



So grillt Deutschland

g/d/p Eigenstudie

JULI 2023

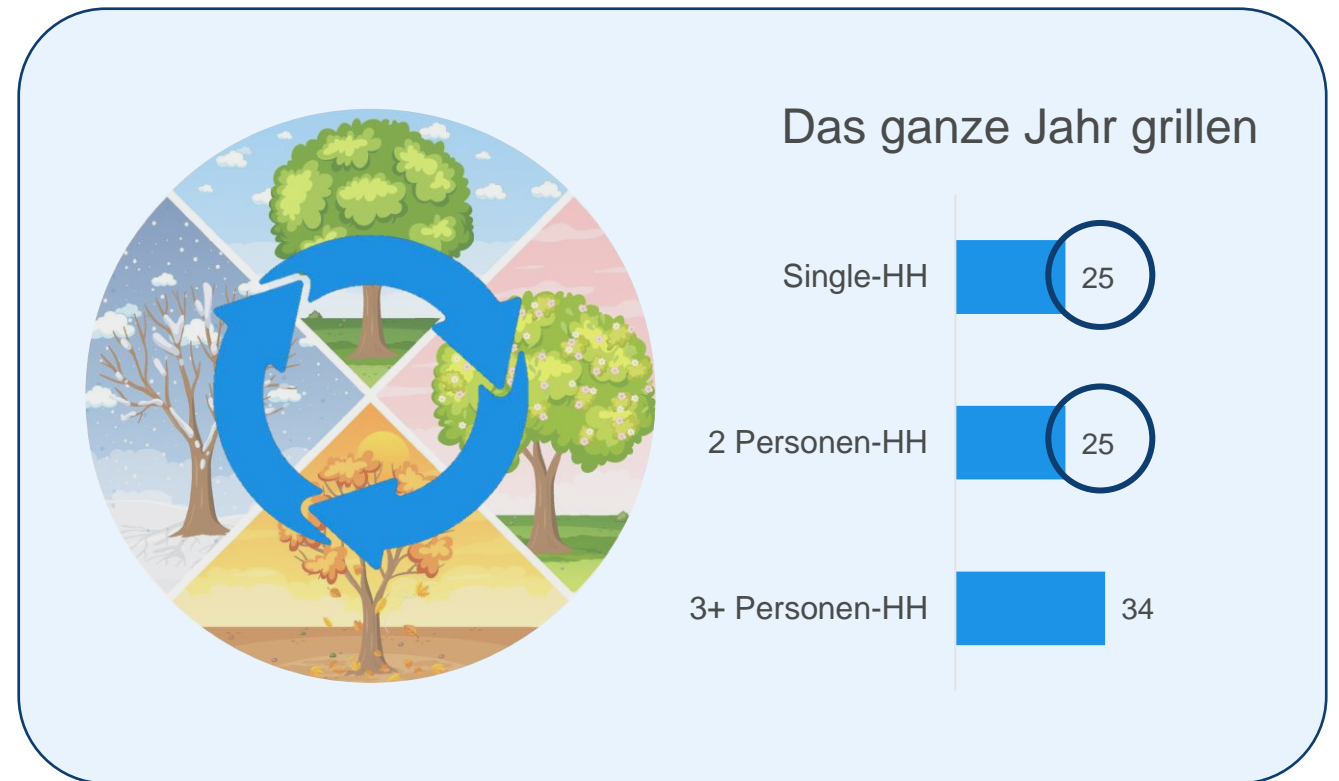
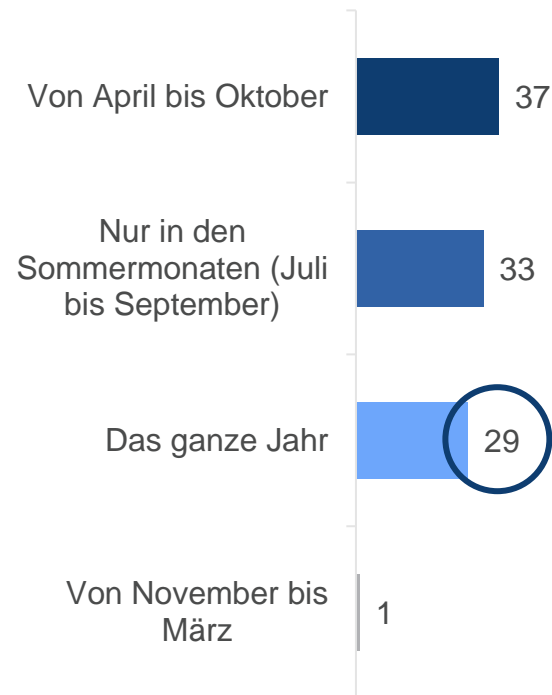
Zusammenfassung

