

appinio

FMCG

Lebensmittel & Getränke Report 2023

Das Konsumverhalten, der
Lebensmitteleinkauf und
Ernährungstrends im Fokus

Nr. 3 · August 2023 · Deutschland



01	Studien Set-Up	3
02	So ernähren sich die Deutschen	15
03	So kaufen die Deutschen Lebensmittel	19
04	Im Fokus: NoLo-Getränke	22
05	Im Fokus: Hyperverarbeitete Lebensmittel	26
06	Studiendesign und Methode	33

Über den Report

Das Konsumverhalten von FMCG verstehen: Ernährung und der Lebensmitteleinkauf

Das Verständnis dafür, wie Verbraucher mit Fast Moving Consumer Goods (FMCG) interagieren und wie man auf sich verändernde Bedürfnisse verschiedener Verbrauchersegmente eingeht, ist für Unternehmen von entscheidender Bedeutung, insbesondere in einem hochkompetitiven Markt. Konsumentenumfragen liefern hier wichtige Erkenntnisse, um ein Produkt am Markt erfolgreich zu platzieren. Genau hier kommt Appinio ins Spiel.

In diesem Report, widmen wir uns der Welt der Verbraucherpräferenzen im Lebensmittelbereich: Ernährungsgewohnheiten, dem Lebensmitteleinkauf, aktuellen Trends und der Markenbekanntheit im FMCG-Bereich.

Feinschmecker oder Fertiggerichte? Wie ernähren sich die Deutschen? Wie wirken sich Verbraucherpräferenzen auf das Einkaufsverhalten aus? Welche Supermärkte werden bevorzugt und warum? Wie werden aktuelle Trends, mit Fokus auf Nicht- und Niedrigalkoholgetränke (NoLo), bewertet? Und: Wie stehen die Deutschen zu


hyperverarbeiteten Lebensmitteln? Diesen und viele weitere Fragen, geht die vorliegende Studie nach.

Und wie unterscheiden wir uns Deutschen im internationalen Vergleich? Um eine umfassende Analyse zu liefern, werden die Einstellungen und Verhaltensweisen der deutschen Verbraucher mit denen in Großbritannien und den Vereinigten Staaten in dem Report verglichen.

Über Appinio

Appinio ermöglicht es Unternehmen, in Echtzeit Tausende Meinungen von spezifischen Zielgruppen einzuholen, um Entscheidungen und Ideen zu validieren. Appinio liefert Verbraucherfeedback aus über 90 Märkten für über 2000 Kunden und Kundinnen in einer Vielzahl von Branchen.

Noch mehr Insights gefällig?

Zum interaktiven Dashboard 



Entdecke weitere Ergebnisse durch einen Klick auf das Symbol! 

Interessiert an einer bestimmten Zielgruppe oder einfach neugierig das vollständige Datenset selbst zu sehen?

Dann klicke einfach auf das Icon (auf jeder Seite des Reports) und entdecke unser **interaktives Appinio Dashboard!**

Wähle die Diagrammdarstellung, die dir am besten gefällt, verwende die Filterfunktion, um nur das zu sehen, woran du interessiert bist, oder splitte die gesamte Umfrage nach einer spezifischen Antwortmöglichkeit auf.

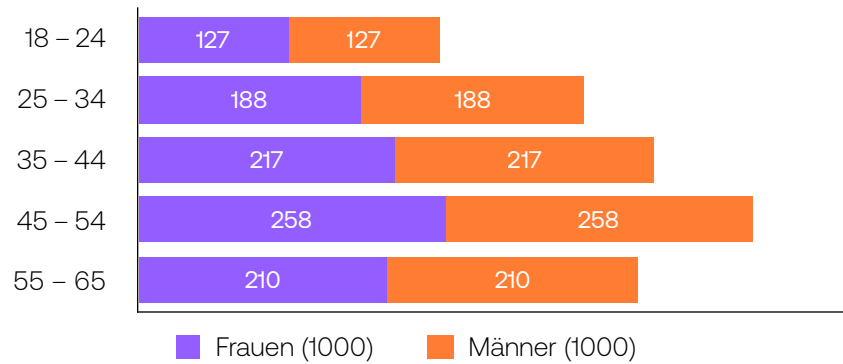
01

Studien Set-Up

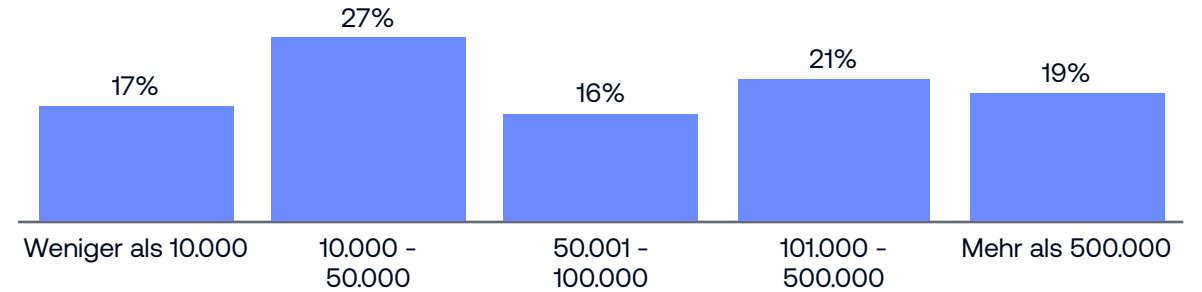
appinio

Alter & Geschlecht

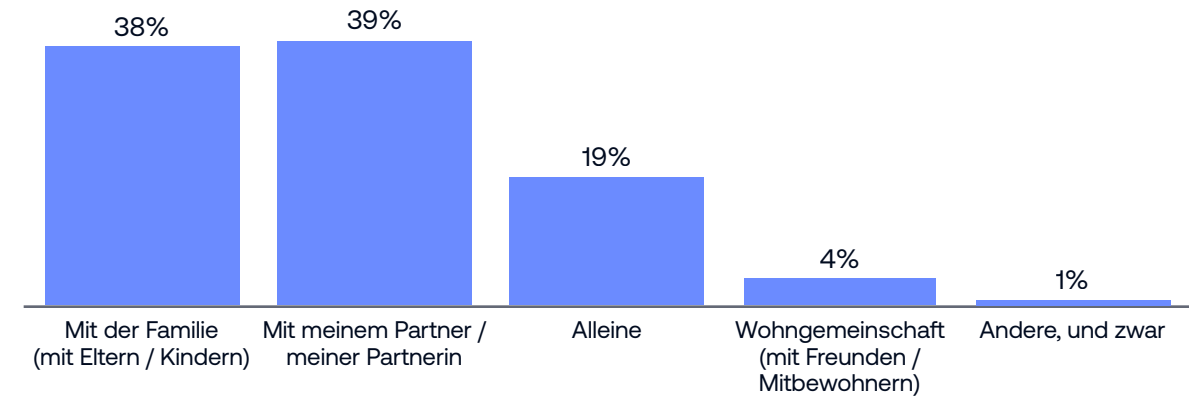
01 Die Befragten auf einen Blick



Wie viele Einwohner hat dein aktueller Wohnort?



Was beschreibt deine derzeitige Wohnsituation am besten?



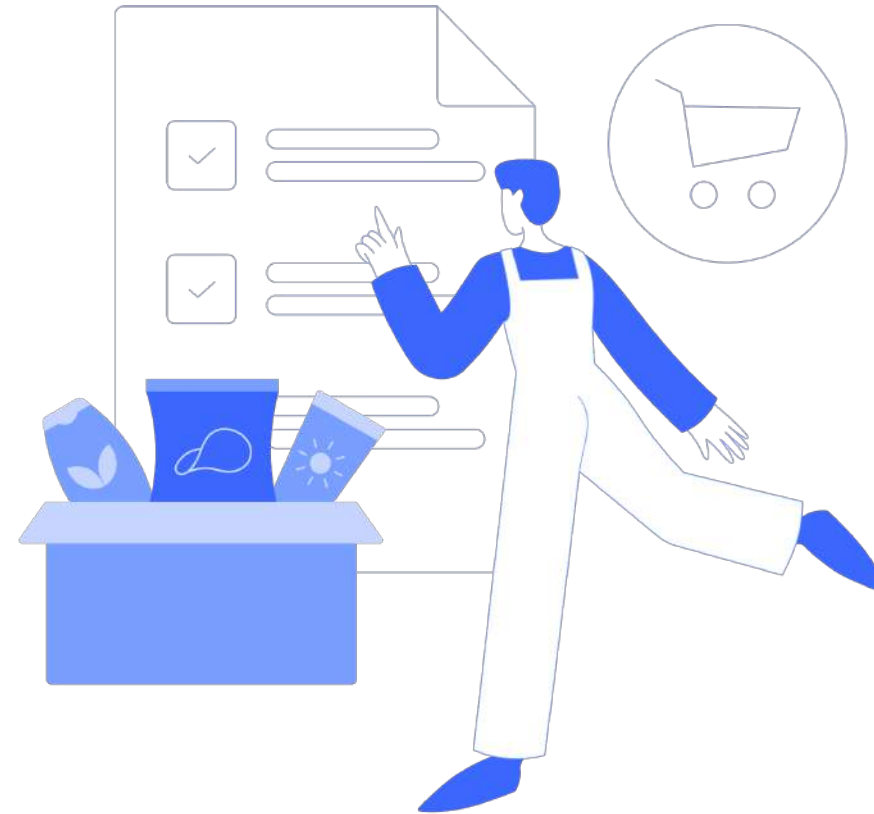
Die Befragten auf einen Blick

Welche der folgenden Aussagen beschreibt deine Rolle im eigenen Haushalt am besten?

70% Ich entscheide und erledige den gesamten Einkauf selbst (oder zumindest die Hälfte).

25% Ich habe ein Mitspracherecht bei dem, was für meinen Haushalt eingekauft wird, erledige aber den Einkauf meistens nicht selbst.

5% Jemand anderes entscheidet und erledigt den Einkauf für mich / Ich habe kein Mitspracherecht.



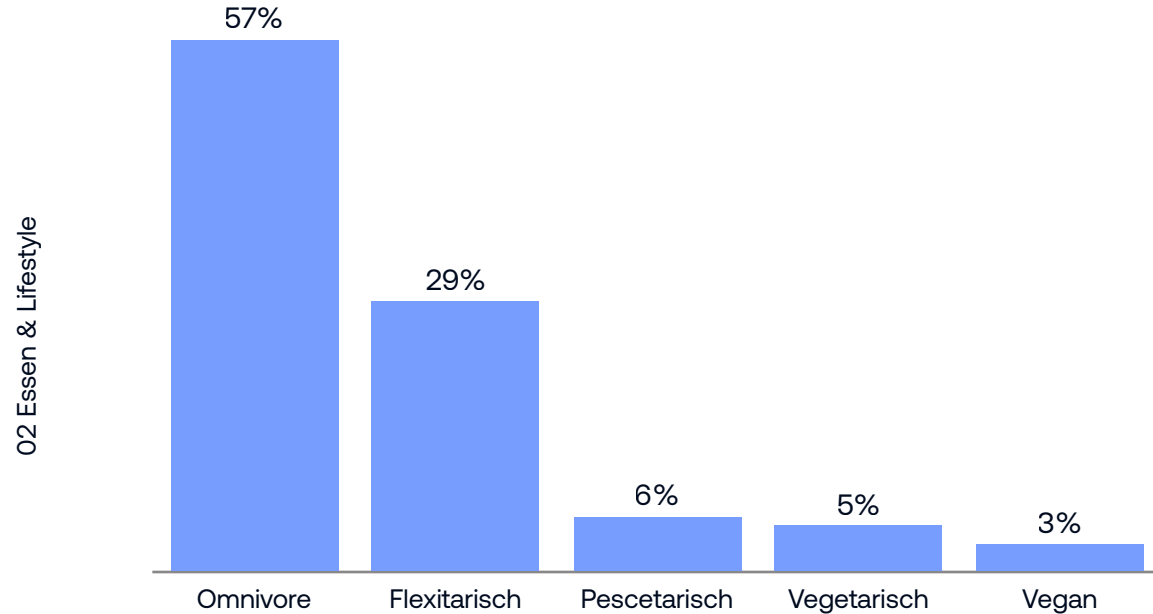
02

So ernähren sich die Deutschen

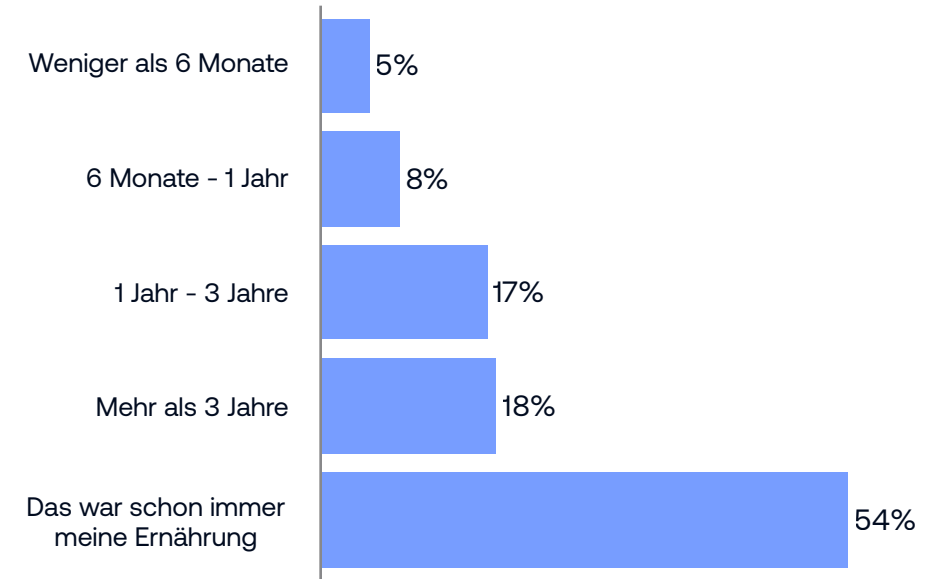
appinio

Hier kommen alle Arten von Lebensmitteln auf den Tisch #Omnivore

Was beschreibt am besten deinen Ernährungsstil?



