

# BEST OF LUST AUF GENUSS AWA 2016 - KURZNEWS

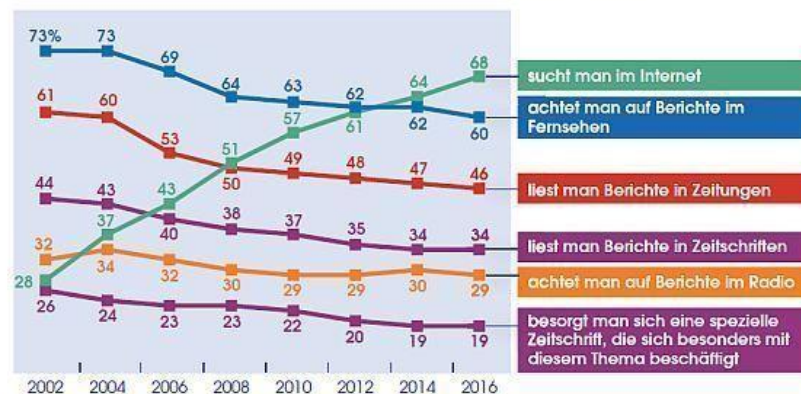


# KURZKOMMENTAR AWA 2016

AWA 2016

Informationsverhalten bei aktiviertem Informationsbedarf: Spitzenplatz für das Internet

Wenn man sich über ein Thema näher informieren möchte ...



Basis: Bundesrepublik Deutschland, deutsche Bevölkerung ab 14 Jahre  
Quelle: Allensbacher Markt- und Werbeträgeranalysen, zuletzt AWA 2016

