Ernährungstrends



Juli 2020

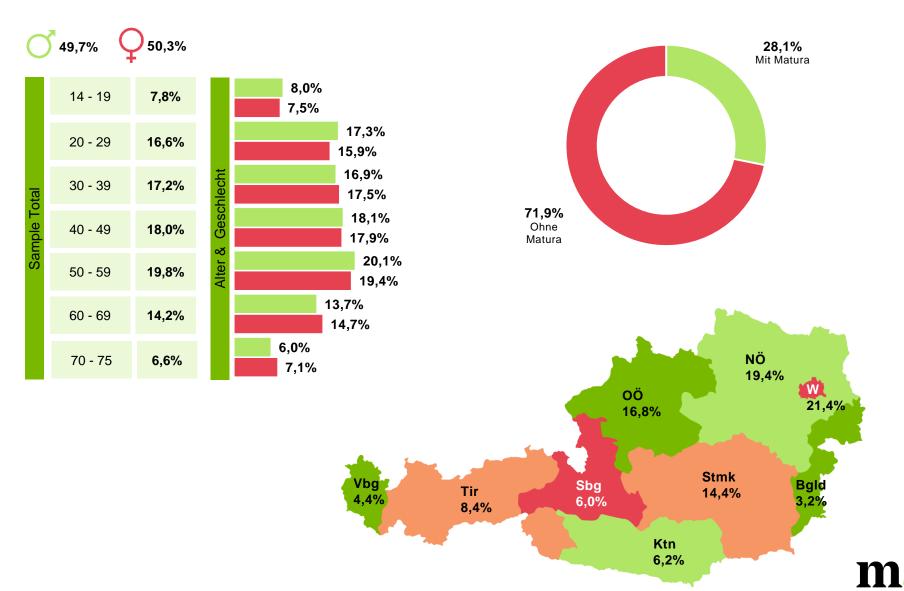
marketagent.

Umfrage-Basics

Methode	CAWI Marketagent Online Access Panel
Sample-Größe	n = 501 Netto-Interviews
Kernzielgruppe	Personen im Alter zwischen 14 und 75 Jahren Inzidenz: 100%
Quotensteuerung	Sample repräsentativ für die österreichische Bevölkerung Random Selection
Feldzeit	26.06.2020 - 03.07.2020
Studienumfang	10 Fragen
Mobile Teilnahme	56,3%
Daten-Cleaning	28 Respondenten



Zusammensetzung des Samples | n = 501



Ernährungstrends

Zuckerfreie Ernährung

Verzicht auf Zucker bzw. Lebensmittel, die zugesetzten Zucker enthalten

Clean Eating

Ernährung, die auf der Zubereitung von frischen, naturbelassenen (unverarbeiteten) Lebensmitteln ohne Zusatzstoffe basiert

Superfood

Lebensmittel, die aufgrund ihres Nährstoffgehaltes (Vitamine, Mineralstoffe und Antioxidantien) einen höheren gesundheitsfördernden Nutzen haben als andere Nahrungsmittel

16:8 Ernährung

Man beschränkt das Essen/ Trinken (Wasser, ungezuckerten Tee/schwarzen Kaffee ausgenommen) auf ein Zeitintervall von 8 Stunden täglich, danach folgt eine 16-stündige Fastenphase

Low Carb Ernährung

Kohlehydratarme Ernährungsform

Basische Ernährung

Dem Körper werden nur sogenannte basische Nahrungsmittel zugeführt, auf säurebildende Lebensmittel wird überwiegend verzichtet