Wie lange ernährst du dich bereits so?



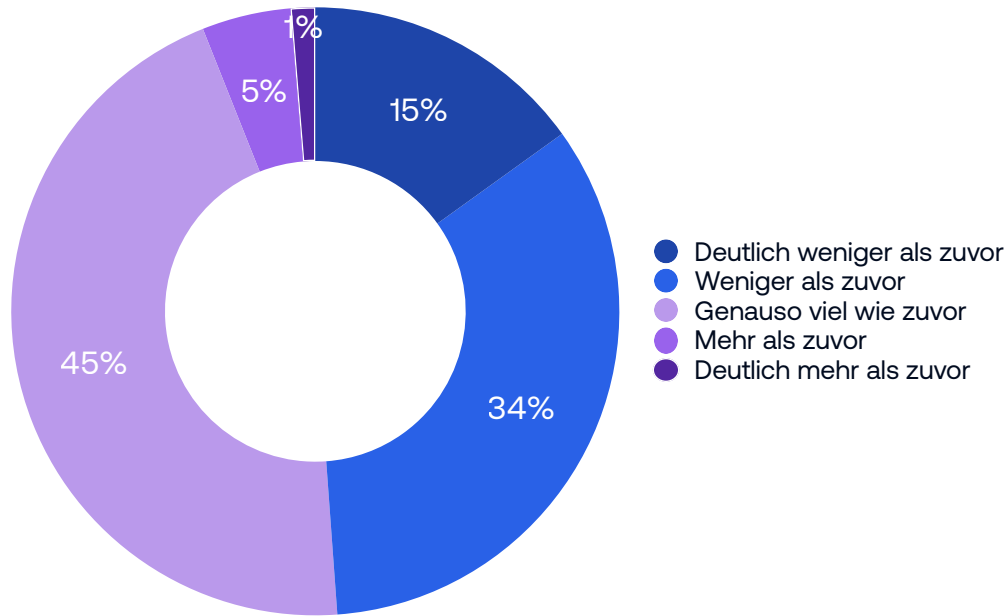
- **Omnivore** sind eher geneigt als andere Gruppen zu sagen, dass dies schon immer ihre Ernährungsweise war (86%)
- Jeder zweite befragte **Vegetarier** gibt an, seine Ernährung vor mehr als drei Jahren geändert zu haben (51%)

Nicht-tierische Produkte werden zunehmend zu einer willkommenen Alternative

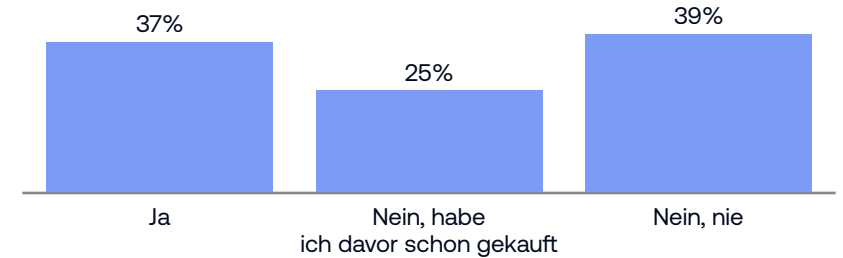
In den letzten 6 Monaten isst fast jeder Zweite weniger Fleisch als zuvor.

Teilnehmende die Fisch und/oder Fleisch essen.

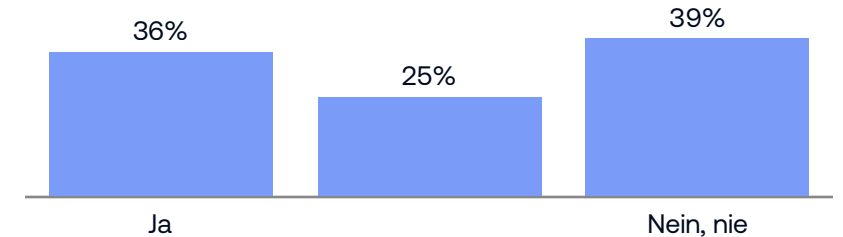
02 Essen & Lifestyle



Zum ersten Mal **Fleischersatz** gekauft? (in den letzten 6 Monaten)



Zum ersten Mal **nicht-tierische Alternative zu Kuhmilch** gekauft? (In den letzten 6 Monaten)

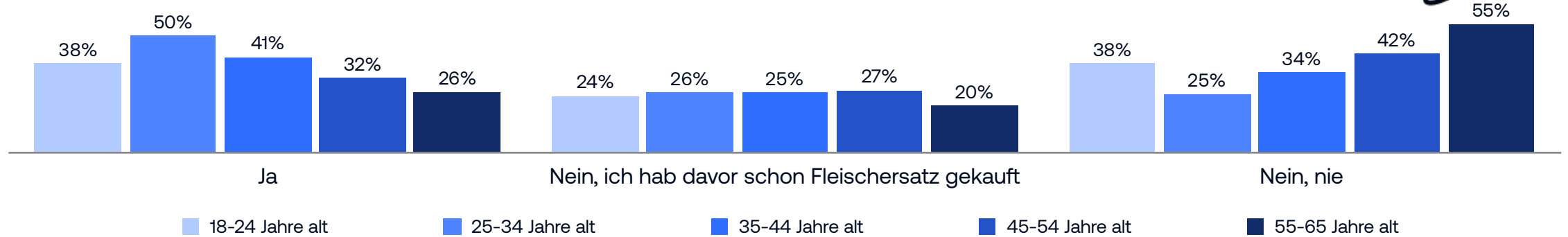


- 56 % der Frauen geben an (deutlich) weniger Fleisch zu konsumieren als zuvor, vs. 43 % der Männer
- Dafür geben Männer eher an in den letzten 6 Monaten bewusst Fleischersatz gekauft zu haben (39 % Männer vs. 34 % Frauen)
- Alternativen zur Kuhmilch haben Frauen dafür schon häufiger in der Vergangenheit ausprobiert als Männer (29 % der Frauen geben an Milchalternativen schon vor den letzten 6 Monaten probiert zu haben vs. 20 % bei den Männern)

Millennials als Vorreiter bei Food Trends

Hast du in den letzten 6 Monaten bewusst zum allerersten Mal einen **Fleischersatz** gekauft?

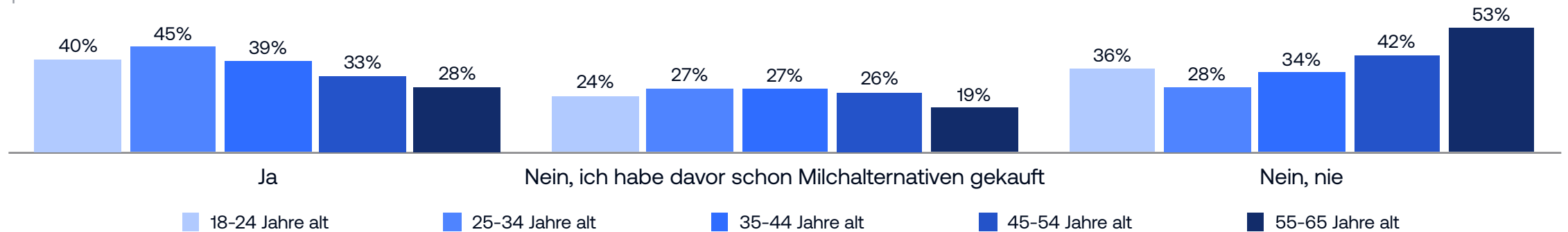
Split nach Alter



02 Essen & Lifestyle

Hast du in den letzten 6 Monaten bewusst zum allerersten Mal eine **nicht-tierische Alternative zu Kuhmilch** gekauft?

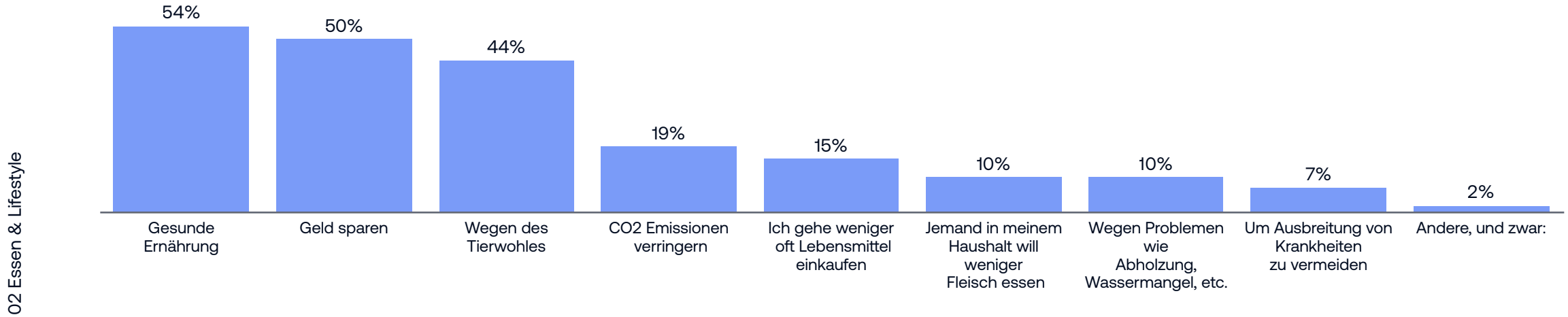
Split nach Alter



Vegetarisch? Vielleicht. Vegan? Eher nicht.

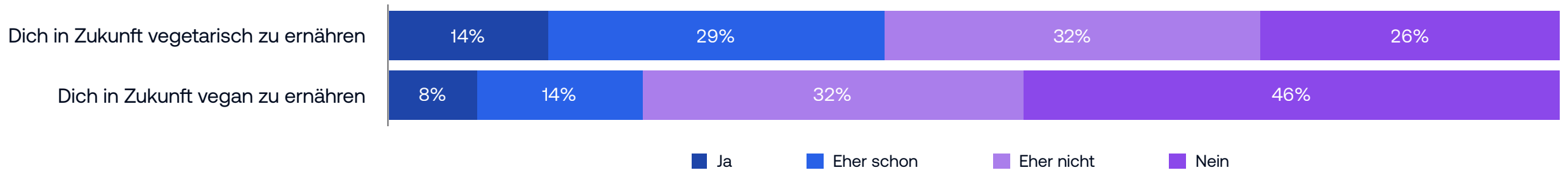
Aus diesen Gründen essen die Deutschen weniger Fleisch:

Teilnehmende, die Fisch und/oder Fleisch essen.



