

# Bauernladen/ Ernährungstrends



Februar 2020

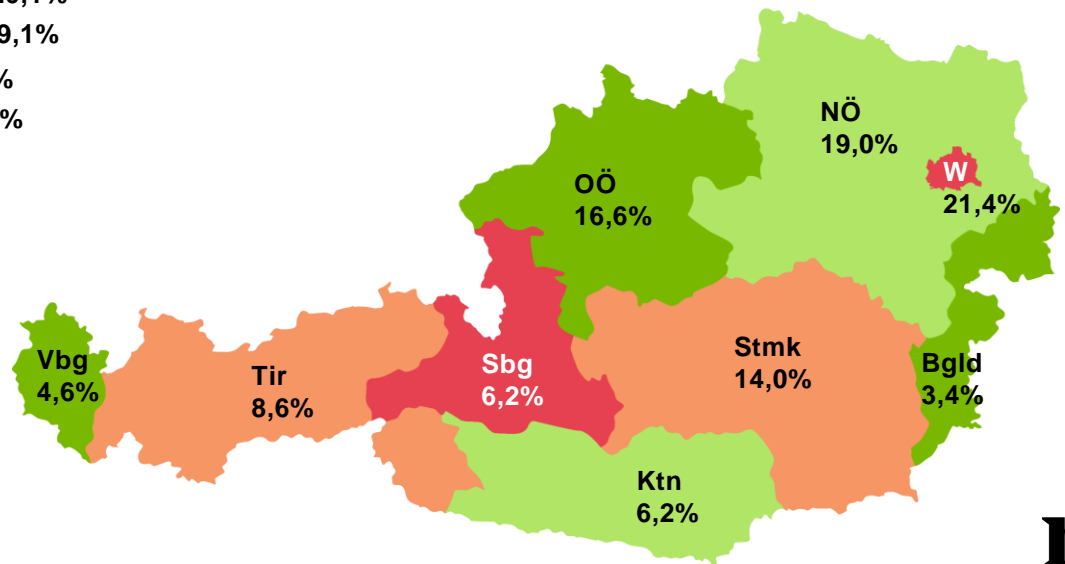
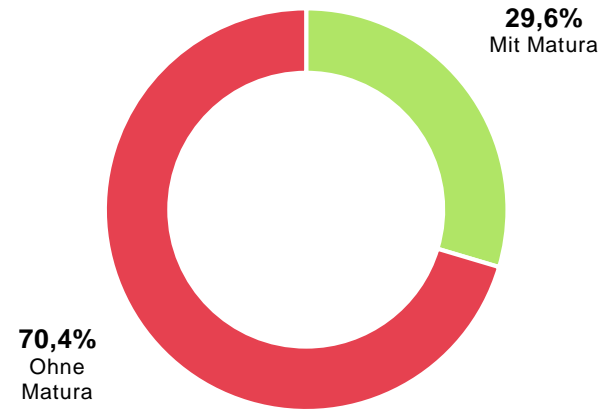
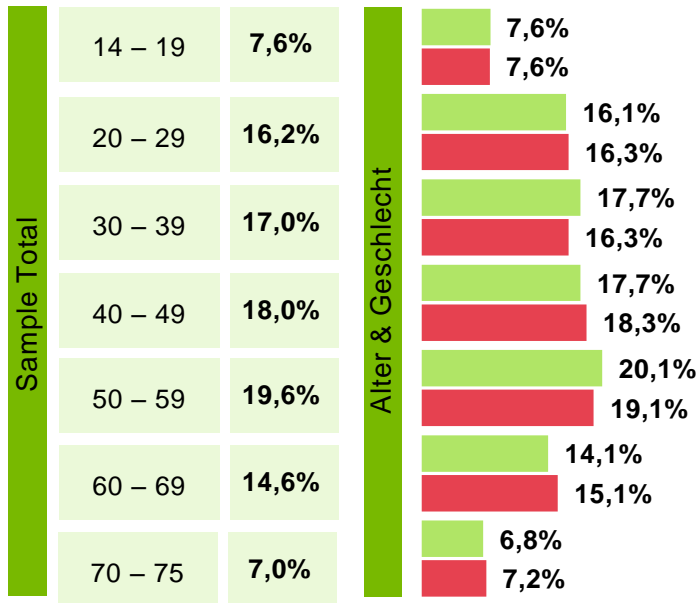
**marketagent.**

