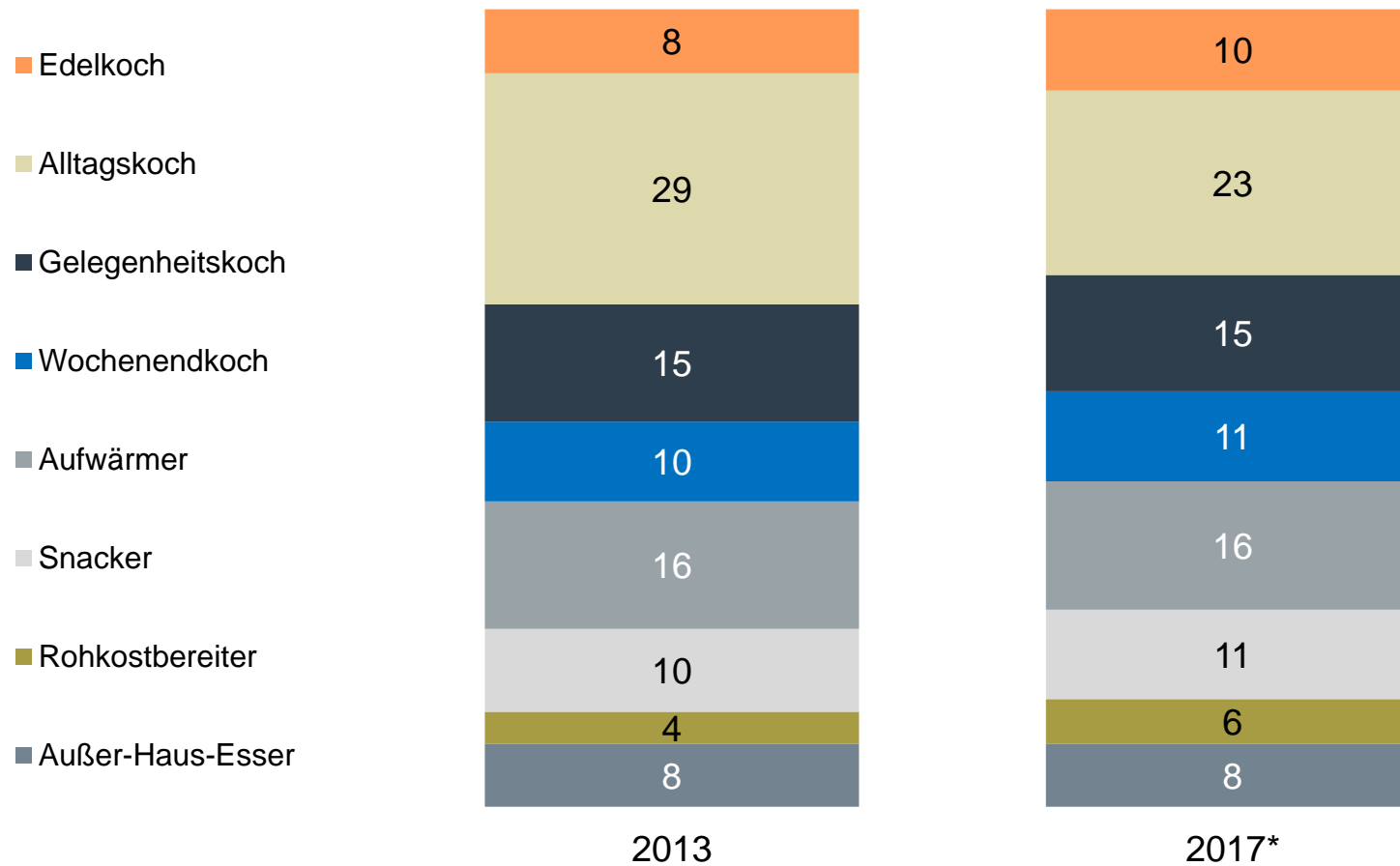


# „Alltagsköche“ sind seltener geworden. „Edelköche“ und „Rohkostbereiter“ werden mehr.

## Anteile Kochtypen 2013 vs. 2017\*

gerundete Prozente

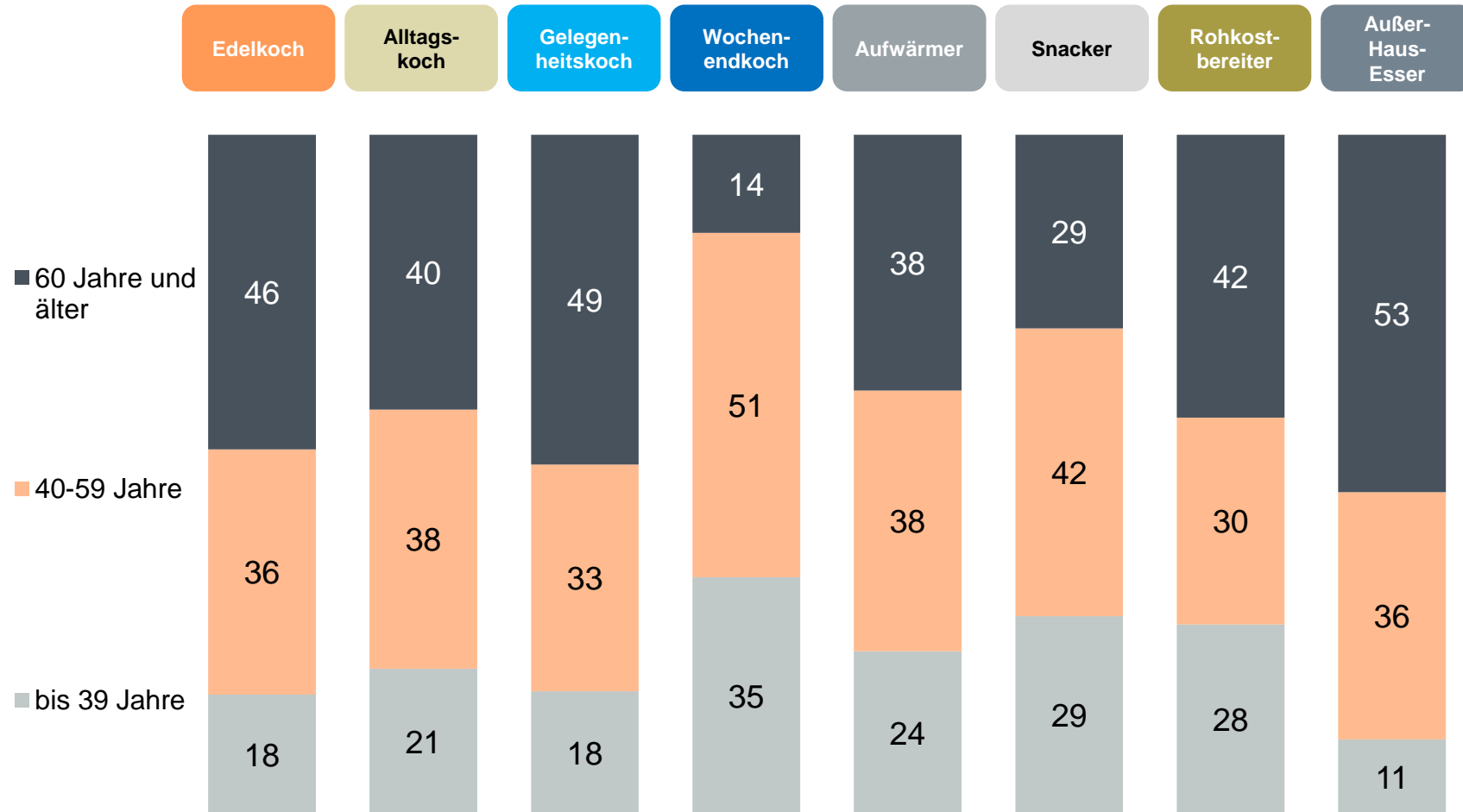


Quelle: GfK ConsumerScan (CP+), Filter: durchgehende Masse, \*MAT 02/2017

# „Wochenendköche“ sind mehrheitlich jünger als 60 Jahre. Ältere sind besonders häufig „Außer-Haus-Esser“

## Alter der haushaltsführenden Person

gerundete Prozente