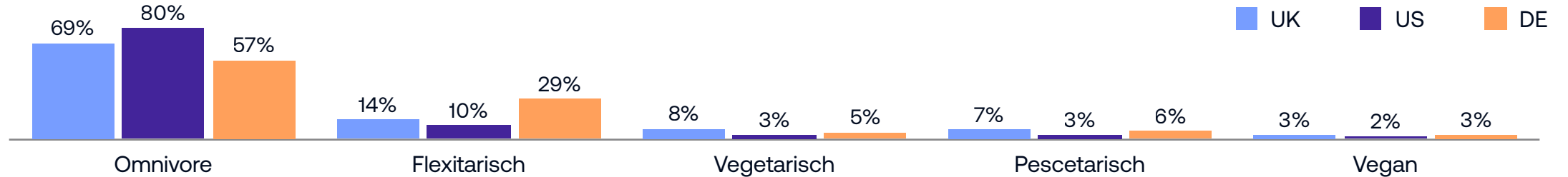
Das können die Deutschen sich vorstellen:

Teilnehmende, die Fleisch essen (Omnivore & Flexitarier)



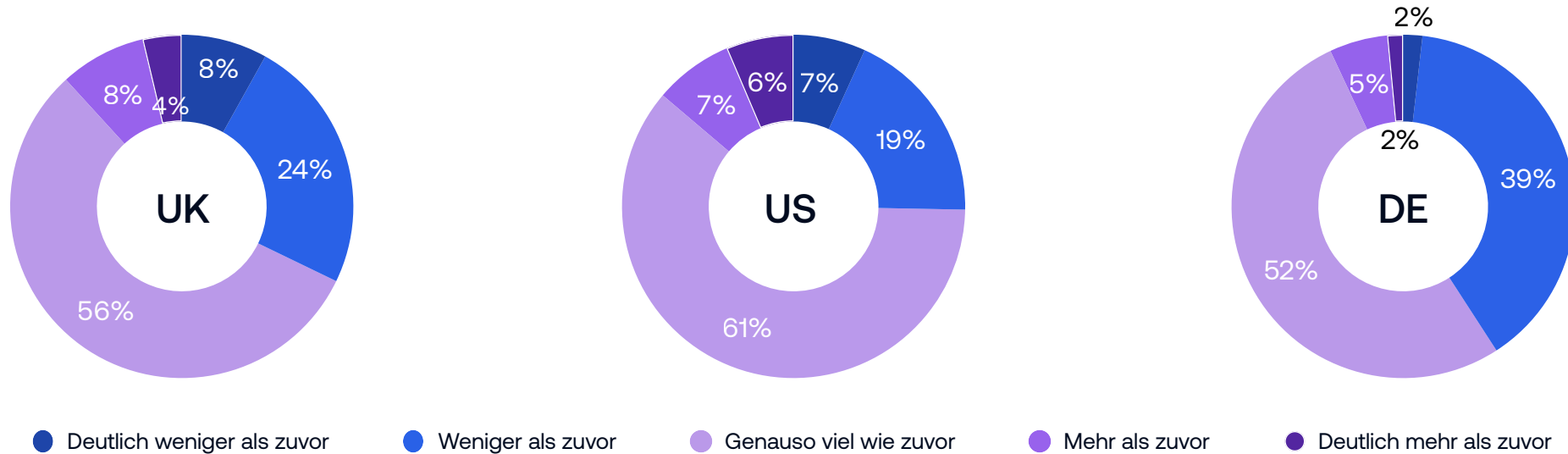
Deutschland im Vergleich mit US & UK: Die Deutschen sind die Flexitarier

Was beschreibt am besten deinen Ernährungsstil?



02 Essen & Lifestyle

Wie oft hast du in den letzten sechs Monaten Fleischprodukte konsumiert?

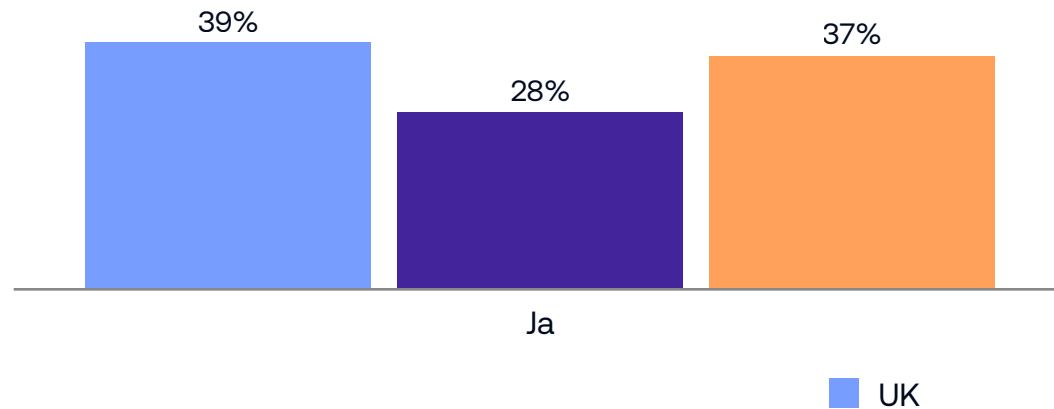


Internationaler Vergleich: Briten vertrauen am meisten Alternativen

Hast du in den letzten 6 Monaten bewusst zum allerersten Mal einen **Fleischersatz** gekauft?

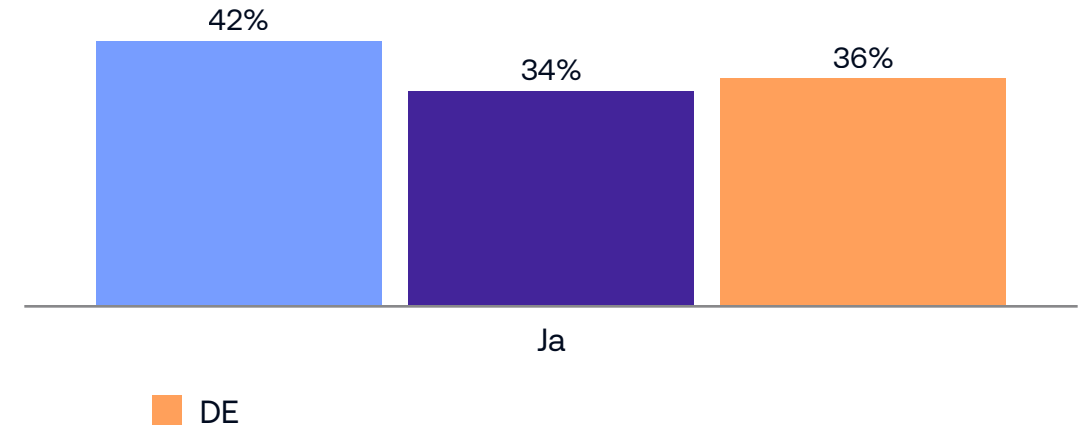
Teilnehmende, die einen Fleischersatz gekauft haben.

02 Food & Lifestyle



Hast du in den letzten 6 Monaten bewusst zum allerersten Mal eine **nicht-tierische Alternative zu Kuhmilch** gekauft?

Teilnehmende, die eine pflanzliche Alternative zu Milch gekauft haben.



- **Gesundheitsbewusstsein:** Für Amerikaner (58%), Briten (47%) und Deutsche (54%) stellt Gesundheitsbewusstsein sich als Hauptantrieb heraus.
- **Geld auf dem Speiseplan:** Deutsche (50%), Briten (46%) und Amerikaner (45%) wählen fleischlose Alternativen, um Geld zu sparen.

- **Ethical Eaters:** Das wachsende Interesse am Tierschutz, das die Ernährungspräferenzen beeinflusst, ist in Deutschland am stärksten ausgeprägt (44%), gefolgt von Großbritannien (28%) und den USA (24%).

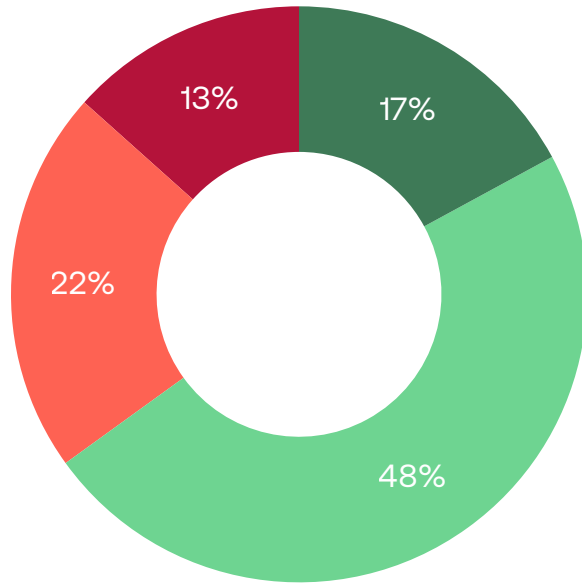
03

So kaufen die Deutschen Lebensmittel

appinio

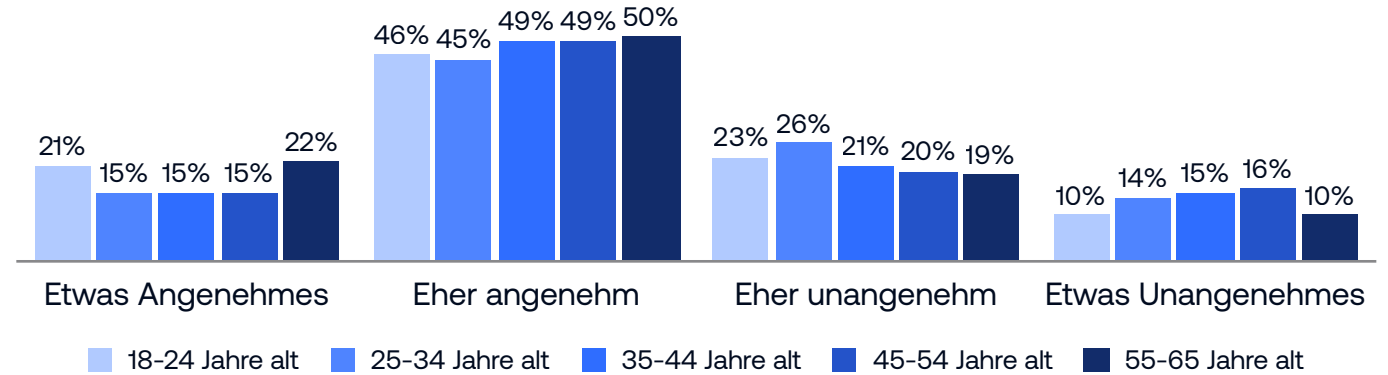
"Für mich ist der Lebensmitteleinkauf..."

03 Einkaufsverhalten bei Lebensmitteln

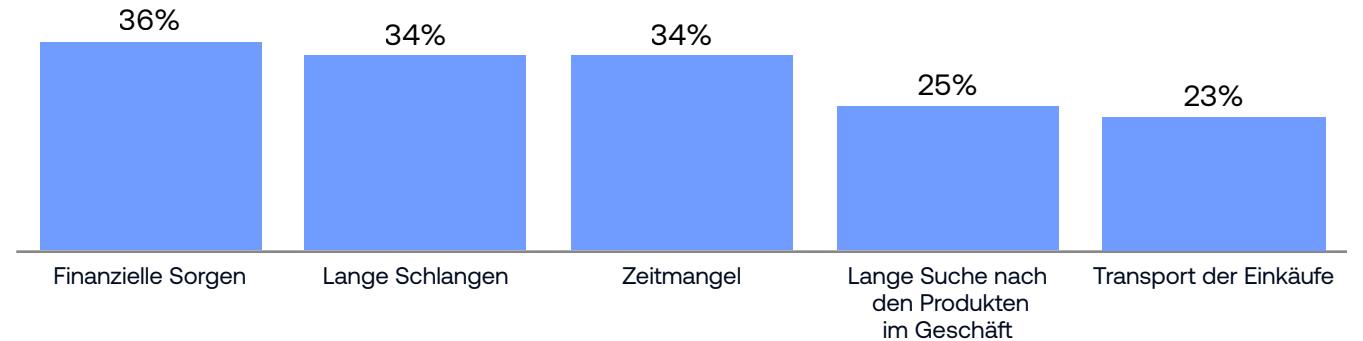


- Etwas Angenehmes
- Eher angenehm
- Eher unangenehm
- Etwas Unangenehmes

Split nach Alter



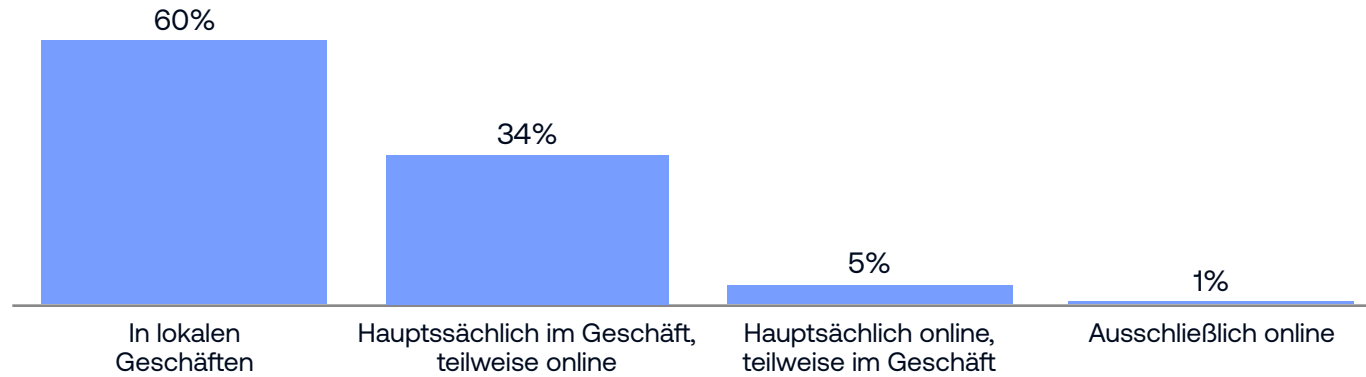
Was sind die Hauptgründe dafür, dass der Lebensmitteleinkauf für dich unangenehm ist? (Multiple choice, Top 5)



