

Wenig überraschend ist, dass mit Milka (verschiedene Sorten und Größen) eine Tafelschokolade zur beliebtesten Süßware gekürt worden ist. Eindeutig ist dieses Ergebnis mit 14,3 % allerdings nicht. Die Fülle an Süßwaren, die es auf dem deutschen Süßwaren-Markt gibt, führt offenbar zu einer Vielzahl höchst unterschiedlicher „Lieblings-Süßigkeiten“. Die Plätze 2 und 3 belegen Schokoriegel/-produkte von Masterfoods (9,4%) und Ritter Sport Schokolade (7,2%), die den größten Zuspruch von männlicher Seite hat.

Selbst-Typisierung

Die Probanden wurden gebeten, sich selbst einem von sieben vorgegebenen Verwendertypen zuzuordnen. Die folgende Abbildung zeigt, dass die Mehrzahl der Befragten Süßwaren im Kontext „Genießen“ verwendet, gefolgt von „Für-Andere-Einkäufer“ und „Der Sportliche“.

Hier sehen Sie ein paar "Süßwaren"-Typen: Welchem Typ würden Sie sich zuordnen?

