



Food-Studien:  
Essen in China und  
Deutschland

# Gemeinsam isst's am schönsten

Wie und warum wird in Deutschland und China gegessen? **Kurt Imminger** und **Nele Klauß** haben Ess-Situationen und Ess-Motive der beiden ambivalenten Nationen unter die Lupe genommen und präsentieren die Insights – Gemeinsamkeiten und Unterschiede – aus ihren Food-Studien.

**W**as schätzen Sie: Wie viele Mahlzeiten verspeisen die Deutschen wöchentlich? Es sind sage und schreibe 2,2 Milliarden! Eine absurd große Menge, denken Sie? Es kommt noch besser: In China sind es allein in den kaufstärksten Städten 52 Milliarden. Klar, das riesige Land hat erheblich mehr Einwohner. Aber Chinesen

essen obendrein auch häufiger: im Durchschnitt siebenmal pro Tag. Die Deutschen nehmen durchschnittlich nur vier bis fünf Mahlzeiten zu sich. Aber wie sehen die Mahlzeiten in beiden Ländern konkret aus? Inwieweit unterscheiden sich die Essgewohnheiten? Und: Gibt es vielleicht auch Gemeinsamkeiten?



## Zwei Länder, neun Ess-Situationen

Diesen und anderen Fragen sind wir im Rahmen unserer Food-Studien „Darum isst Deutschland“ und „Darum isst China“ auf den Grund gegangen. Die Untersuchungen beleuchten detailliert unterschiedliche Ess-Situationen und Ess-Motive und verknüpfen diese miteinander. Im Forschungsfokus stehen dabei die grundlegenden Fragen, warum Menschen essen und wie sie in ganz spezifischen Situationen essen.

Wie sieht das nun aus im deutsch-chinesischen Vergleich? Überraschenderweise finden wir in beiden Ländern die gleichen Typen von Ess-Situationen (Abb. 1). Das heißt konkret: Mahlzeiten finden in China und Deutschland vor demselben Motivhintergrund statt. Dabei überwiegen mal physiologische, mal psychologische Bedürfnisse.

## Gemeinsam essen – früh versus abends

Sowohl in Deutschland als auch in China werden rund 60 Prozent der Mahlzeiten gemeinsam eingenommen. So sind Gemeinsamkeit, Gemütlichkeit und Gewohnheit Treiber vieler Mahlzeiten. Diese Motive äußern sich insbesondere in dem von uns identifizierten

## Studien-Überblick „Darum isst Deutschland“ und „Darum isst China“

In einer repräsentativen Online-Befragung wurden 2016 in Deutschland über 1.500 und 2018 in China 2.000 Erwachsene befragt. Die Befragten wurden jeweils gebeten, zwei zufällig ausgewählte Mahlzeiten zu beschreiben. Neben der konkreten Situation, den verzehrten Lebensmitteln und Anforderungen an diese wurden auch die Motive für die jeweilige Mahlzeit erfragt. Diese reichten von physiologischen Motivationen wie

„schnell satt werden“ oder „großen Hunger stillen“ bis zu psychologischen Motivationen wie „Stress abbauen“ oder „mich selbst verwöhnen“. Auf Basis der Antworten konnten die Ess-Situationen in neun Situationstypen eingeteilt werden: Alle Mahlzeiten innerhalb eines solchen Typs befriedigen ähnliche Motivationen.

Situationstyp des „gemeinsamen Alltagsessens“, bei dem meist zu Hause in Gesellschaft des Partners oder der Familie selbst zubereitete Mahlzeiten verzehrt werden. Unterschiede zwischen den Ländern zeigen sich auch hier in den Tageszeiten, zu denen man zum „gemeinsamen Alltagsessen“ zusammenkommt. In Deutschland ist diese Situation meist mittags und insbesondere abends zu finden, wohingegen in China auch das Frühstück häufig als „gemeinsames Alltagsessen“ stattfindet.