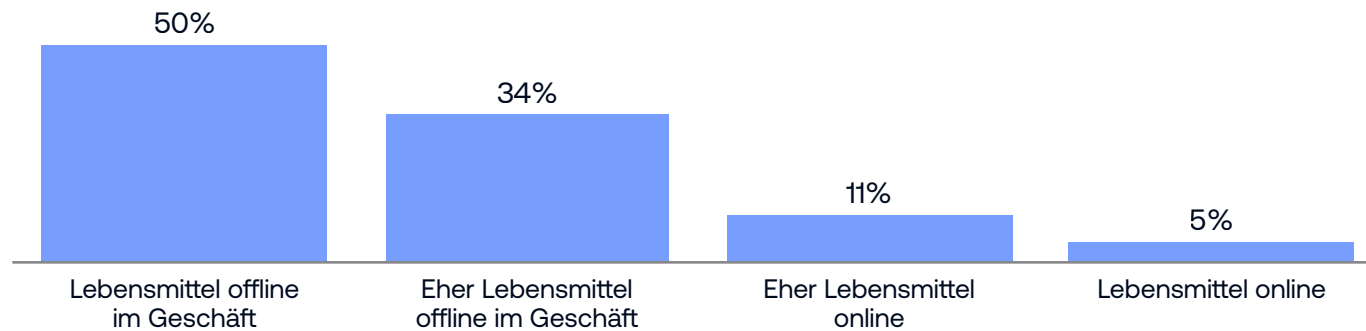
Lebensmittelkauf findet in lokalen Geschäften statt

03 Einkaufsverhalten bei Lebensmitteln

Hier kaufen die Deutschen in den meisten Fällen ein:



Das präferieren die Deutschen beim Lebensmitteleinkauf:



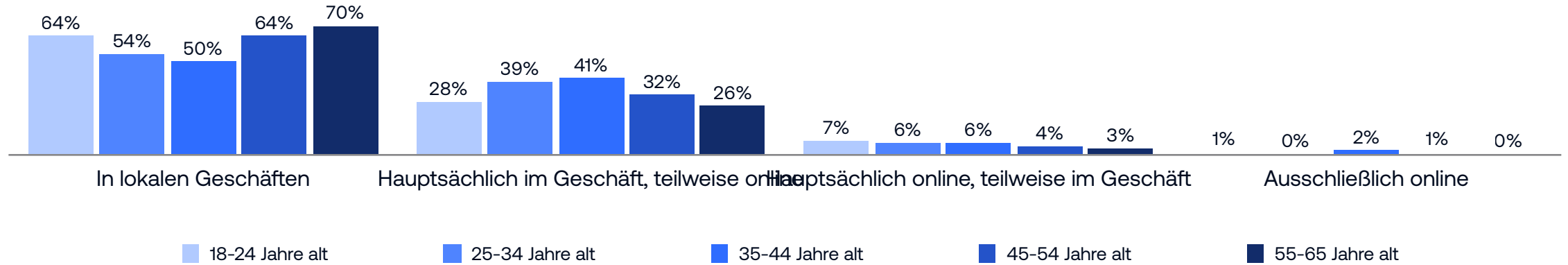
- Frauen kaufen häufiger in lokalen Geschäften als Männer (64 % vs. 57 %) und präferieren diese Art auch (55 % vs. 46 %)
- Ausschließlich in lokalen Geschäften kaufen vor allem die 18-24 Jährigen und die 55-65 Jährigen (64 % und 70 % vs. 60 % gesamt)

Gen Z präferiert das offline Geschäft

03 Einkaufsverhalten bei Lebensmitteln

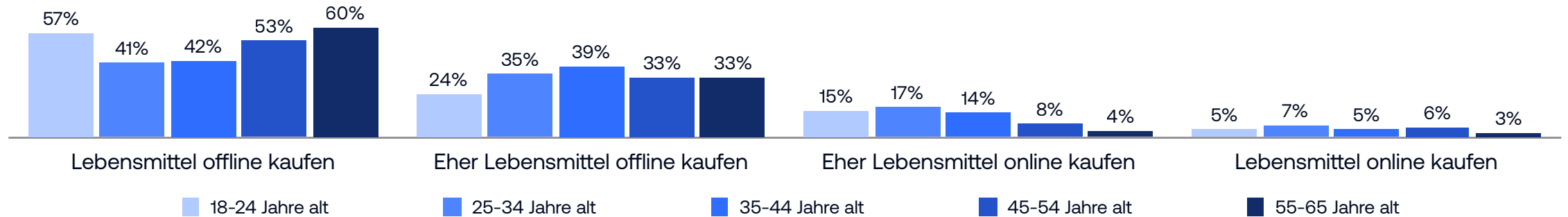
Wo kaufst du in den meisten Fällen ein?

Split nach Alter



Was präferierst du generell?

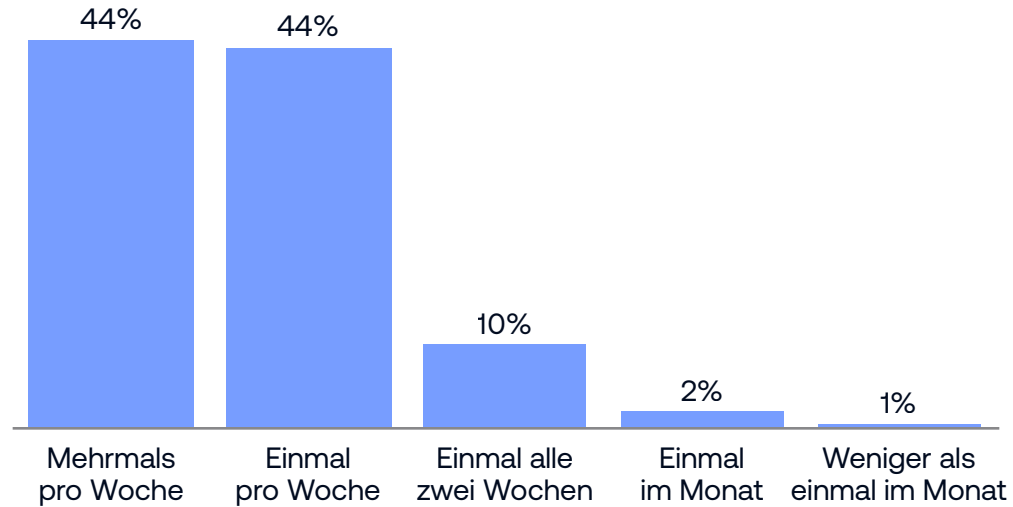
Split nach Alter



Lebensmittel einkaufen: Ist einmal die Woche genug?

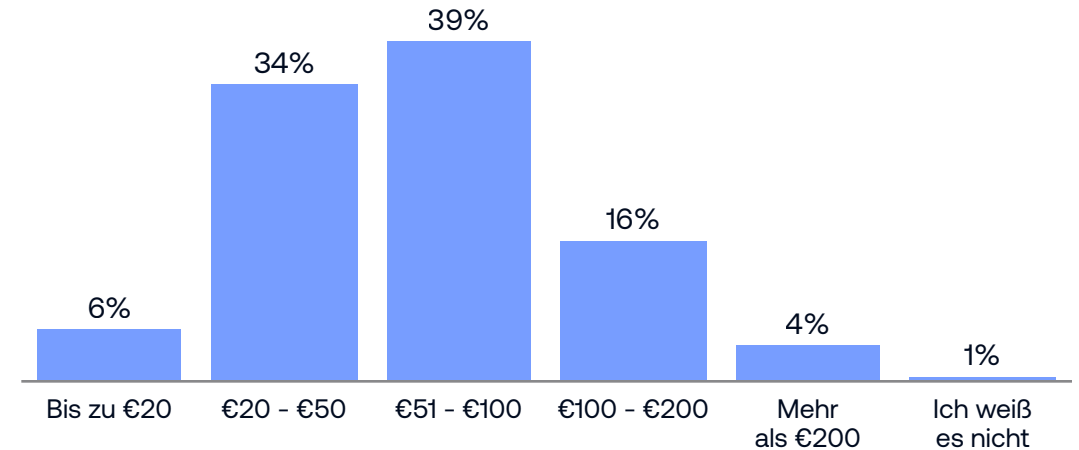
Wie oft gehst du normalerweise Lebensmittel einkaufen?

03 Einkaufsverhalten bei Lebensmitteln



- Es gibt keine großen Unterschiede in der Häufigkeit des Lebensmitteleinkaufs zwischen den Altersgruppen, aber die Babyboomer scheinen häufiger Lebensmittel einzukaufen als andere Altersgruppen.

Wenn du an deinen durchschnittlichen Einkauf denkst, wie viel gibst du ungefähr aus, wenn du Lebensmittel einkaufst?

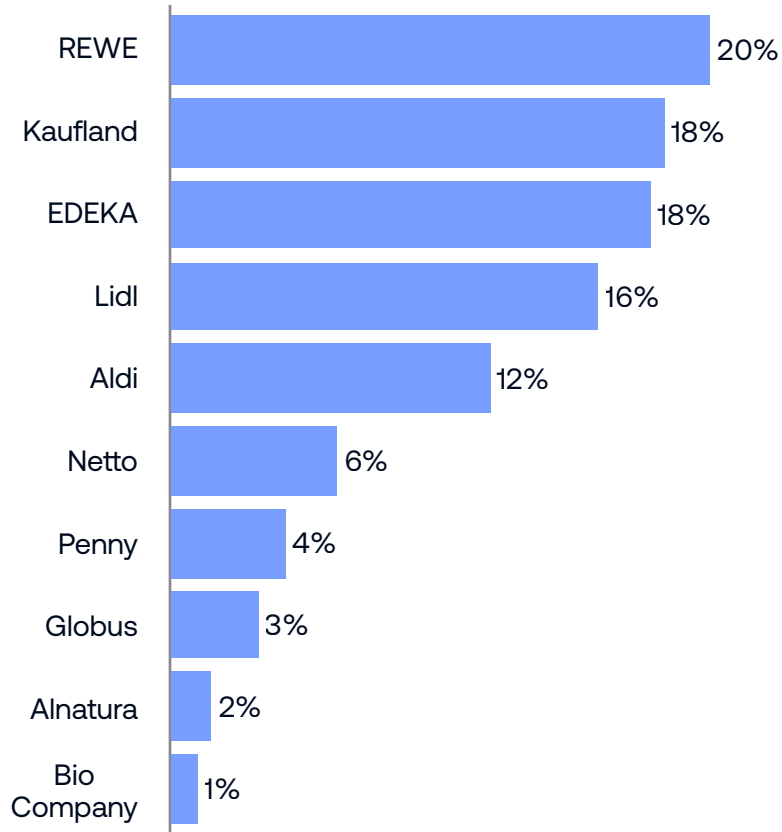


- Teilnehmer im Alter zwischen 35 und 44 Jahren scheinen am ehesten bereit zu sein, mehr beim Lebensmitteleinkauf auszugeben.

Die Lieblingssupermärkte der Deutschen

Im Allgemeinen, welches ist dein Lieblingssupermarkt?

03 Einkaufsverhalten bei Lebensmitteln



Welcher Supermarkt passt am besten zu diesem Aspekt, wenn du an... denkst?

Lange Öffnungszeiten



33%

Faire Preise



21%

Große Produktvielfalt



34%

Auswahl an Markenprodukten



27%

Guten Kundenservice

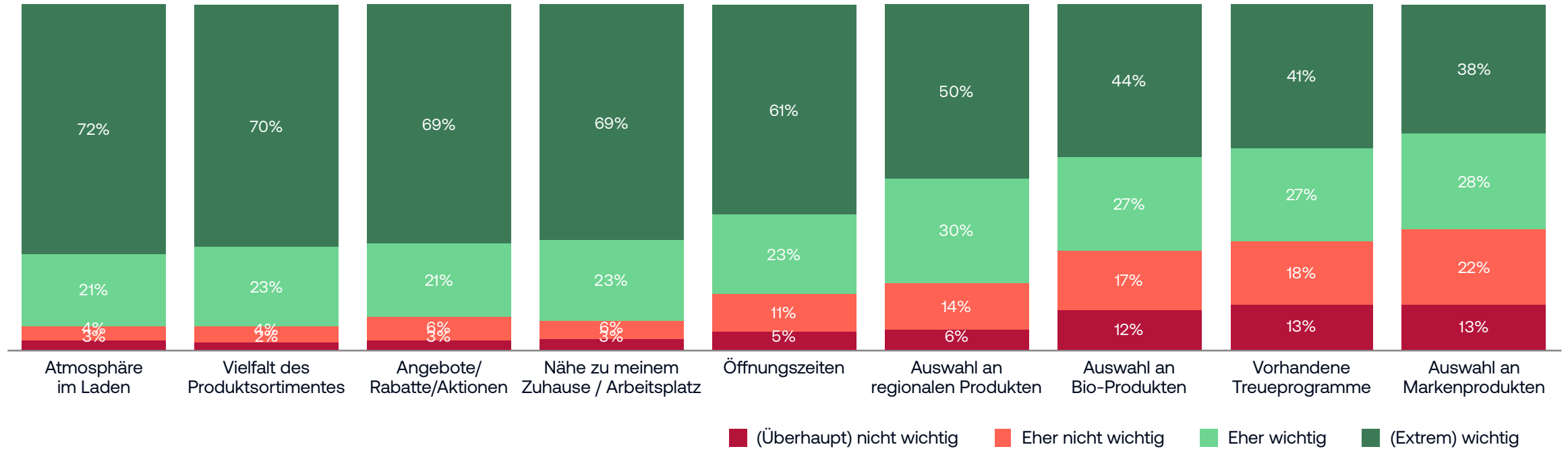


23%

Die Atmosphäre im Laden zählt

Wie wichtig sind die folgenden Aspekte bei der Wahl eines Lebensmittelgeschäfts für dich?

