzeichnis

Management Summary	1
--------------------------	---

Food Consumption 2014 Ess- und Verzehrverhalten in der Schweiz

• A. Datengrundlage.....	5
• B. Datenauswertung.....	6
• 1. Bedürfniserkennung	6
○ Bedeutung der Ernährung	6
○ Ernährungsbedürfnisse in bestimmten Verzehrsituationen	8
• 2. Informationssuche und Produktwahl	11
○ Informationsquellen	11
○ Erwartungen an das Lebensmittelangebot	12
• 3. Konsum und Produktbeurteilung	15
○ Verzehrorte und Verzehrzeiten.....	15
○ Zufriedenheit mit der eigenen Ernährung	19
○ Hindernisse einer gesünderen Ernährung	20
• 4. Trendthema Regionalität	21
○ Kaufkriterien für regionale Produkte	22
○ Unterschiede in der Beurteilung verschiedener Bevölkerungsgruppen	23

Management Summary

Ess- und Verzehrverhalten 2014 *Zwischen Zeitdruck, gesellschaftlichem Idealbild und Genuss*

Der Zeitdruck nimmt zu und das Ernährungsverhalten der Schweizer wird immer hybrider. Was sich in den vorherigen Studien bereits abgezeichnet hat, verstärkt sich 2014 nochmals. Immer seltener verhalten sich Konsumenten nach einem einheitlichen Muster. Alte Ernährungsstrukturen brechen auf und je nach Situation stehen andere Bedürfnisse im Vordergrund. Durch die wachsende Mobilität, sowohl im Berufs- als auch im Privatleben, die zunehmende Entfernung zwischen Wohn- und Arbeitsort (Bundesamt für Statistik 2012) und den immer flexibleren, individuelleren Tagesabläufen wird zunehmend nicht mehr zu festen Zeiten, sondern situationsbedingt gegessen. Hinzu kommt eine gestiegene Unzufriedenheit mit der eigenen Ernährung und dem Lebensmittelangebot.

In unserer empirischen Langzeitstudie erheben wir, nach 2003, 2005 und 2008, mittlerweile zum vierten Mal den Status Quo des Ess- und Verzehrverhaltens der Schweizer Bevölkerung. Dafür wurden im November und Dezember 2013 Schweizweit über 1000 Konsumenten mittels eines vierseitigen, standardisierten Fragebogens zu ihrem Ess- und Verzehrverhalten befragt. Die Erhebung fand an 12 Standorten in der Deutsch- und Westschweiz statt. Es wurde sowohl in Grossstädten (Basel, Lausanne, Bern, Luzern, Genf, Thun,

Winterthur, St.Gallen und Zürich) als auch in ländlichen Regionen (Ostschweiz, Zürcher Oberland und Suisse Romandie) befragt. Je nach Sprachregion fand die Befragung in deutscher oder französischer Sprache statt. Die Stichprobe folgt der Altersverteilung der drei Vorgängerstudien, berücksichtigt aber gleichzeitig stärker die vom statistischen Bundesamt publizierte Altersstruktur.

Die relevanten Marktdaten werden in ihrer aktuellen Entwicklung und im Zeitverlauf systematisch analysiert und ermöglichen dadurch, Trendveränderungen im Ess- und Verzehrverhalten in der Schweiz zu erkennen. Die Studie richtet sich an unterschiedliche Akteure im Schweizer Foodmarkt, zu welchem neben Industrie und Handel auch im Gesundheitsmarkt tätige Institutionen und Unternehmen gehören.

These 1: Durch die Diskrepanz zwischen Erwartung und Realität sinkt die Zufriedenheit mit der eigenen Ernährung und dem Lebensmittelangebot

2014 weitet sich das Dilemma zwischen Ernährungswunsch und Ernährungswirklichkeit weiter aus. Die Medien propagieren stets die Wichtigkeit eines bewussten, nachhaltigen und gesunden Ernährungsstils. Doch der Alltag vieler Schweizer bringt äussere Zwänge mit sich, welche das Erreichen dieses Idealbildes zunehmend erschweren. Durch die gestiegene Mobilität und Flexibilität im Berufs- aber auch im Privatleben bleibt immer weniger Zeit für die Zubereitung und den

Verzehr von Essen. So nehmen sich die Befragten für alle Hauptmahlzeiten (Frühstück, Mittag- und Abendessen) durchschnittlich weniger Zeit als noch 2008, wobei das Frühstück von dieser Entwicklung am stärksten betroffen ist. Zudem ist der Anteil derer, die sich zum Essen nur maximal 15 Minuten Zeit nehmen, für alle drei Hauptmahlzeiten gestiegen.