Ketogene Ernährungsform

Kohlenhydratarme und stattdessen sehr fettreiche Ernährungsform

Insekten

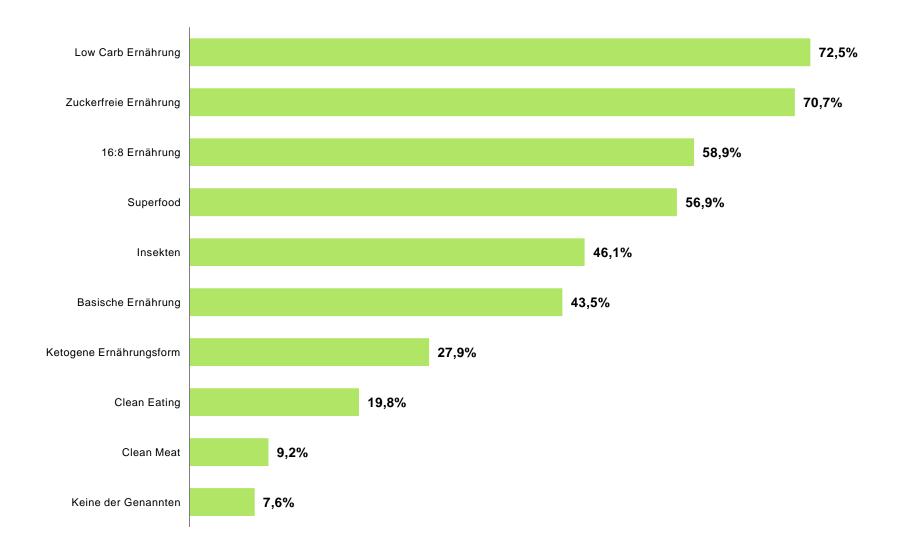
Als Proteinlieferanten stellt der Verzehr von Insekten eine gesunde Alternative zum Fleischkonsum dar

