



Dialego

Market Research Online | For Better Decisions

Fertiggerichte

Eine Befragung der Dialego AG

Juli 2005

- **Projektdokumentation**
- **Hauptbefragung**
 - Akzeptanz von Fertiggerichten
 - Wann, wo, warum, zu welchem Preis?
 - Geschmackliche Qualität
- **Zusammenfassung**
- **Kontakt**

■ Hintergrund der Studie:

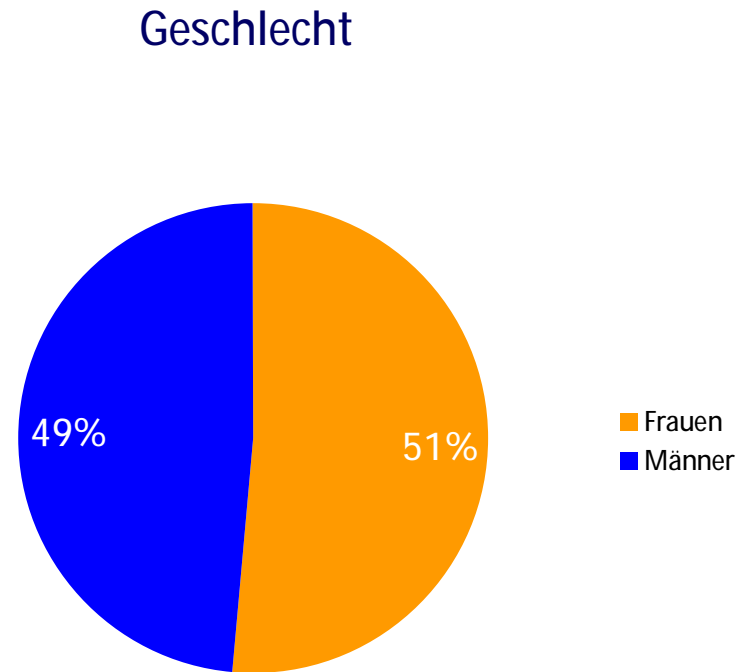
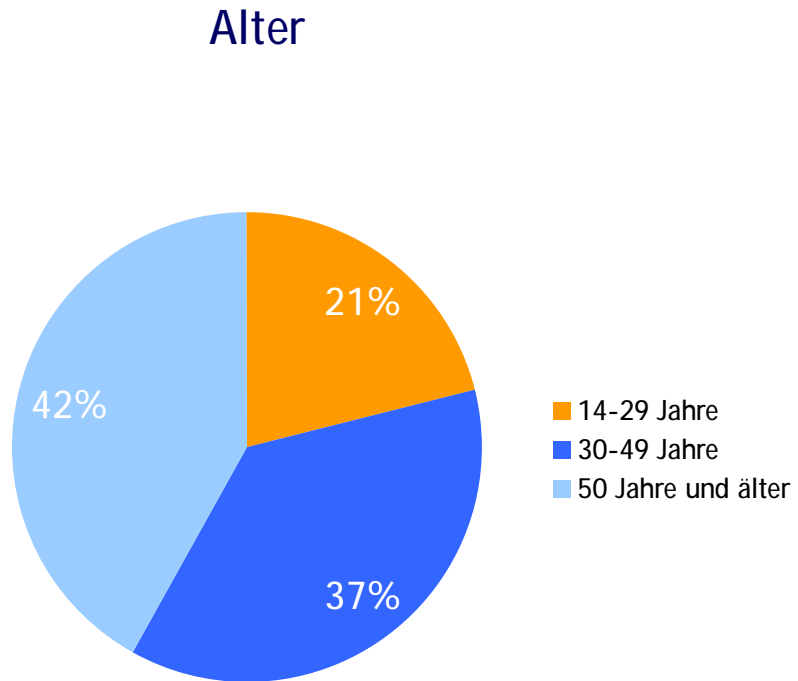
- Die Dialego AG befragte die Verbraucher, welchen Stellenwert Fertiggerichte in ihrem Alltagsleben einnehmen und wie die Verbraucher die geschmackliche Qualität einstufen.

■ Vorgehensweise:

- Online Befragung in Deutschland mit insgesamt 1.010 Interviews
- Die Befragungsteilnehmer wurden aus dem Dialego Access Panel unter Berücksichtigung der Merkmale Alter und Geschlecht rekrutiert
- Die Einladung der Teilnehmer erfolgte über personalisierte E-Mails inkl. Hyperlink zum Fragebogen
- Die Stichprobe wurde quotiert nach den Variablen Alter und Geschlecht gemäß der deutschen Bevölkerung (Mikrozensus)

■ Erhebungszeitraum:

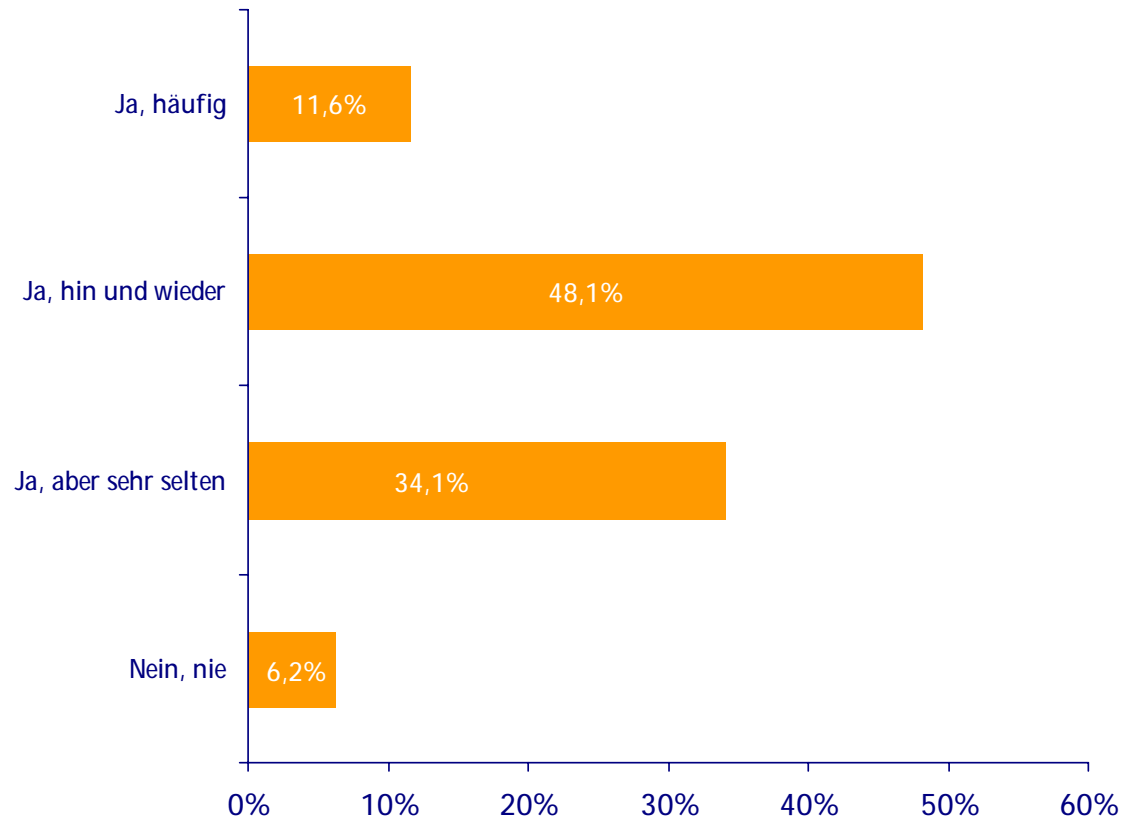
- Feldstart: 19.07.2005
- Feldende: 22.07.2005



Basis: n = 1.010

Akzeptanz von Fertiggerichten

Kaufen Sie Fertiggerichte?

