



Umfrage unter europäischen und US-amerikanischen Verbrauchern zeigt: **Die Deutschen sind besonders offen für neue Schokoladen-Erfahrungen**

- **Die Deutschen sind die entdeckungsfreudigste Schokoladennation:
Jeder Vierte probiert regelmäßig neue Sorten und Marken aus**
- **Herkunftsreine Schokoladen aus sortenreinem Kakao beliebter denn je**
- **Marke und Preis sind für beinahe jeden zweiten Deutschen ausschlaggebende
Faktoren beim Schokoladenkauf**
- **Schokogenuss braucht keinen bestimmten Anlass, aber niemand kauft so viel
Schokolade zum Nikolaus wie die Deutschen**

Zürich/Köln/Frankfurt am Main, 18. März, 2008 - Deutschland gehört zu den Ländern mit langer Schokoladentradition. Beinahe jeder dritte Deutsche (32 Prozent) genießt mehrmals in der Woche Schokolade. Und: Keine andere Nation ist so aufgeschlossen und entdeckungsfreudig in ihrem Schokoladen-Essverhalten wie die Deutschen. Jeder Vierte wechselt sehr gerne zwischen verschiedenen Sorten, Marken und Geschmacksrichtungen ab und liebt es, Neues auszuprobieren. Damit präsentieren sich die Deutschen deutlich offener für Neuheiten als die europäischen Nachbarn in Belgien (9 Prozent) und in der Schweiz (6 Prozent) und rangieren gleichauf mit den US-Amerikanern. Das ergibt eine jüngst von Barry Callebaut, dem weltweit größten Hersteller qualitativ hochwertiger Kakao- und Schokoladenprodukte, vorgelegte Studie zum Thema Konsumentenverhalten. Befragt wurden im Januar 2008 jeweils mindestens 1.000 Verbraucher in Deutschland, Belgien, Frankreich, Großbritannien, der Schweiz und den USA.

Die Umfrage zeigt auch, dass 36 Prozent der Europäer in letzter Zeit ihr Schokoladenverhalten geändert haben und sich zunehmend für Alternativen im Schokoladenangebot, etwa Fair Trade-, Bio- oder sortenreine Schokolade sowie Schokolade mit gesundheitlichem Nutzen, interessieren.

Herkunftsschokolade so beliebt wie noch nie

Vor allem so genannte „Origin-Schokoladen“ aus sortenreinem Kakao liegen in der Gunst der Verbraucher vorn. Gut vier von zehn Europäern und Amerikanern gaben an, sie bereits schon einmal probiert zu haben. 14 Prozent genießen sie regelmäßig. Mittlerweile essen fast dreimal so viele Verbraucher Herkunftsschokolade wie noch vor einem Jahr. (01/2008: 42 Prozent, 11/2006: 16 Prozent). In Deutschland boomt die Nachfrage nach dem charakteristischen Kakaogeschmack einer bestimmten Herkunft noch stärker: Mit 40 Prozent hat sich die Zahl der Schokolielhaber, die zum sortenreinen Schokogenuss greifen, seit 2006 versechsfacht (01/2008: 40 Prozent, 11/2006: 7 Prozent).

„Unser direkter Zugang zu den Quellen der weltweit führenden kakaoanbauenden Länder ermöglicht es uns, die größte Auswahl an herkunftsreiner Schokolade zu entwickeln, die heute auf dem Markt erhältlich ist“, sagt Hans Vriens, Chief Innovation Officer bei Barry Callebaut und zuständig für Innovation und Produktentwicklung. „Barry Callebaut hat mehr als



Medienmitteilung

40 verschiedene Origin-Schokoladen im Angebot, deren einzigartiger Geschmack eine wahre Entdeckung für Schokoladenliebhaber auf der ganzen Welt ist. Diese Origin-Schokoladen feinsten Qualität werden hergestellt aus Raritäten, die auf weit entfernten kleinen Plantagen wachsen.“

Die Deutschen achten auf Marke und Preis

Trotz ihrer Vorliebe für Abwechslung beim Schokoladengenuss spielt bei den Deutschen die Loyalität zur Lieblingsmarke eine große Rolle. Für weit mehr als die Hälfte (59 Prozent) ist der Markenname der ausschlaggebende Faktor beim Schokoladenkauf. Damit zeigen sie zusammen mit den US-Amerikanern (59 Prozent) die stärkste Markenloyalität, gefolgt von den Briten (53 Prozent) und deutlich danach den Schweizern (39 Prozent).

