

INHALT

A.	POSITIONIERUNG DER STUDIE	3
	Süßwaren 2005	4
	Mehrmesszeitpunkte	4
B.	STUDIENDESIGN	6
	Methode	7
	Warum Online?	7
	Feldzeit	7
	Stichprobe/ Grundgesamtheit	8
	Geschlecht und Altersgruppen	9
	Beruflicher Status	9
	Wer gehört neben Ihnen noch zu Ihrem Haushalt?	10
	Leben Kinder unter 18 Jahren in Ihrem Haushalt?	10
	Anzahl der Kinder im Haushalt	11
	Geschlecht und Alter der Kinder im Haushalt?	11
C.	Einkaufsverhalten bei Süßwaren	12
	Einkaufsverhalten bei Süßwaren	13
	„Wo kaufen Sie Ihre Süßwaren ein?“	13
	„In welchem Discounter kaufen Sie persönlich sehr häufig Süßwaren ein?“	16
	„Wenn Sie einmal Ihr Einkaufsverhalten hinsichtlich Süßwaren überdenken, wie häufig kaufen Sie in sogenannten Impulskanälen ein (z. B. Tankstellen, Kioske etc.)?“	18
	„Wer entscheidet bei Ihnen im Haushalt, wenn es um den Einkauf von Süßwaren geht?“	22
	„Bitte schätzen Sie mal: Wie viel von 100 €, die Sie selbst für konsumierte Süßwaren ausgeben, entfallen auf die jeweiligen Untergruppen?“	26
	„Wie würden Sie sich selbst einschätzen: Essen Sie selbst insgesamt mehr oder weniger Süßwaren als der Durchschnitt?“	29
	„Welches ist Ihre absolute Lieblings-Süßigkeit? Bitte nennen Sie nur ein Produkt und die entsprechende Marke, würden wir z. B. nach Kaffee fragen, könnten Sie schreiben: 'Feine Milde von Eduscho' - es ist wichtig, dass Sie Ihre Lieblings-Süßigkeit möglichst genau beschreiben.“	31
	Selbst-Typisierung	33
	Hier sehen Sie ein paar "Süßwaren"-Typen: Welchem Typ würden Sie sich zuordnen?	33
D.	Beurteilung von 30 Süßwarenmarken	34
	Süßwaren-Präferenzen und Bewertung von 30 ausgewählten Markenprodukten	35
	Gestützte Verwendung von 30 ausgewählten Süßwaren-Produkten. Sortiert nach der Verwendungshäufigkeit.	37
	„Bitte beurteilen Sie die Aussage: ‚Das Produkt ... ist mir sympathisch‘.“	39
	„Bitte beurteilen Sie die Aussage: ‚Das Produkt ... hat eine hohe Qualität‘.“	41
	„Bitte beurteilen Sie die Aussage: ‚Das Produkt ... hat eine gute Werbung‘.“	43
E.	Fazit	46
F.	Impressum	48
	INNOFACT AG Research & Consulting	49
	Lebensmittel Praxis	49
G.	Der Fragebogen	50
	(Fragebogen und Tabellenteil umfassen 94 Seiten)	