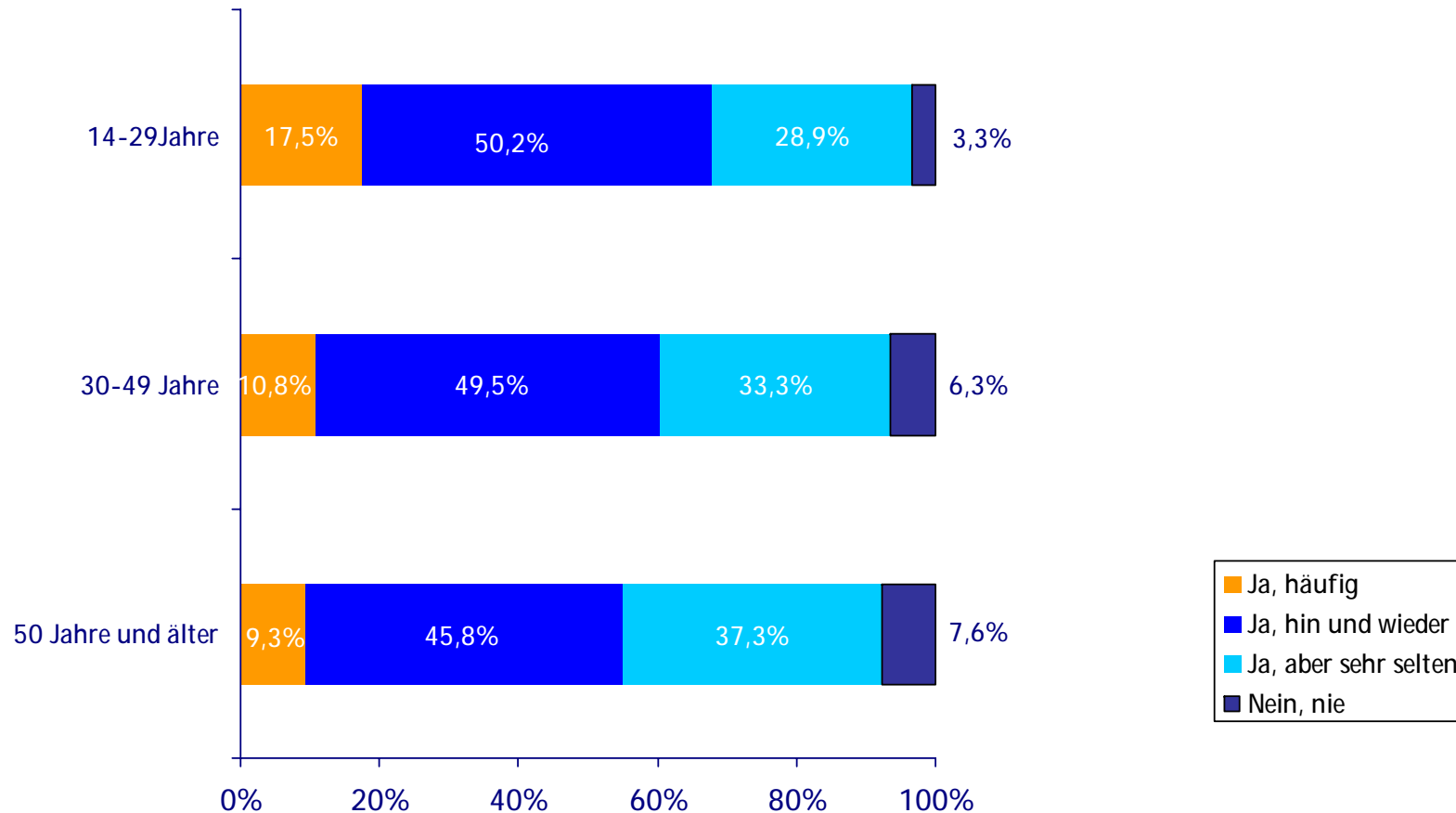


Basis: n = 1.010 Verbraucher

Fazit: Fast jeder Verbraucher kauft Fertiggerichte.

Akzeptanz von Fertiggerichten

Aufbruch nach Alter

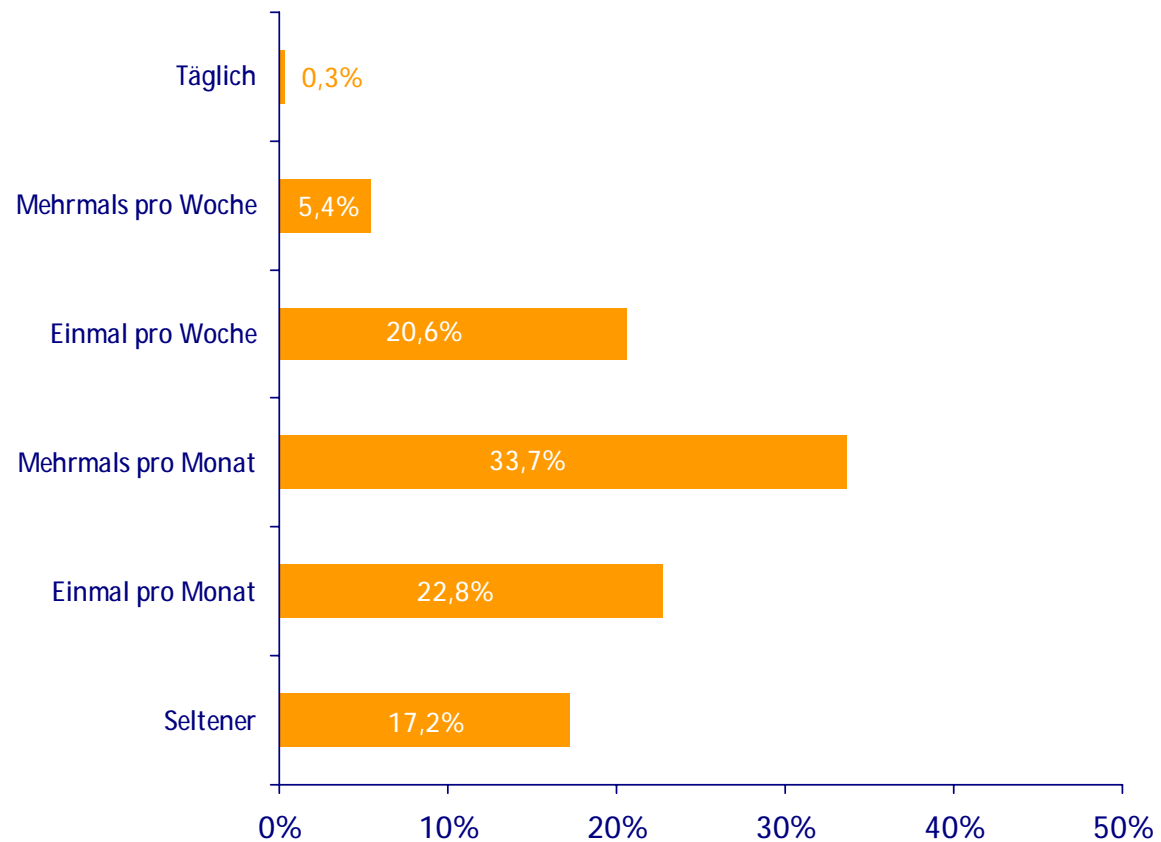


Basis: n = 1.010 Verbraucher

Fazit: Jüngere kaufen deutlich häufiger Fertiggerichte.