### Der kleine Hunger zwischendurch

„Der kleine Sattmacher“ beschreibt eine Ess-Situation, die dazu dient, anspruchslos den kleinen Hunger zwischendurch zu stillen. Häufig werden die Snacks während einer anderen Tätigkeit eingenommen. In China macht „der kleine Sattmacher“ nur fünf Prozent aller Situationen aus – in Deutschland mit zehn Prozent doppelt so viel. Dies lässt sich dadurch erklären, dass das Bedürfnis nach schneller Sättigung in China weniger ausgeprägt ist als hierzulande. Auch die Uhrzeiten und Snackvarianten unterscheiden sich: Hier wählt man als „kleinen Sattmacher“ vormittags oder mittags eher salzige und süße Snacks wie Müsliriegel, Kuchen und Nüsse. In China ist der „kleine Sattmacher“ hingegen ein typisches süßes 4-Uhr-Nachmittags-Phänomen.

### Chinesen probieren gerne Neues

Der größte Unterschied zwischen beiden Ess-Kulturen zeigt sich in der Experimentierfreude. Die Lust, etwas Neues auszuprobieren, ist in China deutlich stärker ausgeprägt als in Deutschland: So haben die Chinesen bei 41 Prozent der Ess-Situationen das Bedürfnis, neuartige und ungewohnte Speisen zu testen, wohingegen sich die Deutschen nur bei 16 Prozent der Mahlzeiten experimentierfreudig zeigen. In Deutschland laufen die meisten Mahlzeiten eher routiniert ab, und es wird auf Vertrautes zurückgegriffen.

### Die Frage nach der Qualität

Neben Situationen und Motiven liefern die Food-Studien der GIM auch Erkenntnisse zum Marken- und Qualitätsbewusstsein beim Lebensmittelkauf. Interessant hierbei: Beim Markenbewusstsein fallen die Deutschen weit hinter die Chinesen zurück. So geben 69 Prozent der befragten Chinesen für Lebensmittel von exquisiten Marken gerne mehr Geld aus, in Deutschland sind es lediglich 27 Prozent. Dagegen spielen hierzulande Sonderangebote und der Preis von Lebensmitteln im Allgemeinen eine größere Rolle.

Das hohe Markenbewusstsein in China könnte damit zusammenhängen, dass gute Qualität oft mit bestimmten Marken gleichgesetzt wird. In Deutschland wird die Qualität vielmehr mit der Ausweisung von Qualitätszertifikaten und bestimmten Siegeln in Verbindung gebracht.

### Andere Länder, andere Sitten?

China und Deutschland stellen zwei wichtige Food-Märkte dar. In beiden Ländern finden sich dieselben Ess-Situationstypen. Für diese sind vor allem Ruhe und Gemütlichkeit zentrale Treiber. Auch suchen Deutsche wie Chinesen in vielen Ess-Situationen Geselligkeit und schätzen den bewussten Genuss. Aber: Die Situationstypen, in denen jeweils in China und Deutschland gegessen wird, verteilen und äußern sich in anderer Art und Weise. Unter-

schiede zeigen sich vor allem bei den Bedürfnissen, körperlich fit zu bleiben und etwas Neues auszuprobieren: Diese sind für Chinesen in deutlich mehr Situationen ursächlich. Den Deutschen hingegen ist ein vertrauter Geschmack beim Essen vergleichsweise wichtiger. Darüber hinaus suchen die Deutschen eine schnelle Sättigung, wohingegen die Chinesen sich von Ess-Motiven wie der ausgewogenen Ernährung und der körperlichen Fitness leiten lassen.

Ein zentrales Ergebnis beider Länder: In den meisten Ess-Situationen möchten sich die Konsumenten möglichst wenig Gedanken machen und essen, worauf sie spontan Lust haben. Und das – wie wir gesehen haben – in China viel häufiger als in Deutschland, nämlich siebenmal am Tag. ■

MEHR ZUM THEMA  
**INTERNATIONALE  
FORSCHUNG**



[www.research-results.de/fachartikel](http://www.research-results.de/fachartikel)

#### Kurt Imminger

ist Senior Research Director bei der GIM Gesellschaft für Innovative Marktforschung in Heidelberg. Als Mitverantwortlicher der GIM Food-Forschung liegt sein forscherscher Schwerpunkt auf qualitativen Methoden und Ernährungsthemen.



#### Nele Klauß

ist Research Managerin bei der GIM Gesellschaft für Innovative Marktforschung in Heidelberg. Mit quantitativem Forschungsschwerpunkt betreut sie insbesondere Ad-hoc-Studien und fokussiert sich aktuell auf Studien im Bereich Gesellschaft, Mobilität und Food.



[www.g-i-m.com](http://www.g-i-m.com)