So grillt Deutschland

- Deutschland gilt als Grillnation, in unserer Umfrage zeigt sich, **knapp 1/3** der befragten Grillgut-Käufer **grillt das ganze Jahr über**.
- **Beliebt** sind nach wie vor **Grillfleisch und Würstchen**, aber auch Gemüse, Grillkäse, Fisch und Fleischalternativen landen regelmäßig auf dem Grill.
- Besonders bei den **jüngeren Generationen** nimmt der **Kauf von Fleischersatzprodukten** für das Grillen **immer mehr zu**.
- **Beim Einkauf** von Grillfleisch und Grillwürstchen wird **vor allem** zu den frischen Produkten aus der **Selbstbedienung** gegriffen. In der **Generation Z** zeigt sich hier jedoch ein Wandel. Diese Generation bevorzugt Produkte aus der **Bedientheke**.

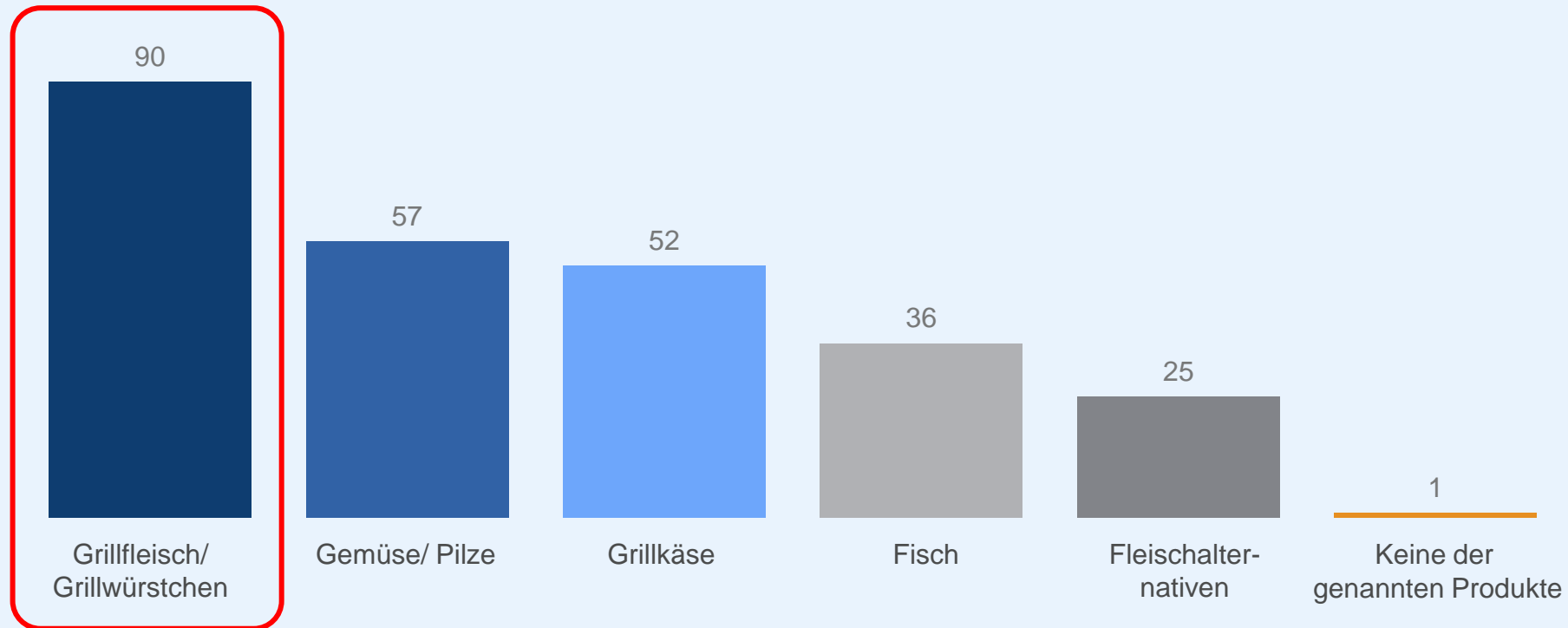
Knapp 1/3 der befragten Grillgut-Käufer, grillt das ganze Jahr über. Bei Single- und Zweipersonen-Haushalten macht das jeder Vierte.