Kauffrequenz

Wie oft kaufen Sie Fertiggerichte ein?



Basis: n = 947 Verbraucher, die Fertiggerichte einkaufen

Präferierte Darreichungsform

In welcher Form kaufen Sie Fertiggerichte ein?

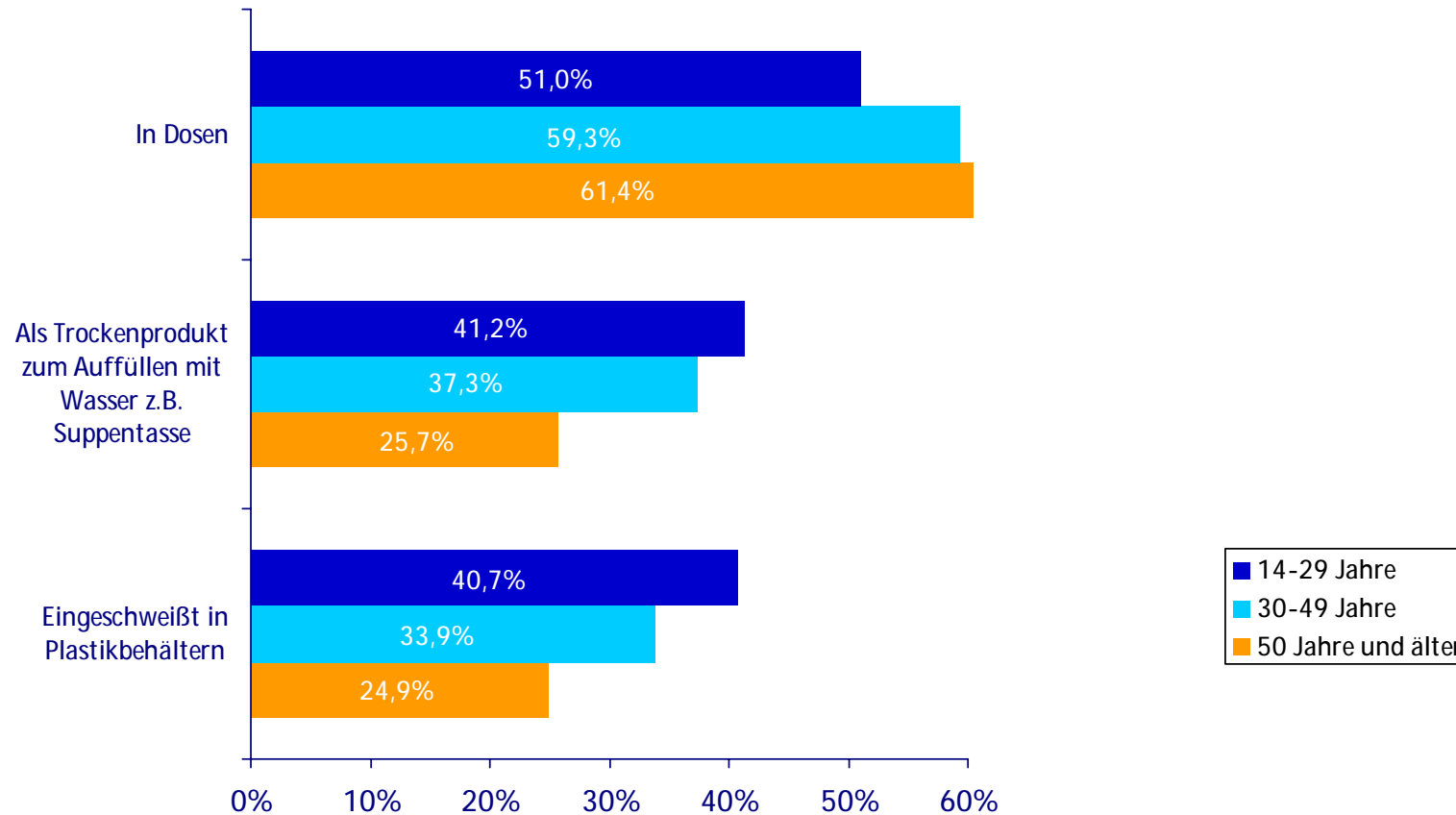


Mehrfachnennungen möglich

Basis: n = 947 Verbraucher, die Fertiggerichte einkaufen

Präferierte Darreichungsform

