



MÄNNER

UND DIE WELT DES GESCHMACKS



DMAXTM

FERNSEHEN FÜR DIE TOLLSTEN
MENSCHEN DER WELT: MÄNNER.

ABSTRACT 1

- ▶ Männer sind empfänglich für kulinarische Genüsse. Die Mehrheit bezeichnet sich gar als Genießer. Dabei gilt: je älter Männer werden, desto mehr genießen sie.
- ▶ Essen stellt für Männer meist etwas Entspannendes dar. Genossen wird bevorzugt beim Faulenzen und während des Fernsehens.
- ▶ Männer lieben Deftiges. Wurst und vor allem Fleisch rangieren ganz oben auf der Beliebtheitsskala.
- ▶ Die Mehrzahl unserer Befragten bevorzugt die italienische Küche. Hausmannskost befindet sich auf Platz 2.
- ▶ Mehr als ein Drittel der Männer plagt beim Essen das schlechte Gewissen sich zu fett oder ungesund zu ernähren.
- ▶ Das Kochen erlernt knapp die Hälfte der Männer selbst – etwa ein Drittel hat sich das Kochen bei der Mutter abgeschaut.
- ▶ Sorgt der Mann abends nur für sich alleine, greift er bevorzugt zu Fertigprodukten bzw. Fastfood.

ABSTRACT 2

- ▶ Je älter ein Mann ist, desto „würziger“ ist sein Kochumfeld.
- ▶ Kühlschränke von Singlemännern zeichnen sich vor allem durch alkoholischen, deftigen und eiweißreichen Inhalt aus (Alkohol, Milchprodukte, Wurst, Saucen und Ketchup).
- ▶ Küchen-Hygiene: in jedem zweiten Singlemännerkühlschrank befinden sich Produkte, die das Verfallsdatum bereits überschritten haben.
- ▶ Liebe geht auch für den Mann durch den Magen – besonders antörnend für ihn: Steak und Rotwein. Frauen hingegen werden (aus Sicht der Männer) angemacht durch Erdbeeren und Champagner.
- ▶ Fernsehsender haben ihre spezifischen „Beigeschmäcker“ – Speck, Hack, viel Fleisch, extra scharf und extra stark gewürzt: das sind die Zutaten der DMAX Pizza.
- ▶ Es besteht ein enger Zusammenhang zwischen den Ergebnissen der DMAX Duftstudie (Jan 2009) und dieser Geschmacksstudie: Männer, die gerne mit Düften experimentieren, tun dies auch in ihrer Küche mit Lebensmitteln. Männer mit vielen Düften verfügen auch über viele Gewürze, was tendenziell bedeutet: Je mehr Gewürze der Mann besitzt, desto mehr Geschlechtspartner hatte er in seinem Leben bereits.

MARKEN, DIE AN DIE KINDHEIT ERINNERN – ESSEN

- ▶ **Iglo, Maggi und Nutella** erinnern am meisten an die Kindheit.
Spontane Nennungen in %, je größer die Schrift, desto häufiger genannt



MARKEN, DIE AN DIE KINDHEIT ERINNERN – GETRÄNKE

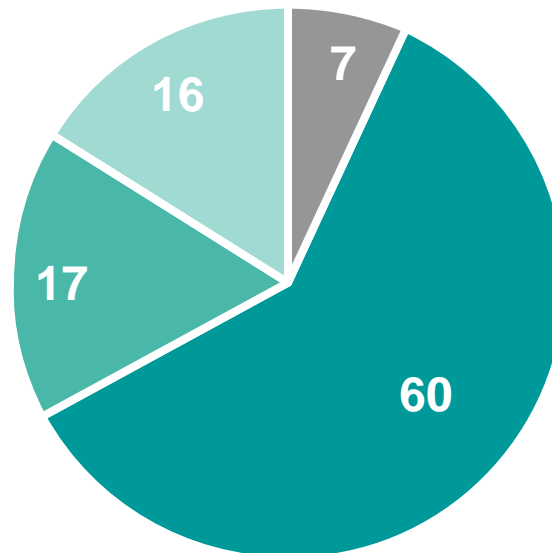
► **Coca Cola** erinnert am meisten an die Kindheit.

