

Sajtószolgálat

2013. október 22.

Hazánkban Stahl Judit a legismertebb tévés szakács

[2013. november 6. 2013. október 22.](#)

Tisza Andrea
B&P Consulting
Tel.: (+36-1) 349-2939
Fax: (+36-1) 269-2504
E-mail:
andrea.tisza@braunpartners.hu

A többségnek Jamie Oliver a kedvence

A gasztronómia változatlanul a divatos, kedvelt témakörök egyike. Mi sem bizonyítja ezt jobban, mint a televízióból jól ismert, külföldi „celeb-szakácsok” kiemelkedő ismertsége a hazai internetezők körében, amelyhez kedvező kedveltségi mutatók is párosulnak a GfK Hungária rendszeres Sztár Monitor felmérésének legfrissebb adatai szerint.

A „Pucér szakácsként” rendkívül széleskörű nemzetközi ismertségre szert tevő **Jamie Olivert** például tízből hét megkérdezett már hazánkban is ismeri, amely arány a hölgyek körében még kiemelkedőbb, 80 százalék feletti. Szintén széles körben ismert a gasztró TV-showk fenegyereke, **Gordon Ramsey** is (ismertsége a teljes magyar internetezői populációban szintén 80 százalék körül mozog), azonban ő remek séf-kvalitásaihoz párosuló karcos stílusának köszönhetően jóval megosztóbb tévés személyiségnek számít.

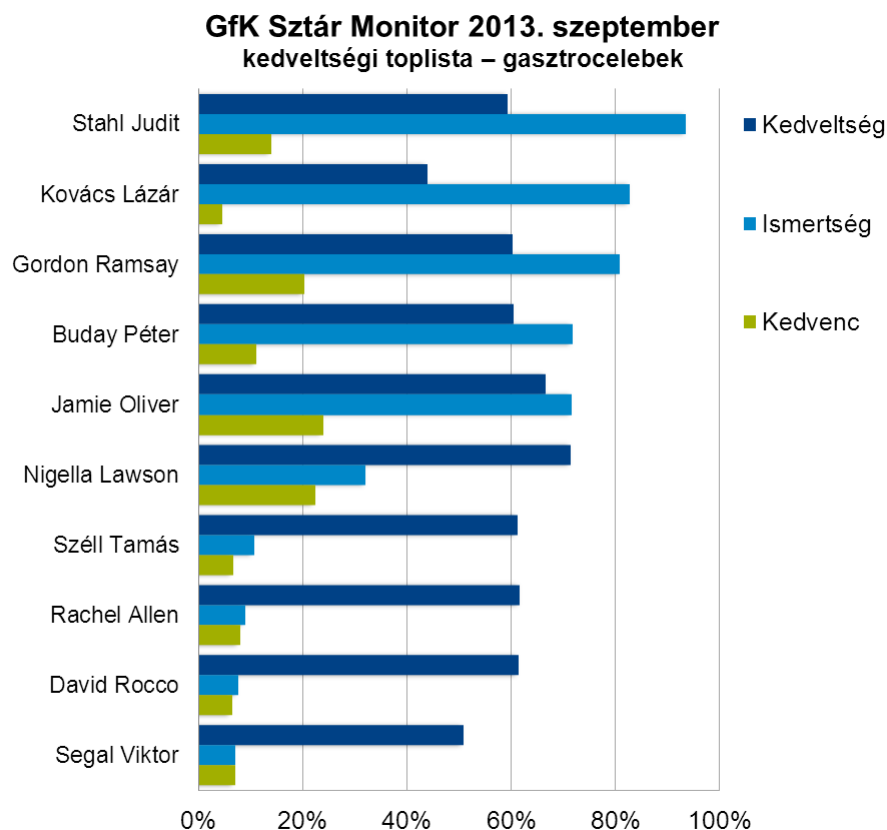
A jelenleg elsősorban magánéleti válsága és válása miatt a sajtóhírek célkeresztjébe kerülő **Nigella Lawson**t ennél jóval kevesebben ismerik: neve csupán az internetezők harmadának cseng ismerősen. Megítélése azonban kollégáihoz hasonlóan meglehetősen pozitív – az őt ismerők háromnegyede nagyon pozitívan nyilatkozik a hobbiszakácsnőről, sőt, az utóbbi hetek fokozott sajtóérdeklődése hatására sem tartják túlzónak médiajelenlétét a magyar internetezők (csupán 3 százalékuk szerint szerepelt Nigella túl sokat a címlapokon az utóbbi időben).