Aufbruch nach Alter für ausgewählte Produkte

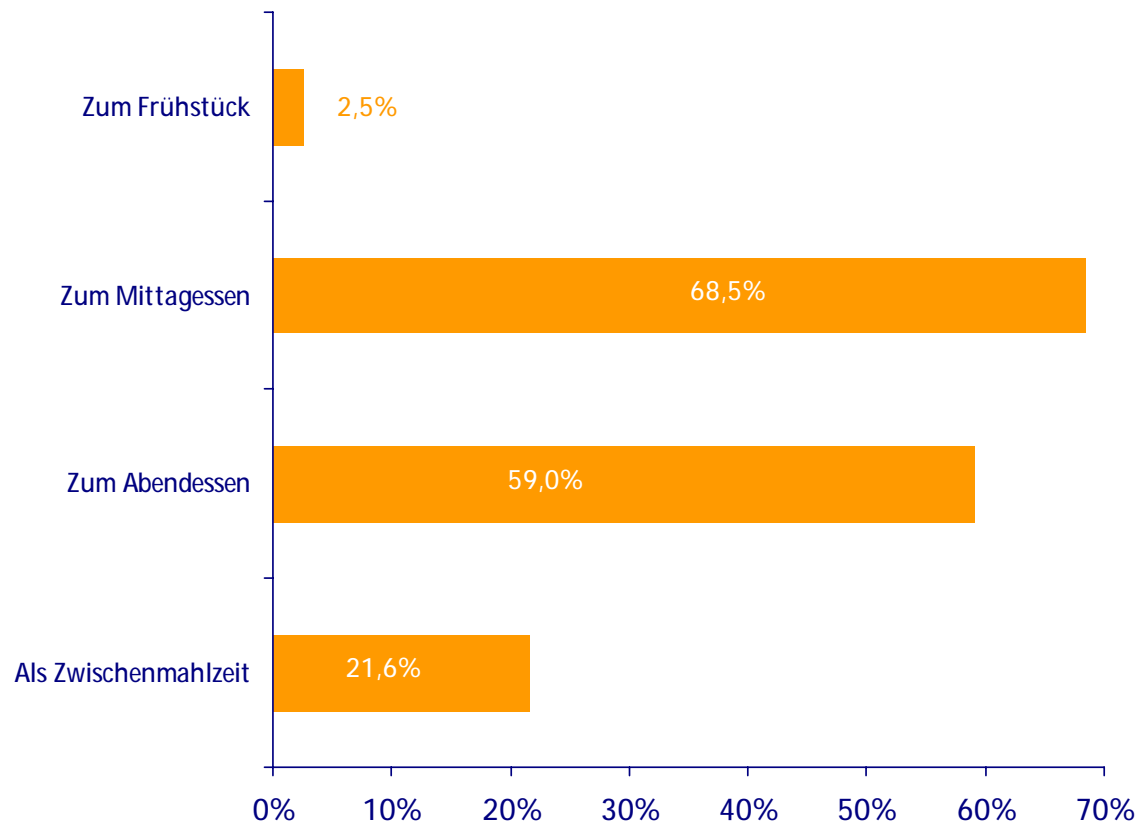


Basis: n = 947 Verbraucher, die Fertiggerichte einkaufen

Fazit: Je älter die Verbraucher sind, desto eher greifen Sie zur althergebrachten Dose.

Fertiggericht Mahlzeiten

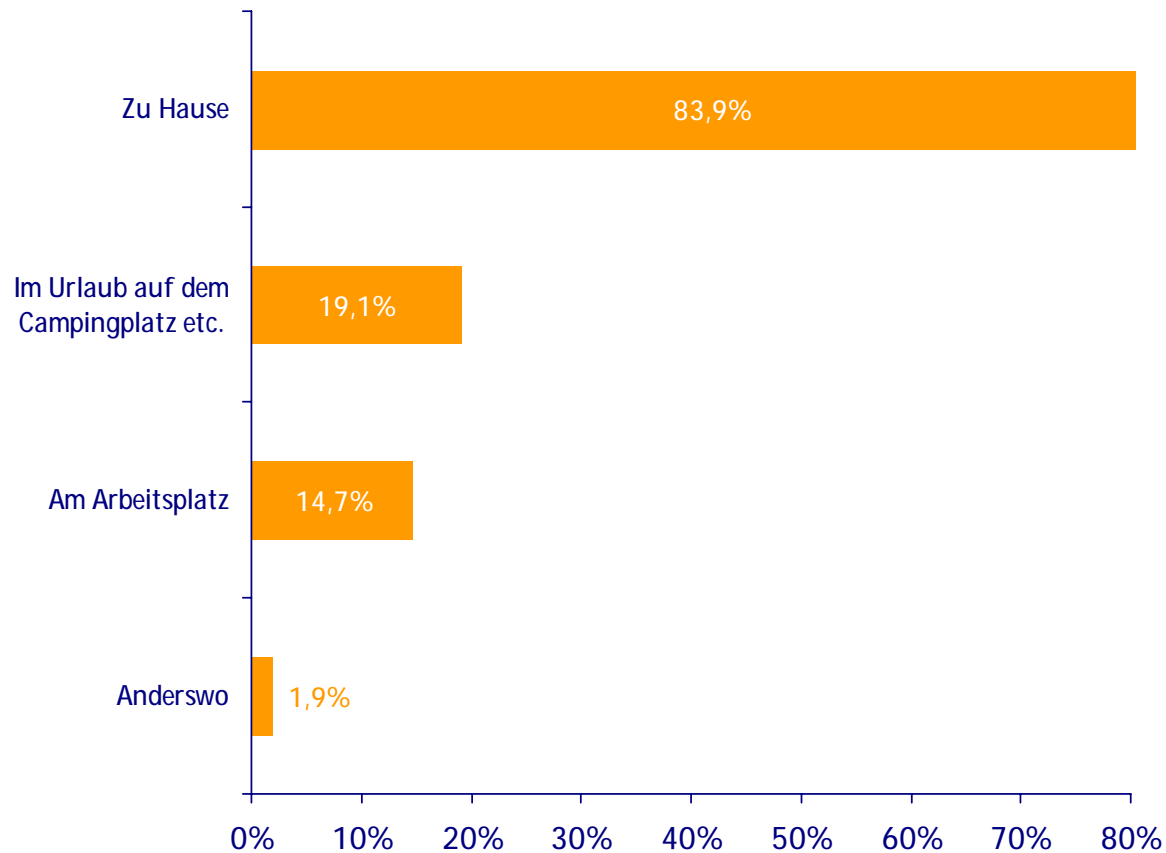
Zu welchen Mahlzeiten essen Sie Fertiggerichte?