03 Einkaufsverhalten bei Lebensmitteln

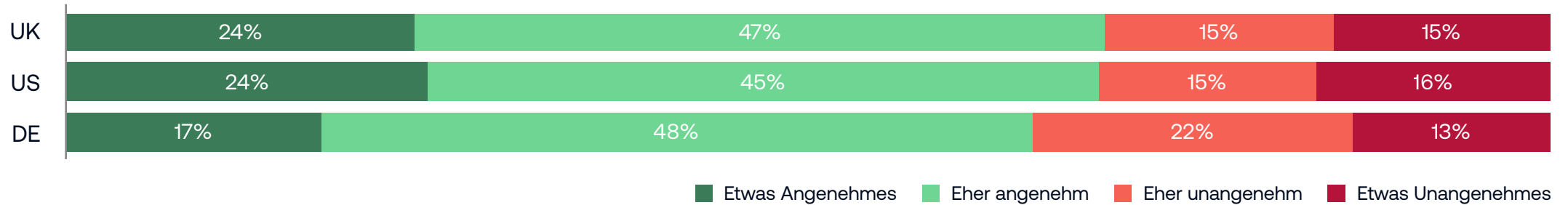


- Den **Männern** ist die **Vielfalt des Produktsortimentes** (extrem) wichtig (69 %), während es **Frauen** eher um die **Atmosphäre im Laden** geht (77 %)
- **Frauen** sind **Angebote/Rabatte/Aktionen** rund **9 Prozent wichtiger als Männern** (74 % vs. 65 %), dafür legen **Männer** mehr Wert auf die **Auswahl an Markenprodukten** (41 % vs. 34 % der Frauen)

Deutschland im Vergleich mit US & UK: Ist der Lebensmitteleinkauf ein Luxus?

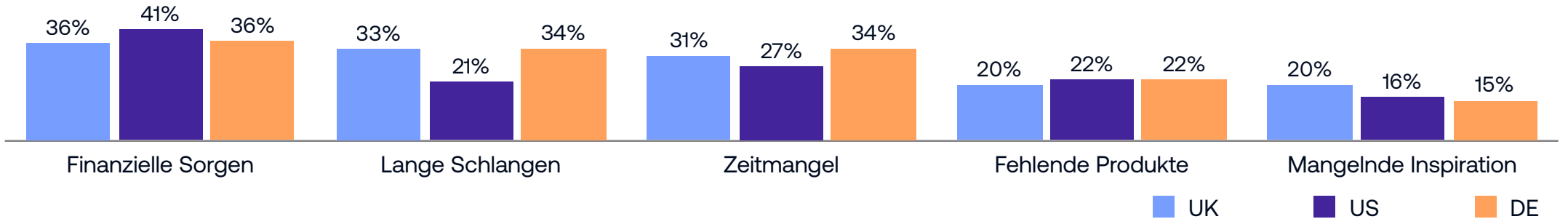
03 Einkaufsverhalten bei Lebensmitteln

"Für mich ist der Lebensmitteleinkauf..."



Was sind die Hauptgründe dafür, dass der Lebensmitteleinkauf für dich unangenehm ist?

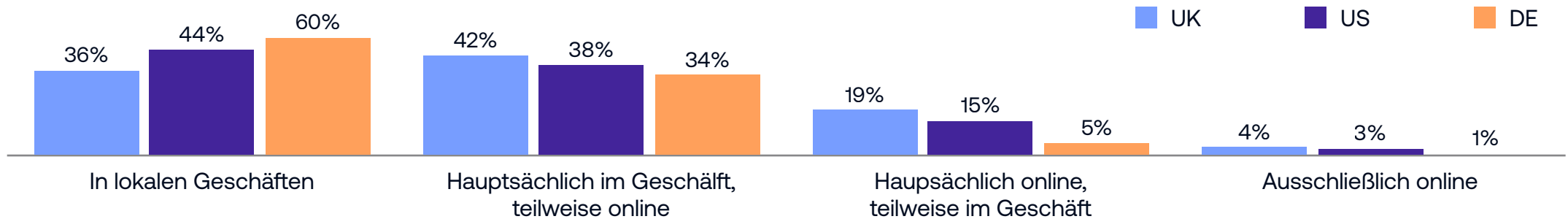
(Top 5)



- **Amerikaner** sind am ehesten **besorgt über die Kosten des Einkaufs (41%)**, während sich **Deutsche** sowohl um den **Zeitmangel (34%)** als auch um **lange Warteschlangen (34%)** sorgen machen. **Briten** hingegen sind besorgt über **mangelnde Kochinspiration (20%)**
- **Briten** und **Amerikaner** empfinden den Lebensmitteleinkauf anscheinend als angenehmes Erlebnis (jeweils 71% bzw. 67%)

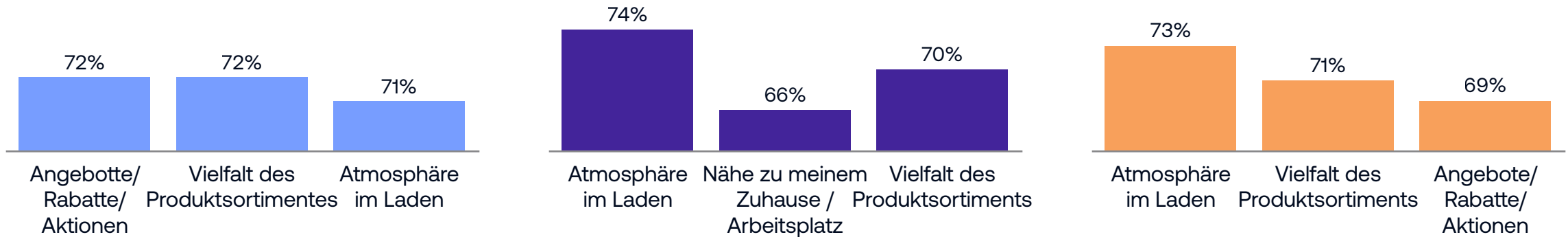
Deutschland im Vergleich mit US & UK: Die Briten würden am ehesten online ihre Lebensmittel kaufen

Wo kaufst du in den meisten Fällen ein?



Wie wichtig sind die folgenden Aspekte bei der Wahl eines Lebensmittelgeschäfts für dich?

(Top 5 Aspekte, Teilnehmende, die mit "extrem wichtig" und "wichtig" geantwortet haben)



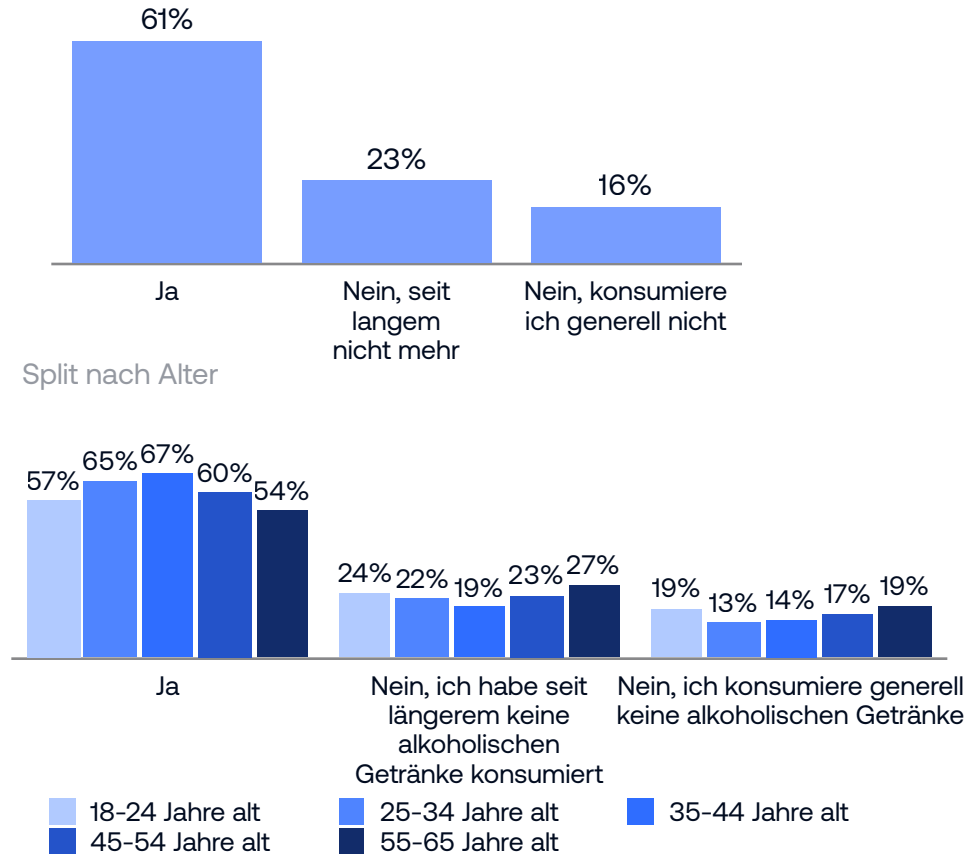
- **Deutsche** tendieren am ehesten dazu, ausschließlich **im Geschäft einzukaufen** (60%), während **Briten** am ehesten **Online- und Offline-Lebensmitteleinkäufe** kombinieren
- **Amerikaner** sind am **wenigsten beeindruckt von Angeboten, Aktionen und Öffnungszeiten**

04

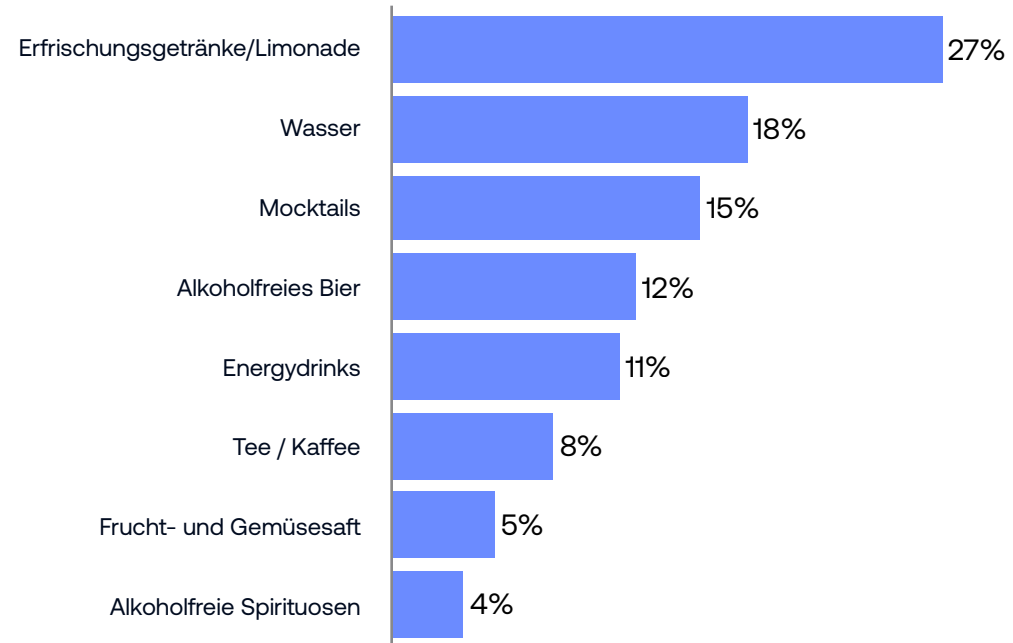
Im Fokus: NoLo Getränke

appinio

Konsumierst du alkoholische Getränke?



Stell dir vor, du bist bei einer Veranstaltung (Party, Geburtstagsfeier usw.), bei der es keine alkoholischen Getränke gibt. Welches Getränk würdest du am ehesten wählen?