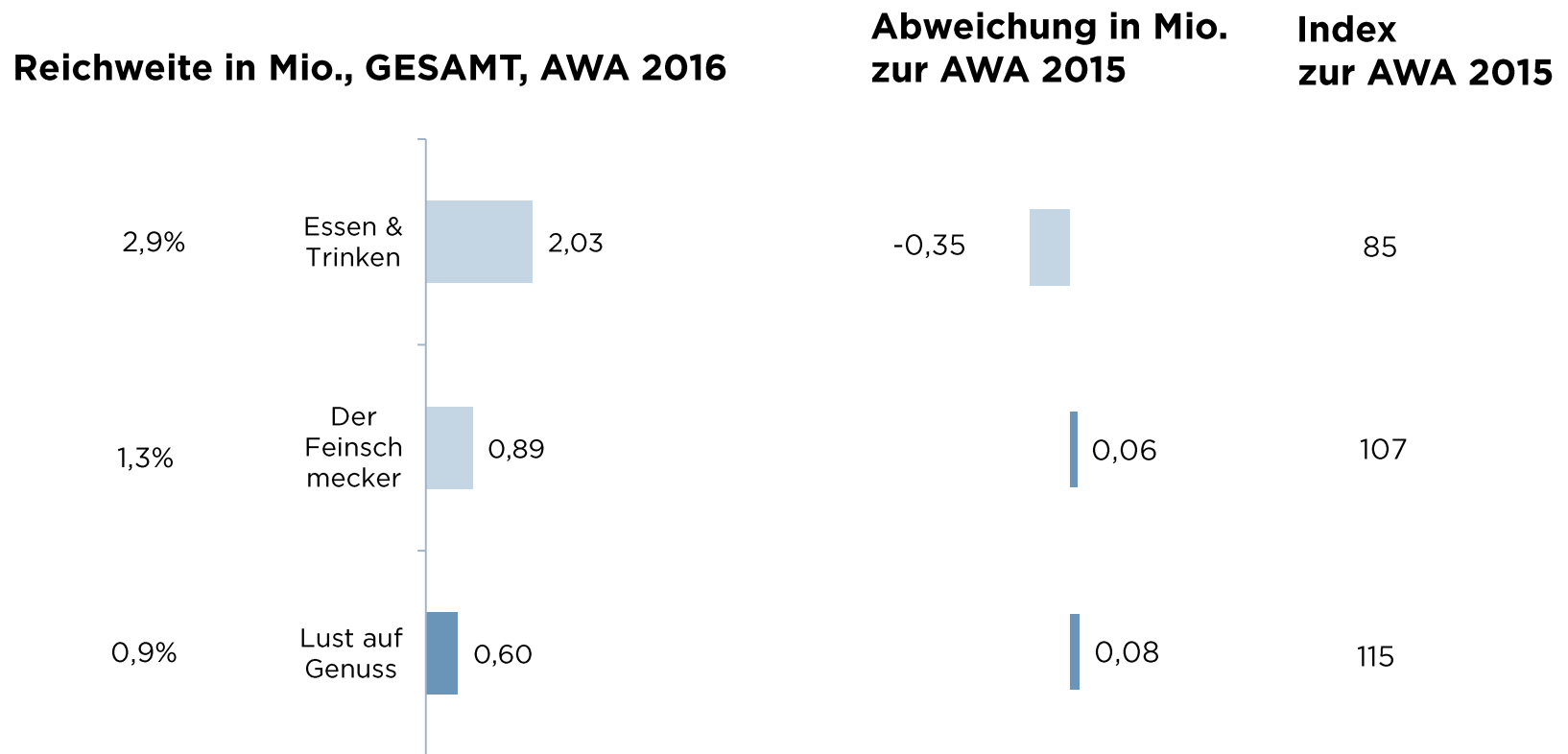
0681/7.7.2016  
© IFO-Allensbach

Das Internet ist längst die Informationsquelle Nummer eins - das ist ein zentrales Ergebnis der Allensbacher Markt und Werbeträgeranalyse 2016 (AWA) vom Allensbach-Institut. 68 Prozent der Befragten surfen, um sich genauer über ein Thema zu informieren.