Auch der Preis ist für den deutschen Schokoladenliebhaber ein wichtiges Kriterium. Mehr als ein Drittel (35 Prozent) achten beim Einkauf darauf.

Rund drei Viertel der Deutschen (77 Prozent) gaben an, keine bestimmte Gelegenheit zu brauchen, um Schokolade zu kaufen und acht von zehn naschen am liebsten zu Hause. Die beliebtesten Anlässe, die braune Köstlichkeit in den Einkaufswagen zu legen, sind Weihnachten (35 Prozent) und Ostern (30 Prozent). Am Nikolaustag sind die Deutschen Spitzenreiter unter allen Nationen: Jeder Vierte kauft zu diesem Anlass Schokolade.

Zur Methodik:

Verbraucherumfrage im Auftrag der Barry Callebaut AG, Zürich, durchgeführt von Ipsos Belgium N.V./S.A. in fünf europäischen Ländern und den USA;

Umfragezeitraum: 07. bis 28. Januar 2008;

Umfrageraum: Deutschland, Belgien, Frankreich, Großbritannien, Schweiz und USA;

Anzahl Befragte: mindestens 1.000 Personen pro Land;

Mittel: Persönliche Interviews in Deutschland, Belgien, Großbritannien und Frankreich. Telefoninterviews in der Schweiz und den USA.

Weitere Informationen zu der IPSOS Verbraucherumfrage finden Sie auf der Barry Callebaut Internetseite : www.barry-callebaut.com

Barry Callebaut (www.barry-callebaut.com):

Mit einem Jahresumsatz von über CHF 4 Mrd. für das Geschäftsjahr 2006/07 ist die in Zürich ansässige Barry Callebaut der weltweit größte Hersteller von hochwertigen Kakao- und Schokoladeprodukten – von der Kakaobohne bis zum fertigen Produkt im Verkaufsregal. Barry Callebaut ist in 24 Ländern präsent, unterhält 40 Produktionsstandorte und beschäftigt rund 8'000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Das Unternehmen steht im Dienst der gesamten Lebensmittelbranche – von industriellen Nahrungsmittelherstellern über gewerbliche Anwender von Schokolade wie Chocolatiers, Confiseurs oder Bäcker bis hin zu den internationalen Einzelhandelskonzernen. Barry Callebaut bietet auch umfassende Dienstleistungen in den Bereichen Produktentwicklung, Verarbeitung, Schulung und Marketing an.

Ansprechpartner für die Medien:

Unternehmen allgemein / Schweiz:

Josiane Kremer

Barry Callebaut AG

Phone: +41 43 204 04 58

E-mail: josiane_kremer@barry-callebaut.com

Deutschland:

Sascha Tischer

:relations Gesellschaft für Kommunikation mbH

Phone: +49 69 963 652 14

E-Mail: s.tischer@relations.de



Medienmitteilung

AUSZÜGE AUS DER UMFRAGE

- **Origin-Schokolade: Konsumenten, die Origin-Schokolade bereits probiert haben**

	2008	2006
USA	53 %	42%
Schweiz	52 %	8%
Deutschland	40 %	7%
Belgien	40 %	5%
Frankreich	34 %	22%
Großbritannien	34 %	12%

- **Wo essen Sie Schokolade?**

	Zu Hause	Unterwegs	Bei der Arbeit	Irgendwo
Frankreich	84 %	1 %	4 %	8 %
Deutschland	79 %	5 %	3 %	11 %
Schweiz	77 %	4 %	7 %	10 %
Belgien	76 %	2 %	6 %	14 %
Großbritannien	62 %	8 %	11 %	16 %
USA	52 %	12 %	15 %	17 %

- **Warum kaufen Sie eine bestimmte Marke?**

	Weil ich die Marke mag	Ich kaufe immer die gleiche Marke	Ich achte auf den Preis	Ich reagiere auf Werbung
Deutschland	59 %	31%	35 %	7 %
USA	59 %	40 %	31 %	20 %
Großbritannien	53 %	24 %	15 %	15 %
Schweiz	39 %	26 %	11 %	5 %
Frankreich	33 %	45 %	27 %	26 %
Belgien	32 %	68 %	8 %	12 %

- **Zu welchen Anlässen kaufen Sie Schokolade?**

	Ich brauche keinen bestimmten Anlass	Zu Weihnachten	Zu Ostern
Belgien	89 %	8 %	19 %
Frankreich	71 %	24 %	17 %
Deutschland	77 %	35 %	30 %
Großbritannien	61 %	42 %	31 %
Schweiz	66 %	28 %	25 %
USA	67 %	45 %	41 %