Clean Meat

Fleisch, das im Labor künstlich aus Stammzellen gezüchtet wird



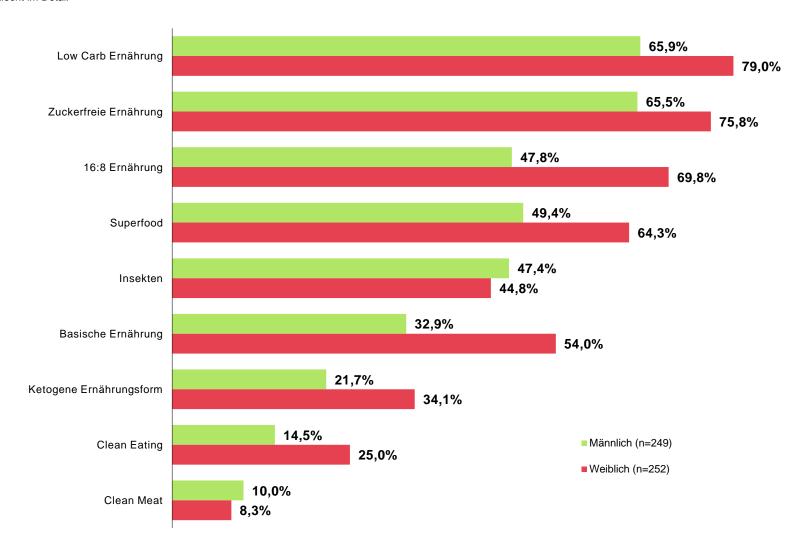
Bekanntheit der Ernährungstrends





Bekanntheit der Ernährungstrends

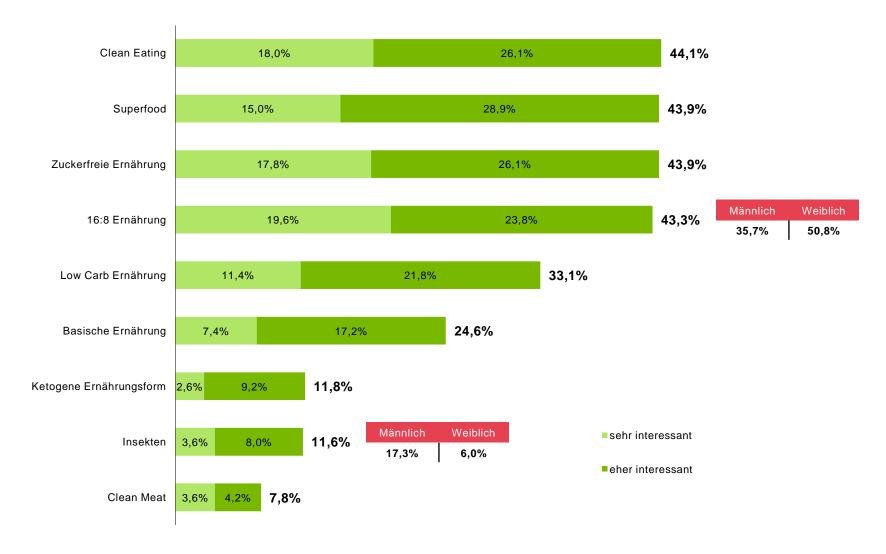
Geschlecht im Detail





Interesse an den Ernährungstrends

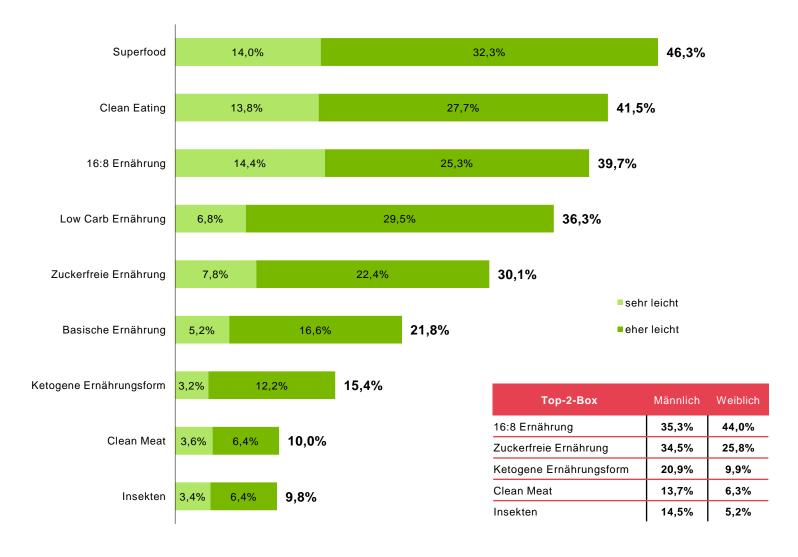
Top-2-Box: sehr interessant / eher interessant