Aus der Diskrepanz zwischen gesellschaftlich erwünschtem Verhalten und den eigenen (eingeschränkten) Möglichkeiten entsteht eine zunehmende Unzufriedenheit mit der eigenen Ernährung und dem Lebensmittelangebot. So ist die Zufriedenheit mit der eigenen Ernährung im Vergleich zu den Vorjahren signifikant gesunken. Im Unterschied zu 2008 werden hierfür weniger ein zu geringes Budget oder ein mangelndes Angebot in der Gastronomie verantwortlich gemacht, sondern vor allem die eigene Disziplin und die mangelnde Zeit. Gleichzeitig wird auch die Wichtigkeit der eigenen Ernährung heruntergeschraubt. 85% der Befragten geben 2014 an, dass ihnen ihre Ernährung sehr wichtig bis eher wichtig ist. Im Vergleich zu 2008 (90%) ist die Bedeutung der Ernährung für die Befragten somit signifikant gesunken. Insbesondere der Anteil an Personen, welche ihre Ernährung als sehr wichtig empfinden ist zurückgegangen. Waren es 2008 noch knapp 42%, halten 2014 nur gut 26% ihre Ernährung für sehr wichtig.

Gleichzeitig beurteilten die Befragten das Lebensmittelangebot deutlich kritischer als noch vor sechs Jahren. Die-

ses Ergebnis überrascht. Da den Befragten ihre Ernährung im Vergleich zu 2008 unwichtiger geworden ist, könnte davon ausgegangen werden, dass die Befragten das Lebensmittelangebot mit einer grösseren Gleichgültigkeit und daher auch besser bewerten. Doch das Gegenteil ist der Fall. Eine Flut an Gütesiegeln, diverse Skandale und unterschiedliche Standards einer gesunden und/oder nachhaltigen Ernährung erfordern jedoch eine intensive Auseinandersetzung mit dem Lebensmittelangebot. Gleichzeitig steigt auch das Bedürfnis nach einer unbeschwerten, genussvollen Ernährung (vgl. Customer Value Monitor, 2013, GDI). Man möchte sich um seine Ernährung keine Gedanken machen müssen. Die Widersprüche zwischen dem gesellschaftlichen Ideal einer richtigen Ernährung, Lebensmittelskandalen, hoher Intransparenz auf der einen und Zeitdruck sowie dem Wunsch nach einer einfachen, unbeschwerten Ernährung auf der anderen Seite, führen bei Konsumenten zu einer steigenden Frustration mit der eigenen Ernährung. Dies führt zu weniger Zufriedenheit mit dem Angebot. Gleichzeitig wird die Bedeutung der eigenen Ernährung herabgesetzt, da man ja doch nichts ändern kann, keine Zeit dafür hat und/oder es zu anstrengend ist.

These 2: Unter der Woche muss es vor allem schnell gehen, am Wochenende wird dafür ausgiebig genossen

Die Ernährungsbedürfnisse unterscheiden sich je nach Verzehrssituation. Dabei zeigt sich, dass die Befragten

sehr stark zwischen den Bedürfnissen «unter der Woche» und «am Wochenende» unterscheiden. Während die Befragten unter der Woche vor allem schnell essen wollen, ist am Wochenende und teilweise auch beim Abendessen unter der Woche der Genuss und das persönliche Wohlbefinden besonders wichtig. Allerdings ist zu beachten, dass nur selten ein Bedürfnis allein im Vordergrund steht. Vielmehr ist heute, stärker noch als 2008, die Befriedigung einer Kombination unterschiedlicher Ernährungsbedürfnisse wichtig. Dabei schwingt das Bedürfnis nach einer gesunden Ernährung in vielen Situationen mit. Man will also nicht nur schnell essen, sondern im Idealfall schnell und gesund. Gut schmecken sollte es natürlich auch.

Der Preis ist nie das wichtigste Bedürfnis, spielt aber vor allem mittags «unter der Woche im Restaurant», «in der Mensa» und «im Supermarkt an der heißen Theke» eine wichtige Rolle. Unter der Woche wird mittags in der «Kantine» oder dem «Café/Bistro» ein schnelles, günstiges aber auch gesundes Essen erwartet. Im «Restaurant» sollte es zudem noch genussvoll sein. Wird abends im «Restaurant» gegessen, steht der Genuss weit im Vordergrund.

