

## PRESSE-INFORMATION

## Hintergrund

### Apollinaris Geschmacksstudie 2008

#### Deutschland hat Geschmack

- **Essen und Genießen immer wichtiger: Deutsche lieben Gesundes aus der Region**
- **Auch Männer wollen Obst und Gemüse**
- **Mineralwasser als Durstlöscher immer beliebter**

**Berlin, 02. Dezember 2008.** Das renommierte forsa-Institut hat zum vierten Mal in Folge rund 1.000 Bundesbürger zu ihren Vorlieben und Einstellungen beim Thema Essen, Trinken & Genuss befragt. Die aktuelle Geschmacksstudie im Auftrag von Apollinaris zeigt: Die Deutschen haben immer mehr Freude an kulinarischen Genüssen. Über die Hälfte (56 %) gibt an, gutes Essen spiele in ihrem Leben eine große Rolle. Jeder Dritte bezeichnet Essen sogar als eines seiner größten Vergnügen (32 %).

#### Deutschland – Land der Dichter, Denker und Genießer

Will man wissen, wo die Genießer zu Hause sind, findet man sie eher in West- als in Ostdeutschland: In den alten Bundesländern legen 48 Prozent beim Essen Wert auf Genuss, in den neuen hingegen nur 38 Prozent. Im Vergleich zum Vorjahr ist der Anteil der „Genießer“, d.h. der Menschen, für die Essen eine große Rolle spielt und die beim Einkauf auf Qualität und weniger auf den Preis achten, um fünf Prozent gestiegen. Auf die Frage „Was sorgt in Ihrem Leben für besondere Momente?“ liegt das Thema Essen weit vorn, so schätzen 59 % ein gutes Essen zu Hause. Unter den genannten Wohlfühlmomenten wie Zeit mit der Familie, Reisen oder der Ausübung von Hobbys verzeichnet das Essen in den eigenen vier Wänden den größten Zuwachs (plus 11 %). Wie schon im Vorjahr gibt knapp jeder Dritte an, Lebensmittel müssten vor allem preiswert sein.

#### Obst und Gemüse aus der Region bevorzugt

Die überwiegende Mehrheit (60 %) der Befragten achtet auf die regionale Herkunft der Produkte. Besonders heimatverbunden sind die Bayern: 67 Prozent greifen bevorzugt zu Produkten aus der Region (zum Vergleich: NRW 53 %). 32 Prozent der Bundesbürger sind so konsequent und verzichten bewusst auf Lebensmittel aus bestimmten Ländern. Auf Bio setzen nur 15 Prozent der Befragten. Erstaunlich: Vor allem ältere Menschen über 60 Jahre kaufen gern Lebensmittel aus

*Coca-Cola GmbH*  
Friedrichstraße 68  
10117 Berlin

Telefon (0 30) 22 606-9000  
Telefax (0 30) 22 606-9510  
www.coca-cola-gmbh.de

**Corporate Identity,  
Public Affairs & Communications**

Pressekontakt  
Kristina Brehm  
Telefon (030) 22606-9800  
Fax (030) 22606-9110  
E-Mail presse@coca-cola-gmbh.de

## PRESSE-INFORMATION

## Hintergrund

biologischem Anbau. Obst und Gemüse befinden sich, wie schon im Vorjahr, auf Platz eins der Liste der beliebtesten Lebensmittel. Zwar verzehren vor allem Frauen Obst und Gemüse, doch auch das starke Geschlecht isst gern Äpfel und Co. (Frauen 89 % bzw. 91 %; Männer 81 % bzw. 84 %). Auf Fleisch wollen Männer dennoch nicht verzichten und nennen Schweinefleisch als eines ihrer beliebtesten Nahrungsmittel (64 % Männer vs. 45 % Frauen).

### **Beliebtheit der deutschen Küche wächst kontinuierlich**

Die deutsche Küche hat seit der ersten Geschmacksstudie Jahr für Jahr mehr Anhänger: Zwischen 2005 und 2008 ist der Anteil von 66 Prozent auf 80 Prozent gestiegen. Auf Platz zwei und drei der Beliebtheitsskala stehen die italienische (73 %) und die griechische Küche (58 %). Dennoch zeigen sich die Bundesbürger aufgeschlossen für andere Länderküchen – sie legen im Schnitt an Beliebtheit zu. Zur Einschätzung von Trends: Die Deutschen greifen bevorzugt zu Rindsroulade oder Wirsing, halten gleichzeitig jedoch Ossobuco oder Chopsuey für angesagter. Auf die Frage „*Welche Küche ist im Trend?*“ sprechen sich 62 Prozent für die italienische, 53 Prozent für die chinesische und nur 47 Prozent für die deutsche Küche aus.