Einbindung der Ernährungstrends in die Ernährung

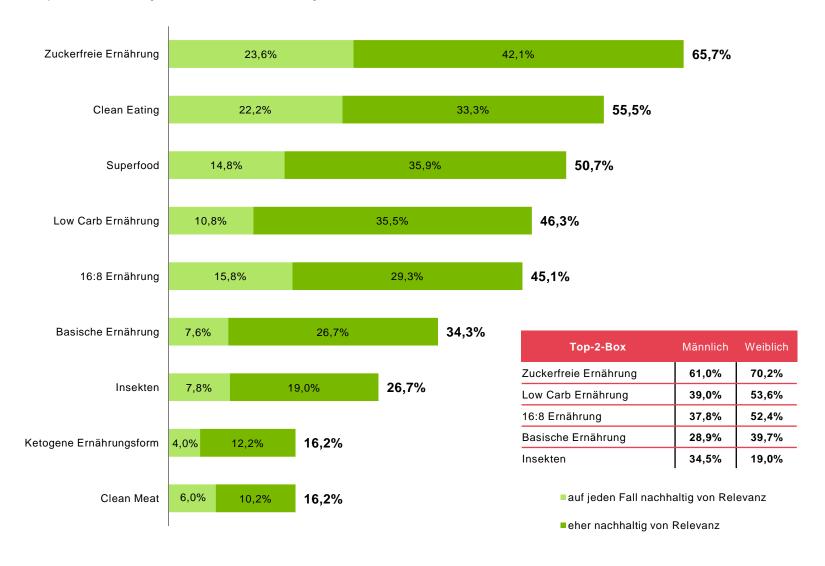
Top-2-Box: sehr leicht / eher leicht





Nachhaltige Relevanz der Ernährungstrends

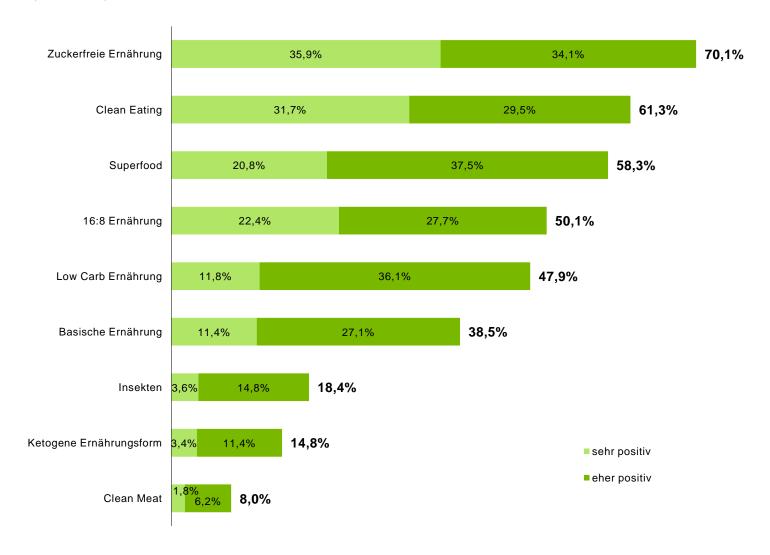
Top-2-Box: auf jeden Fall nachhaltig von Relevanz / eher nachhaltig von Relevanz





Auswirkungen der Ernährungstrends auf den Körper

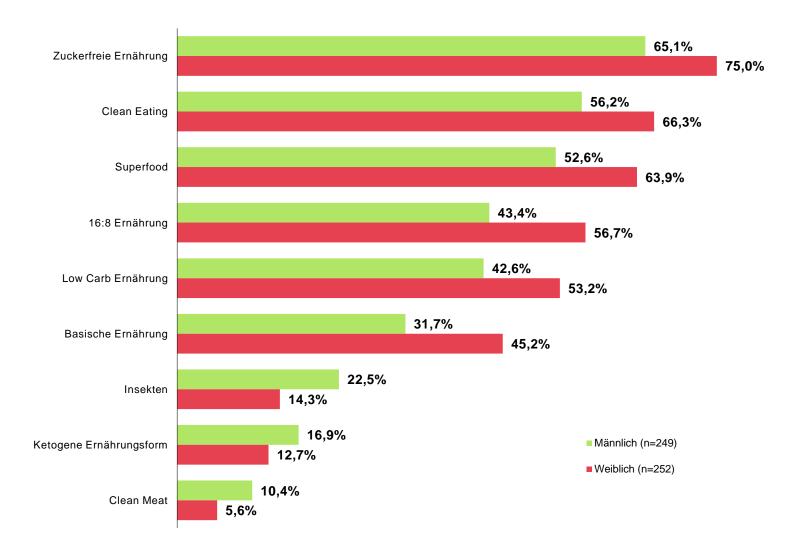
Top-2-Box: sehr positiv / eher positiv





Auswirkungen der Ernährungstrends auf den Körper

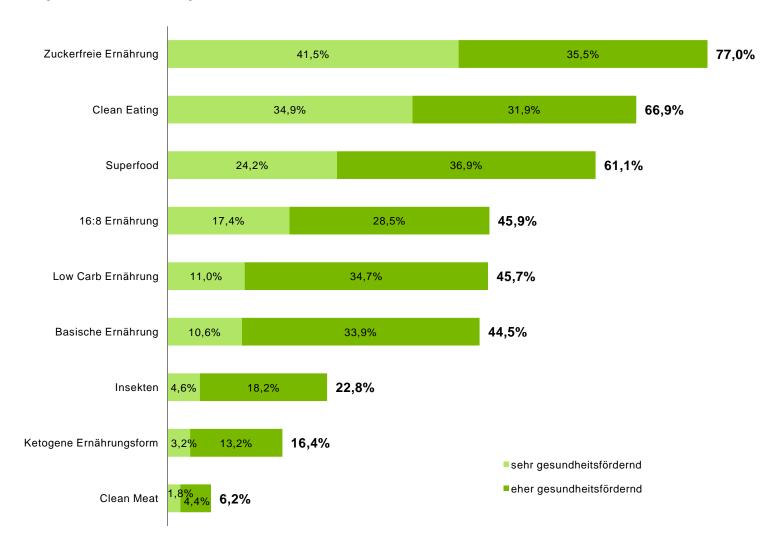
Top-2-Box: sehr positiv / eher positiv | Geschlecht im Detail