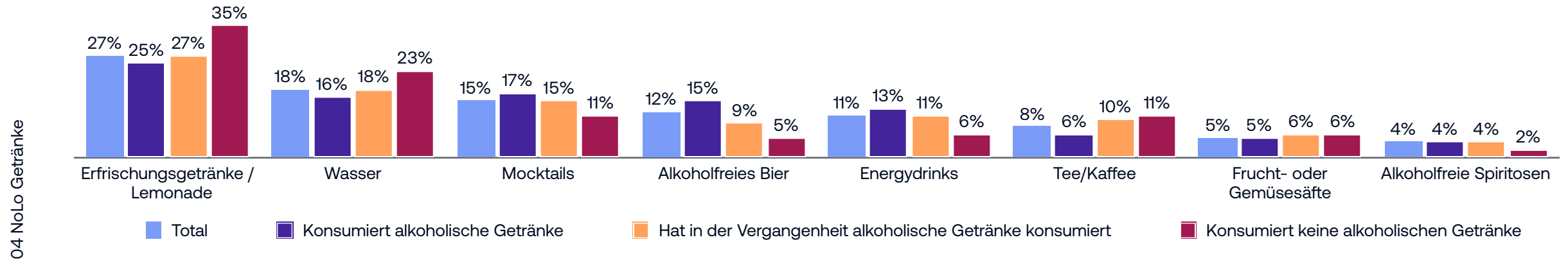


- **Frauen** konsumieren deutlich häufiger als Männer **keinen Alkohol**
 - 26 % trinken seit langem keinen Alkohol mehr vs. 20 % bei den Männern
 - 19 % trinken generell keinen Alkohol vs. 13 % bei den Männern

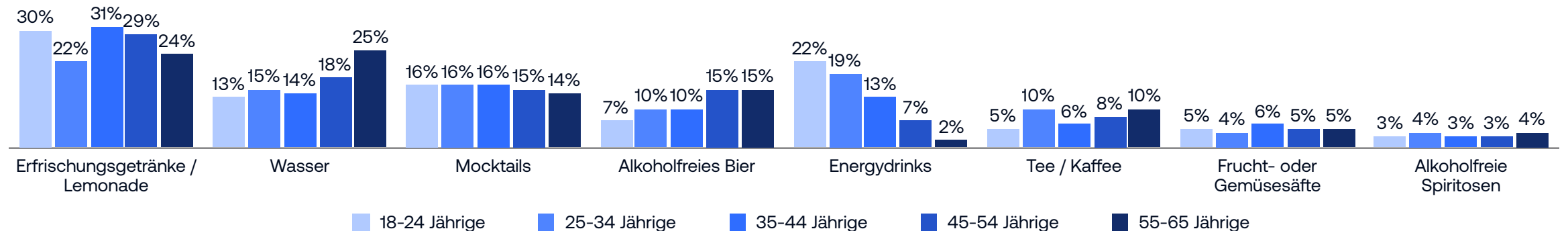
Als Alternative zu alkoholischen Getränken greifen die Deutschen am liebsten zu...

Stell dir vor, du bist bei einer Veranstaltung (Party, Geburtstagsfeier usw.), bei der es keine alkoholischen Getränke gibt. Welches Getränk würdest du am ehesten wählen?

Gesplittet nach Alkoholkonsum

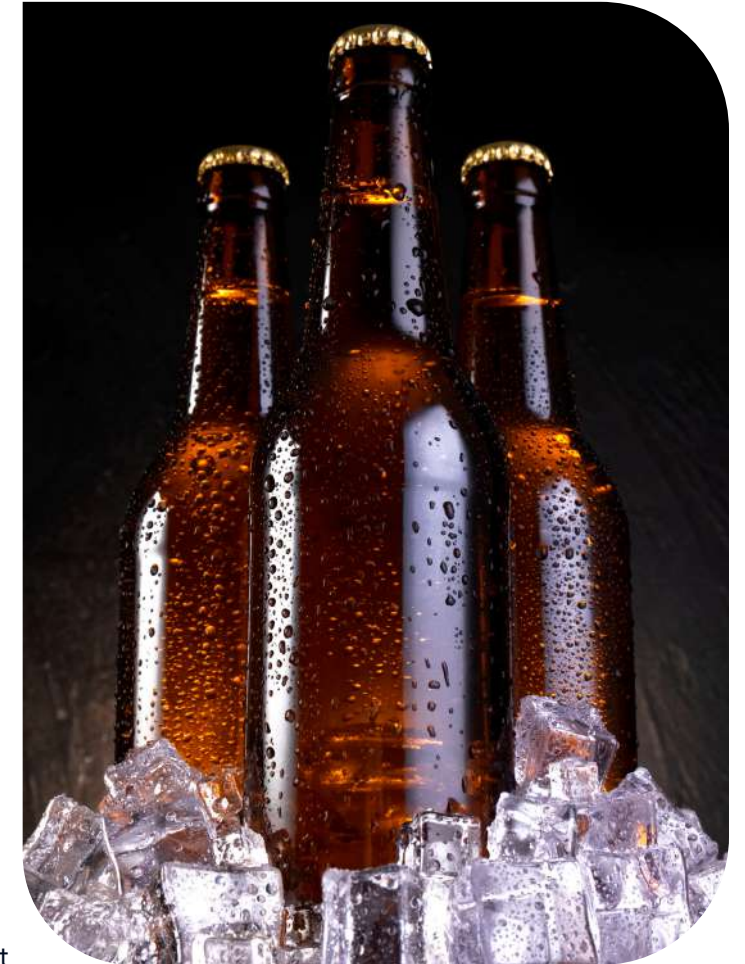
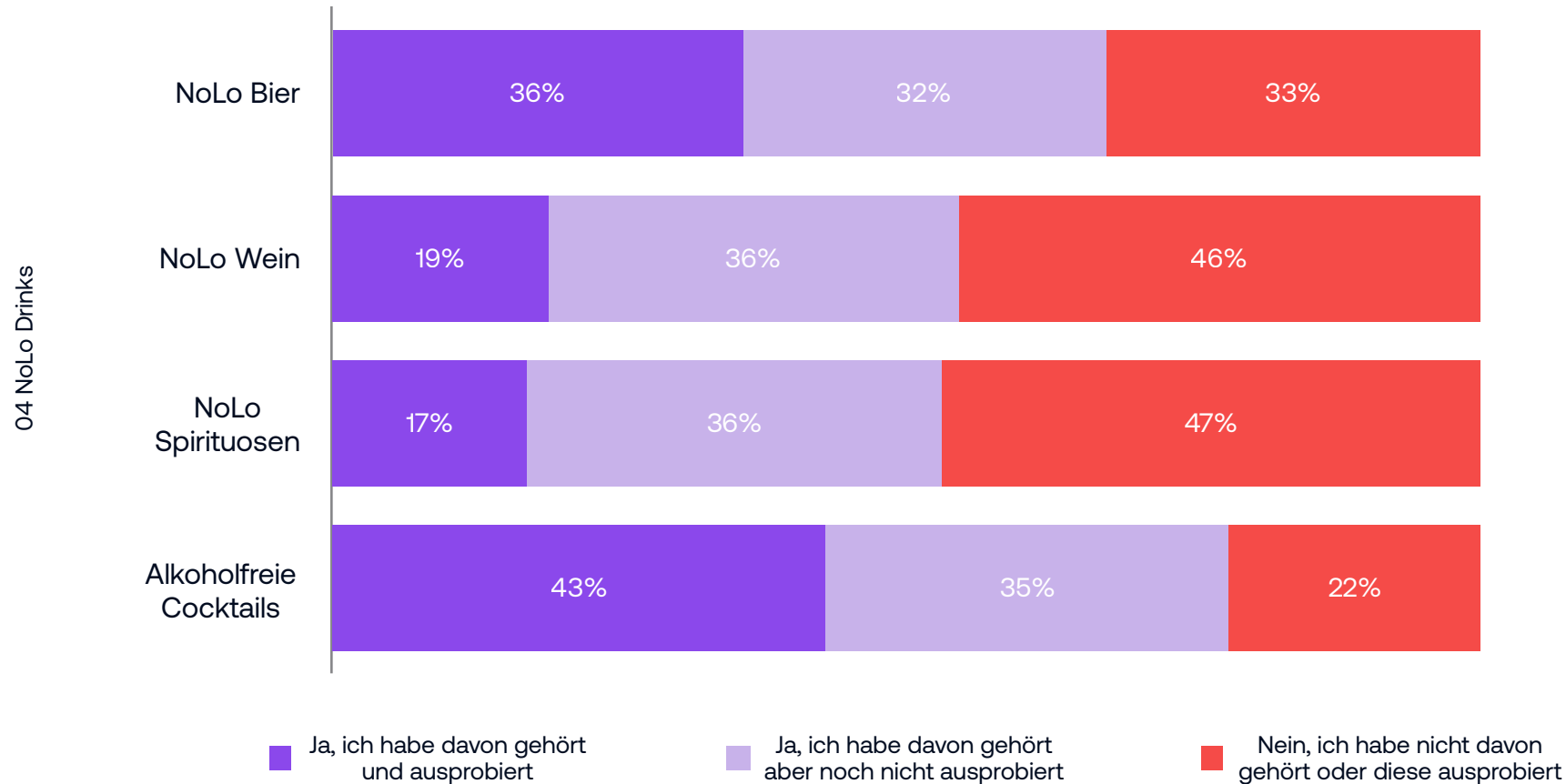


Gesplittet nach Alter

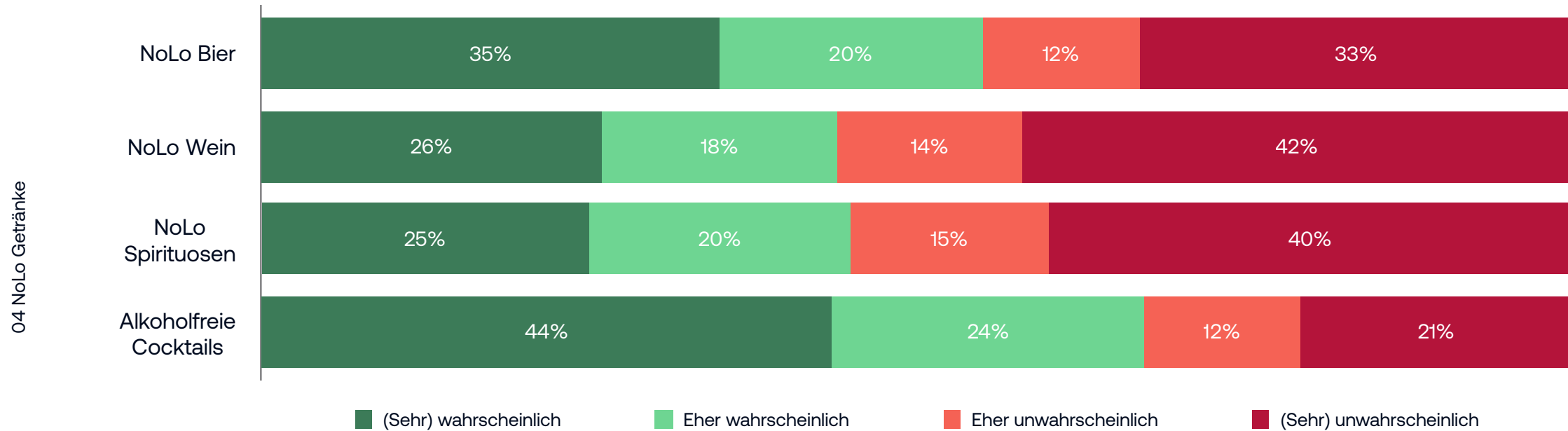


Alkoholfreie Cocktails: Bekannt und getestet

Hast du bereits von NoLo-Getränken gehört oder diese ausprobiert?



Wie wahrscheinlich ist es, dass du für das folgende Getränk Geld ausgibst?

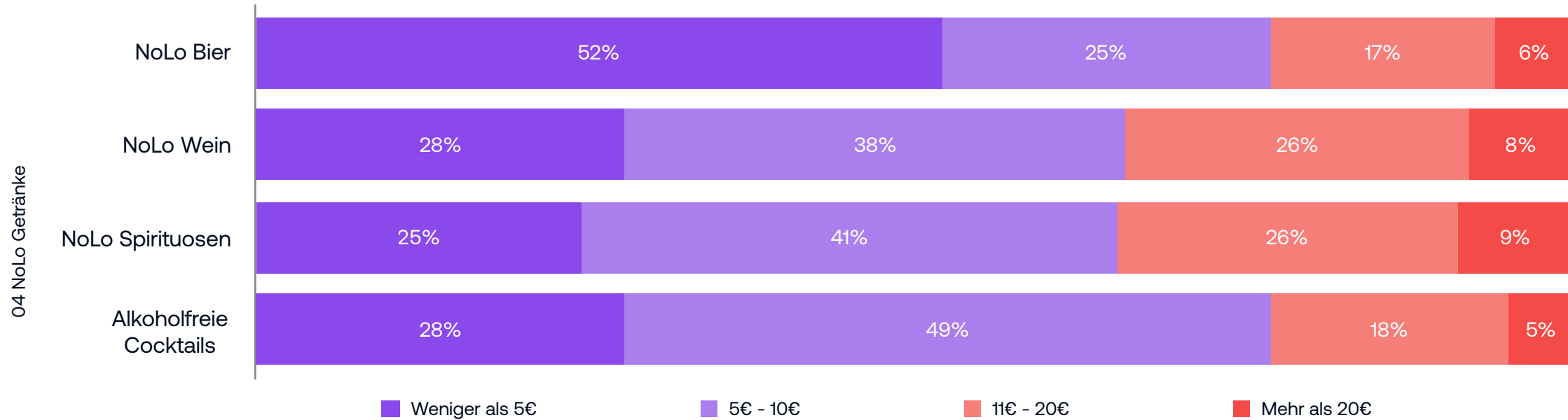


- **Männer** sind mit höherer Wahrscheinlichkeit als Frauen daran interessiert, NoLo-Bier zu kaufen (39% vs. 31%) und **Frauen** eher als Männer daran NoLo-Cocktails zu probieren (48 % vs. 40 %)
- Befragte im Alter zwischen **25 und 44 Jahren** sind am ehesten bereit, NoLo-Alternativen zu kaufen
- Personen, die **Alkohol konsumieren**, greifen häufiger zu NoLo-Alternativen, im Vergleich zu denen die keinen Alkohol konsumieren

So viel sind die Deutschen bereit für NoLo-Drinks auszugeben

Wieviel wärst du bereit dafür auszugeben...