Spontane Nennungen in %, je größer die Schrift, desto häufiger genannt



DREI VON FÜNF BEFRAGTEN SIND GENIESSER-TYPEN

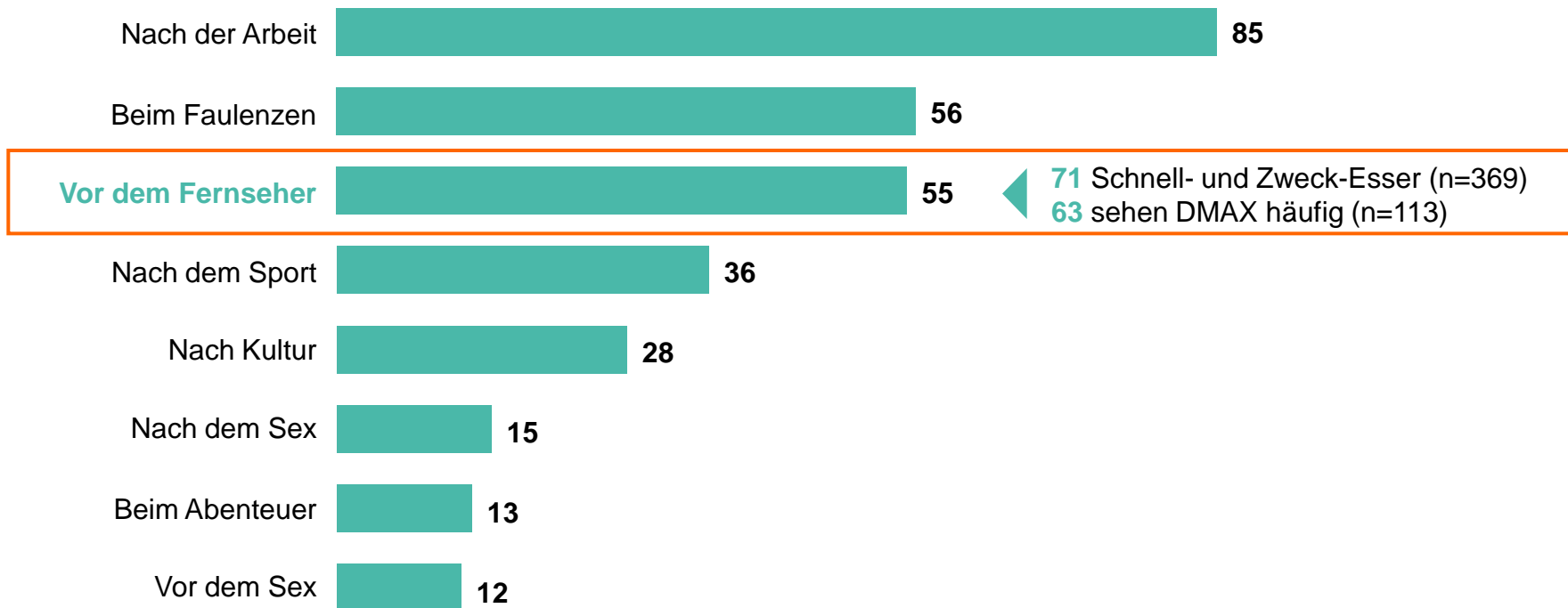
► **Esstypen** nach Selbsteinschätzung:



- **Genießer**
(Essen ist sinnlich)
- **Zweck-Esser**
(Keine bes. Ansprüche)
- **Schnell-Esser**
(Schnelles, praktisches Essen)
- **Gourmet**
(Verwöhnter Kenner)

WANN ISST DER MANN GERNE?

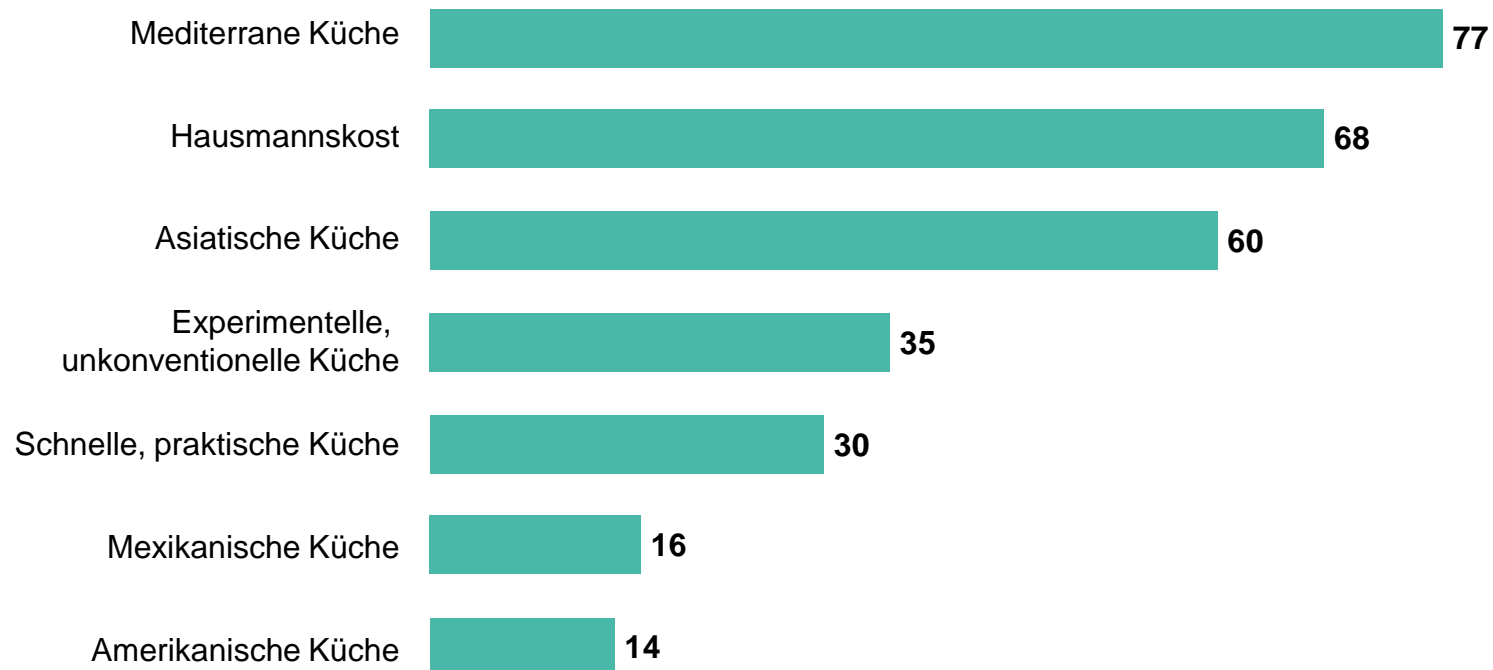
- **Essen wird am meisten genossen:**
Anteil in % – 3 Angabemöglichkeiten pro Person



WAS ISST DER MANN GERNE?