Grillzeitpunkt: Gesamtübersicht



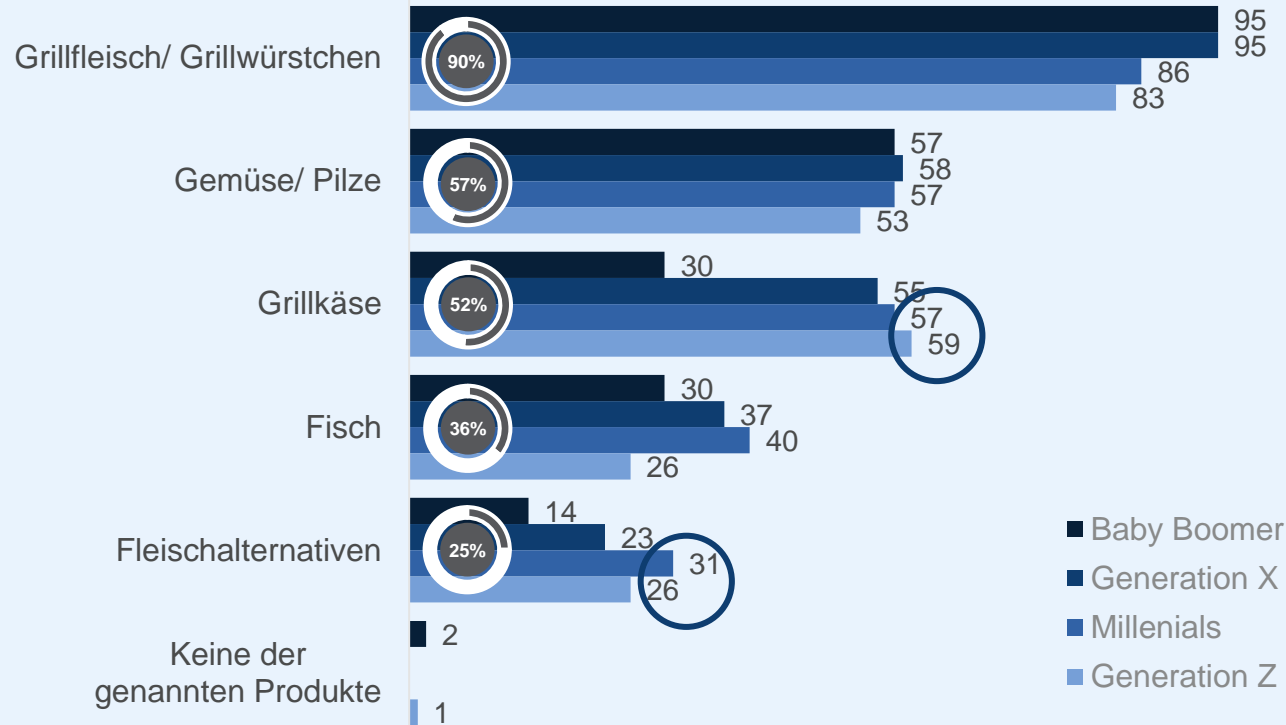
Fleisch und Würstchen sind mit Abstand die Nr. 1 auf dem Grill. Viele der Befragten grillen aber auch regelmäßig Vegetarisches.

Gekaufte Grillprodukte: Haushaltsgrößen



Je jünger die Shopper desto eher werden Grillkäse und Fleischalternativen gekauft. Der Anteil der Käufer von Grillfleisch/-würstchen ist in diesen Generationen dafür etwas geringer.

