

PRESSEINFORMATION

66 Prozent der Deutschen haben schon einmal eine Diät gemacht

Umfrage von Konzept & Analyse zeigt: 31 Prozent der Bundesbürger haben bereits bis zu fünf Abmagerungskuren hinter sich

Nürnberg, 4. Juli 2008 – Wenn der Bauch nicht mehr in die Shorts passt und das Trägertop über der Brust spannt, heißt es in vielen deutschen Küchen „Friss die Hälfte (FDH)“, Apfelessigkur oder Ananasdiät. 66 Prozent der Bundesbürger haben in ihrem bisherigen Leben schon mindestens einmal Diät gehalten. Jeder dritte Deutsche hat sogar schon bis zu fünf Abnehmkursen hinter sich. Wenig überraschend: Abnehmen ist immer noch ein Frauenthema. 72 Prozent der Frauen haben mindestens einmal in ihrem Leben eine Diät ausprobiert. Der Anteil der Männer liegt mit 59 Prozent deutlich darunter. Überraschend ist jedoch, dass Abnehmkursen auch unter Jugendlichen keine Seltenheit mehr sind. Die Hälfte der 14- bis 17-Jährigen hat bereits eine oder mehr Diäten hinter sich. Das ergibt eine aktuelle Umfrage des Nürnberger Marktforschungsunternehmens Konzept & Analyse unter 1.500 Befragten, die gemeinsam mit dem Online-Panel-Betreiber Respondi AG durchgeführt wurde.

Sport ist für viele Deutsche der richtige Weg zur Traumfigur

Fragt man die Deutschen, wie man am besten das Körpergewicht reduzieren kann, so nennen 50 Prozent der Befragten Sport als die beste Möglichkeit. Auf dem zweiten Platz landet FDH, gefolgt von fettreduzierter Ernährung auf Platz drei. Auf Platz vier der besten Abnehmöglichkeiten landen mit rund zehn Prozent die Weight Watchers, während nur ein Prozent der Befragten die Brigitte-Diät als Erfolg versprechend betrachtet.

Über Konzept & Analyse:

Konzept & Analyse gehört mit über 30 Mitarbeitern zu den führenden Unternehmen im Bereich der qualitativen Marktforschung und ist seit 20 Jahren für namhafte Markenartikel aus allen Branchen sowie für Verbände, Finanz- und Versicherungsdienstleister und Medienunternehmen tätig. Sie zählen zu den Experten im Bereich der BestAger Forschung. Alle Projekte werden von Marktforschungsspezialisten und erfahrenen Marketingexperten gemeinsam betreut. Einer der Schwerpunkte des Instituts liegt auf der Konsum- und Motivforschung. Auf der Basis des MarkenMonopol-Konzepts wurden Methoden wie das Psychodrama oder die MOT-Wirkungsanalyse entwickelt. Damit können die ursächlichen rationalen und emotionalen Gründe und Motive für das Kaufverhalten erhoben werden, an denen die Standardmarktforschung scheitert. Die Wirksamkeit der eigenen Methoden wurde in knapp 100 verschiedenen Märkten und Produktkategorien bewiesen.

Über Respondi:

Die Respondi AG ist ein junges Unternehmen mit Sitz in Köln und als Feldinstitut im Bereich internetbasierter Marktforschung spezialisiert. Als Anbieterin internationaler Online-Access-Panels in acht europäischen Ländern führt die Respondi AG Online-Befragungen für namhafte nationale und internationale Marktforschungsinstitute durch. Die Respondi als eigenständige Aktiengesellschaft wurde 2005 gegründet.

PRESSEINFORMATION

Weitere Informationen:

Ralph Ohnemus, CEO
Konzept & Analyse AG
Kinkelstraße 12 / 90482 Nürnberg
Telefon 0911 9954-20
ralph.ohnemus@konzept-analyse.de
www.konzept-analyse.de

Tchoko Souga / Cornelia Müller
Klenk & Hoursch Partner für Public Relations
Hedderichstraße 108 / 60596 Frankfurt am Main
Telefon 069 719168-19
tchoko.souga@klenkhoursch.de