



WHITEBOX

Marktforschung | Mystery-Shopping

Online-Befragung

Österreichs Wünsche beim Lebensmitteleinkauf

NAHE
AM
KUNDEN.

Eckdaten der Befragung

- Ziel KonsumentenInnenbefragung zu Österreichs Wünschen beim LM-Einkauf
- Erhebungsmethode Online-Befragung
- Grundgesamtheit Web-Aktive ÖsterreicherInnen
- Stichprobengröße $n = 1.100$
- Befragungszeitraum 16. bis 26. Februar 2017
- Fragebogenlänge 7,5 Minuten
- Schwankungsbreite $\pm 3\%$ bei 95 % Signifikanzniveau

Stichprobenbeschreibung

Die Repräsentativität der Online-Studie ist unter Beachtung folgender Faktoren gewährleistet:

Geschlecht	Anzahl	in %
weiblich	758	69
männlich	343	31

Alter	Anzahl	in %
bis 35 Jahre	406	37
bis 50 Jahre	403	37
+ 50 Jahre	291	26

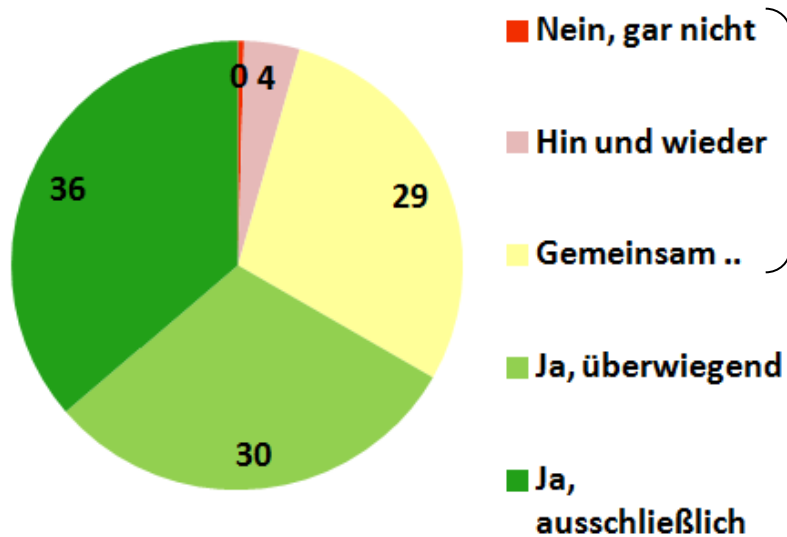
Wohnort	Anzahl	in %
Rest-Ö	869	79
Wien	231	21

- Frauen sind überrepräsentiert, sind auch für die meisten Kaufentscheidungen verantwortlich.
- Mehr jüngere BefragungsteilnehmerInnen.
- Auf Bundesländerebene kann die Repräsentativität gewährleistet werden.

Käufertypen nach dem Einkaufsverhalten

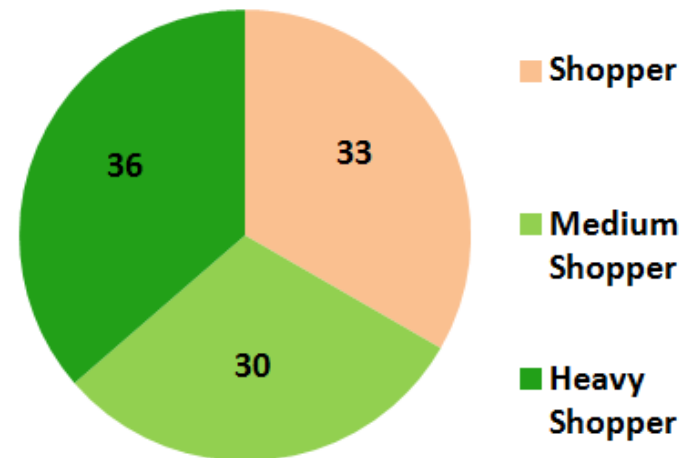
Sind Sie in Ihrem Haushalt für den
Lebensmitteleinkauf zuständig?