Im Vergleich zu den Vorjahren hat das Bedürfnis «schnell essen» in fast allen Verzehrsituationen zugenommen. Davon ausgenommen sind die Situationen, in denen eine schnelle Mahlzeit bereits das stärkste Bedürfnis war, wie «am Arbeitsplatz essen», „über die Gasse/unterwegs essen«, «im Fachge-

schäft (z.B. Bäcker) essen» und «im Supermarkt an der warmen Theke essen». Obwohl in diesen Verzehrsituationen das Bedürfnis nach einer schnellen Mahlzeit auch weiterhin im Vordergrund steht, gewinnen Gesundheit und Genuss auch „to-go“ bzw. für die Snacks zwischendurch an Bedeutung.

These 3: Neue Medien unterstützen die Informationsbeschaffung zum Thema Ernährung

In Hinblick auf das Informationsverhalten zum Thema Ernährung zeigen sich 2014 deutliche Unterschiede zwischen den Altersklassen. Während der «Rat von Freunden und Verwandten», die «Produktverpackung» und «(Koch-)Bücher» weiterhin die Top 3 Informationsquellen zum Thema Ernährung sind, stehen neue Medien wie «Blogs», «Apps» und «Websites» für die unter 30-jährigen schon jetzt auf Platz 5 bzw. 7. Für Befragte zwischen 31 und 40 Jahren kommen «Websites» gar an vierter Stelle. Über 40-jährige informieren sich hingegen signifikant häufiger über «(Koch)Bücher», «Fachzeitschriften» und durch die «Verkäufer/innen im Laden». Für Befragte über 60 Jahren ist zudem der «Rat vom Haus- oder Facharzt» wichtig.

These 4: Das Ernährungsverhalten wird hybrider, der Esstisch in der Wohnstube verliert weiter an Bedeutung und der ausser Haus Verzehr nimmt zu

Wie auch in den Vorjahren hat die Bedeutung der Verzehrorte «Fachgeschäfte» und «über die Gas-

se/unterwegs» auch 2014 wieder zugenommen. Obwohl der Grossteil der Befragten noch immer zu Hause frühstückt (69.3%), wird auch morgens immer mehr ausser Haus gegessen (+ 5.1 Prozentpunkte). Das Mittagessen wird schon heute nicht mehr mehrheitlich zu Hause, sondern vor allem im «Restaurant» (16.1%), der «Kantine/Mensa» (14.8 %) oder am «Arbeitsplatz» (13.2%) eingenommen. Beim Abendessen zeichnet sich hingegen ein ähnliches Bild wie beim Frühstück ab. Obwohl «zu Hause Abendessen» nach wie vor beliebt ist, hat auch hier der ausser Haus Verzehr zugenommen (+ 3.1 Prozentpunkte). Immer mehr Befragte essen mindestens einmal pro Woche auch abends in einem «Restaurant» (+ 3.6 Prozentpunkte), einem «Café» (+ 0.9 Prozentpunkte), der «Kantine/Mensa» (+ 0.5 Prozentpunkte). Das Abendessen am Arbeitsplatz oder über die Gasse/unterwegs hat hingegen im Vergleich zu 2008 an Beliebtheit verloren. Eine Analyse nach Alterskategorien verstärkt dieses Bild noch. Während die über 60-jährigen erwartungsgemäss noch relativ viel zu Hause essen, variiert der Verzehrort bei der Gruppe der bis 30-jährigen und der 31-40-jährigen stark. In diesen beiden Altersgruppen essen auch lediglich gut 27% mindestens einmal in der Woche zu Hause Mittag. Nur beim Abendessen sind sich alle Altersgruppen in der Auswahl ihrer Verzehrorte relativ ähnlich.

Datengrundlage

Befragung

- Stichprobengrösse: 1'199
- Zeitraum: November – Dezember 2013

Fragebogen

- Umfang: 4 Seiten
- Geführte Interviews mit Passanten
- Geschlossene Fragen

Befragungsorte

- Stadt: Basel, Bern, Genf, Lausanne, Luzern, St.Gallen, Thun, Winterthur, Zürich
- Land: Ostschweiz, Suisse Romandie, Zürcher Oberland

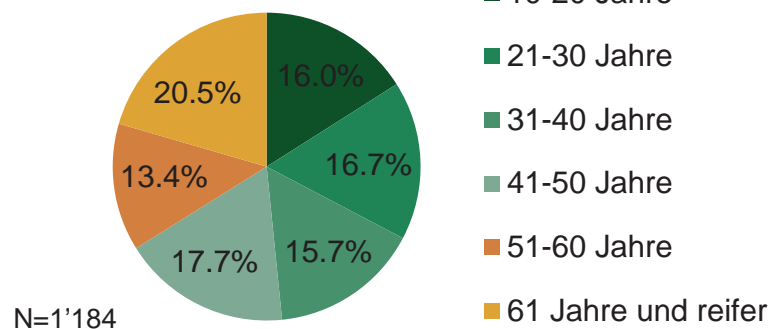
Repräsentativität

- Altersverteilung orientiert sich an den Daten des Bundesamts für Statistik
- Aufgrund der Stichprobengrösse und der zufälligen Auswahl der Befragten sind die Ergebnisse repräsentativ für die Deutsch- und Westschweiz.