Gesundheitsfördernde Ernährungstrends

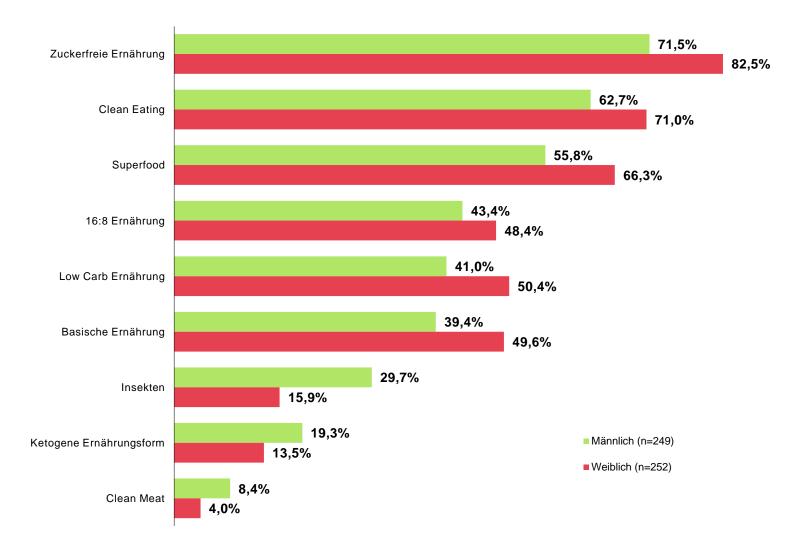
Top-2-Box: sehr gesundheitsfördernd / eher gesundheitsfördernd





Gesundheitsfördernde Ernährungstrends

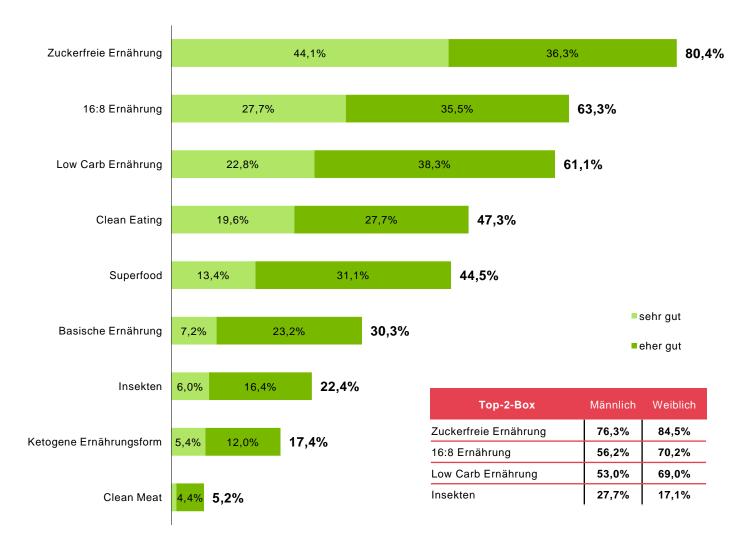
Top-2-Box: sehr gesundheitsfördernd / eher gesundheitsfördernd | Geschlecht im Detail





