

Konsumverhalten: Verbraucher werden immer kritischer

FOOD2020
THE EMERGING FOOD E-VANGELIST

KETCHUM PLEON

WWW.KETCHUMPLEON.COM

VERBRAUCHER IMMER KRITISCHER UND BESSER INFORMIERT

ANTEIL DER
„Food eVangelists“

24%

WELTWEIT

11%

DEUTSCHLAND

DEUTSCHE KINDER SIND
DAS „GEWISSEN“ DER FAMILIEN

BEI
56%

DER DEUTSCHEN ELTERN SPIELEN
KINDER BEI LEBENSMITTELWAHL
AKTIVE ROLLE

STEIGENDE PRÄFERENZ
DER „Food eVangelists“
FÜR REGIONALITÄT.

52%

SETZEN AUF
REGIONALE
EINZELHÄNDLER

56%

GLAUBEN, DASS
PRODUKTE KLEINERER
PRODUZENTEN
SICHERER SIND

56%

SIND SICHER, DIE
BESTEN LEBENS-
MITTEL KOMMEN
VOM REGIONALEN
BAUERN

FAST
50%

HABEN NOCH NIE
ODER WENIGER
ALS VORHER
LEBENSMITTEL
ONLINE GEKAUFT

47%

GLAUBEN, SICHERE UND GUTE
LEBENSMITTEL ZU KAUFEN
(2013 WAREN ES 34 %)

53 % INFORMIEREN
SICH ÜBER LOKALZEITUNG

52 % INFORMIEREN
SICH IN NATIONALEN
TV-NACHRICHTEN

50 % LESEN
BUNDESWEITE ZEITUNGEN

50 % NUTZEN
ONLINE-QUELLEN

© Hintergrundbilder: Freepik.com