



# Presse-Information

---

## **Nur für Kinder? Ostereiersuche zum Fest auch bei Erwachsenen beliebt**

Hamburg, 27. März 2018. Jeder zweite Deutsche (52%) wird zum Osterfest Schokoladenfiguren und -ostereier verschenken. Nach einer repräsentativen Befragung des Marktforschungsinstituts Ipsos freuen sich vier von zehn Bundesbürger (42%) darauf, sich auch selbst auf die Suche nach den süßen Leckereien zu machen. 47 Prozent denken dagegen, die Ostereiersuche sei nur etwas für Kinder. Bei einem Viertel der Deutschen wird das Osterfest zudem besonders sehnsüchtig erwartet: sie haben in den letzten Wochen bewusst auf Schokolade verzichtet und freuen sich daher besonders, sie an Ostern wieder zu genießen.

### **Ohne Hasen geht es nicht**

Für die Mehrheit der Deutschen (68%) gehört der Schoko-Osterhase zu einem Osternest zwingend dazu. Schoko-Schäfchen oder -Küken können ihn nicht ersetzen. Vor allem in den neuen Bundesländern halten ihn die Befragten (73%) für unverzichtbar. Hier erinnert man sich auch besonders gerne an die Ostereiersuche in der Kindheit zurück (82% vgl. 74% alte Bundesländer).

### **Auf das Aussehen kommt es an**

Ein Viertel (27%) der Deutschen entscheidet sich beim Osterhasenkauf im Zweifelsfall eher für das Aussehen des Schokotiers als für den Geschmack. Das hat auch Auswirkungen auf die Lebensdauer des Hasen. Vier von zehn Deutschen (39%) finden das Tierchen so niedlich, dass sie es nicht über das Herz bringen, es direkt zu verspeisen. Vor allem Frauen (47%) haben hier Skrupel.

### **Schokoprodukte: Tradition oder Abwechslung?**

Ein Viertel derjenigen, die in diesem Jahr Schokolade zum Fest verschenkt, greift seit Jahren auf den gleichen Osterhasen zurück. Dagegen ist knapp die Hälfte (45%) der Deutschen für Abwechslung im Osternest: sie probiert gerne neue Geschmacksvarianten aus. Auch Schokoladenprodukte mit weniger Zucker sind bei den Deutschen gefragt. Bemerkenswert: jeder Zweite (50%) wünscht sich eine größere Auswahl an zuckerreduzierten Schoko-Osterartikeln.

### **Steckbrief:**

Repräsentative Online-Befragung unter 2000 deutschsprachigen Personen im Alter von 16 bis 70 Jahren im i:omnibus von Ipsos Observer zwischen dem 16. und 20. März 2018

### **Über Ipsos und Ipsos Observer:**

Ipsos ist ein unabhängiges und innovatives Dienstleistungsunternehmen, das weltweit Services rund um die Markt- und Meinungsforschung anbietet. Um unseren Kunden bestmöglichen Service zu bieten, haben wir uns in fünf Forschungsbereichen spezialisiert. So bestimmen unsere engagierten Forscher Marktpotenziale, zeigen Markttrends, testen Produkte, Werbung und Dienstleistungen, erforschen die Wirkung von Medien und geben der öffentlichen Meinung eine Stimme. Und das in 88 Ländern, auf allen Kontinenten. In Deutschland ist Ipsos das drittgrößte Marktforschungsinstitut. Wir beschäftigen in unserem „Home of Researchers“ über 600 Mitarbeiter in Hamburg, Mölln, München, Frankfurt und Berlin sowie weitere 3.000 freiberufliche Mitarbeiter.

Der Forschungsbereich **Ipsos Observer** ist spezialisiert auf die Erhebung und Bereitstellung von marktrelevanten Informationen. Unser Engagement und unsere Passion ermöglichen es unseren Kunden, qualitativ hochwertige Forschungsergebnisse zu einem wettbewerbsfähigen Preis zu erhalten. Damit helfen wir Ihnen, schnell die richtige Entscheidung zu treffen.



**Kontakt Ipsos Pressestelle**

Gudrun Witt  
Gudrun.Witt@ipsos.com

Sachsenstraße 6  
20097 Hamburg  
Tel. 040 80096 4179



# Oster (-Hasen) Traditionen

**52%** planen Osterschokoartikel zu verschenken



**Ohne Hasen geht es nicht!**

Für **68%** gehört der Schokohase kompromisslos ins Osternest



zu **niedlich: 39%** haben Skrupel ihn gleich zu essen.



**Hasenkauf: 27%** Aussehen geht vor Qualität

**Schenken: 25%\*** verschenken immer den gleichen Osterhasen  
\* der Osterhasenverschenker

## Eier suchen nicht nur für Kinder

**42%** suchen gern selbst



**76%** erinnern sich gern an das Eiersuchen in der Kindheit

**25%** haben in den letzten Wochen bewusst auf Schokolade verzichtet, um sie Ostern wieder genießen zu können



Quelle: Ipsos Studie „Ostern 2018“.  
Repräsentative Online-Befragung unter 2000 Personen  
im Alter von 16 bis 70 Jahren im I omnibus von Ipsos Observer.  
Befragungszeitraum 16. - 20. März 2018

GAME CHANGERS



**Kontakt Ipsos Pressestelle**  
Gudrun Witt  
Gudrun.Witt@ipsos.com

Sachsenstraße 6  
20097 Hamburg  
Tel. 040 80096 4179