(Angaben in %)



Einteilung in Einkäufertypen

(Angaben in %)



(Quelle: WHITEBOX GmbH, Geschlossene Frage, Februar 2017, n = 1100)

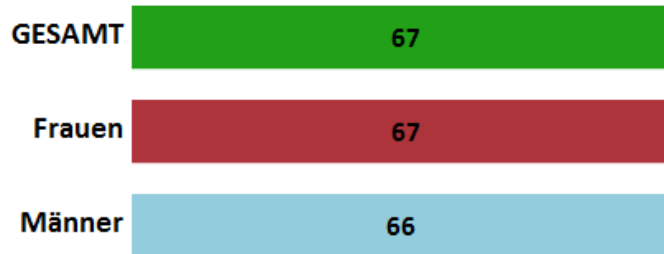
Die wichtigsten Trends

Welche Trends sind Ihnen persönlich wichtig?	Antworten: Sehr wichtig & Wichtig (Angaben in %)		Top-2
Ich achte darauf kein Essen wegzuerfen, das Wegwerfen von Essen zu minimieren.	67	27	94
Es ist wichtig für mich, dass ich erkenne wo Lebensmittel herkommen und wie sie hergestellt werden.	64	27	91
Ich achte darauf regionale Produkte einzukaufen.	46	38	84
Ich achte darauf saisonal Verfügbares einzukaufen.	42	41	83
Ich achte darauf, was Produkten NICHT zugesetzt wird (z.B. frei von Farbstoffen, ...)	42	33	75
Ich achte bei Prod. auf klimaschonende Prod. u. kurze Transportwege (CO2 Fingerprint).	23	34	57
Mir ist es wichtig Bio-Produkte zu kaufen.	21	33	54

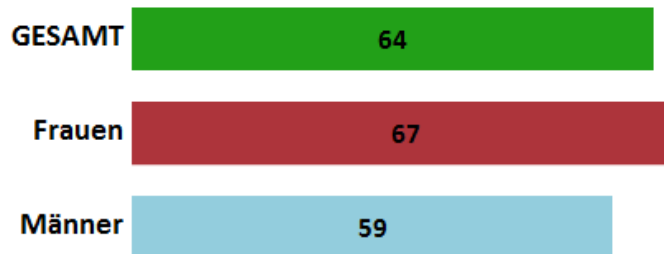
(Quelle: WHITEBOX GmbH, Geschlossene Frage, Februar 2017, n = 1100)

Die wichtigsten Trends

**Ich achte darauf kein Essen wegzuerwerfen,
das Wegwerfen von Essen zu minimieren. (Antwort: Sehr wichtig, Angaben in %)**