# Umfrage-Basics

<b>Auftraggeber</b>	medianet
<b>Methode</b>	CAWI   Marketagent Online Access Panel
<b>Sample-Größe</b>	n = 500 Netto-Interviews
<b>Kernzielgruppe</b>	Personen im Alter zwischen 14 und 75 Jahren   Inzidenz: 100%
<b>Quotensteuerung</b>	Sample repräsentativ für die österreichische Bevölkerung   Random Selection
<b>Feldzeit</b>	31.01.2020 – 05.02.2020
<b>Studienumfang</b>	4 Fragen
<b>Mobile Teilnahme</b>	56,4%
<b>Daten-Cleaning</b>	10 Respondenten

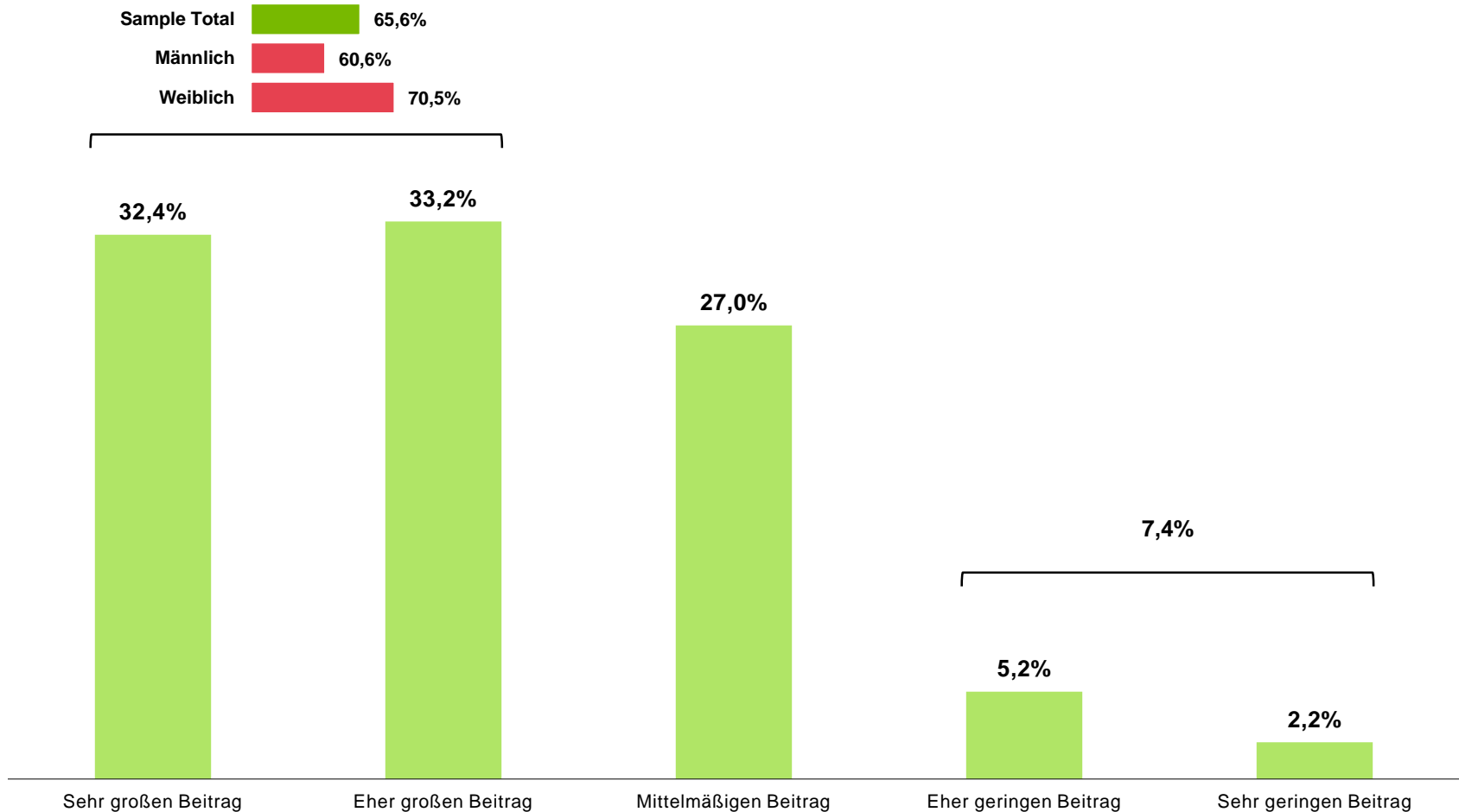
# Zusammensetzung des Samples | n = 500

♂ 49,8%    ♀ 50,2%