Mehrfachnennungen möglich

Basis: n = 947 Verbraucher, die Fertiggerichte einkaufen

Wo essen Sie Fertiggerichte?

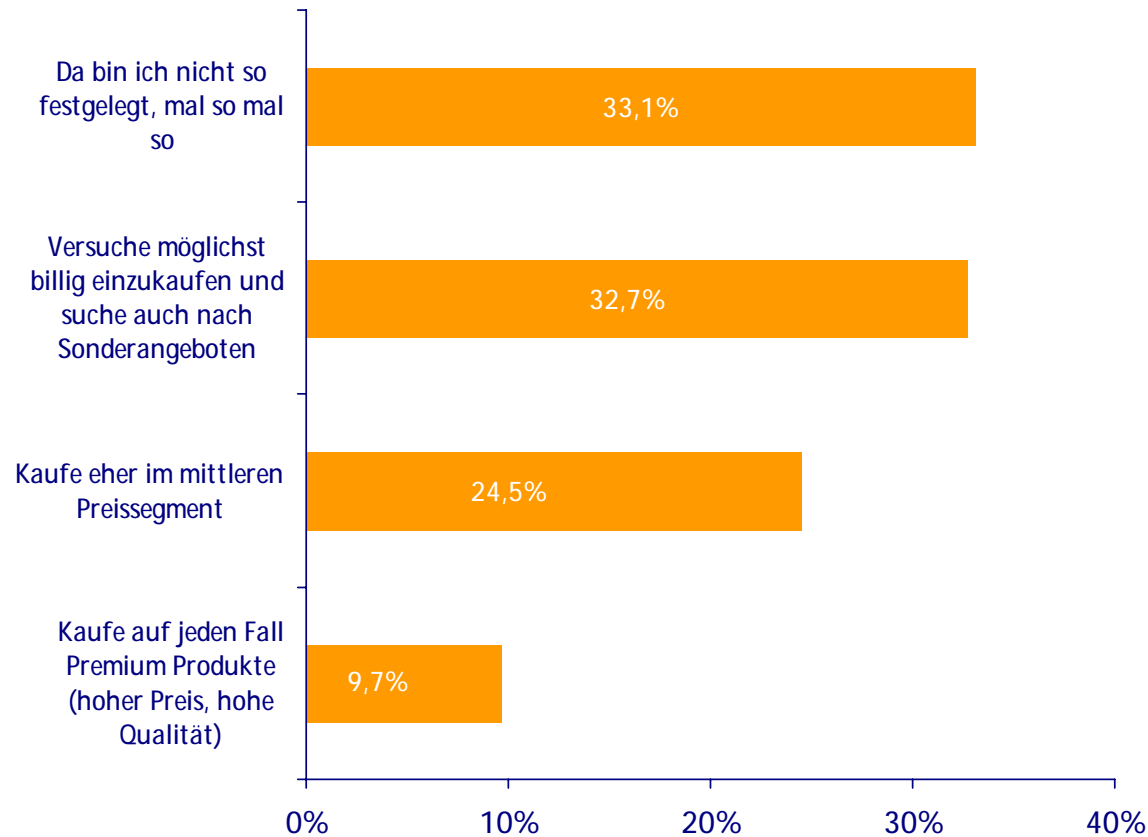


Mehrfachnennungen möglich

Basis: n = 947 Verbraucher, die Fertiggerichte einkaufen

Rolle des Preises

Welche Rolle spielt der Preis beim Einkaufen von Fertiggerichten?