Gekaufte Grillprodukte: Generationsunterschiede



Babyboomer: 1946-1964
 Generation X: 1965-1979
 Millenials: 1980-1995
 Generation Z: 1996-2010

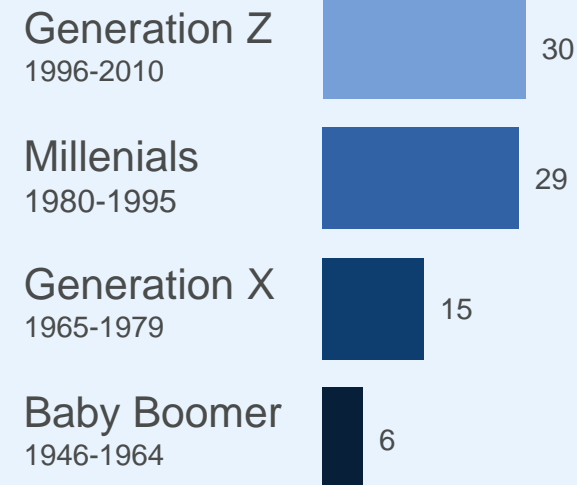
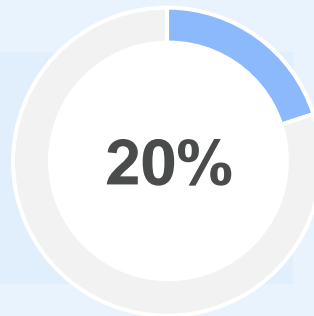


Besonders bei den jüngeren Generationen nimmt der Kauf von Fleischersatzprodukten für das Grillen immer mehr zu.

Allgemeine Aussagen zur Grillsaison: Generationsunterschiede

„Stimme zu...“

Ich kaufe zum Grillen immer mehr **Fleischersatz-Produkte** (vegetarisch/vegan).

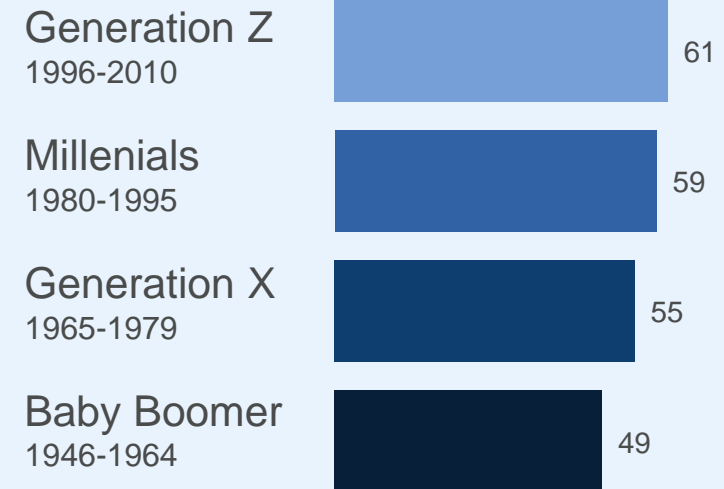
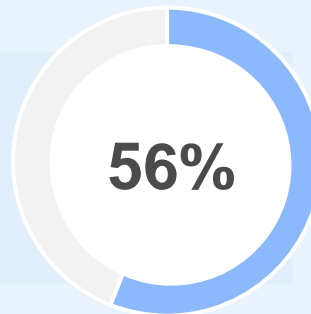


Viele Shopper lassen sich gerne von neuen Rezepten inspirieren und probieren neues Grillgut aus. Besonders die jüngeren Generationen.

Allgemeine Aussagen zur Grillsaison: Generationsunterschiede

„**Stimme zu...**“

Ich **probiere gerne neues Grillgut aus** und lasse mich gerne von Rezepten inspirieren.