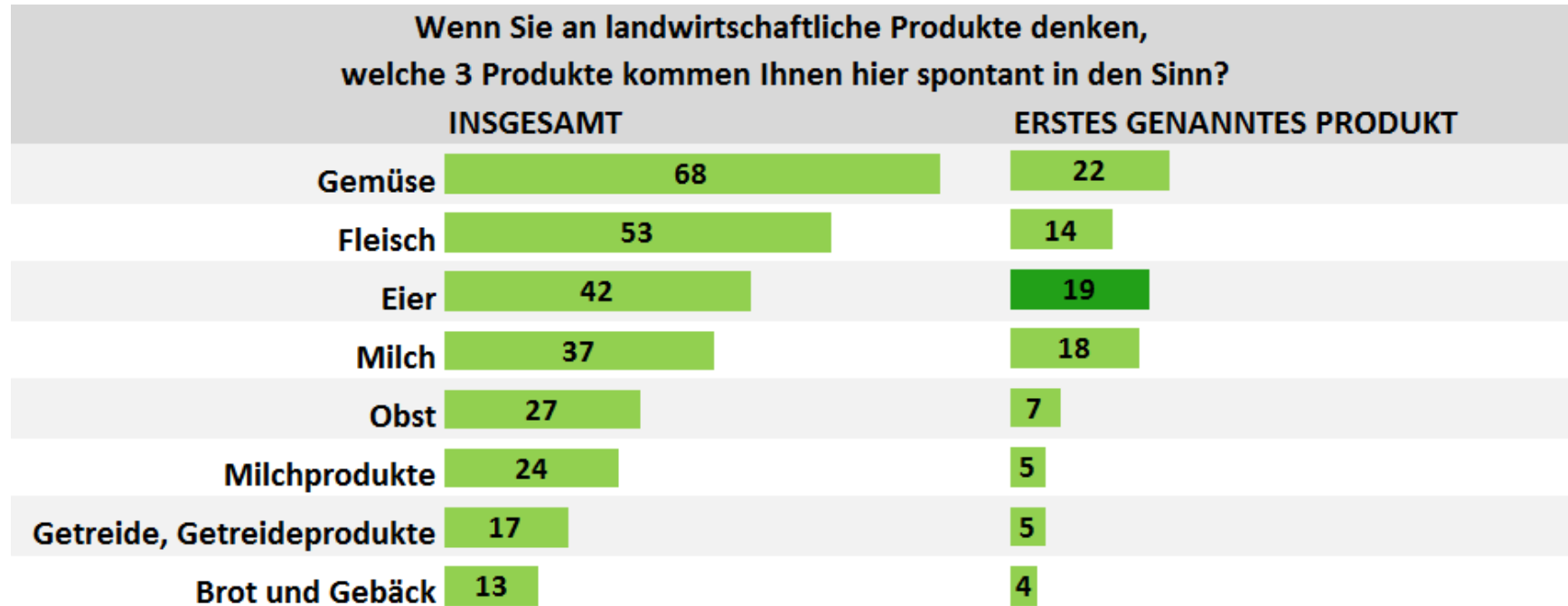


**Es ist wichtig für mich, dass ich erkenne wo Lebensmittel
herkommen und wie sie hergestellt werden. (Antwort: Sehr wichtig, Angaben in %)**



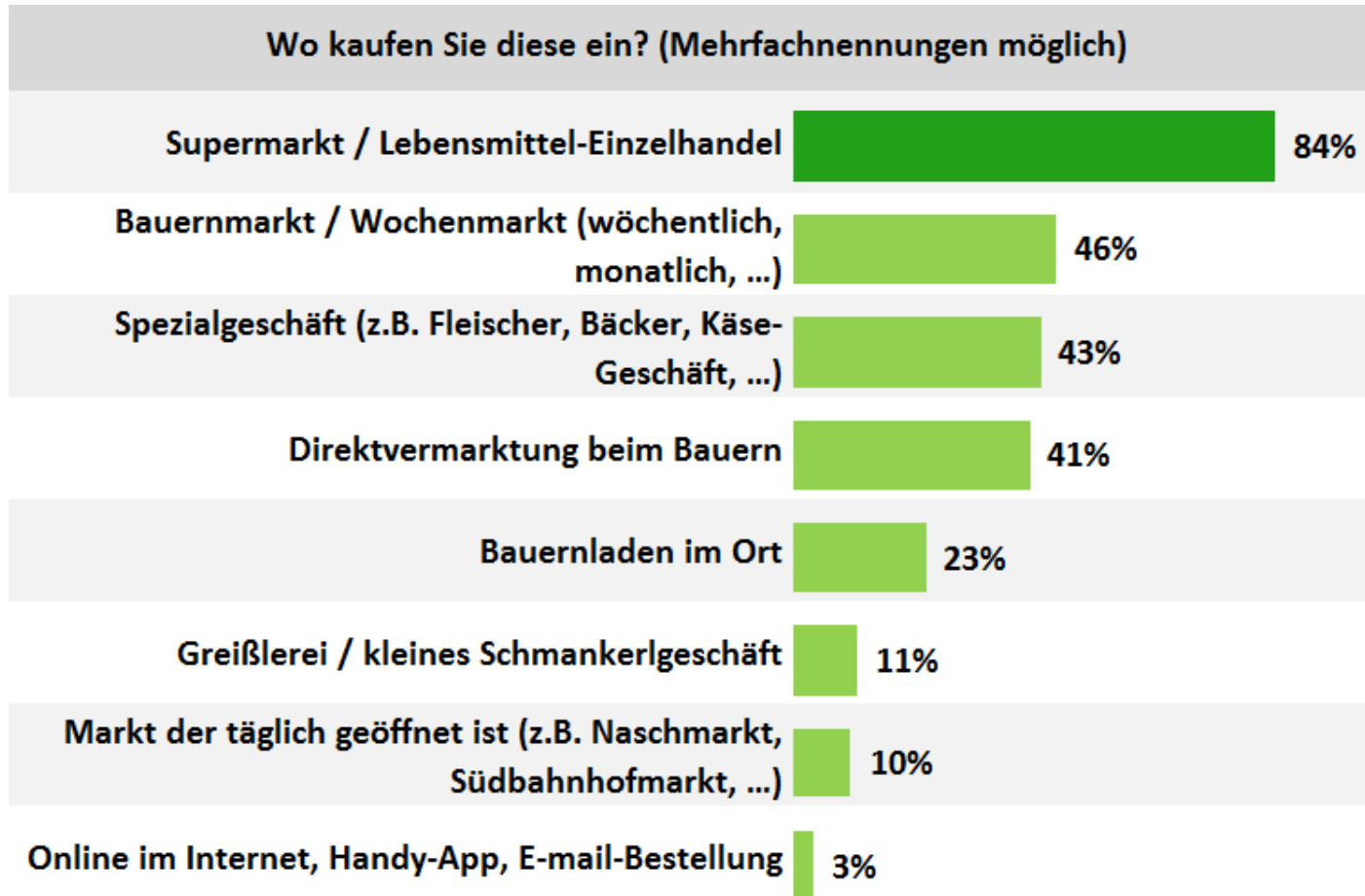
(Quelle: WHITEBOX GmbH, Geschlossene Frage, Februar 2017, n = 1100)

