

Grill & BBQ Studie 2019 für Österreich und Deutschland

Florian und Romana Hieß betreiben seit einigen Jahren den Grillblog aufgetischt.net. Im Rahmen ihrer Optimierungsbestrebungen haben sie sich auf die Suche nach öffentlich zugänglichen Daten rund ums Grillen gemacht, wurden aber nicht fündig. Also haben sie selbst ein Studien-Design entwickelt und den Umfrage-Link an bekannte und befreundete Multiplikatoren der Grillszene geschickt. Binnen einer Woche war das ursprüngliche Ziel von 500 TeilnehmerInnen erreicht, am Ende nahmen 2042 Leute aus Österreich und Deutschland teil. Die Ergebnisse der ersten unabhängigen „Grill & BBQ Studie 2019 für Österreich und Deutschland“ sind jetzt online und frei verfügbar.



Grillen erfreut sich immer größerer Beliebtheit. Das wissen auch Florian und Romana Hieß, die AutorInnen vom **Grillblog**. Die beiden Blogger und Online-Marketer haben sich im Rahmen ihres Bloggerlebens immer wieder auch auf die Suche nach aktuellen Daten und Studien rund um das Thema Grillen gemacht, um ihren Blog mit spannenden und für die Zielgruppe

relevanten Beiträgen noch weiter verbessern zu können. Fpndig wurden sie jedoch nicht. Es fehlen unabhängige, aktuelle und öffentliche Studien und Daten, die das Thema Grillen in allen seinen Facetten und seiner Vielschichtigkeit erfassen.

Also haben wir uns dazu entschlossen, diese Daten selbst zu erheben , so Florian Hieá. Der Startschuss fpr die Grill & BBQ Studie 2019 fpr Østerreich und Deutschland war gefallen.

Im Mærz 2019 starteten er und seine Frau Romana mit der Planung der Studie und arbeiteten die Monate darauf am Studien-Setup unter Berpcksichtigung des Feedbacks von ausgewæhlten FreundInnen und Bekannten aus der østerreichischen Grill & BBQ-Szene. Ziel der Umfrage war es, fpr die Branche wertvolle Ergebnisse zu erhalten, die einen Mehrwert fpr alle schaffen, die mit Grillen und BBQ zu tun haben. Nachdem der Umfragelink im Mai an þber 400 Branchenkontakte und Multiplikatoren versendet wurde, war schnell klar: das Interesse ist da. Nach der ersten Woche war das ursprpngliche Ziel von 500 TeilnehmerInnen erreicht und sogar verdoppelt. Am Ende nahmen 2042 Leute aus Østerreich und Deutschland an der Grill-Umfrage teil und beantworteten die insgesamt 32 Fragen.

Die Inhalte und Ergebnisse der Grill- und BBQ-Studie 2019

Inhaltlich konzentrierten sich die AutorInnen im Wesentlichen auf die folgenden Punkte: die Erhebung demografischer und geografischer Daten, die Sammlung von allgemeinen Daten zu den Präferenzen der TeilnehmerInnen sowie die Erhebung von Daten zum Einkaufsverhalten und zu den wichtigsten Informationsquellen rund ums Grillen. Das Ergebnis: þber 65.344 Datenpunkte zu spannenden Fragen rund ums Grillen & BBQ, die jeweils getrennt fpr Østerreich und Deutschland analysiert wurden. Eine der Kernaussagen: Grillen ist ein beliebter Lifestyle! Wæhrend sich dieser in Deutschland durch fast alle Altersgruppen nahezu gleichmæáig zieht, læsst sich in Østerreich

eine klare Spitze bei den 30- bis 39-jährigen TeilnehmerInnen erkennen. In beiden Ländern ist der typische Griller bzw. die typische Grillerin hauptsächlich in Kleinstädten und Landgemeinden beheimatet und lebt in einem Haus mit Garten.

Auch im Winter wird gegrillt

Die Grill- und BBQ-Hochsaison ist erwartungsgemäß im Frühling und Sommer. Aber auch im Winter bleibt für 45% der Österreicher und 52% der Deutschen der Grill nicht kalt. Zu den beliebtesten Grillgeräten zählen der klassische Holzkohle/Kugelgrill mit über 70%, der Gasgrill mit über 50% und der Smoker mit 30% der Nennungen. Bei 8% der Österreicher und 12% der Deutschen landet nur Fleisch am Grill. Zum beliebtesten Fleisch gehört mit 82% (AT) bzw. 87% (DE) das Rindfleisch, nur rund 6% der Österreicher und 9% der Deutschen greifen beim Grillen zu vegetarischen Fleischersatz-Produkten. Wenig überraschend war, dass Grillen mit 81% Männeranteil noch sehr unausgeglichen in der Geschlechterverteilung ist.

Was das Einkaufsverhalten des typischen Grill-Enthusiasten angeht, zeigen sich deutliche Unterschiede zwischen Deutschland und Österreich: während Österreicher lieber ihren Grill noch im Baumarkt kaufen, haben die Deutschen bereits einen höheren Anteil bei Online Shops. Über 60% geben dabei jährlich bis EUR 500,- für Grills, Zubehör und Verbrauchsmaterial aus. Bei der Frage zur Markentreue sind sich Österreicher und Deutsche uneinig. Österreicher bevorzugen zu 47% eine bestimmte Marke, während es in Deutschland 64% egal ist, zu welcher Marke beim Grillkauf gegriffen wird.

Grill & BBQ Studie 2019 für Österreich und Deutschland frei zugänglich

Diese und weitere Ergebnisse der Grill-Studie 2019 sind ab sofort frei und kostenlos unter diesem [Link](#) abrufbar. Darunter

finden sich etwa Antworten auf die Frage, in welchen Situationen gegrillt wird, ob die Grillprofis lieber selber marinieren, wie wichtig Bio-Qualität ist, welche vegetarischen Speisen am beliebtesten sind und welche Quellen von der Community zu Rate gezogen wird bzw. welcher Grill-Blogger oder YouTuber besonders begehrt ist unter den GrillmeisterInnen.

Auf der genannten Zielseite zur Studie finden sich die wesentlichen Aussagen und Analysen zusammengefasst und mit Grafiken illustriert wieder. Alle ausgewerteten Daten sowie Informationen zum Untersuchungsdesign, den Fragen und den Hintergründen sind in der Vollversion der Grill & BBQ Studie 2019 für Österreich und Deutschland enthalten und können via Download-Button einfach als PDF-Datei heruntergeladen werden. Zusätzlich zur aufwendig aufbereiteten Studie, in der insgesamt über 130 Stunden Arbeit und Unmengen an Kaffee stecken, haben die AutorInnen eine Infografiken mit den wesentlichen Ergebnissen erstellt.

Romana Hieá: Mit unserer Studie haben wir einen wertvollen Beitrag für die Branche geleistet, der zahlreiche interessante Ergebnisse hervorgebracht hat. Wir danken allen TeilnehmerInnen und freuen uns über Feedback zur Grill-Studie und den Ergebnissen.

Besuchen Sie uns auf: fleischundco.at