### **Reine Geschmackssache: Wasser ein echtes Allround-Talent**

Auch wenn von einem alkoholfreien Getränk in erster Linie erwartet wird, dass es den Durst löscht (68 %), so sind auch dessen Genuss- und Qualitätsaspekte relevant: Etwa jeder Zweite genießt es, ein Glas Saft, Wasser oder Schorle zu trinken und legt dabei Wert auf gute Qualität (51 % bzw. 49 %). Der Deutschen liebster Durstlöcher ist Mineralwasser mit Kohlensäure (63 %). Die Folgeplätze belegen Fruchtsäfte (62 %) und Saft-Schorlen (61 %). Wenn es um die Einschätzung von Getränketrends geht, verdrängen Schorlen (57 %) und Limonaden bzw. Colas mit wenig oder ohne Kalorien (53 %) das kohlenstoffhaltige Mineralwasser von Platz 1 (48 %). Erstaunlich: Obwohl Energydrinks nur von 11 Prozent getrunken werden, halten über die Hälfte der Befragten (52 %) diese für trendy. Spitzenreiter im Trendranking ist stilles Mineralwasser (plus 7 % Wachstum auf 41 %). Jeweils ca. 35 Prozent der Deutschen trinken Wasser mit Kohlensäure bei großem Durst, zum Mittagessen oder im Büro. 66 Prozent der Frauen trinken im Büro am liebsten Wasser, bei den Männern sind es 59 Prozent.

Erstmals wurde ermittelt, welches Wasser die Deutschen über den Tag verteilt bzw. zum Essen am liebsten trinken: 50 Prozent bevorzugen zu einem guten Essen Wasser mit Kohlensäure, und 51 Prozent trinken

*Coca-Cola GmbH*

Friedrichstraße 68  
10117 Berlin

Telefon (0 30) 22 606-9000

Telefax (0 30) 22 606-9510

www.coca-cola-gmbh.de

**Corporate Identity,  
Public Affairs & Communications**

*Pressekontakt*

Kristina Brehm

Telefon (030) 22606-9800

Fax (030) 22606-9110

E-Mail [presse@coca-cola-gmbh.de](mailto:presse@coca-cola-gmbh.de)

## PRESSE-INFORMATION

## Hintergrund

dieses über den Tag verteilt. Stilles Wasser wird von 31 Prozent tagsüber und 29 Prozent zum Essen getrunken.

### Deutschland ist keine Servicewüste

Die Deutschen lassen es sich gern gut gehen: 60 Prozent essen mindestens einmal im Monat im Restaurant, Männer häufiger als Frauen (69 % vs. 52 %), jüngere Menschen öfter als ältere. Die Ausgaben für Restaurantbesuche sind im Dreijahresvergleich deutlich gesunken: Die durchschnittlichen Ausgaben pro Person und Besuch sind von 27 Euro auf 21,50 Euro gefallen. Gutbürgerliche Restaurants liegen in der Gunst weit vorn (61 %) und platzieren sich damit zum dritten Mal in Folge deutlich vor einfachen Speisewirtschaften (45 %), Fast-Food- und Schnellrestaurants (31 %) sowie Trend- und Szenerestaurants (16 %). Die Frische der Zutaten sowie eine frische Zubereitung sind für nahezu alle Befragten (93 %) essentiell. Entscheidend ist auch der Service: Für 83 Prozent fast so wichtig wie das Essen selbst. Bemerkenswert: Bürger aus Ostdeutschland legen tendenziell mehr Wert auf guten Service und angenehmes Ambiente. Ein weiteres Ergebnis der Studie: Service wird in deutschen Restaurants groß geschrieben! Waren im Vorjahr nur 46 Prozent mit der Servicequalität zufrieden, sind es 2008 über die Hälfte aller Befragten (52 %). Ihnen stehen nur zwei Prozent vollkommen unzufriedene Gäste gegenüber. Freundlichkeit geht dabei vor Kompetenz: 44 Prozent wünschen sich von einer Servicekraft vor allem ein Lächeln. Nur fünf Prozent wollen schnell bedient werden.