Érdekes a hazai „gasztró-celebek” ismertségének és kedveltségének összevetése külföldi kollégáik eredményeivel is. Szembetűnő például, hogy a televíziós főzőműsorával több mint egy évtizede képernyőn levő **Stahl Judit** ismertsége szinte teljeskörű (94 százalék) az internetezők célcsoportjában, illetve az éttermi séfként dolgozó, és ezzel párhuzamosan televízióban is hosszú évek óta feltűnő **Kovács Lázárt** vagy **Buday Pétert** is nagy arányban ismerik a megkérdezettek (előbbi 83, utóbbi 72 százalékos ismertségnek örvend).

GfK Hungária
Piackutató Intézet
Visegrádi u. 31.
1132 Budapest

Tel.: (+36-1) 452-3050
Fax: (+36-1) 320-1776
www.gfk.hu
www.facebook.com/gfkhungaria
firm@gfk.com

Igazgató:
Kozák Ákos



Forrás: Sztármonitor 2013. szeptember, GfK Hungária

A legnagyobb ismertségre számot tartó hazai tévés szakácsok megítélését vizsgálva érdemes kiemelni, hogy míg **Stahl Juditot** a 40 feletti hölgyek értékelik a legpozitívabban, addig **Kovács Lázár** megítélése a fiatalabb, 30 év alatti internetezők körében a legkedvezőbb, és érdekes módon a séfről alkotott vélemények a férfiak és a nők körében nagy hasonlóságot mutatnak.

Érdemes szót ejteni **Széll Tamásról**, az első magyar séfről, aki bejutott a világ legrangosabb szakácsversenye, a Bocuse d'Or 2013-as döntőjébe, ahol az igen előkelő 10. helyet szerezte meg. A séfet – aki a szakmai megmérettetésen való szereplésén túlmenően ritkán szólalt meg a médiában – jelenleg minden tizedik internetező ismeri. A gasztronómia lelkes rajongói azonban már most meglehetősen kedvezően vélekednek róla nemtől és korosztálytól függetlenül: a séfet ismerők fele fogalmaz meg pozitív véleményt, és nincs olyan internetező, aki túlzott, már-már zavaró médiajelenléte miatt kritizálná a szakembert.

A kutatásról

A GfK Sztár Monitor kutatás keretében hullámonként 80 sztár ismertsége, kedveltsége kerül feltérképezésre. Az ismertség mérése az adott személy

fényképének, illetve nevének feltüntetésével történik. A válaszadóknak három egyszerű kérdésre kell válaszolniuk minden egyes hírességgel kapcsolatban:

- ✓ Ismerik-e az adott sztárt?
- ✓ Ha ismerik, mennyire kedvelik? (A kedveltség mérése 5 fokú skálán történik.)
- ✓ Amennyiben ismerik az adott hírességet, unalmasnak tartják-e, vagyis megítélésük szerint túl sokat – vagy esetleg túl keveset – szerepel-e a médiában?

A kutatás valamennyi hulláma online (CAWI) adatfelvétellel kerül lebonyolításra 400 fős, a hazai internetezőket reprezentáló mintán. A hivatkozott hullám 2013 szeptemberében készült.

A GfK-ról

A GfK a világ egyik legnagyobb piackutató vállalata, amely világszerte több mint 100 országban 13°000 szakértővel nap mint nap azon dolgozik, hogy megismerje és megértse az emberek gondolkodás- és életmódját, valamint vásárlási szokásait. Folyamatos innovációval, a legújabb technológiák és módszertanok alkalmazásával a GfK lehetőséget ad ügyfeleinek, hogy megismerjék a számukra legfontosabbakat: a vásárlókat. A GfK árbevétele 2012-ben elérte az 1,51 milliárd eurót. További információért látogasson el a www.gfk.hu címre.