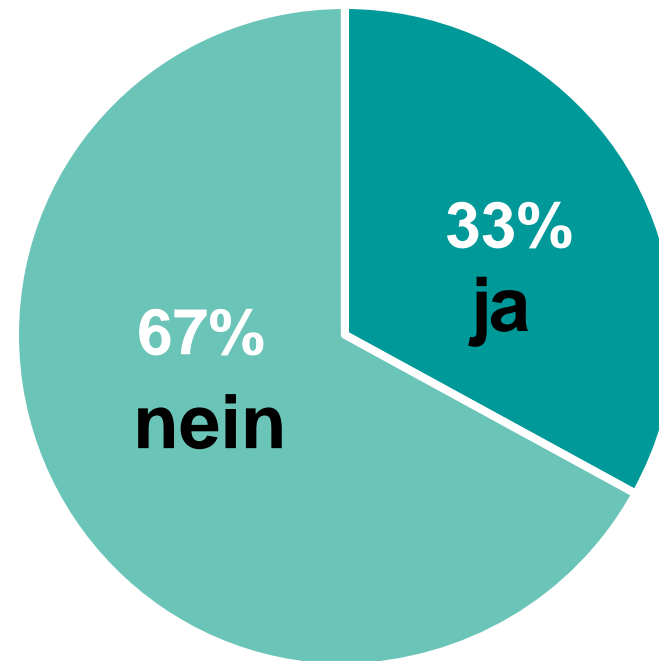
► **Bevorzugte Küche**

Anteil in % – 3 Angaben pro Person



MÄNNER UND DIE KULINARISCHE MUTPROBE

- ▶ **Mutprobe, etwas Ekeliges gegessen**
Angaben in %



MÄNNER UND DIE KULINARISCHE MUTPROBE

► Folgendes wurde in der Kindheit gegessen:

Fast die Hälfte der Mutproben-Unterzieher aß einen Regenwurm

Spontane Nennungen in %, je größer die Schrift, desto häufiger genannt

Spinne

Fischauge

Käfer

Maden

Regenwurm 47

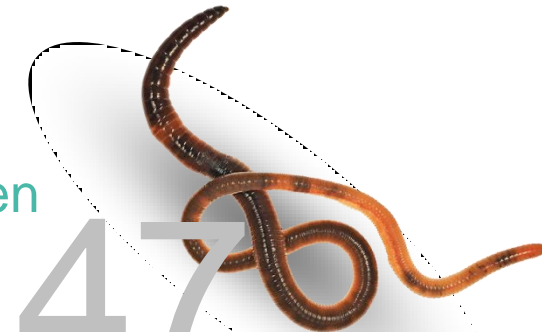
Grashüpfer/Grillen 5 Gras, Blätter, Brennnesseln

Ameisen

Schnecke 7

Tierfutter

Untypische Kombinationen 4



MÄNNER UND IHRE HENKERSMAHLZEIT

- Nennen Sie uns doch bitte Ihre „ultimative Henkersmahlzeit“?
Je größer die Schrift, desto häufiger genannt



MÄNNER IN DER KÜCHE

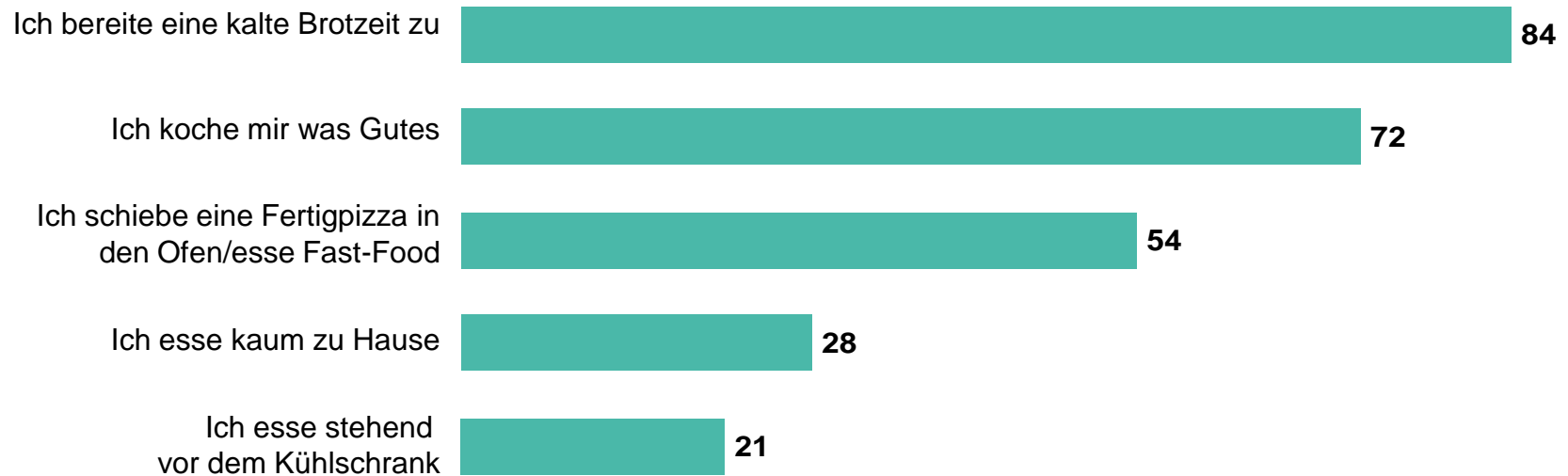
- ▶ Selbst ist der Mann – dieser Spruch scheint auch in der Küche zu gelten. Männer sind, was Kochen angeht, nämlich überwiegend **Autodidakten** (44%). 33% haben ihre Kochkenntnisse über ihre Mütter erworben.
- ▶ Es klingt wie eine Binsenweisheit: Singlemänner kochen meistens selbst (74% Selbstkocher). Mit einer Partnerschaft (47%) und der Familiengründung beginnt die Frau im Haus zu kochen (27%).
- ▶ Immerhin vertritt ein knappes **Viertel der Männer** (23%) das **klassische Rollenklischee**, indem sie der Ansicht sind, Kochen sei Frauensache, schließlich habe der Mann Wichtigeres zu tun.
- ▶ Männer lieben Experimente, auch in kulinarischer Hinsicht bzw. in ihrem Kochverhalten.
- ▶ Doch gleichzeitig geben die meisten Experimentierfreudigen zu, durchaus auch **Fertigprodukte** zu verwenden.



MÄNNER ALLEIN IN DER KÜCHE

► Ess- und Kochverhalten bei Selbstversorgung

Anteil in %, Skala von 1= „häufig“ bis 4 = „nie“ – Skalenwerte „häufig“ + „gelegentlich“

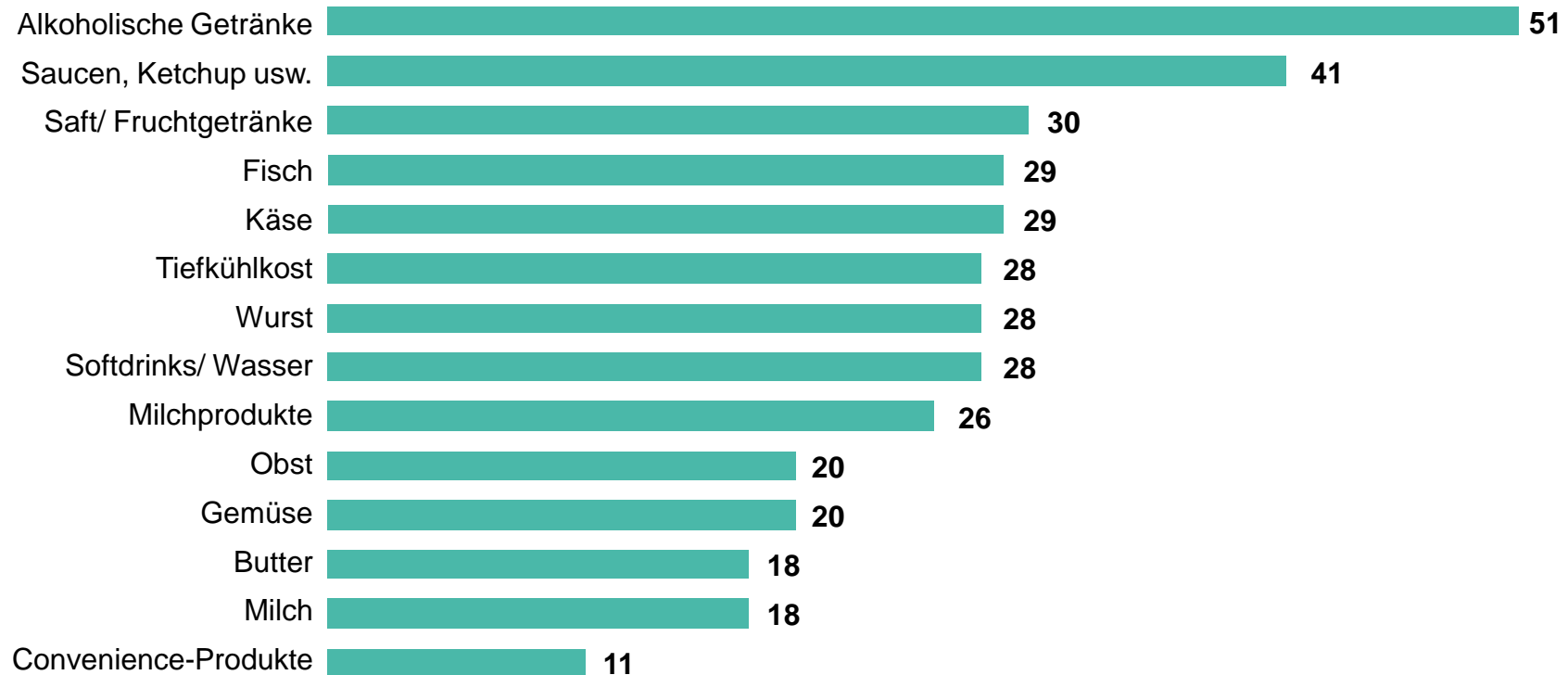


MÄNNER UND LEBENSMITTEL-MARKEN

► **Bei welchen Lebensmitteln achten Sie besonders auf die Marke?**

Anteil in %

► **Bei Alkohol und Saucen wird besonders auf die Marke geachtet.**

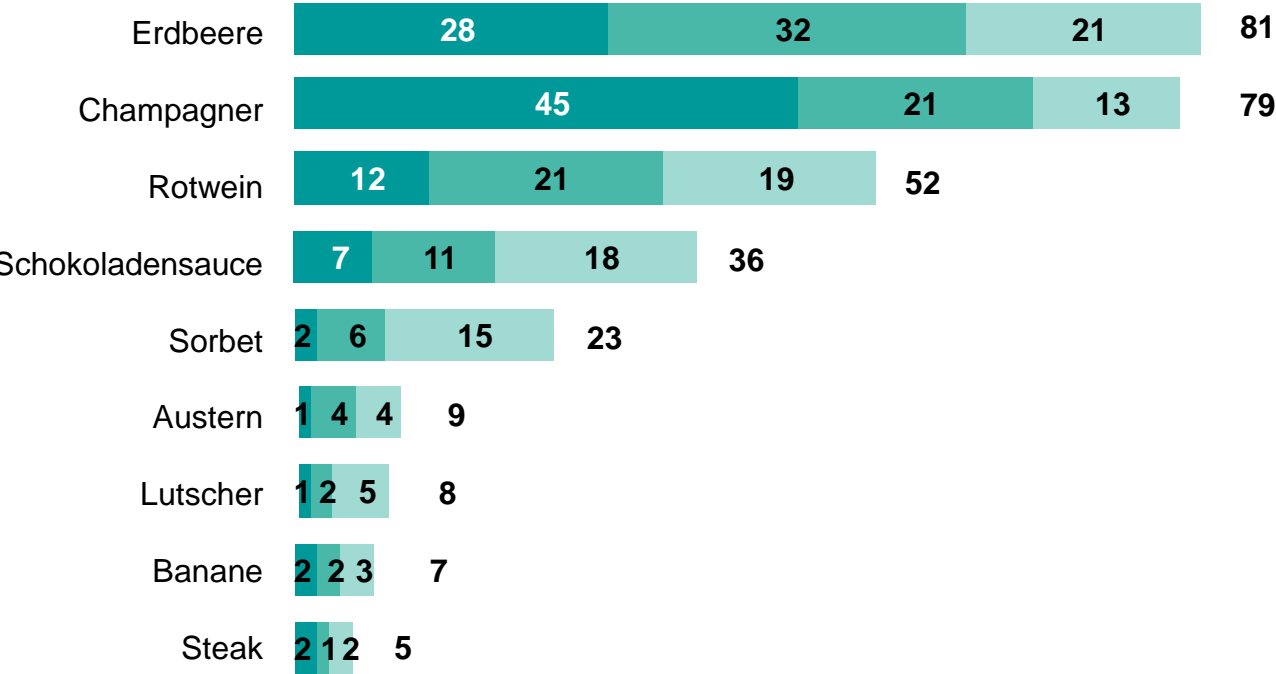


WAS TÖRNT FRAUEN AM MEISTEN AN

► **Welche Produkte wirken bei Frauen antörnend?**

Angaben in % – 3 Produkte pro Person – Platz 1 bis 3

► **Aus Sicht des Mannes: Champagner und Erdbeeren törnen Frauen am meisten an.**



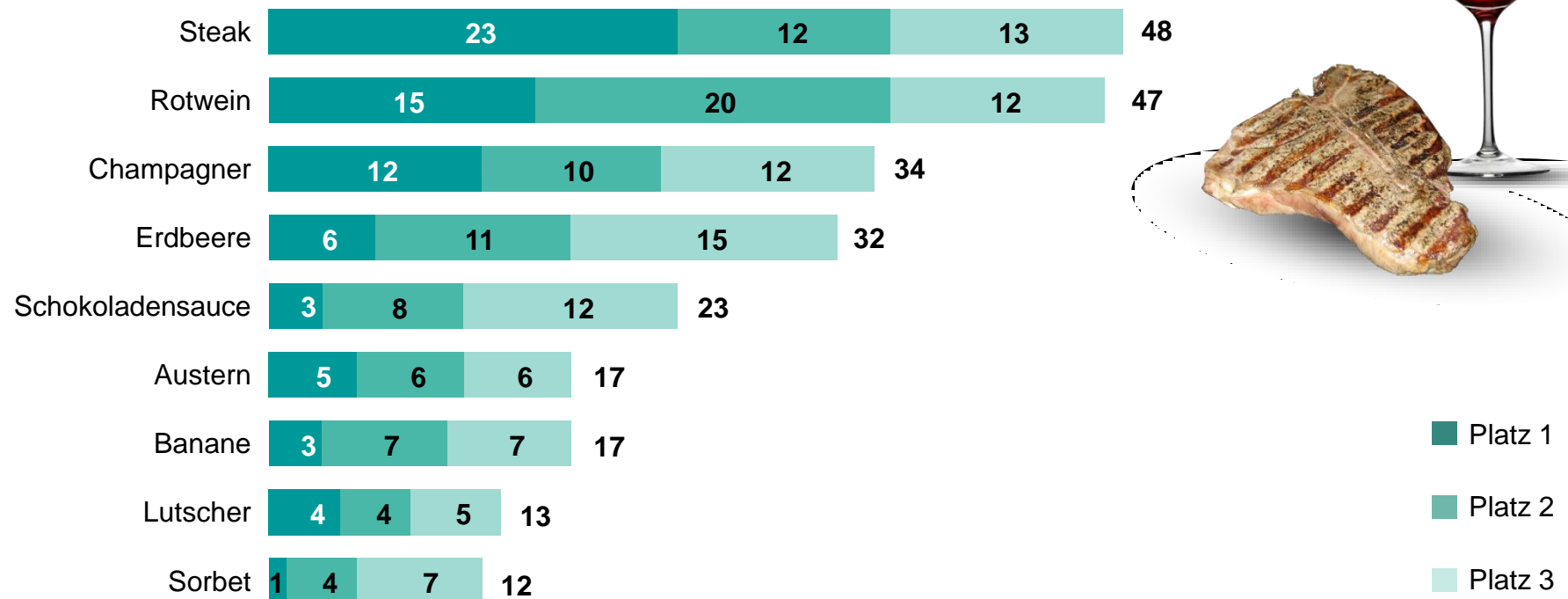
■ Platz 1
■ Platz 2
■ Platz 3

WAS TÖRNT MÄNNER AM MEISTEN AN

► **Welche Produkte wirken bei Männern antörnend?**

Angaben in % – 3 Produkte pro Person – Platz 1 bis 3

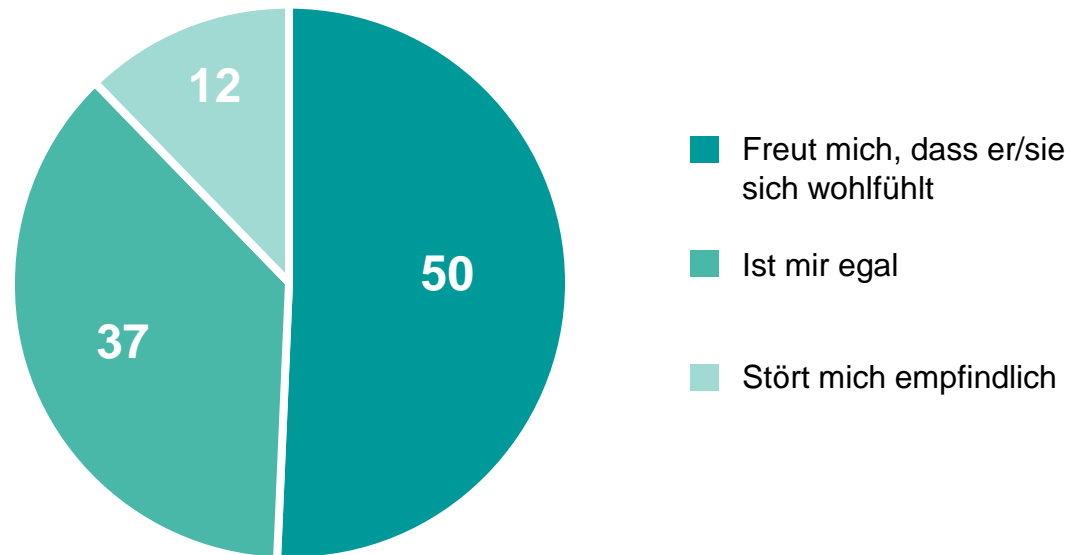
► **Steak und Rotwein törnen Männer aus Sicht der Befragten am meisten an.**



MÄNNERKÜHLSCHRÄNKE – ONE NIGHT STAND

- ▶ **Reaktion, wenn sich der One-Night-Stand morgens am Kühlschrank bedient:**
Die Hälfte der ledigen Partnerlosen freut sich, wenn der One-Night-Stand sich morgens am Kühlschrank bedient.

Angaben in % – Ledig ohne Partner

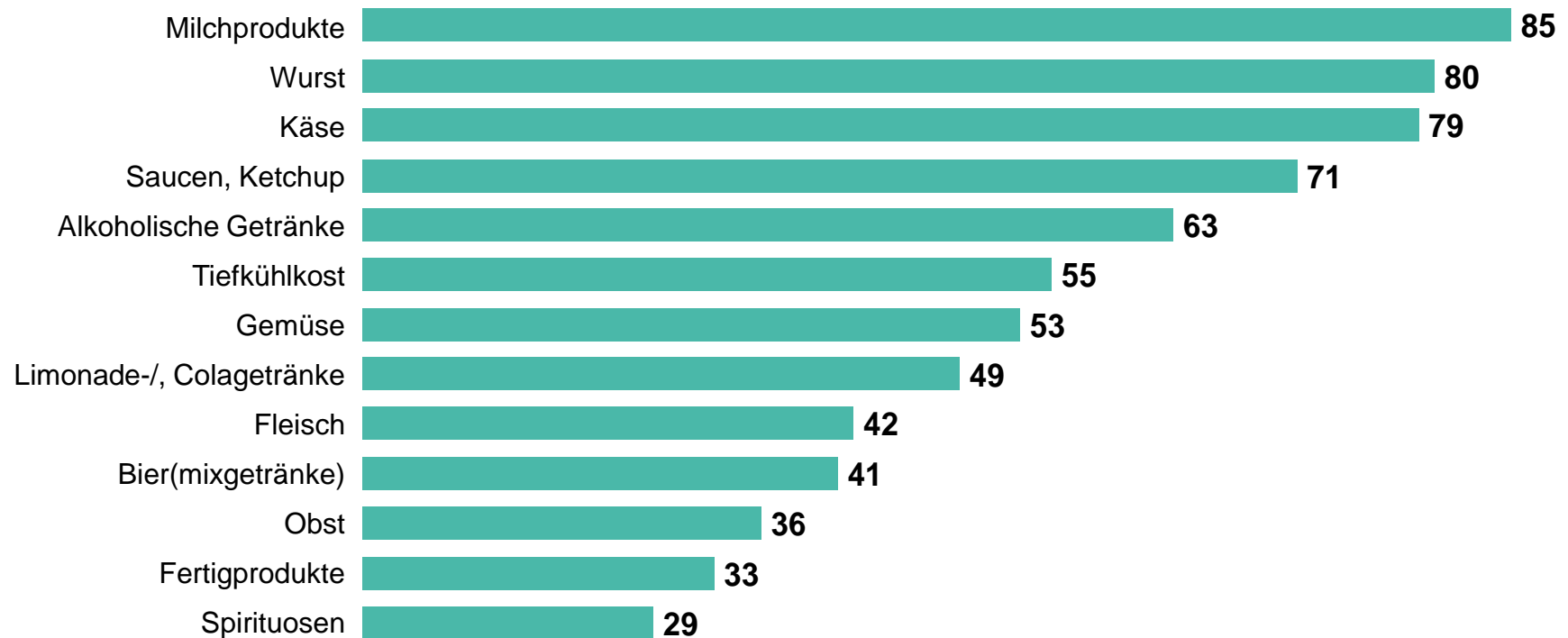


MÄNNERKÜHLSCHRÄNKE – INHALT

► **Kühlschränkinhalt lediger Partnerloser:**

Milchprodukte, Aufschnitt, Saucen und Tiefkühlkost dominieren den Kühlschrankinhalt der Singles.

Angaben in % – Ledig ohne Partner



SINGLE-MÄNNERKÜHLSCHRÄNKE

► Originale unserer Teilnehmer



FERNSEHEN FÜR DIE TOLLSTEN
MENSCHEN DER WELT: MÄNNER.

DMAX

➔ 4 KÜHLSCHRÄNKE –
4 TYPEN



1 DER ERFOLGREICH MÄNNLICHE

- ▶ Gegner der schnellen Küche.
- ▶ Will in kulinarischer Hinsicht seine Fähigkeit beweisen – kocht am seltensten nach Kochrezepten.
- ▶ Er ist vergleichsweise der größte Genießer und zählt am wenigsten zu den Zweckessern.
- ▶ Von allen Typen ist er der markenaffinste – vor allem bei: Milch, Säften, Fleisch, Fisch, Käse, Wurst, Gemüse, Tiefkühlkost, Saucen, Ketchup.
- ▶ Sein Alter: eher über 30.
- ▶ **Fazit:** Ein konkurrenzorientierter Erfolgsmann, der weiß, was er will, und viel Wert auf Qualität legt.



2 DER UNKOMPLIZIERTE GELASSENE

- ▶ Bevorzugt am ehesten die Hausmannskost und am wenigsten die exotische Küche.
- ▶ Er vertritt am stärksten die Ansicht, Männer hätten Wichtigeres zu tun als zu kochen und er zählt am ehesten zu den Schnellessern.
- ▶ In seiner Küche hält er es natürlich-ungezwungen.
- ▶ Sauberkeit spielt bei seinem Kochen eine eher untergeordnete Rolle. Das Verfallsdatum in seinem Kühlschrank sieht am schlechtesten aus.
- ▶ **Fazit:** Ein unkonventioneller, eher gelassener Normalo, der Genuss nicht unbedingt in der Küche sucht.



3 DER SANFTE ASKET

- ▶ In seiner Küche liebt er Experimente und bevorzugt asiatisches Essen.
- ▶ Sein Kühlschrank ist eher sporadisch eingerichtet – typisch studentisch.
- ▶ Dieser Mann ist sportlich orientiert – und interessiert sich am wenigsten für schnelle Autos.
- ▶ Gerne verlässt er sich ab und an auch auf seine Partnerin.
- ▶ **Fazit:** Der urbane Asket, der sich selbst nicht zu sehr in den Vordergrund stellt.



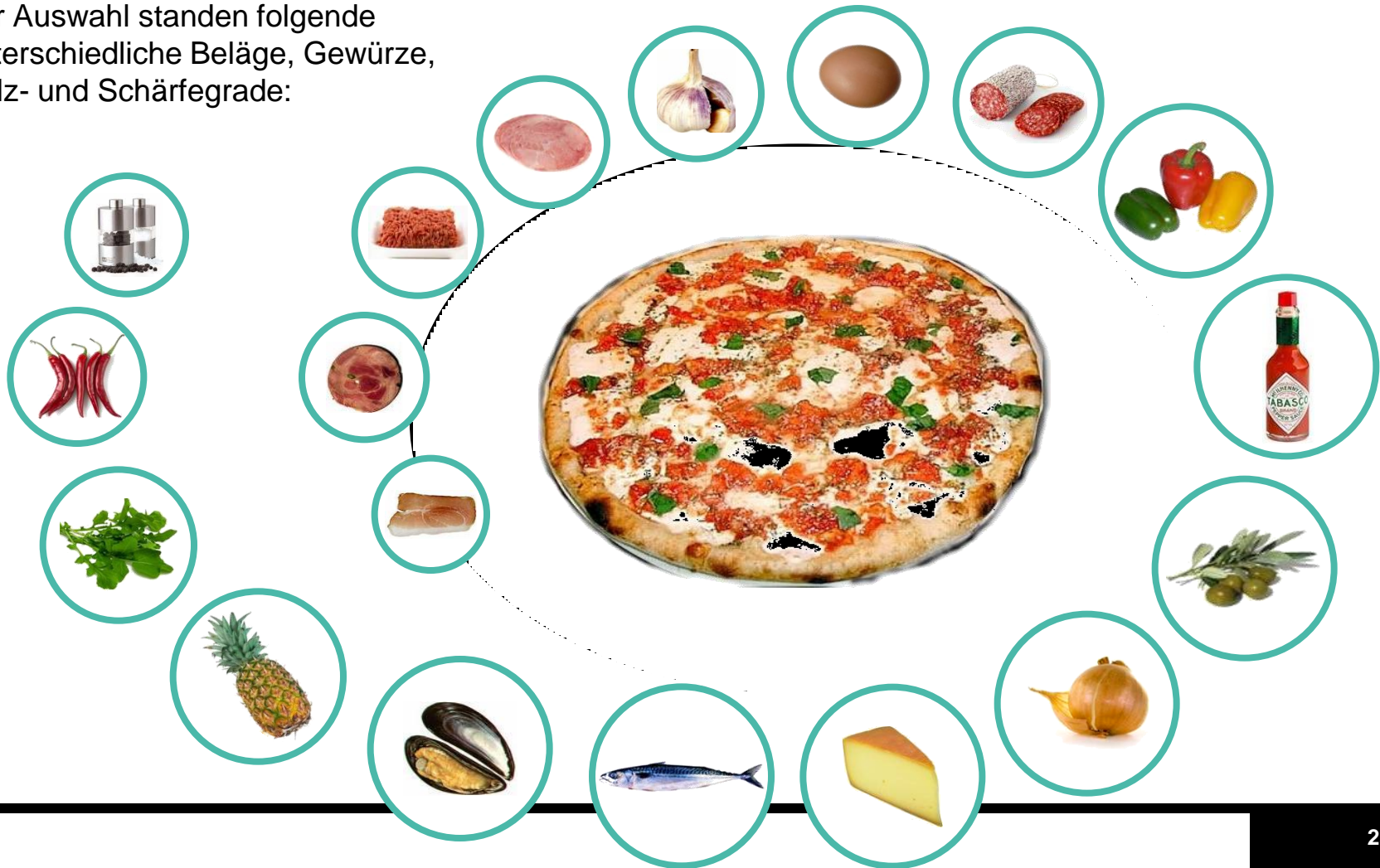
4 DER EIGENWILLIGE VERFÜHRER

- ▶ Experimentiert auch gerne in kulinarischer Hinsicht.
- ▶ Ist Spitzenreiter bei Mutprobenessen.
- ▶ In der Küche setzt dieser Mann auf seinen eigenen Geschmack, denn er kocht bevorzugt selbst – verwendet dabei durchaus auch Fertigprodukte.
- ▶ In der Küche erweist er sich eher als penibel, achtet auf extreme Sauberkeit.
- ▶ Die Produkte in seinem Kühlschrank sind am frischesten (gemessen am Verfallsdatum).
- ▶ **Fazit:** Ein eigenwilliger, individueller Mann mit klaren Vorstellungen vom Leben und einer ausgeprägten Schwäche für Frauen.



FERNSEHSENDER – EINE GESCHMACKSFRAGE

- ▶ Zur Auswahl standen folgende unterschiedliche Beläge, Gewürze, Salz- und Schärfegrade:



TYPISCH DMAX – TYPISCH MÄNNLICH





- Speck-Hack-Pizza mit viel Fleisch, extra scharf und extra stark gewürzt: typische DMAX-Pizza. Nennungen des Belags in %

-  Platz 1 44 Speck
-  Platz 1 31 Hack
-  Platz 2 44 Salami
-  Platz 2 38 Schinken
-  Platz 1 36 Zwiebeln

**Nr. 1
AM MEISTEN FLEISCH**



**Nr. 1
SCHÄRFSTE PIZZA**

-  Platz 1 22 Viel Tabasco
-  Platz 1 24 Viel Chili
-  Platz 1 20 Viel Knobi
-  Platz 1 18 Viel Paprika

UNTERSUCHUNGSSTECKBRIEF

Repräsentative Online Befragung

- ▶ **Erhebungszeitraum:** 25.09.-05.10.2009
- ▶ **Männer** im Alter von 18-49 Jahren
- ▶ **Online:**
1.115 Fälle, sämtliche Teilnehmer sind Mitglieder
im Online-Access-Pool von Trend Research,
Gesellschaft für Markt- u. Kommunikationsforschung, Hamburg
- ▶ **Institut:**
HumanLink Agentur für Verhaltensforschung, Berlin

STICHPROBE

	ZG	Total	sehen DMAX häufig
	Basis	1.115	113
Geschlecht	Männer	100%	100%
Alter	18-29 Jahre	31%	42%
	30-39 Jahre	34%	29%
	40-49 Jahre	35%	28%
Höchster allg. Bildungsabschl.	(noch) keinen Schulabschluss	2%	1%
	Volks-/ Hauptschule	10%	15%
	m. Reife, weiterf. Schule o. Abitur	29%	40%
	Abitur / Hochschulreife o. Studium	30%	27%
	Studium	29%	17%
Tätigkeit	in Ausbildung	19%	29%
	voll / teilweise berufstätig	76%	62%
	Sonstiges	5%	9%

		Total	sehen DMAX häufig
		1.115	113
Haushaltsgröße	Single-Haushalt	26%	19%
	Mehrpers.-Haushalt	74%	81%
Familienstand	ledig	60%	62%
	verheiratet	34%	33%
	verheiratet gewesen	6%	5%
HH-Nettoeink.	unter 2.000 EURO	32%	33%
	2.000 EURO u. mehr	44%	45%
	k.A.	23%	23%