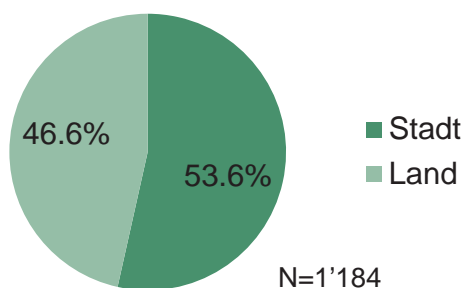
© Rudolph/Bassett: Food Consumption 2014

Datengrundlage

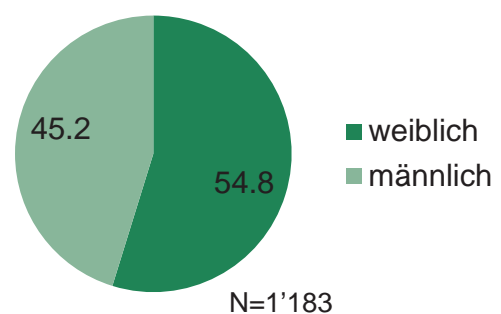
Alter



Wohnort

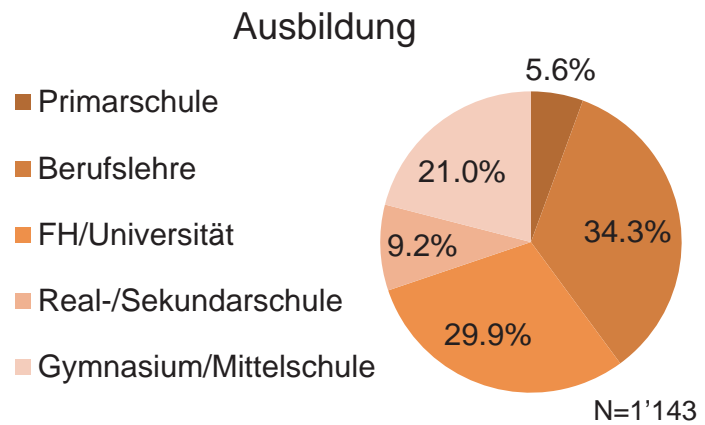
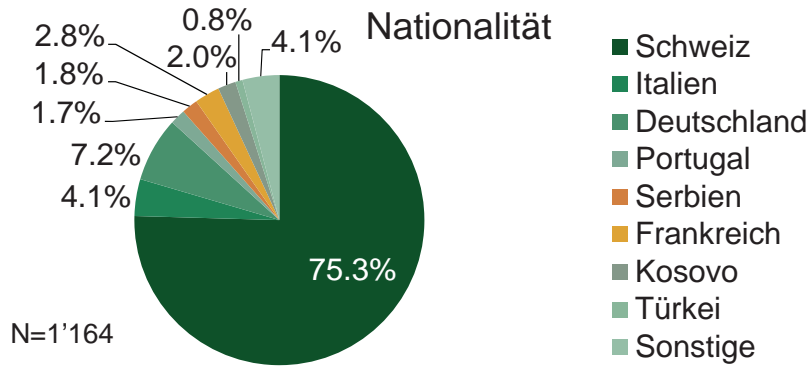


Geschlecht



© Rudolph/Bassett: Food Consumption 2014

Datengrundlage

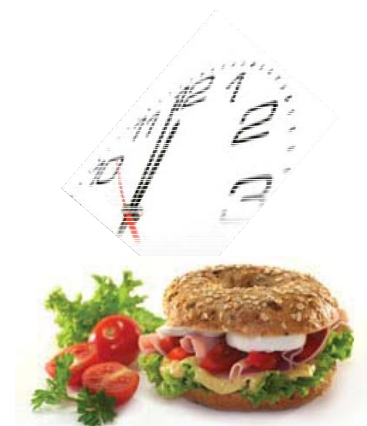


© Rudolph/Bassett: Food Consumption 2014

1 Bedürfniserkennung

1.1 Bedeutung der Ernährung

1.2 Ernährungsbedürfnisse in bestimmten Verzehrsituationen



© Rudolph/Bassett: Food Consumption 2014