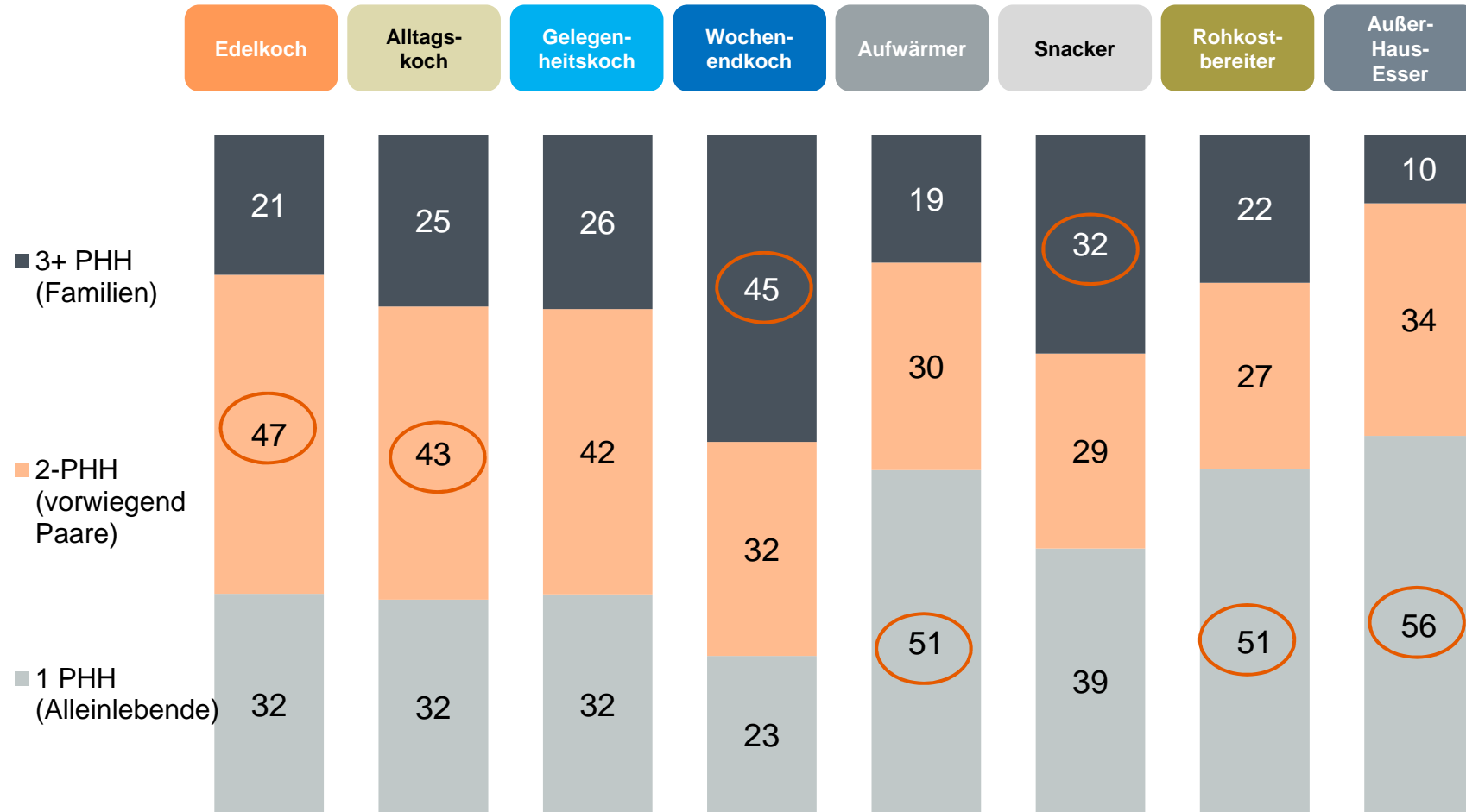


GfK ConsumerScan (CP+), MAT 03/2017, Filter: durchgehende Masse, Basis: FMCG Gesamt

# Single-Haushalte sind besonders häufig ‚Außer-Haus-Esser‘, ‚Aufwärmer‘ oder ‚Rohkostbereiter‘.

## Haushaltsgröße nach Kochtypen

gerundete Procente



GfK ConsumerScan (CP+), MAT 03/2017, Filter: durchgehende Masse, Basis: FMCG Gesamt

# Das Thema ‚Veggie‘ ist vor allem bei ‚Rohköstlern‘, aber auch bei ‚Alltagsköchen‘ angesagt.

Indexwerte, FMCG Gesamt = 100

	Edelkoch	Alltagskoch	Gelegenheitskoch	Wochenendkoch	Aufwärmer	Snacker	Rohkostbereiter	Außer-Haus-Esser
Bio	129	132	109	87	53	61	146	80
Chilled Convenience	86	85	70	107	191	106	79	73
Protein	108	98	96	131	109	89	120	68
Veggie	83	152	72	103	111	45	205	38
Pikante Snacks	94	94	76	123	148	107	89	69
Superfood modern	125	116	109	101	78	68	154	67
To Go Convenience	85	94	77	125	130	116	82	91