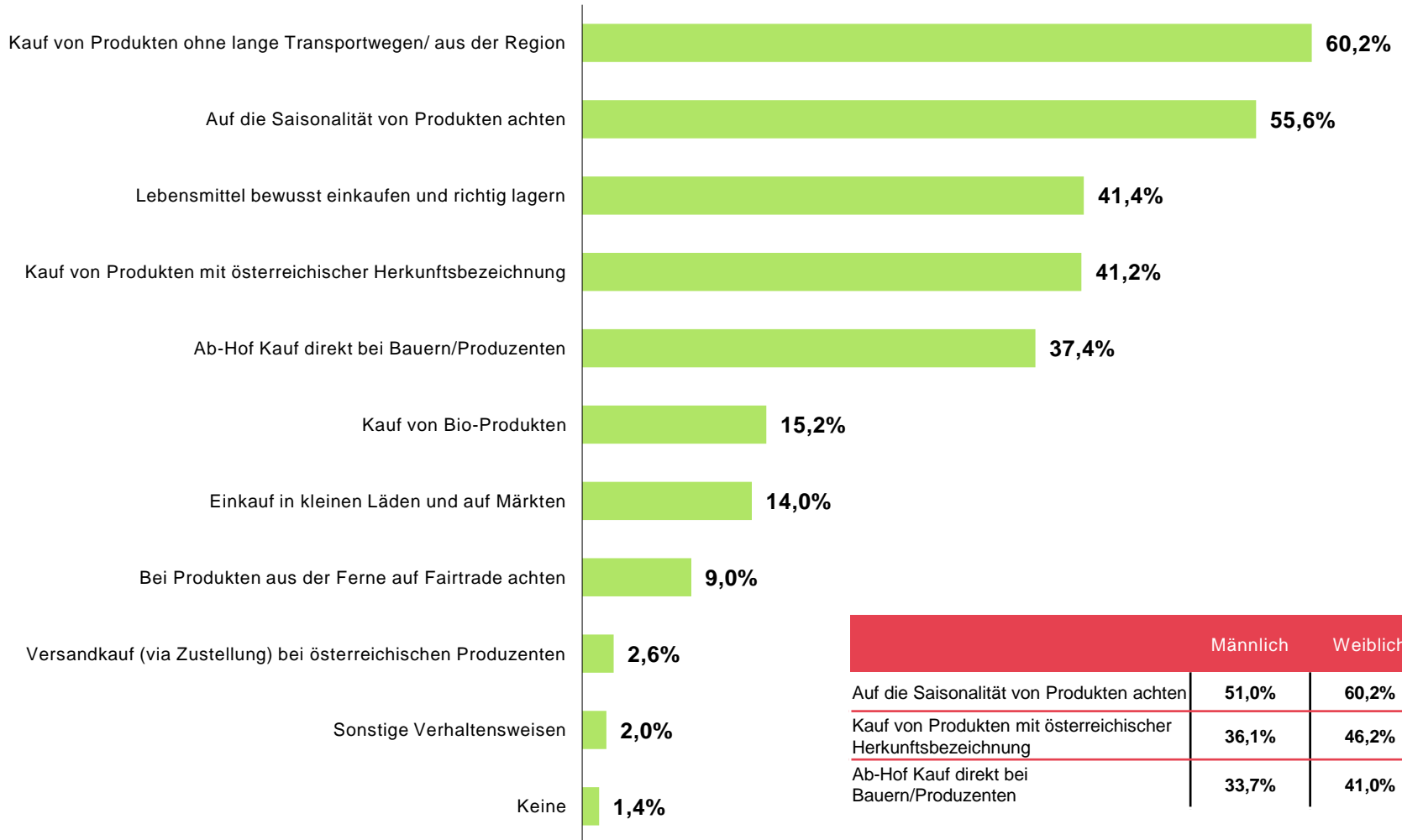


# Ergebnisse

# Beitrag zu Nachhaltigkeit und Klimaschutz beim Einkauf von Lebensmitteln



# Förderung von Nachhaltigkeit und Klimaschutz beim Einkauf



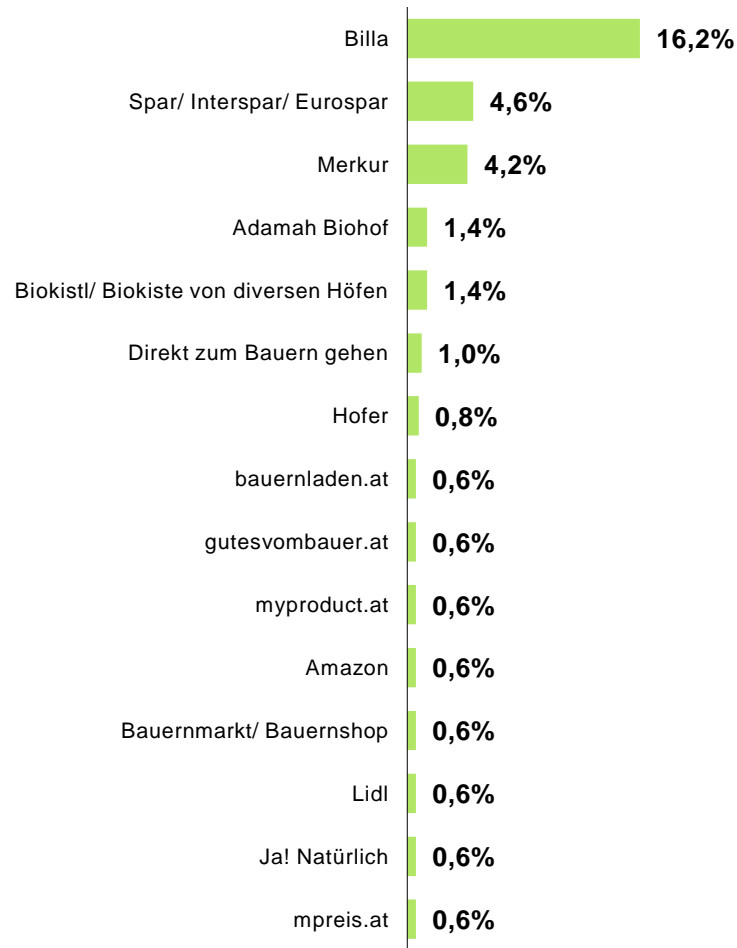
# Bekannte Online-Shops für österreichische Produkte