Spontane Nennungen von Frische-Produkten



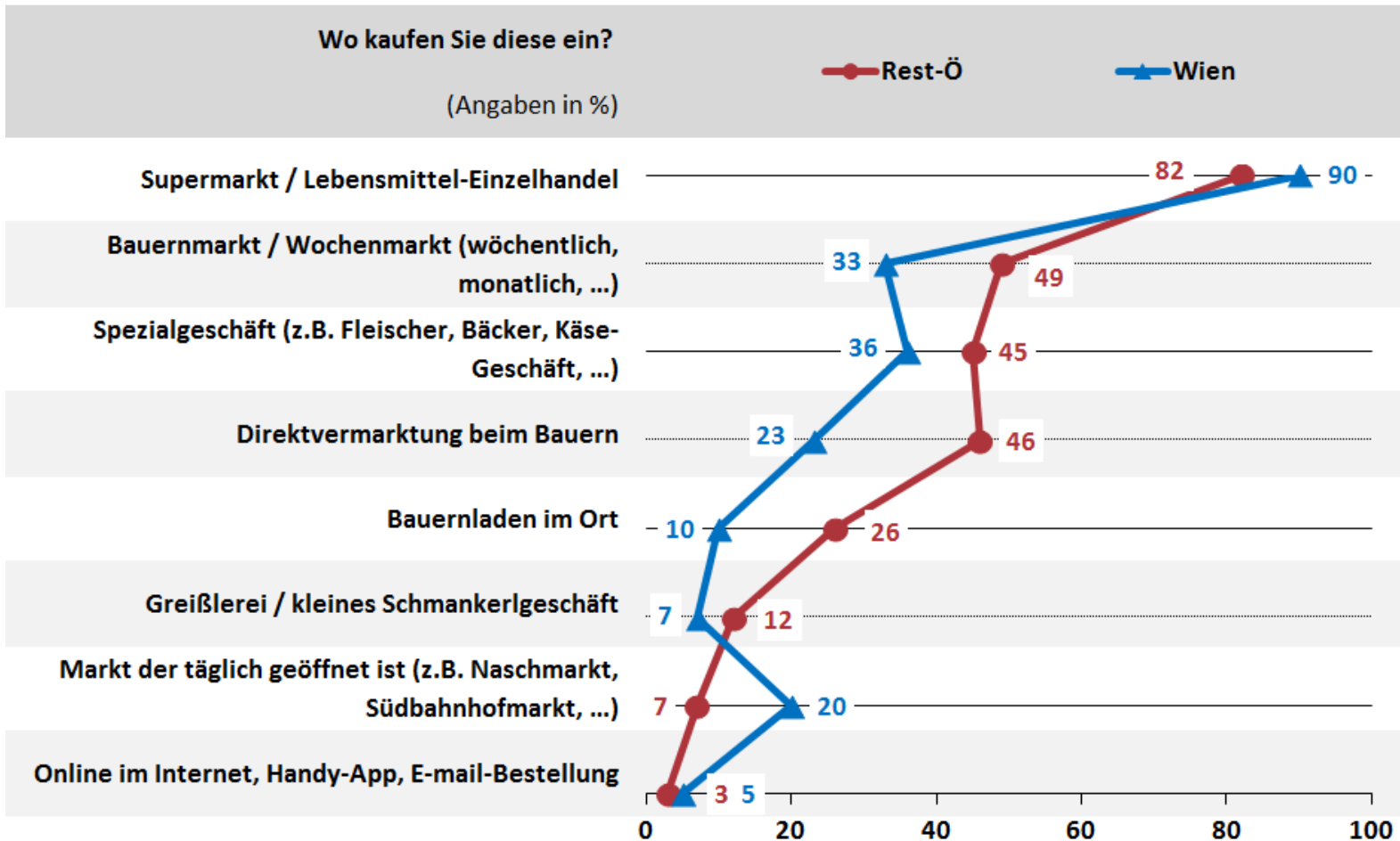
(Quelle: WHITEBOX GmbH, Offene Frage, Februar 2017, n = 1100)