Bei der Suche nach Themen, mit denen man sich intensiver beschäftigt, wird aber weiterhin konstant auf Zeitschriften zurückgegriffen. Bestter Beweis ist die Reichweitenentwicklung von Lust auf Genuss mit einem Plus von 15%.

# GENUSSZEITSCHRIFTEN IM VERGLEICH - REICHWEITE

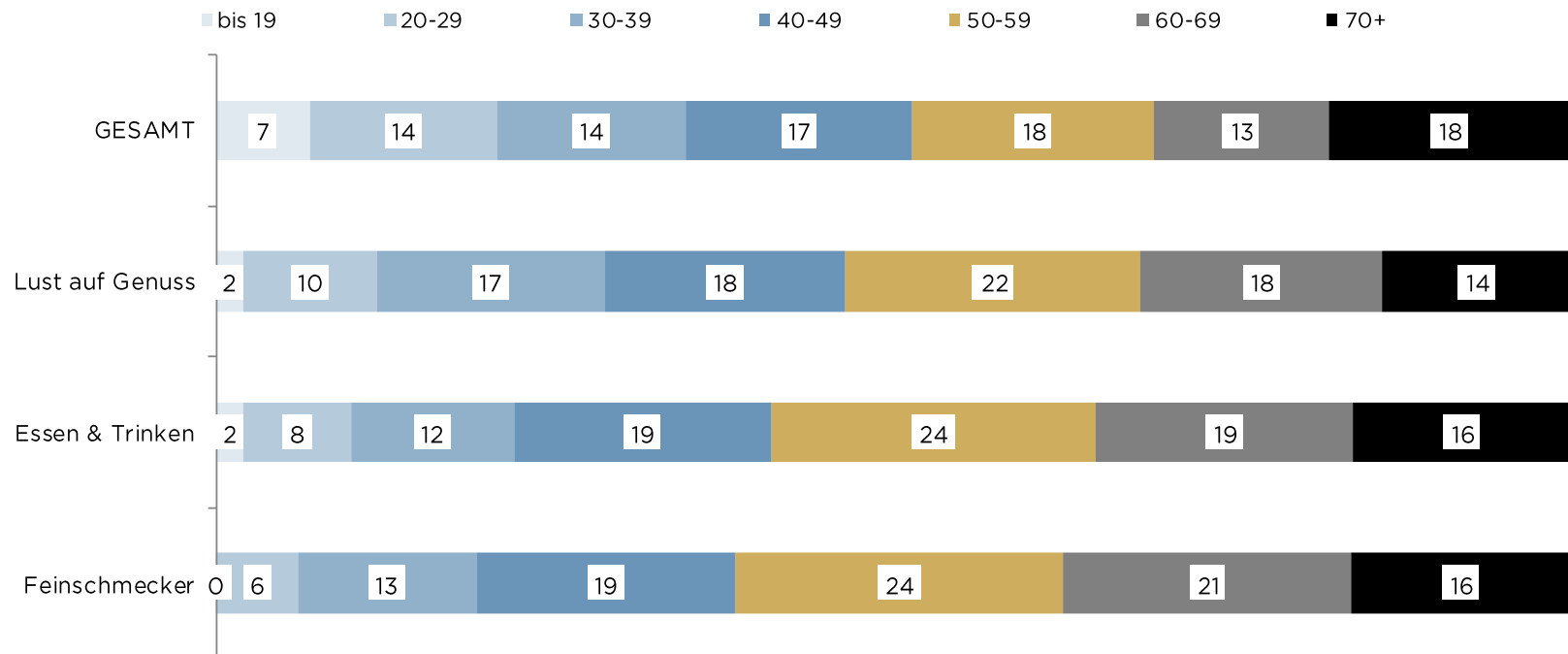
Lust auf Genuss holt weiter auf!