### Wasser und Wein runden den Genuss ab

Nahezu jeder Dritte trinkt mindestens einmal pro Woche Wein, Sekt oder Prosecco. Wasser und Wein: für 79 Prozent eine ideale Kombination. In Baden-Württemberg wird überdurchschnittlich oft Wein oder Sekt getrunken (41 %). Zum Vergleich: In den ostdeutschen Bundesländern genießen nur 22 Prozent regelmäßig Wein. Am beliebtesten ist Rotwein (65 %), gefolgt von Weißwein (37 %) und Rosé (25 %). Besonderen Anklang finden Weine aus deutschen Landen: 68 Prozent der Rotweintrinker bevorzugen Deutschland als Herkunftsland (58 % Italien und 56 % Frankreich); 79 Prozent bevorzugen deutschen Weißwein (italienischen: 42 %, französischen: 34 %). Auch die heimischen Rebsorten liegen in der Beliebtheit vorn: Dornfelder (54 %) und Riesling (62 %).

Über die Hälfte (52 %) der regelmäßigen Weintrinker geben an, dass ein Wasser zum Genuss eines edlen Tropfens und eines guten Essens dazugehört. Mit 57 Prozent genießen vor allem Frauen Wasser zu Wein und gutem Essen, bei den Männern sind es 46 Prozent. Unterschiede

*Coca-Cola GmbH*  
Friedrichstraße 68  
10117 Berlin

Telefon (0 30) 22 606-9000  
Telefax (0 30) 22 606-9510  
www.coca-cola-gmbh.de

**Corporate Identity,  
Public Affairs & Communications**

*Pressekontakt*  
Kristina Brehm

Telefon (030) 22606-9800  
Fax (030) 22606-9110  
E-Mail [presse@coca-cola-gmbh.de](mailto:presse@coca-cola-gmbh.de)

## PRESSE-INFORMATION

## Hintergrund

zeigen sich auch im Vergleich zwischen Ost und West: 54 Prozent trinken im Westen Wasser zu Wein und gutem Essen; dagegen sind es 42 Prozent im Osten.

### Über Apollinaris

Apollinaris ist mit den Mineralwassersorten CLASSIC, MEDIUM und Silence auf dem gesamten deutschen Markt vertreten. Speziell für die gehobene Gastronomie werden das besonders feinperlende Apollinaris SELECTION sowie Apollinaris Silence in einer prämierten Designflasche angeboten. Mit Individual-Einwegflaschen unterstreicht Apollinaris auch im Außer-Haus-Markt seine Premium-Positionierung. Neben den Mineralwassersorten hat Apollinaris mit Active+, BIG APPLE und LEMON drei weitere national gelistete Produkte im Portfolio, die für zusätzliche Marken-Awareness sorgen. Apollinaris ist seit 2006 ein Unternehmen von Coca-Cola Deutschland. Seit 2008 ist ViO ein Produkt aus dem Hause Apollinaris. ViO ist ein natürliches, stilles Mineralwasser von ursprünglicher Reinheit und einem runden, weichen Geschmack. Die besonders leichte Mineralisierung (259 mg/l, natriumarm) spricht vor allem Liebhaber feiner, leichter Wässer ohne Kohlensäure an. Für dieses stille Wasser hat Apollinaris erstmals eine Quelle außerhalb des Ahrtals erschlossen: ViO stammt aus der „Lüner Quelle“ in Lüneburg (Niedersachsen).

*Coca-Cola GmbH*

Friedrichstraße 68  
10117 Berlin

Telefon (0 30) 22 606-9000

Telefax (0 30) 22 606-9510

[www.coca-cola-gmbh.de](http://www.coca-cola-gmbh.de)

**Corporate Identity,  
Public Affairs & Communications**

*Pressekontakt*

Kristina Brehm

Telefon (030) 22606-9800

Fax (030) 22606-9110

E-Mail [presse@coca-cola-gmbh.de](mailto:presse@coca-cola-gmbh.de)