Einkaufsquellen dieser Produkte



(Quelle: WHITEBOX GmbH, Geschlossene Frage, Februar 2017, n = 1100)

Wien ist anders

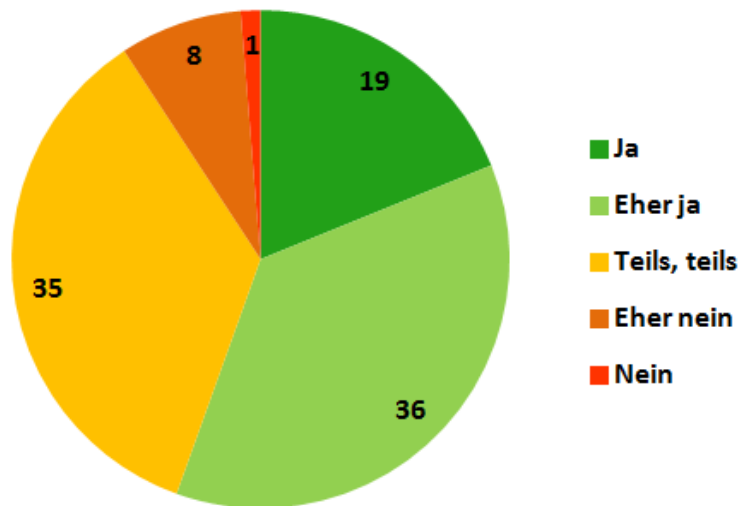


(Quelle: WHITEBOX GmbH, Geschlossene Frage, Februar 2017, n = 1100)

Angebot und Preise

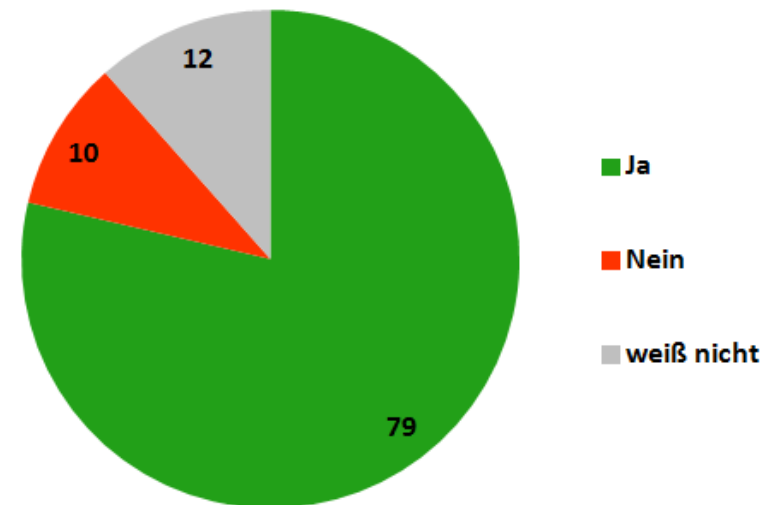
Finden Sie im Supermarkt / Lebensmittel-Einzelhandel die von Ihnen gewünschte Angebotsbreite an landwirtschaftlichen Produkten aus Österreich?