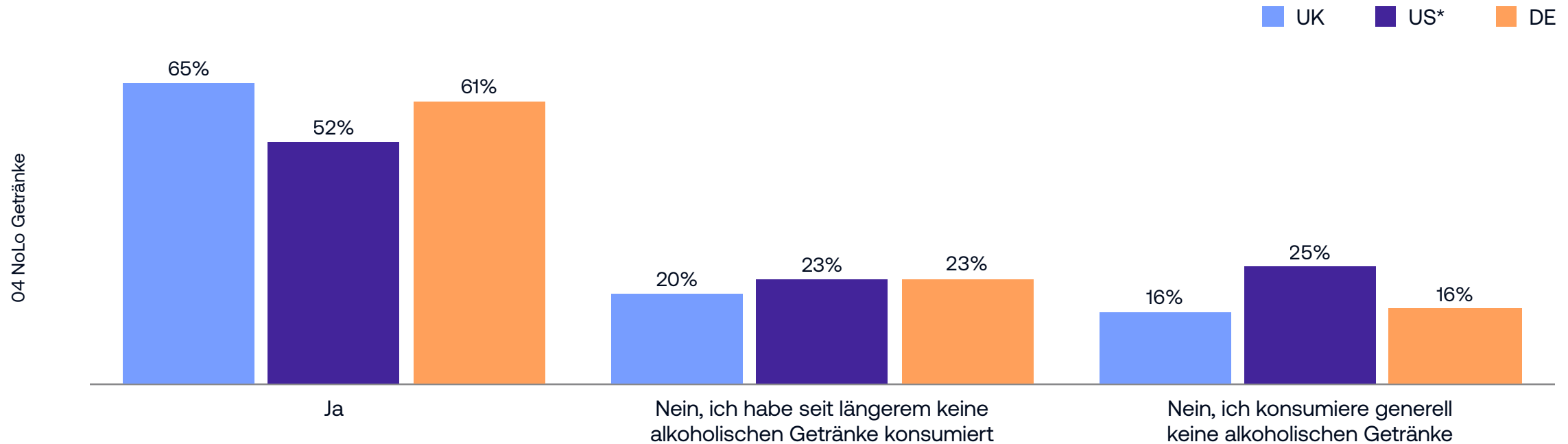
Befragte, die bereit sind, NoLo-Alternativen zu kaufen.



- **Männer** sind mit größerer Wahrscheinlichkeit als Frauen bereit, mehr als 20€ für alle NoLo-Alternativen auszugeben, insbesondere für NoLo-Spirituosen (11% vs. 7%)
- Personen im Alter von **35-44 Jahren** sind am ehesten bereit, mehr als 20€ für NoLo-Alternativen auszugeben
- **Personen, die Alkohol konsumieren**, sind eher dazu bereit, mehr als 20€ für NoLo-Alternativen auszugeben, im Vergleich zu denen die keinen Alkohol konsumieren

Deutschland im Vergleich mit US & UK: Fast jeder zweite Amerikaner trinkt alkoholfrei.

Konsumierst du alkoholische Getränke?

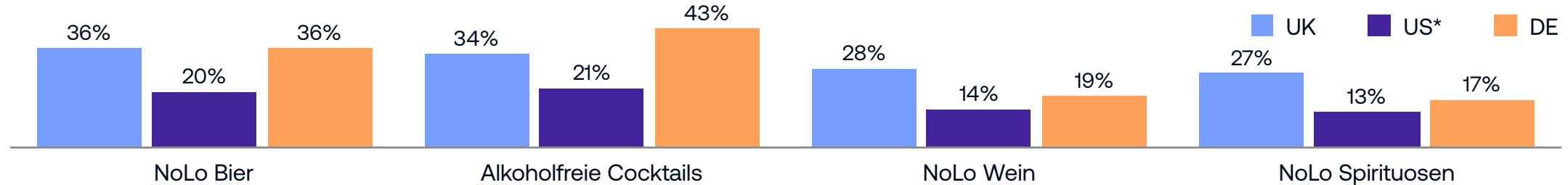


- Zwei Drittel der Briten (65%) und fast zwei Drittel der Deutschen (61%) konsumieren alkoholische Getränke, während Amerikaner den höchsten Prozentsatz an Nichttrinkern aufweisen (25%).
- Allerdings ist **Wasser** sowohl für **Amerikaner** als auch für **Deutsche** die **zweitbeliebteste Option**, mit jeweils 17% und 18%.

Ab ins Ausland: Die Briten sind die Neugierigsten auf Nüchternheit!

Hast du bereits von NoLo-Getränken gehört oder diese ausprobiert?

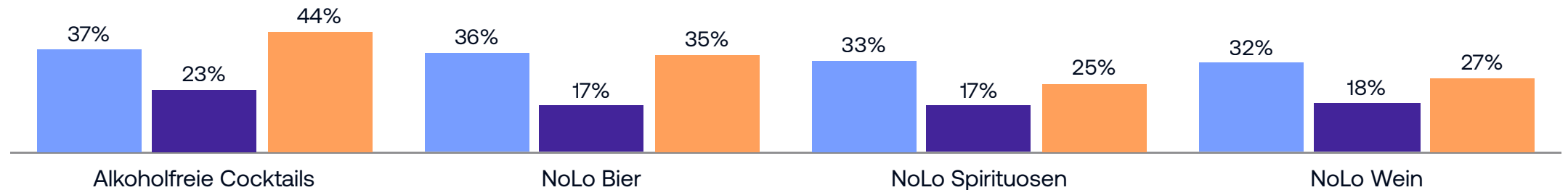
Teilnehmende, die bereits von NoLo Getränken gehört haben und diese probiert haben



04 NoLo Getränke

Wie wahrscheinlich ist es, dass du für das folgende Getränk Geld ausgibst?

Teilnehmende, die "Sehr wahrscheinlich" und "Wahrscheinlich" angegeben haben



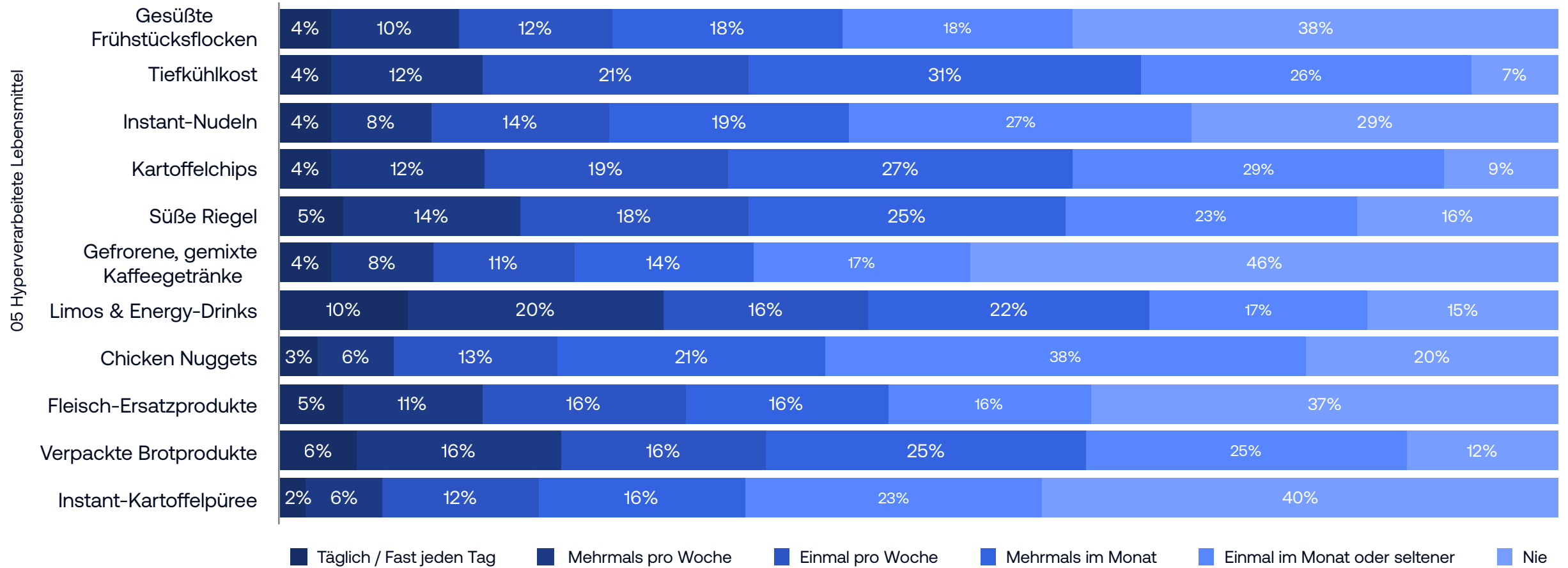
- Briten scheinen neue Erfahrungen zu suchen, wenn es um alkoholfreie Alternativen geht und zeigen ein hohes Maß an Aufmerksamkeit und Bereitschaft, diese auszuprobieren. Amerikaner scheinen hingegen von der Idee nicht überzeugt zu sein. Deutsche favorisieren alkoholfreie Cocktails, mehr als zwei von fünf haben sie bereits probiert (43%).
- Deutsche sind am ehesten bereit, alkoholfreie Cocktails zu kaufen (44%), während Briten alle alkoholfreien Alternativen gleichermaßen kaufen würden.

05

Im Fokus:
Hyperverarbeitete
Lebensmittel

Diese Lebensmittel konsumieren die Deutschen am häufigsten

Wie häufig konsumierst du die folgenden hyperverarbeiteten Lebensmittel?

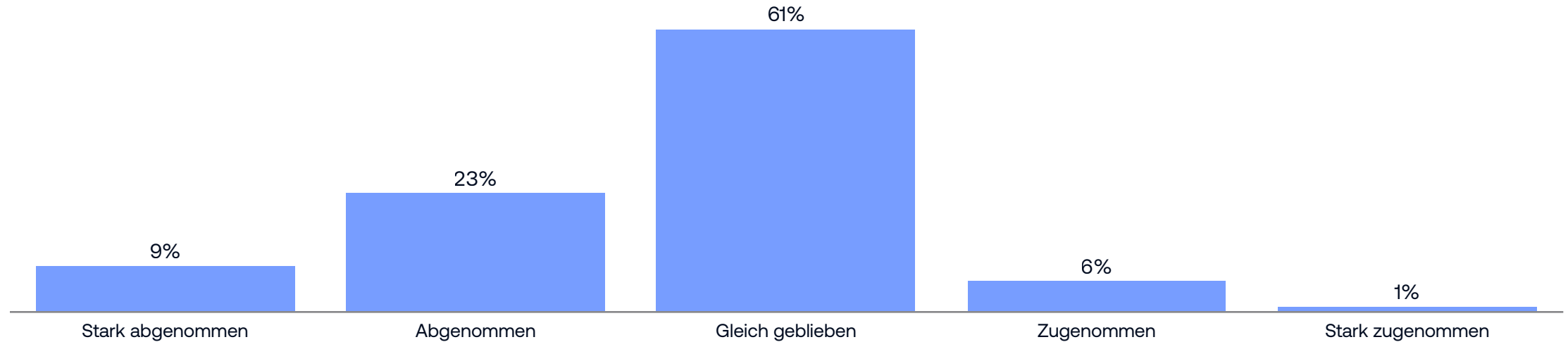


Gibt's einen Hype um hyperverarbeitete Lebensmittel? Eher im Gegenteil, der Konsum nimmt ab

Wie hat sich dein Konsum von hyperverarbeiteten Lebensmitteln in den letzten 6 Monaten verändert?

Befragte, die zumindest ab und zu hyperverarbeitete Lebensmittel essen.

05 Hyperverarbeitete Lebensmittel



- Personen im Alter von **25-34 Jahren** geben an, ihren Verzehr von stark verarbeiteten Lebensmitteln erhöht zu haben (10 %).
- **Veganer haben im Vergleich ihren Verzehr von stark verarbeiteten Lebensmitteln in den letzten 6 Monaten deutlich erhöht (27 %).**
- Menschen, die mehr **Sport treiben**, ernähren sich grundsätzlich häufiger von hyperverarbeiteten Lebensmitteln. 30 Prozent der Menschen, die mehr als viermal die Woche Sport treiben, geben an, täglich oder mehrmals die Woche Tiefkühlkost zu konsumieren, während es bei den Menschen, die überhaupt kein Sport machen, gerade einmal die Hälfte ist (14 %).