# GENUSSZEITSCHRIFTEN ALTERSSTRUKTUREN

Lust auf Genuss-Leser sind mit durchschnittlich 50,8 Jahren jünger als die Leser der Mitbewerber.

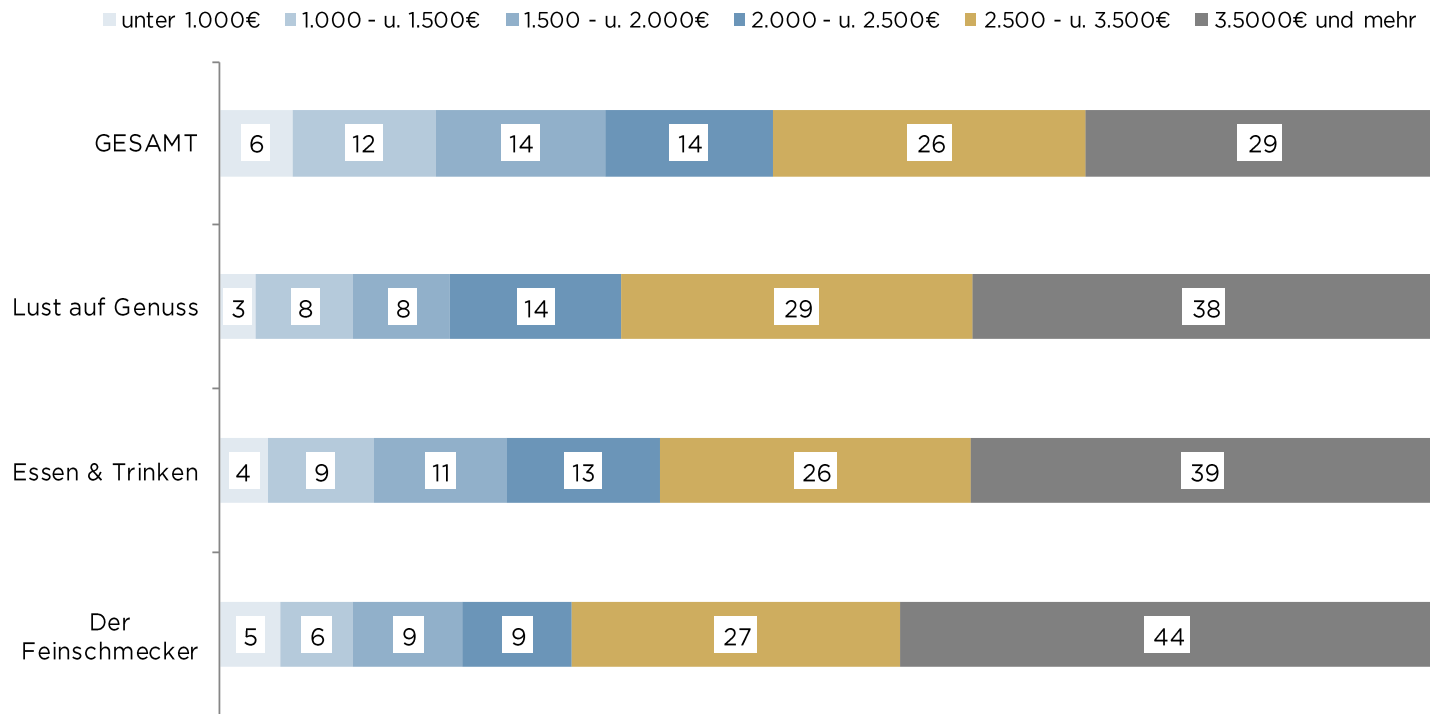
## Anteile in %, Gesamt, AWA 2016



# GENUSSZEITSCHRIFTEN EINKOMMEN

Lust auf Genuss liegt leicht über dem Durchschnittseinkommen der Essen & Trinken-Leser. Die finanzkräftigste Leserschaft weist Der Feinschmecker auf.