(Angaben in %)



Sind Sie bereit für österreichische Produkte vom Bauernhof mehr zu bezahlen?

(Angaben in %)

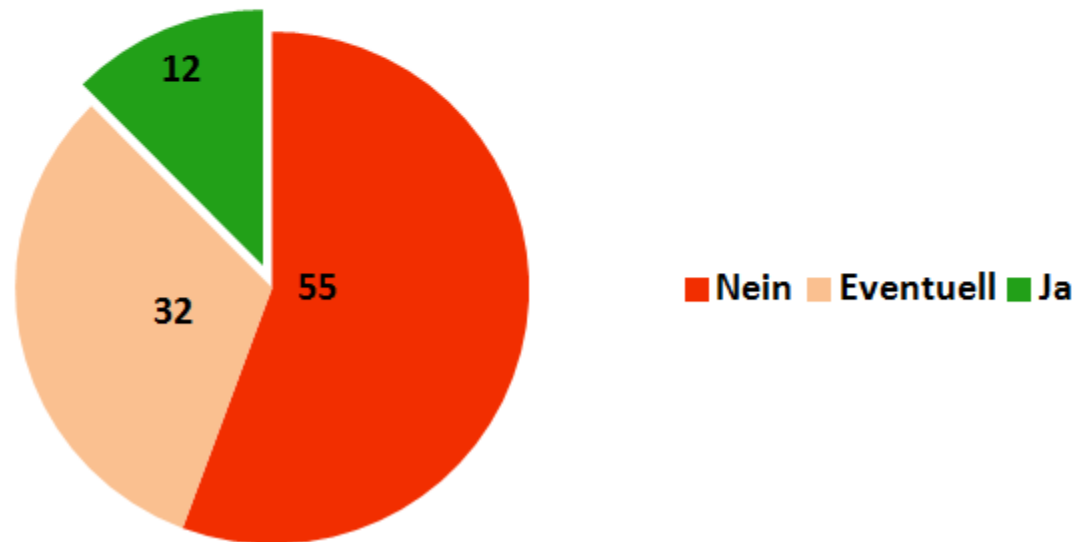


(Quelle: WHITEBOX GmbH, Geschlossene Frage, Februar 2017, n = 1100)