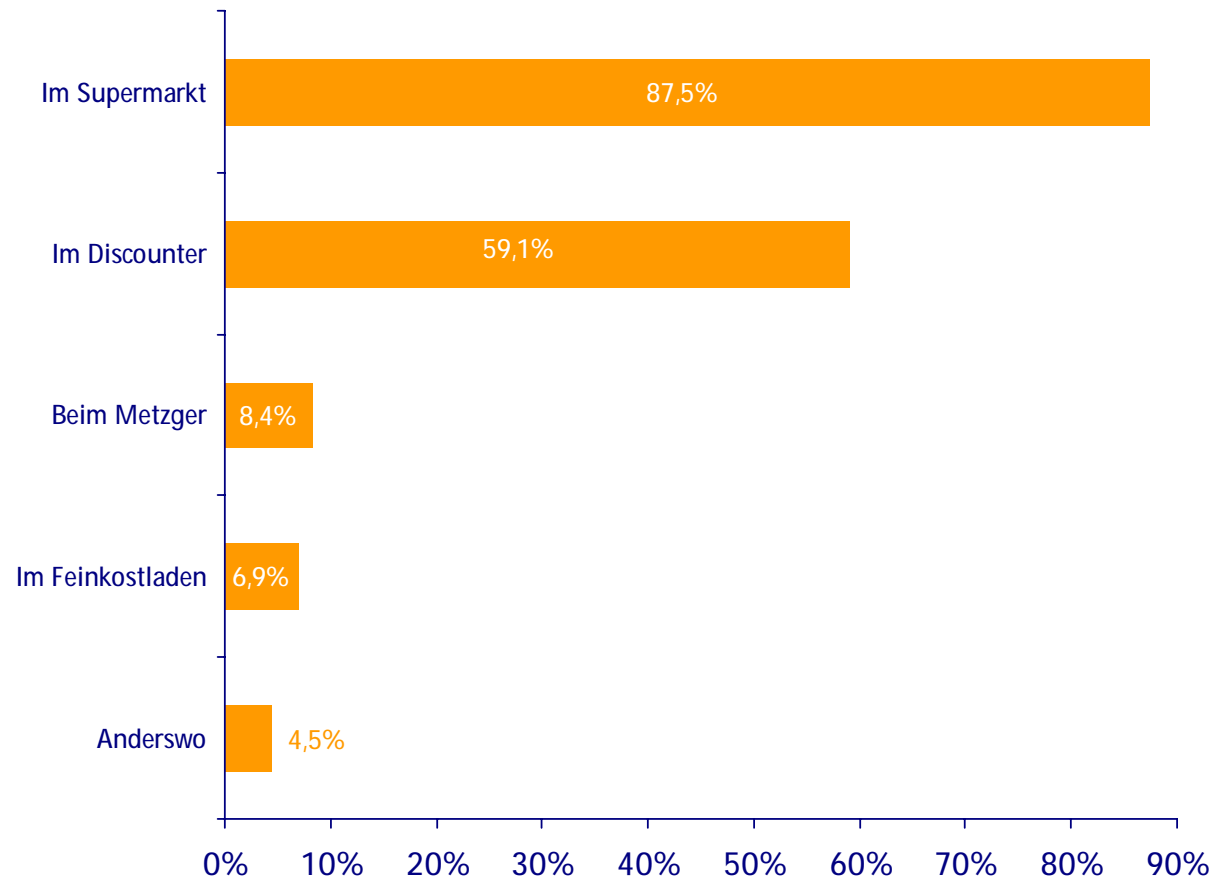


Basis: n = 947 Verbraucher, die Fertiggerichte einkaufen

Fazit: Die meisten Verbraucher bevorzugen das mittlere Preissegment.

Einkaufsort

Wo kaufen Sie Fertiggerichte ein?