## Anteile in %, Gesamt, AWA 2016

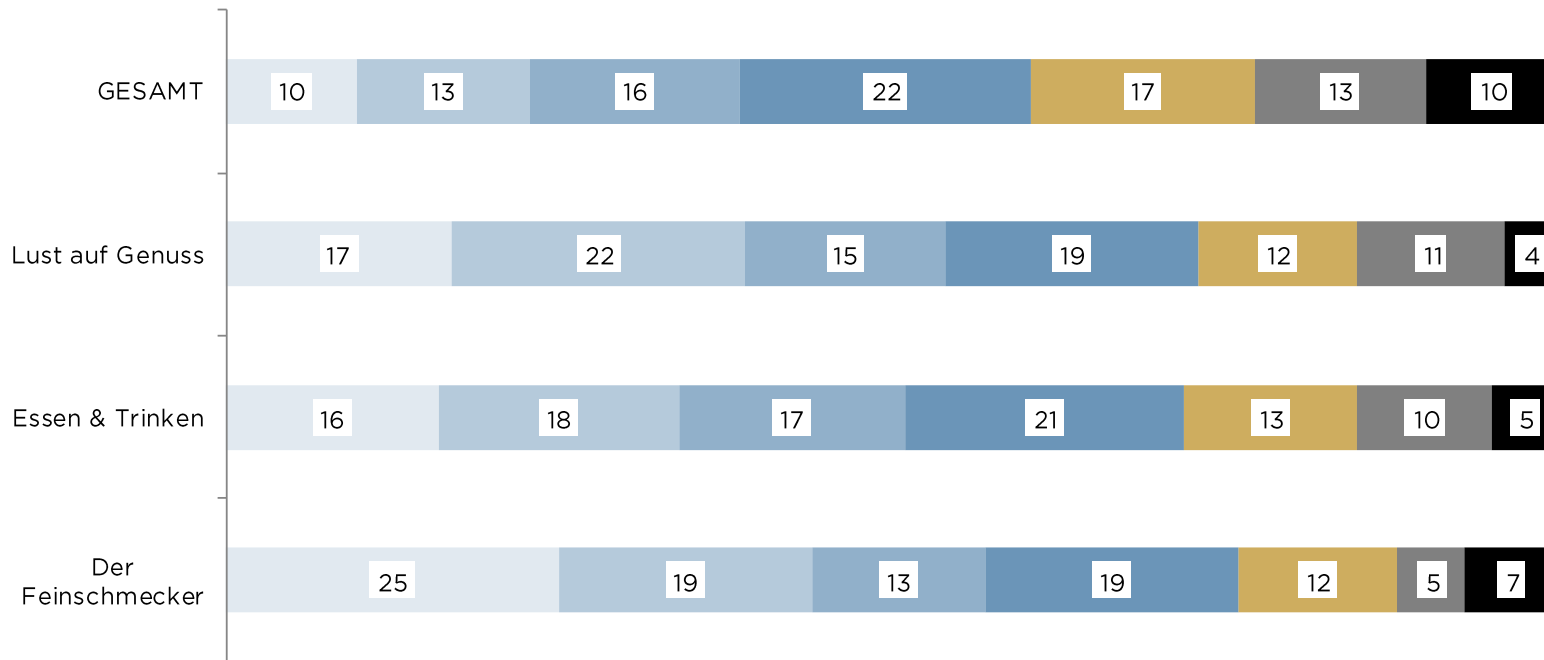


# GENUSSZEITSCHRIFTEN GESELLSCHAFTLICH - WIRTSCHAFTLICHER STATUS

Die Lust auf Genuss-Leser stehen auf einer höheren Statusstufe als die Essen & Trinken-Leser.

Anteile in %, GESAMT, AWA 2016

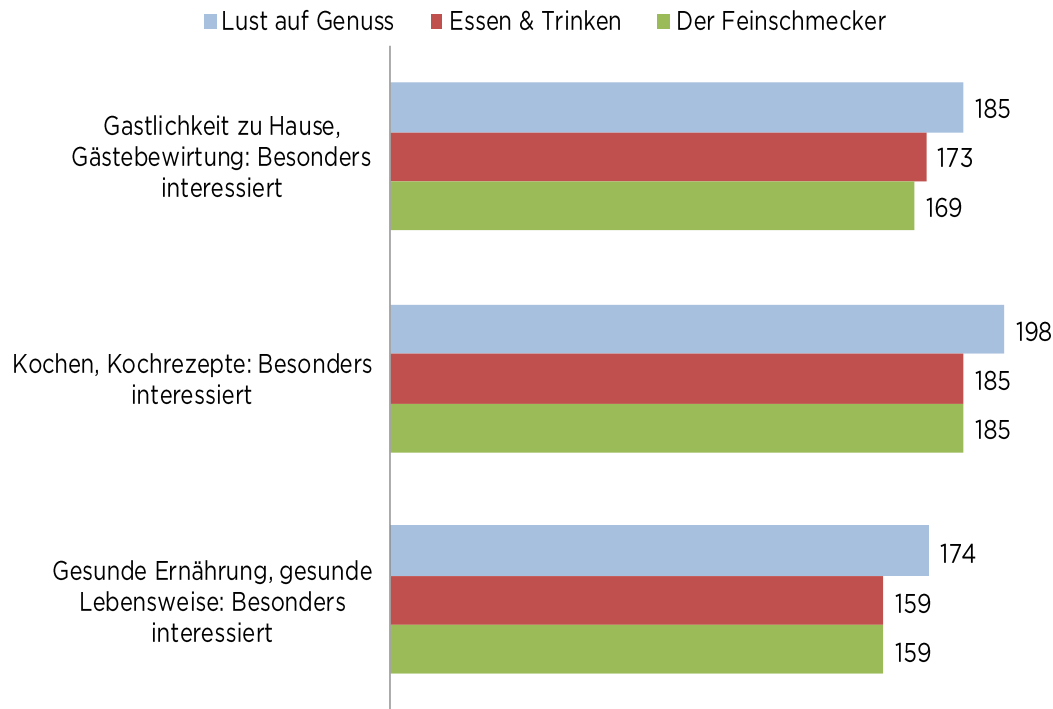
Stufe 1 (oben) Stufe 2 Stufe 3 Stufe 4 Stufe 5 Stufe 6 Stufe 7 (unten)