Elektronischer Marktplatz

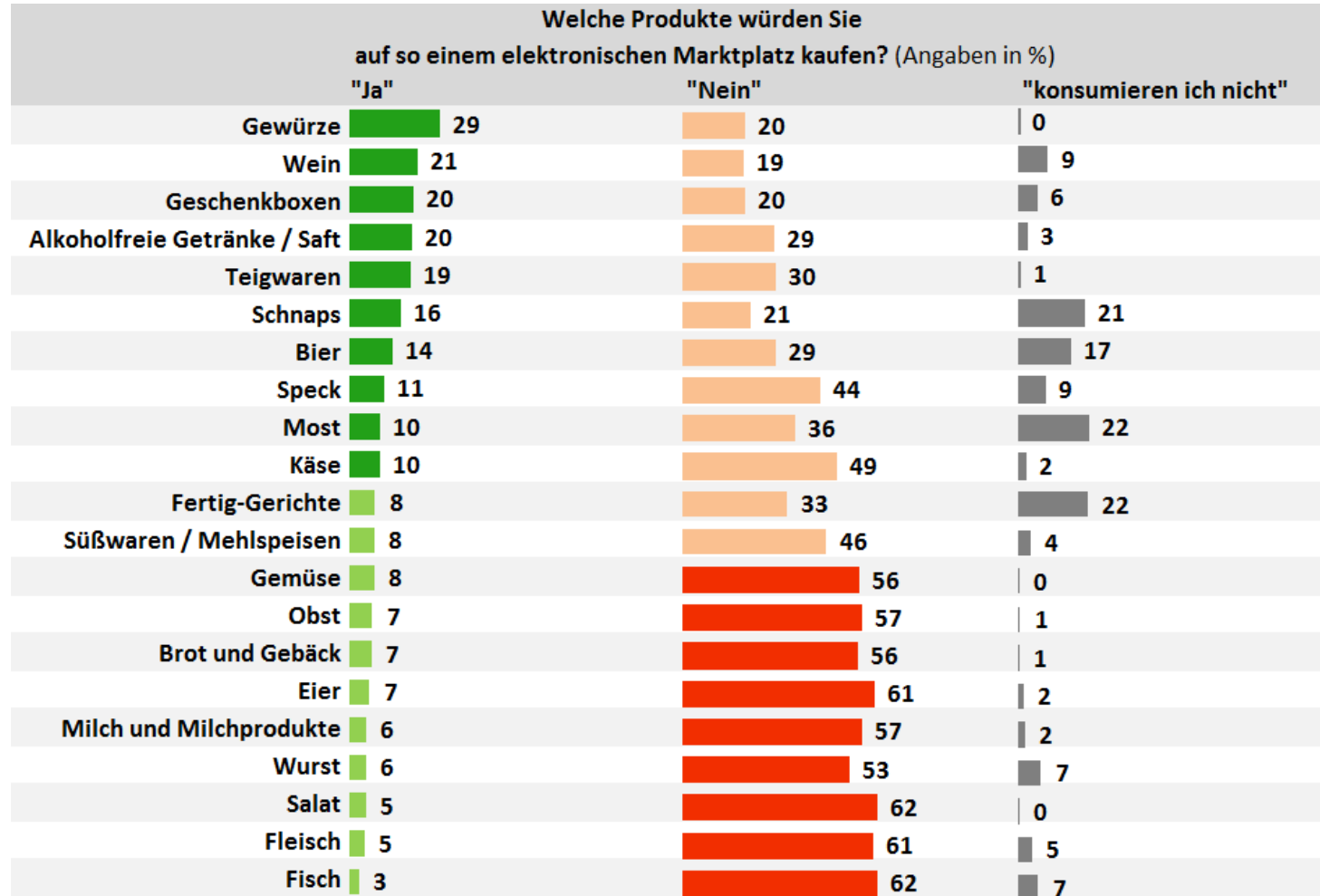
Würden Sie gerne landwirtschaftliche Produkte aus Österreich auch Online / auf einem elektronischem Marktplatz (ähnlich Amazon, willhaben, ebay, ...) kaufen?

(Angaben in %)