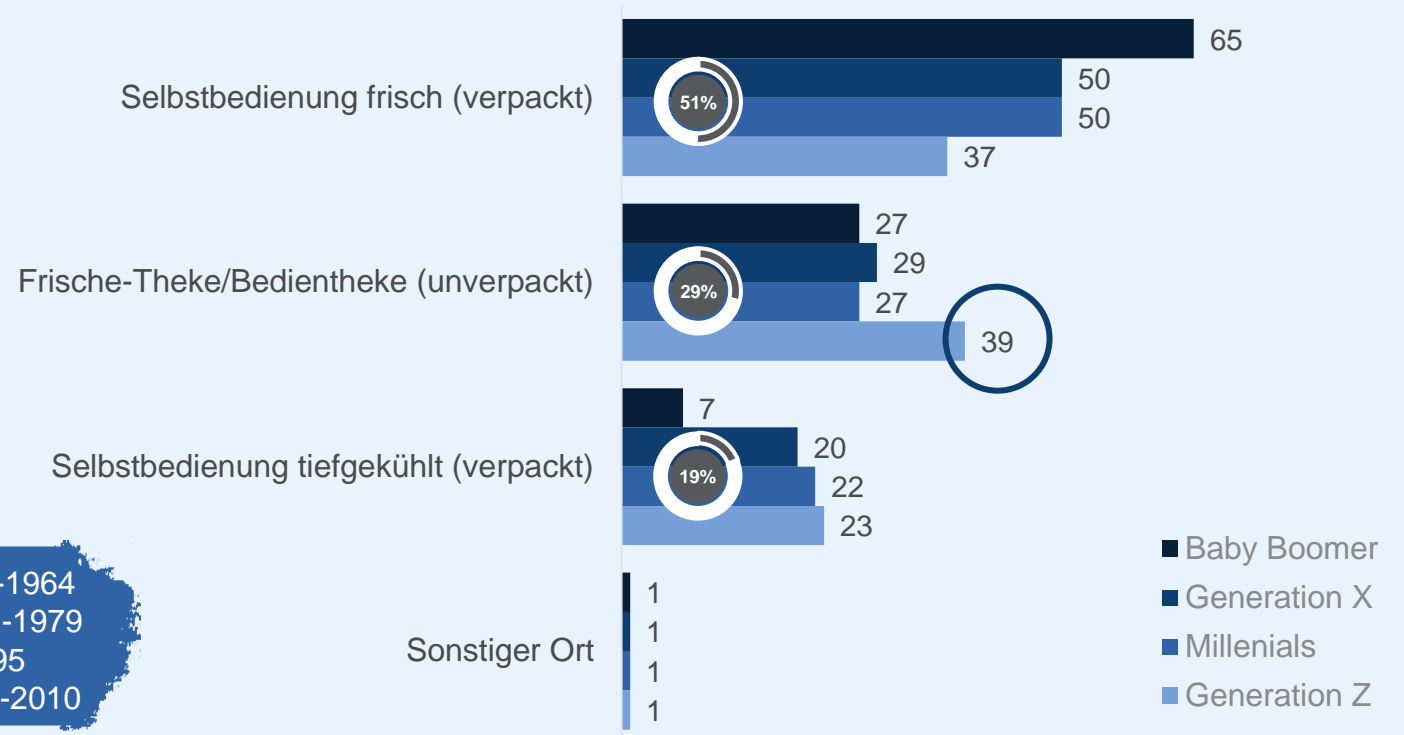


Generation Z kauft zum Grillen überdurchschnittlich viel Fleisch/Würstchen an der Bedientheke. Alle anderen Generationen bevorzugen frische SB-Produkte.

Anlaufstelle im Markt: Generationsunterschiede



Babyboomer: 1946-1964
 Generation X: 1965-1979
 Millenials: 1980-1995
 Generation Z: 1996-2010



Untersuchungssteckbrief



Untersuchungsmethode: Online Befragung



Untersuchungszeitraum: Mai 2023



Befragungsgebiet: Deutschland



Stichprobe: Gesamt n=1.531, davon n=819 Personen, die Grillgut und Beilagen einkaufen



Zielpersonen: Personen von 16-70 Jahren



Quotierung: Gesamtstichprobe: repräsentativ nach Bundesländern, Alter und Geschlecht



Durchführung: Forschungsgruppe g/d/p, Hamburg



Marco Follmann
Business Development Director
Tel. +49(0) 40-29876- 120
Mail follmann@gdp-group.com



Janine Gerdes
Sen. Shopper Marketing Consultant
Tel.: +49(0) 40-298 76-167
Mail: gerdes@gdp-group.com



Sophia Bünemann
Junior Research Consultant
Tel. +49 (0) 40 298 76-226
Mail: buenemann@gdp-group.com

g/d/p Marktanalysen GmbH
Ein Unternehmen der
Forschungsgruppe g/d/p
Richardstraße 18
22081 Hamburg
<https://www.gdp-group.com>