# GENUSSZEITSCHRIFTEN STATEMENTS FOOD

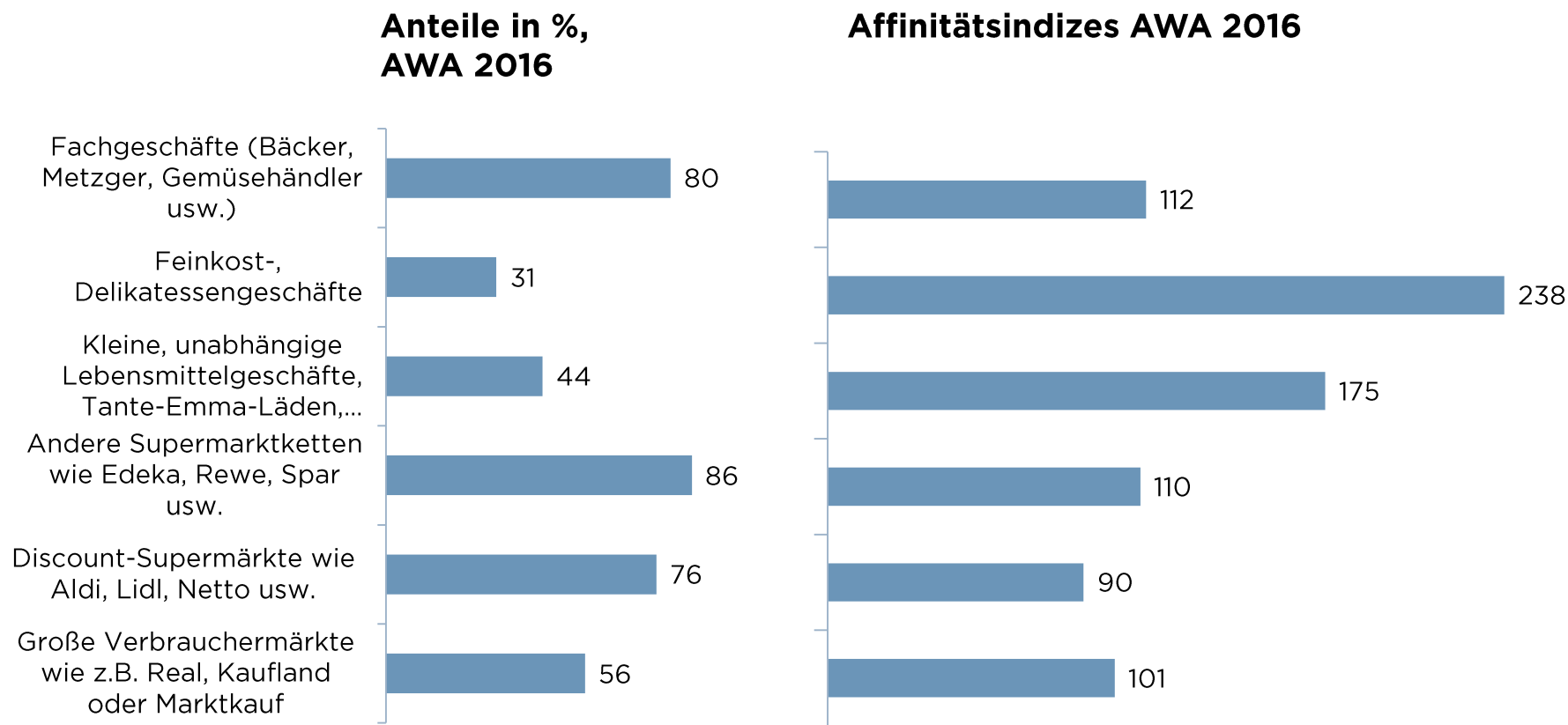
Lust auf Genuss ist in vielen relevanten Interessenbereichen ganz vorne: bei Gastlichkeit, Kochinteresse, Gesunde Ernährung und Lebensweise

Indizies, Gesamt, AWA 2016



# EXKURS: LUST AUF GENUSS EINKAUFSSTÄTTEN FÜR LEBENSMITTEL

Der bevorzugte Einkaufsort ist der klassische Markt. Der Lust auf Genuss-Leser hat eine überproportionale Affinität zu besonderen Geschäftsarten.