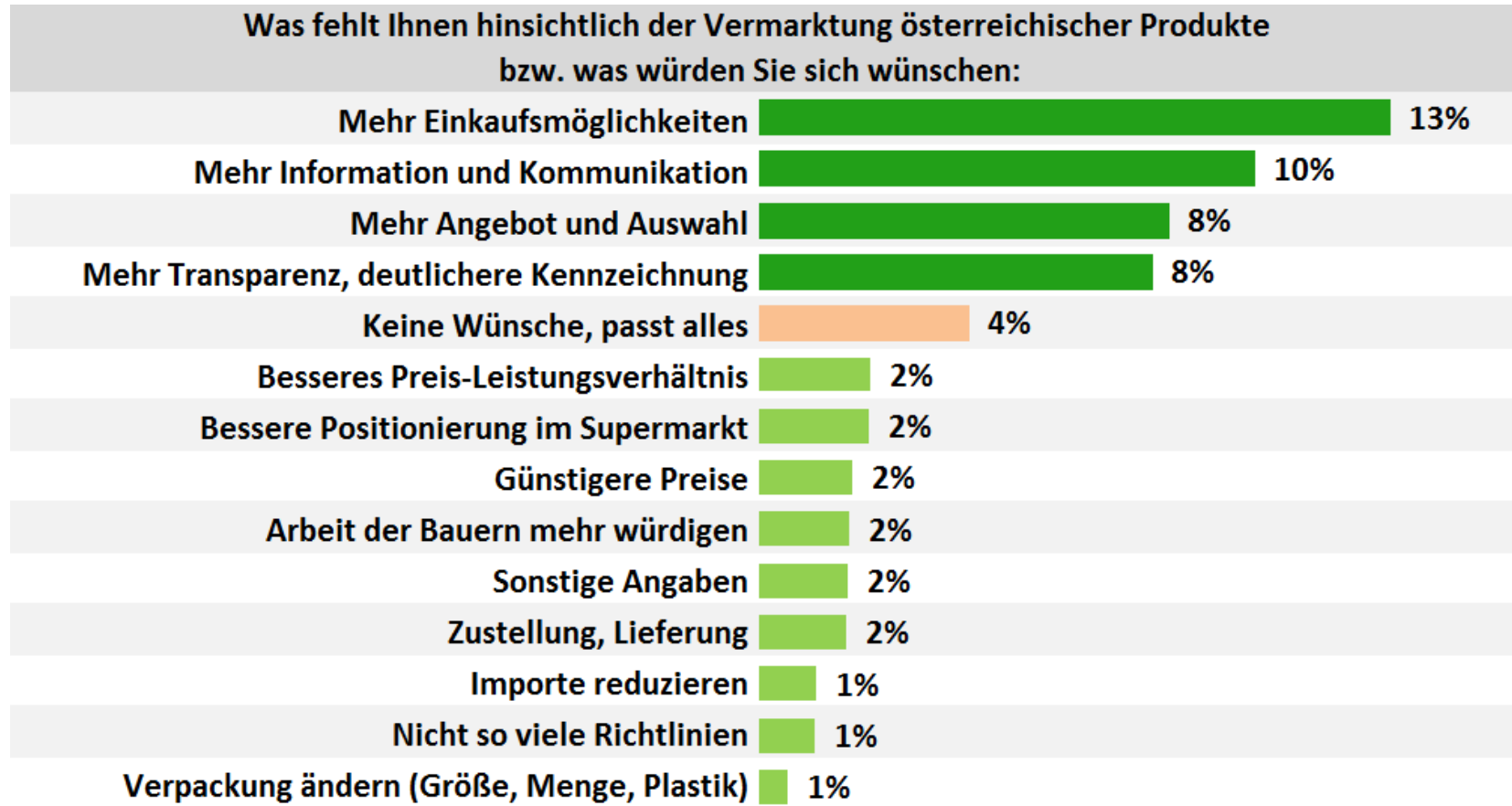
(Quelle: WHITEBOX GmbH, Geschlossene Frage, Februar 2017, n = 1100)

Produktpalette für den elektronischen Marktplatz



(Quelle: WHITEBOX GmbH, Geschlossene Frage, Antworten: Ja, Eher ja, Eventuell, Eher nein, Nein, konsumiere ich nicht; Februar 2017, n = 1100)

Wünsche der KonsumentInnen



(Quelle: WHITEBOX GmbH, Offene Frage, Angaben in %, Februar 2017, n = 1100)

KEY-FINDINGS DER STUDIE

- Eindeutige Trends beim Lebensmitteleinkauf erkennbar
- Foodwaste, Informationsbedarf, mehr Einkaufsmöglichkeiten
- Wichtigsten Produkte: Gemüse, Eier, Milch, Fleisch
- Wichtigste Einkaufsquelle: Supermarkt
- Mit der Angebotspalette im Supermarkt grundsätzlich zufrieden
- Höhere Preise für Ö Produkte vom Bauernhof vertretbar
- 12 % würden gerne auch online einkaufen + 33 % eventuell



WHITEBOX

Marktforschung | Mystery-Shopping

Kontakt WHITEBOX GmbH

Daniela Höllerbauer, MBA

d.hoellerbauer@whitebox.at

Sabine Postlmayr, BA

s.postlmayr@whitebox.at

WHITEBOX GmbH

A-4020 Linz, Wiener Straße 131

Tel.: 0732 / 66 11 67

Besuchen Sie uns auf whitebox.at