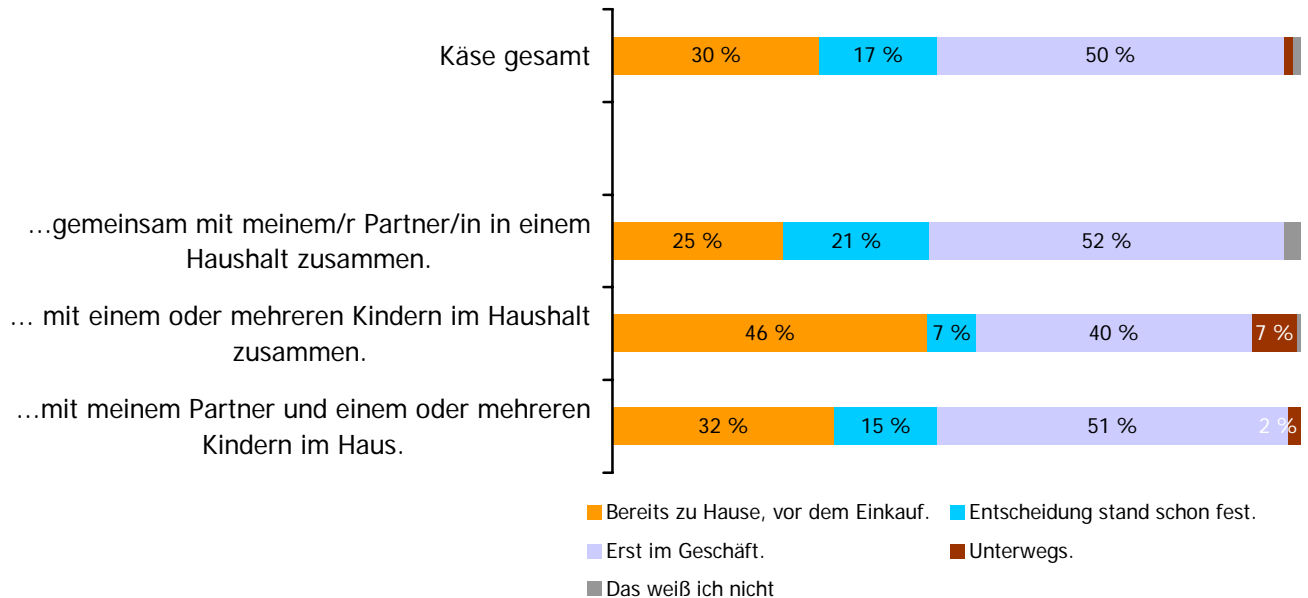


E. KAUFENTSCHEIDUNGSFAKTOREN DER BRANCHE

E.2b. Entscheidungsort

„Und wo genau ist die Entscheidung gefallen, welche Marke für Ihren Haushalt eingekauft wird?“
/ *Lebenssituation im Haushalt*



Basis: 218 befragte Verbraucher/innen.

Lediglich in Haushalten von alleinerziehenden Eltern wird die Entscheidung über die gekaufte Marke überproportional häufig bereits vorher getroffen (siehe Schaubild E.2b.). Ein Grund hierfür sind die knapperen finanziellen Ressourcen in Alleinerziehendenhaushalten, die sich von vornherein eher auf preiswerte Produkte konzentrieren. Dadurch wird bereits eine Vorauswahl der Käsemarke getroffen, da in diesem Segment weniger Marken zur Auswahl stehen.