Quelle: GfK ConsumerScan (CP+), Filter: durchgehende Masse, MAT 05/2017



**Hintergrundinfos**

# Kurzbeschreibung der einzelnen Kochtypen

## Kurzbeschreibung der einzelnen Kochtypen

### Edelkoch

- Kochen als Hobby, Leidenschaft
- Kultivierter Ernährungs- und Lebensstil
- Bevorzugt Zutaten gehobener Qualität/ Premiumprodukte

### Alltagskoch

- Traditioneller Koch
- Kochen aus Selbstverständlichkeit, „Pflicht“ sich selbst und der Familie gegenüber
- Überwiegend frische Zutaten

### Gelegenheitskoch

- Älterer Alltagskoch
- Kleinere Haushalte, daher nicht mehr so viele Gelegenheiten zum Kochen
- Verlagert „Kochkünste“ auf besondere Anlässe

### Wochenendkoch

- Hybrider Koch
- Wochentags schnell und einfach
- Am Wochenende gemeinsames Essen im Mittelpunkt, dann etwas Besonderes

### Aufwärmer

- Überwiegend Fertiggerichte
- Kochen muss schnell und einfach sein
- Frische Zutaten nur im Ausnahmefall

### Snacker

- Viele Zwischendurch-Snacks statt fester Mahlzeiten
- Zuckerreduzierte und Light-Produkte als Ausgleich zum (ungesunden) Ernährungsstil

### Rohkostbereiter

- Snacker mit Schwerpunkt auf gesunden Snacks
- Verzicht auf üppige Mahlzeiten, kocht daher kaum
- U.a. Vegetarier

### Außer-Haus-Esser

- Kocht ganz selten und isst generell wenig zu Hause
- Bevorzugt deftige / Hausmannskost

# Vollständige Liste Ernährungstrends.

## Anteil der Trends nach Kochtypen

Indexwerte, FMCG Gesamt = 100

	Edelkoch	Alltagskoch	Gelegenheitskoch	Wochenendkoch	Aufwärmer	Snacker	Rohkostbereiter	Außer-Haus-Esser
American Food	138	89	81	122	131	110	72	57
Bio	129	132	109	87	53	61	146	80
Chilled Convenience	86	85	70	107	191	106	79	73
Protein	108	98	96	131	109	89	120	68
Veggie	83	152	72	103	111	45	205	38
Backen	98	107	120	97	80	110	124	66
Edelkochen	153	107	106	95	84	80	90	69
Lifestylegetränke	101	105	90	115	105	98	80	90
Pikante Snacks	94	94	76	123	148	107	89	69
Superfood klassisch	153	103	115	92	81	71	114	74
Superfood modern	125	116	109	101	78	68	154	67
Premiumgenuss süß	113	103	112	94	90	75	141	92
To Go Convenience	85	94	77	125	130	116	82	91
Wellnessgetränke	107	102	94	126	91	104	130	69
Zuckerfrei	72	92	66	104	145	131	96	104

Quelle: GfK ConsumerScan (CP+), Filter: durchgehende Masse, MAT 05/2017

GfK Compact /// FOKUSTHEMA /// Ausgabe 11/2017

# Studienbeschreibung

## Methode

Quelle:	„Die Vielfalt des Kochens“ aus Consumers‘ Choice ,17 – Neue Muster in der Ernährung  Eine Publikation anlässlich der  2017
Datenquelle/ Methode:	GfK Consumer Scan
Erhebungszeitraum:	Jahr 2013 MAT 05/2017
Stichprobe:	Regelmäßige Berichte von 30.000 Panel-Haushalten (Haushaltspanel), die ihre Einkäufe per Scanner erfassen



# Studienbeschreibung

## Methode

**GfK Haushaltspanel:** 30.000 haushaltsführende Personen (repräsentativ für die Wohnbevölkerung in Deutschland) erfassen regelmäßig und zeitnah ihre gesamten Einkäufe von täglichen Verbrauchsgütern. Neben Eingaben zu den Rahmenbedingungen wie Einkaufsstätte oder Tag, und weiteren Angaben (z.B. zum Preis oder Promotion) werden auch die EAN-Codes jedes gekauften Artikels per Scanner erfasst.



WER?



WAS?



WANN?



WO?