Gewichtsreduktion durch die Ernährungstrends

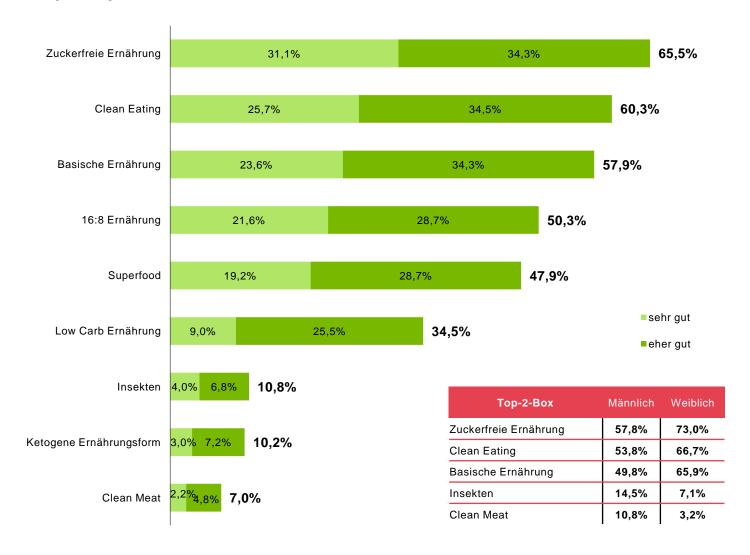
Top-2-Box: sehr gut / eher gut





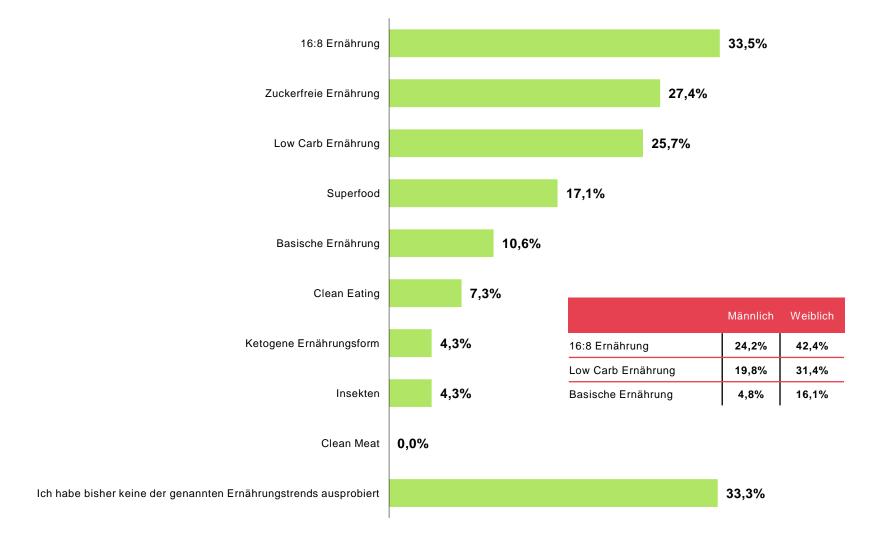
Entgiftung des Körpers durch die Ernährungstrends

Top-2-Box: sehr gut / eher gut



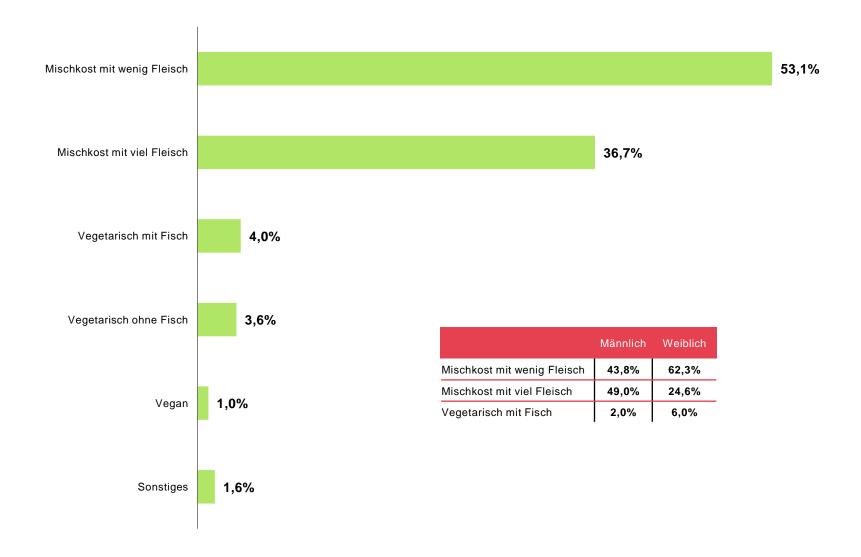


Bereits ausprobierte Ernährungstrends





Essgewohnheiten





einfach schnell fragen.

Lisa Patek, MSc
Marketing & PR

info@marketagent.com 02252 909 009

Mühlgasse 59 2500 Baden

www.marketagent.com





marketagent.