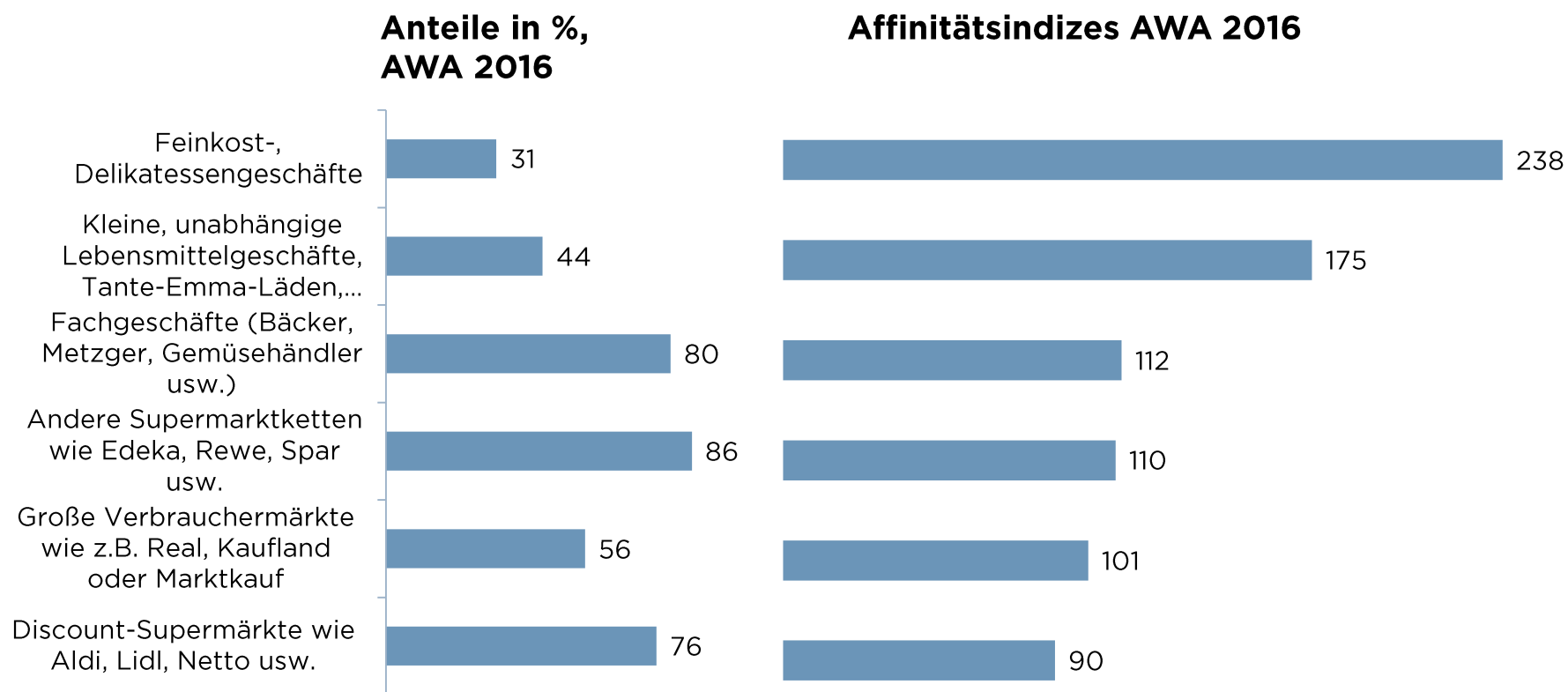


\*LpE-Gesamt, auf Basis verbreitete Auflage Inland im Analysezeitraum



# EXKURS: LUST AUF GENUSS EINKAUFSTÄTTEN FÜR LEBENSMITTEL

Der bevorzugte Einkaufsort ist der klassische Markt. Der Lust auf Genuss-Leser hat eine überproportionale Affinität zu besonderen Geschäftsarten.



\*LpE-Gesamt, auf Basis verbreitete Auflage Inland im Analysezeitraum