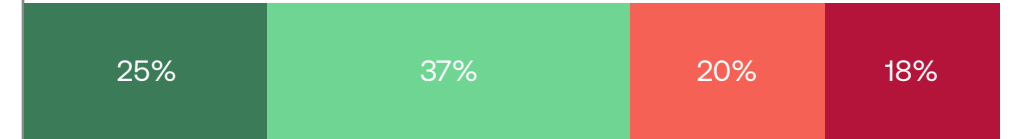
Praktisch und günstig: Darum greifen Deutsche auf hyperverarbeitete Lebensmittel zurück



Inwieweit stimmst du der folgenden Aussage zu?

Abgefragt als 6er Skala, hier schematisch als 4er Skala zusammengefasst.

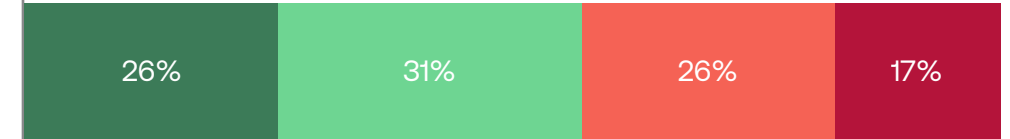
Hyperverarbeitete Lebensmittel sind praktisch für meinen Lebensstil.



Hyperverarbeitete Lebensmittel können Teil einer ausgewogenen Ernährung sein.



Hyperverarbeitete Lebensmittel sind günstiger als weniger verarbeitete Lebensmittel.



■ Stimme (voll und ganz) zu ■ Stimme eher zu ■ Stimme eher nicht zu ■ Stimme (überhaupt) nicht zu

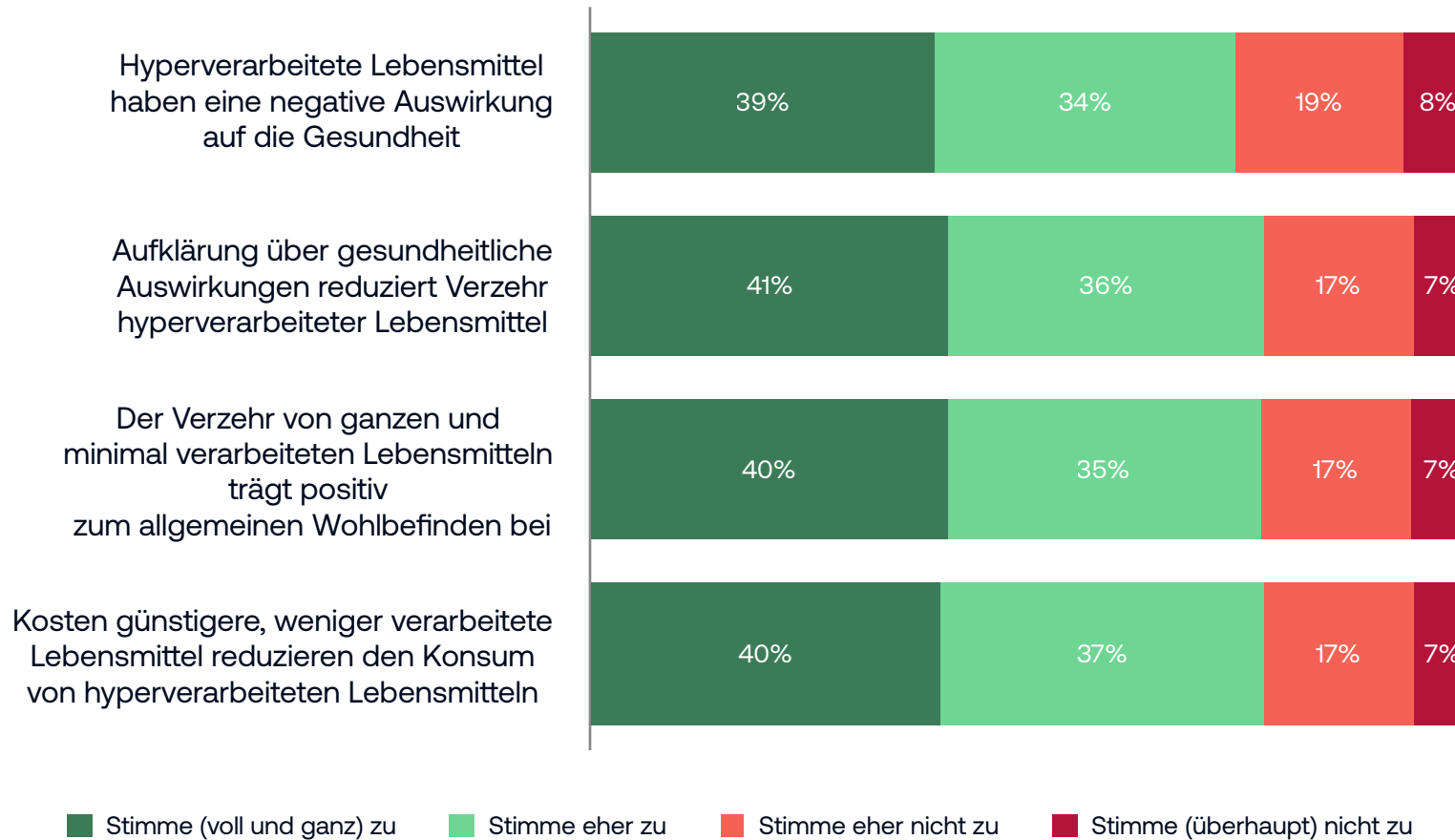
- **Männer** sind eher der Meinung, dass hyperverarbeitete Lebensmittel Teil einer ausgewogenen Ernährung sein können (21% vs. 16%).
- **Millennials** sind der Meinung, dass hyperverarbeitete Lebensmittel praktischer (35%) und günstiger sind (25%).
- Menschen die sich **vegan ernähren** geben häufiger an, dass stark verarbeitete Lebensmittel praktisch für ihren Lebensstil sind (42%) und Teil einer ausgewogenen Ernährung sein können (37%).

Trotz des Konsums von hochverarbeiteten Lebensmitteln wissen Deutsche um deren negative Auswirkungen auf die Gesundheit

Inwieweit stimmst du der folgenden Aussage zu?

Abgefragt als 6er Skala, hier schematisch als 4er Skala zusammengefasst.

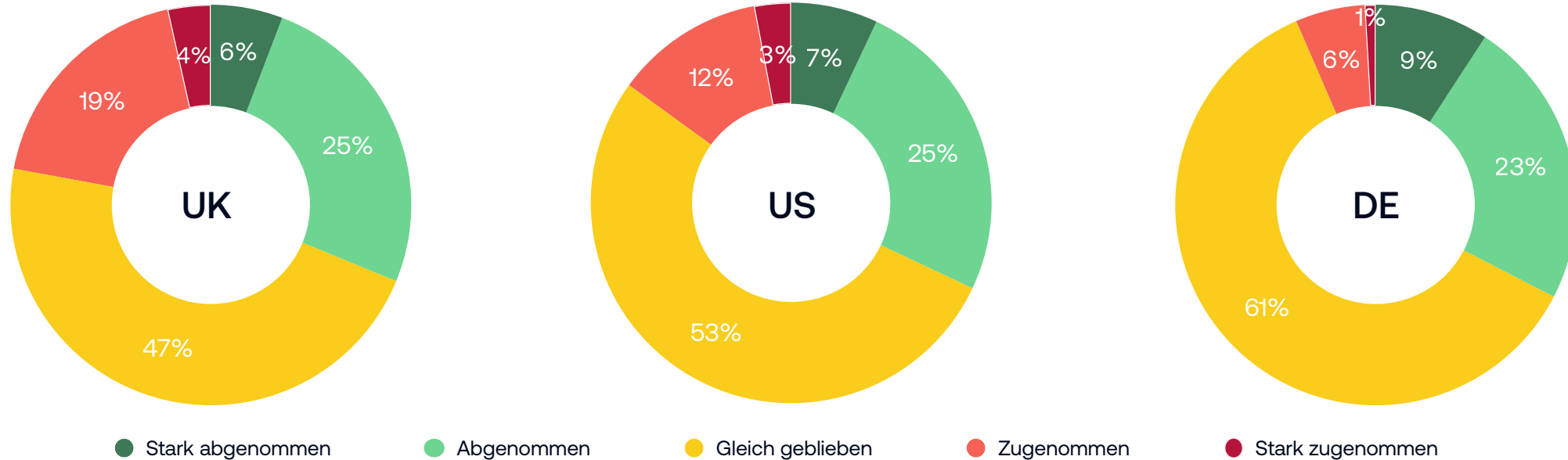
05 Hyperverarbeitete Lebensmittel



Deutschland im Vergleich mit US & UK: Weniger Weißbrot und verpackte Brotprodukte für die Deutsche-Brot-Nation.

Wie hat sich dein Konsum von hyperverarbeiteten Lebensmitteln in den letzten 6 Monaten verändert?

05 Hyperverarbeitete Lebensmittel



- **Genießen, kosten, wiederholen:** Limonaden und Energy-Drinks spielen eine bedeutende Rolle in der Ernährung von Amerikanern (25%), Briten (15%) und Deutschen (10%).
- **Brotwahn:** Weißbrot und andere verpackte Brotprodukte haben einen festen Platz in der Ernährung von Briten (17%) und Amerikanern (15%), weniger aber für Deutsche (6%).

- **Fleisch-Ersatzprodukte:** Briten konsumieren am häufigsten mehrmals die Woche bis täglich Ersatzprodukte (21 %) und somit deutlich häufiger als Deutsche (15 %) und Amerikaner (13 %).
- Der Konsum von hochverarbeiteten Lebensmitteln hat bei den Deutschen in den letzten 6 Monaten im Vergleich zu britischen und amerikanischen Befragten weniger zugenommen ([stark] zugenommen DE = 7 % im Vergleich zu UK = 23 % und US = 15 %).

Deutschland im Vergleich mit US & UK: Sind hyperverarbeitete Lebensmittel die Bösewichte unserer Zeit?

Inwieweit stimmst du der folgenden Aussage zu?

Teilnehmende, die mit "Stimme voll und ganz zu" und "Zustimmen" geantwortet haben

05 Hyperverarbeitete Lebensmittel

		UK	US	DE
1	Kostengünstigere, weniger verarbeitete Lebensmittel reduzieren den Konsum von hyperverarbeiteten Lebensmitteln	63%	57%	40%
2	Der Verzehr von ganzen und minimal verarbeiteten Lebensmitteln trägt positiv zum allgemeinen Wohlbefinden bei	54%	56%	40%
3	Hyperverarbeitete Lebensmittel haben einen negativen Einfluss auf die Gesundheit	51%	49%	39%
4	Aufklärung über gesundheitliche Auswirkungen reduziert Verzehr von hyperverarbeiteter Lebensmittel	49%	38%	41%
5	Hyperverarbeitete Lebensmittel sind günstiger als weniger verarbeitete Lebensmittel	44%	39%	26%
6	Hyperverarbeitete Lebensmittel sind praktisch für meinen Lebensstil	39%	37%	25%
7	Hyperverarbeitete Lebensmittel können Teil einer ausgewogenen Ernährung sein	33%	22%	19%



- Es herrscht **allgemeiner Konsens** unter den Befragten aus UK, US und Deutschland: Wenn gesündere Lebensmittel erschwinglicher wären, würde der Konsum von stark verarbeiteten Lebensmitteln abnehmen.
- Der Aussage, dass hyperverarbeitete Lebensmittel Teil einer ausgewogenen Ernährung sein können, scheinen die Deutschen am skeptischsten gegenüber zu sein (19 % stimmen [voll und ganz] zu). Gerade die Amerikaner stimmen dieser Aussage am häufigsten zu (33 %).

06

Studiendesign & Kontakt

appinio



Constanze Schumann-Plekat

Team Lead Marketing DACH

constanze.schumannplekat@appinio.com

Methode

- Mobile Umfragebogen über die Appinio-App durchgeführt
- Die Umfrage fand vom 12. Juni bis zum 16. Juni 2023 statt.
- Die Daten können jederzeit [hier](https://research.appinio.com) unter research.appinio.com eingesehen werden.

Stichprobe

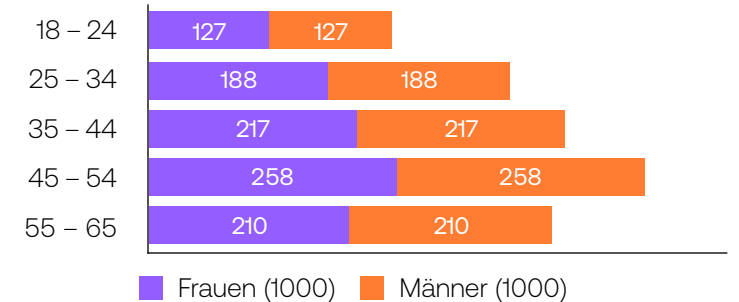
2000 41.7

Teilnehmende

Durchschnittsalter

National repräsentativ – quotiert nach Alter und Geschlecht basierend Zensus 2011

Stichproben Zusammensetzung



Appinio Germany

Große Theaterstraße 31
20354 Hamburg

Appinio USA

1355 Market St
94301 San Francisco

Appinio UK

7 Bell Yard
WC2A 2JR London