Mehrfachnennungen möglich

Basis: n = 947 Verbraucher, die Fertiggerichte einkaufen

Gründe für Fertiggerichte

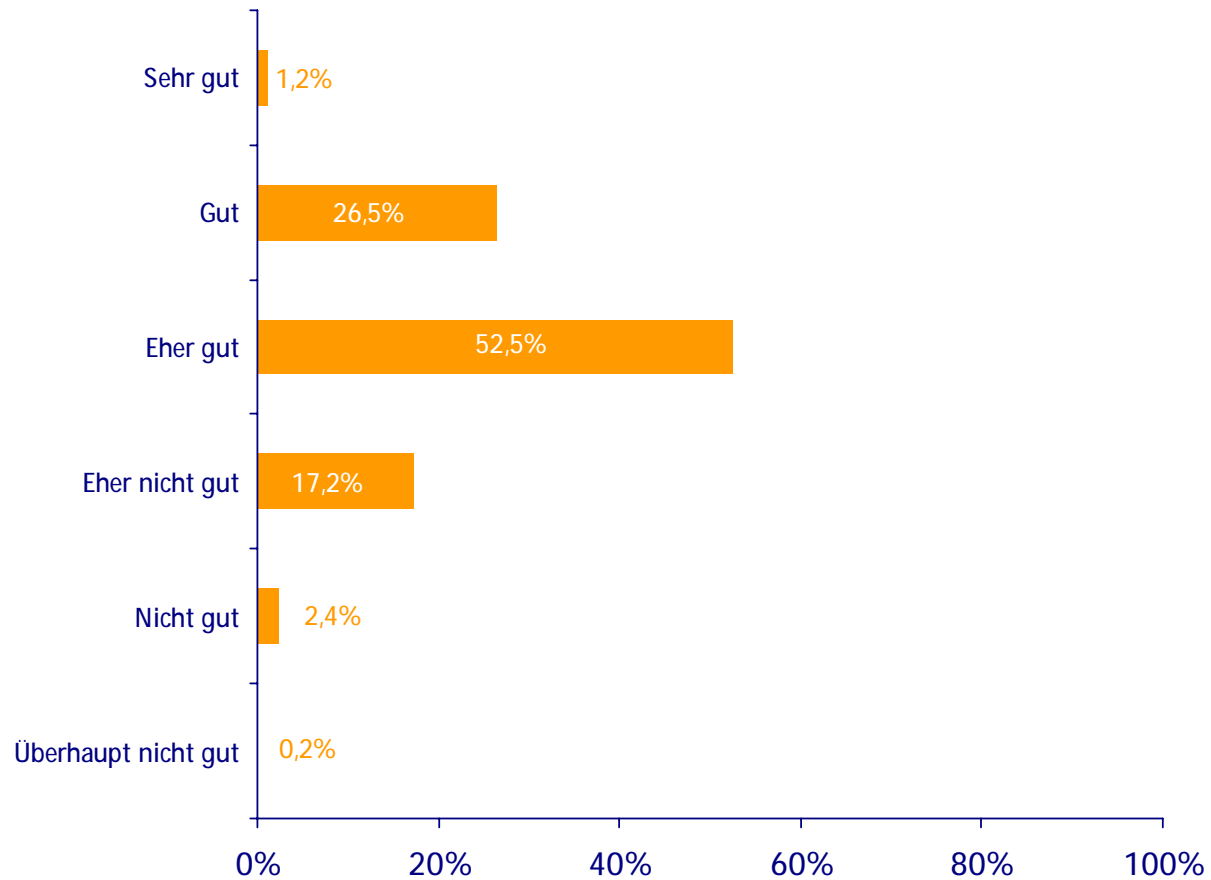
Warum essen Sie Fertiggerichte?



Mehrfachnennungen möglich

Basis: n = 947 Verbraucher, die Fertiggerichte einkaufen

Wie beurteilen Sie die geschmackliche Qualität von Fertiggerichten?



Basis: n = 947 Verbraucher, die Fertiggerichte einkaufen

Fazit: Fertiggerichte schmecken den Verbrauchern.

Fertiggerichte

Große Zustimmung finden Fertiggerichte beim Verbraucher, mehr als 90 Prozent kaufen sie mehr oder weniger regelmäßig. „Keine Zeit zum Kochen“ ist der am häufigsten genannte Grund (65 Prozent), der Konsumenten zu Fertiggerichten greifen lässt. Dies fällt den Verbrauchern sicher nicht allzu schwer, denn 80 Prozent stufen die geschmackliche Qualität von Fertiggerichten als gut ein. Dies ist das Ergebnis einer Umfrage der Dialego AG im Juli 2005.

26 Prozent der Fertiggericht-Konsumenten kaufen diese ein bis mehrmals pro Woche, 57 Prozent immerhin mehrmals pro Monat, übrigens in allen Altersgruppen gleichermaßen. Eindeutig bevorzugte Form, in der Fertiggerichte eingekauft werden, ist Tiefkühlkost (83 Prozent), darauf folgen Dosen (59 Prozent) und Platz drei nehmen Fertiggerichte in Tüten ein, z.B. Suppen (49 Prozent) ein. Innerhalb der Gruppe, die angibt, häufig Fertiggerichte einzukaufen, liegen die 14-29 Jährigen an der Spitze.

Bei drei Produkten fällt auf, dass die Konsumgewohnheiten der einzelnen Altersgruppen sich stark unterscheiden. Während die über 50 Jährigen häufiger zur Dose greifen, liegen die 14-29 Jährigen bei Trockenprodukten zum Auffüllen mit Wasser und bei Fertiggerichten, die in Plastikbehältern eingeschweißt sind, weit vorne.

Verspeist werden Fertiggerichte weitgehend zu Hause (84 Prozent), meistens zu den Hauptmahlzeiten mittags (69 Prozent) und abends (59 Prozent). Aber auch als Zwischenmahlzeit (22 Prozent) werden Fertiggerichte gegessen.

Bevorzugte Einkaufsstätten sind der Supermarkt (88 Prozent) und der Discounter (59 Prozent). Mehr als die Hälfte der Verbraucher (57 Prozent) kaufen bevorzugt im unteren bis mittleren Preissegment, auch Sonderangebote sind begehrt. Immerhin 10 Prozent der Konsumenten von Fertiggerichten kaufen, wenn schon Fertiggerichte, dann Premiumprodukte (hoher Preis/hohe Qualität).

Viele Verbraucher schätzen Fertiggerichte übrigens auch, weil sie damit interessante und internationale Gerichte auf den Tisch bringen können, ohne sie selbst zubereiten zu können/müssen (38 Prozent).

Sprechen Sie mit uns:

Angelika Tings, Public Relations & HR

Dialego AG Market Research Online

Friedrichstr. 69-71

52070 Aachen, Germany

+49/241/97828-0 TEL

+49/241/97828-118 FAX

www.dialego.de

info@dialego.de

Dialego AG ist Mitglied bei:

