

IGW 2023

Ergebnisse einer repräsentativen Bevölkerungsbefragung

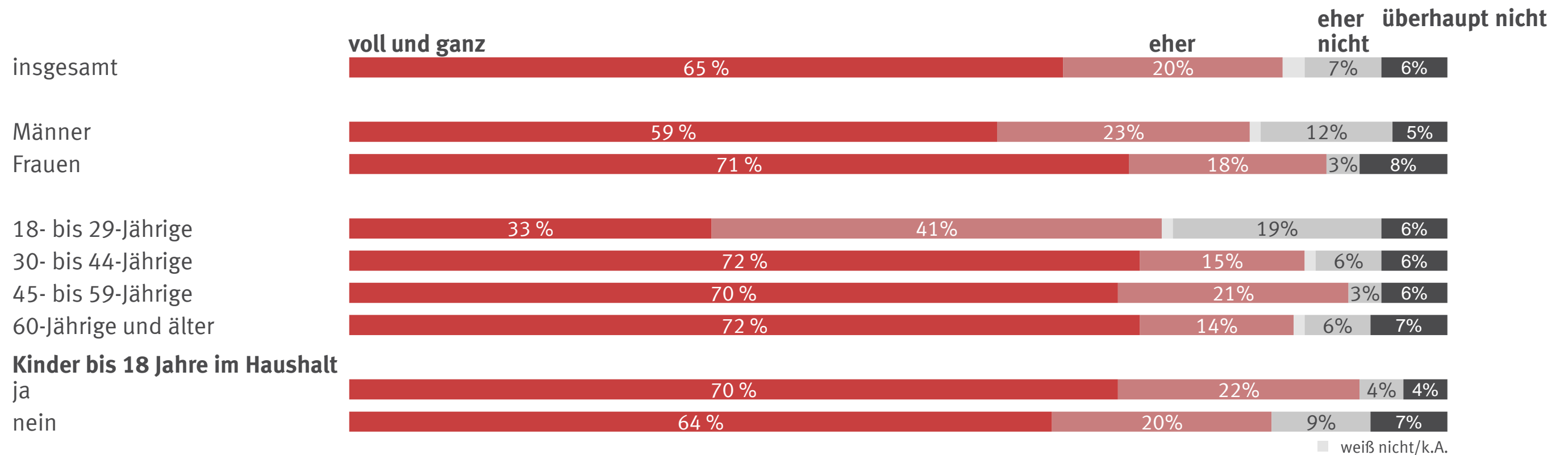
UNTERSUCHUNGSDESIGN

Befragungsmethode:	CATI Mehrthemenumfrage, Dual Frame
Grundgesamtheit:	Die in Privathaushalten in Deutschland lebenden deutschsprachigen Personen ab 18 Jahre.
Stichprobengröße:	1.001 Befragte
Gewichtung:	Gewichtung der Personenstichprobe nach Region, Alter, Geschlecht und Bildung sowie Dual-Frame Gewicht.
Statistische Fehlertoleranz:	max. +/- 3 Prozentpunkte in der Gesamtstichprobe.
Befragungszeitraum:	10. bis 12. Januar 2023
Institut:	forsa GmbH, Berlin
Hinweis:	Die Summe der einzelnen Prozentwerte kann rundungsbedingt von 100 Prozent abweichen.

AUSSAGEN ZU LEBENSMITTELWERBUNG (1/2)

Die deutliche Mehrheit stimmt zu, dass Lebensmittel, deren Werbung Kinder ansprechen soll, nur begrenzt Zucker, Fett oder Salz enthalten sollten.

Der Aussage „Lebensmittel, deren Werbung Kinder ansprechen soll, sollten nur begrenzt Zucker, Fett oder Salz enthalten dürfen.“ stimmen zu ...



Basis: 1.001 Befragte

Frage 1: „(...) Ich lese Ihnen jetzt zwei Aussagen zu diesem Thema vor. Bitte sagen Sie mir, ob Sie den Aussagen voll und ganz zustimmen, eher zustimmen, eher nicht zustimmen oder überhaupt nicht zustimmen.“

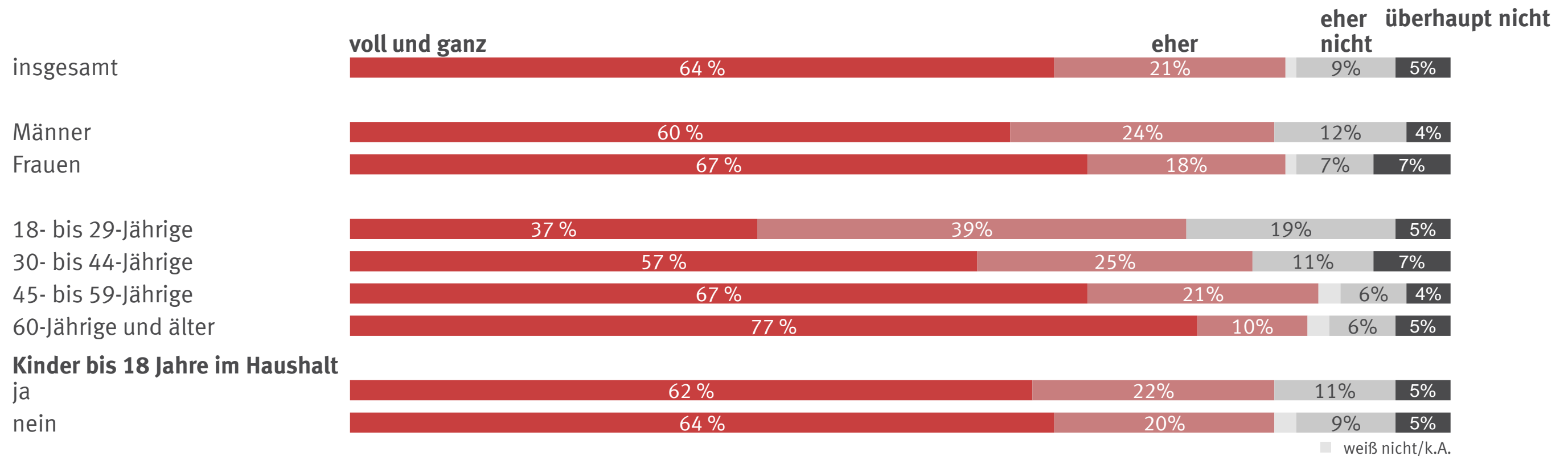
verbraucherzentrale

Bundesverband

AUSSAGEN ZU LEBENSMITTELWERBUNG (2/2)

Auch spricht sich eine deutliche Mehrheit dafür aus, dass Werbung für Lebensmittel, die viel Zucker, Fett oder Salz enthalten, sich nicht an Kinder richten sollte.

Der Aussage „Werbung für Lebensmittel, die viel Zucker, Fett oder Salz enthalten, sollte sich nicht an Kinder richten dürfen.“ stimmen zu ...



Basis: 1.001 Befragte

Frage 1: „(...) Ich lese Ihnen jetzt zwei Aussagen zu diesem Thema vor. Bitte sagen Sie mir, ob Sie den Aussagen voll und ganz zustimmen, eher zustimmen, eher nicht zustimmen oder überhaupt nicht zustimmen.“