

Frische – ein Verkaufsargument?

Das Marktforschungsunternehmen GfK untersucht regelmäßig den Lebensmittelmarkt in Deutschland und befragt Verbraucher in repräsentativer Anzahl nach ihren Wünschen, Verbrauchsgewohnheiten, Wertmaßstäben, Einkaufsstätten etc. So erfahren die Marktforscher, welche Auswirkungen die aktuelle Mehrwertsteuererhöhung gezeigt hat, wer welche Anteile seines Warenkorb beim Discounter füllt etc. Spannend an den Zahlen der Nürnberger sind vor allem die langfristigen Trends, die sich aus den Zahlenwerken ergeben.

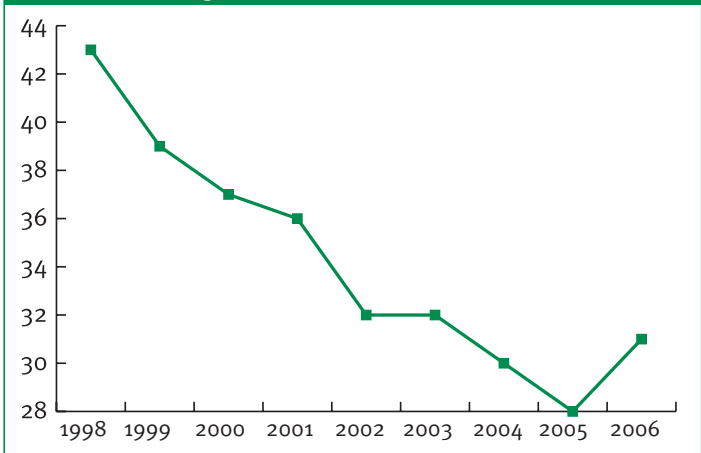
Eine regelmäßig jedes Jahr im Oktober wieder gestellte Frage gilt der Frische-Orientierung der deutschen Verbraucher, dem Anteil an Fertigprodukten, die sie nutzen, der Bewertung von Konserven und dem natürlich der Bevorzugung von frischen Produkten anstelle von Konserven und Tiefkühlkost.

Anfang der 90er Jahre lag der Anteil der befragten Haushalte, die man als Frische-orientiert bezeichnen konnte, noch bei mehr als 40%. Inzwischen hat die Wertschätzung für „Frische“ gelitten. 2005 erreichte sie mit 28% den bisherigen Tiefpunkt. Im vergangenen Jahr schaffte sie dann wieder den Sprung über die 30%-Marke. Vermutlich ist ein Teil dieser Entwicklung der gewachsenen Sparsamkeit beim Lebensmitteleinkauf zu verdanken. Ob sie sich wirklich wieder umkehren lässt, wird die nächste Zukunft erweisen.

Für Filialisten ist diese Entwicklung allemal ein Alarmzeichen, denn Frische gehört zu ihren Hauptargumenten. In der Backwarenbranche war die Frische bisher stets mit der Vorstellung von Genuss, aber auch

mit Haltbarkeit gekoppelt. Wenn allerdings die gekauften Brotgewichte so klein werden, dass bei einer Mahlzeit nichts mehr zum Aufbewahren übrig bleibt, fällt bereits ein Argument weg. ■

Frische-Orientierung deutscher Haushalte (in % der Haushalte)



IMPRESSUM

brot + backwaren erscheint 6 x im Jahr zum Einzelverkaufspreis von Euro 10,00. Im Verbund mit dem monatlichen digitalen Trendletter FTM und dem gedruckten Jahrbuch beträgt der Jahresabonnementspreis Inland: Euro 70,00. Jahresabonnementspreis Ausland: Euro 80,00. Jahresabonnementspreis für Studenten (gegen Vorlage einer gültigen Bescheinigung) im Inland: Euro 45,00 und im Ausland: Euro 52,00. Alle Preise inklusive Versandkosten und gesetzlicher Mehrwertsteuer. Abonnementskündigungen müssen drei Monate vor Ende des Bezugszeitraums dem Verlag schriftlich vorliegen.

Abonnementsbestellungen richten Sie bitte an die genannte Vertriebsleitung.

Bei Nichtlieferung ohne Verschulden des Verlages oder infolge von Störungen des Arbeitsfriedens bestehen keine Ansprüche gegen den Verlag.

Die Zeitschrift und alle in ihr enthaltenen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Mit Ausnahme der gesetzlich zugelassenen Fälle ist eine Verwertung ohne Einwilligung des Verlages strafbar. Zurzeit gültig ist die Anzeigenpreisliste Nr. 46.

brot + backwaren ISSN 0172-8180
brot + backwaren ist das offizielle Organ der Vereinigung Deutsche Backtechnik e.V.

Redaktion:
Behnstraße 61 · 22767 Hamburg
Tel. 040 | 39 90 12 27 · Fax 040 | 39 90 12 29
E-Mail info@foodmultimedia.de
ISDN 040 | 39 90 30 61

Chefredaktion:
Hildegard M. Keil, Tel. 040 | 39 90 12 27
E-Mail keil@foodmultimedia.de

Redaktion:
Bastian Borchfeld, Tel. 040 | 39 90 12 28
E-Mail borchfeld@foodmultimedia.de
Stephan Musiol, Tel. 040 | 38 61 67 93
E-Mail musiolf@foodmultimedia.de

Betriebswirtschaft u. juristische Fragen
Dr. Walter Höft

Schlussredaktion:
Renate Höft, Telefon 04532 | 33 14

Anzeigenabteilung:
Behnstraße 61 · 22767 Hamburg
Telefax 040 | 39 90 12 29
E-Mail sales@foodmultimedia.de

Anzeigenleitung:
Telefon 040 | 39 90 12 · 27
E-Mail sales@foodmultimedia.de

Anzeigensachbearbeitung:
Wilfried Krause, Telefon 040 | 38 61 67 · 94
E-Mail krause@foodmultimedia.de

Vertriebsleitung:
Antke Förster · Behnstr. 61 · 22767 Hamburg
Telefon 040 | 39 90 30 60
Telefax 040 | 39 90 12 29

Gestaltung:
LANDMAGD, Lüneburg
lp@landmagd.de

Lithografie und Druck:
Leinebergland GmbH & Co.KG,
Alfeld (Leine)

Verlag:
f2m food multimedia gmbh
Behnstraße 61 · 22767 Hamburg



13. Internationale Fachmesse für
Bäckereiausrüstungen und Nahrungsmittel-Ingredienzen

MODERN BAKERY MOSCOW



15. - 18. OKTOBER 2007

Trends >> Coffee and Tea << Coffee and Tea >>
Functional Food >> Functional Food << Functional Food >>
Bio Products << Bio Products >> Bio Products



ost-west-partner gmbh
postfach 2127
92611 weiden, germany
telefon: +49 (0)961 38977-70
fax: +49 (0)961 32035
info@modernbakery-moscow.com
www.modernbakery-moscow.com

Mit Unterstützung von:



- ASSAGROS
- Russischer Bäckereiverband
- Russischer Mühlenverband
- Staatliches Bäckereinstitut der Russischen Föderation
- Internationale Industriekademie, Moskau
- Institut für Ernährung RAMS
- ASKOND

EIN STÜCK LEBEN



LEBENS-
MITTELZUTATEN

BACKWAREN

GETRÄNKE

SÜSSWAREN

MOLKEREI &
MILCHALTERNATIVEN

DRESSINGS &
SOSEN

FLEISCHPRODUKTE
& ANALOGSTOFFE

ANDERE
BEARBEITETE
LEBENSMITTEL



Marktkennntnis

Ballaststoffe

Co-Innovation

Öle & Fette

Technische Unterstützung

Emulgatoren & Dickungsmittel

Proteine

Rezeptur-Erfahrung

Isoflavone & Phytosterole

Mehl & Getreide

Kakao & Schokoladenprodukte

Bei ADM beginnt das Backen nicht in der Testküche, es beginnt in Momenten wie diesem. Ganz gleich ob Sie ein großes Bäckereiunternehmen haben oder eine kleine Backstube – wir helfen Ihnen dabei, Rezepturen zu entwickeln, die Sie und Ihre Kunden immer wieder zufrieden stellen. ADMs einziges Ziel ist es, Ihre Produkte noch gesünder, leckerer und erfolgreicher zu machen. Denn wir wissen, jede große Sache beginnt mit einem kleinen Stück. Wir von ADM sind Resourceful by Nature.™



MEETING TODAY'S DEMANDS,
ENVISIONING TOMORROW'S NEEDS.™

admworld.com/resourceful

customer@admworld.com