ungestützt | \*Top 15 Nennungen

## Top of Mind

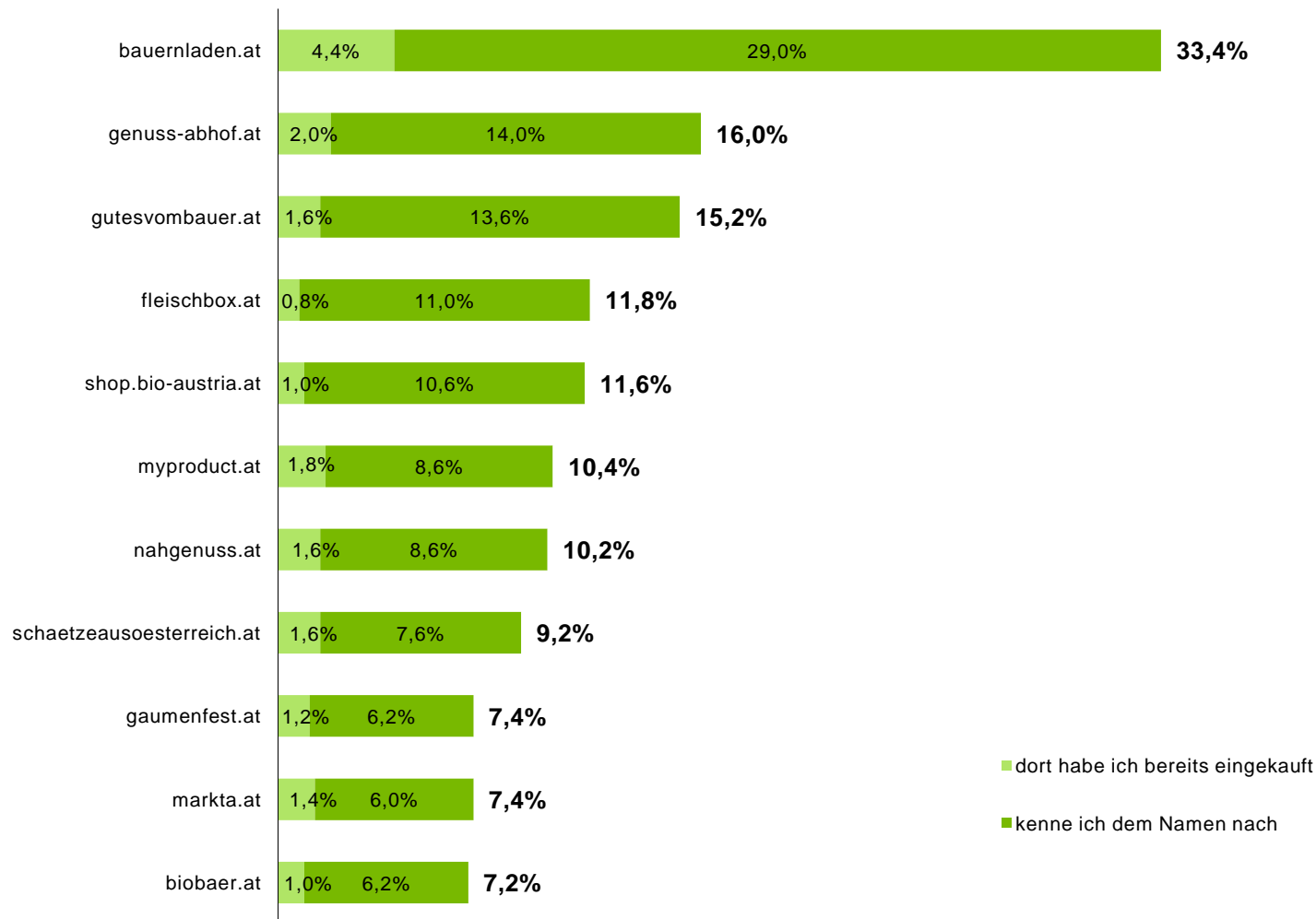


## Ungestützte Bekanntheit\*



# Bekannte Online-Shops für österreichische Produkte

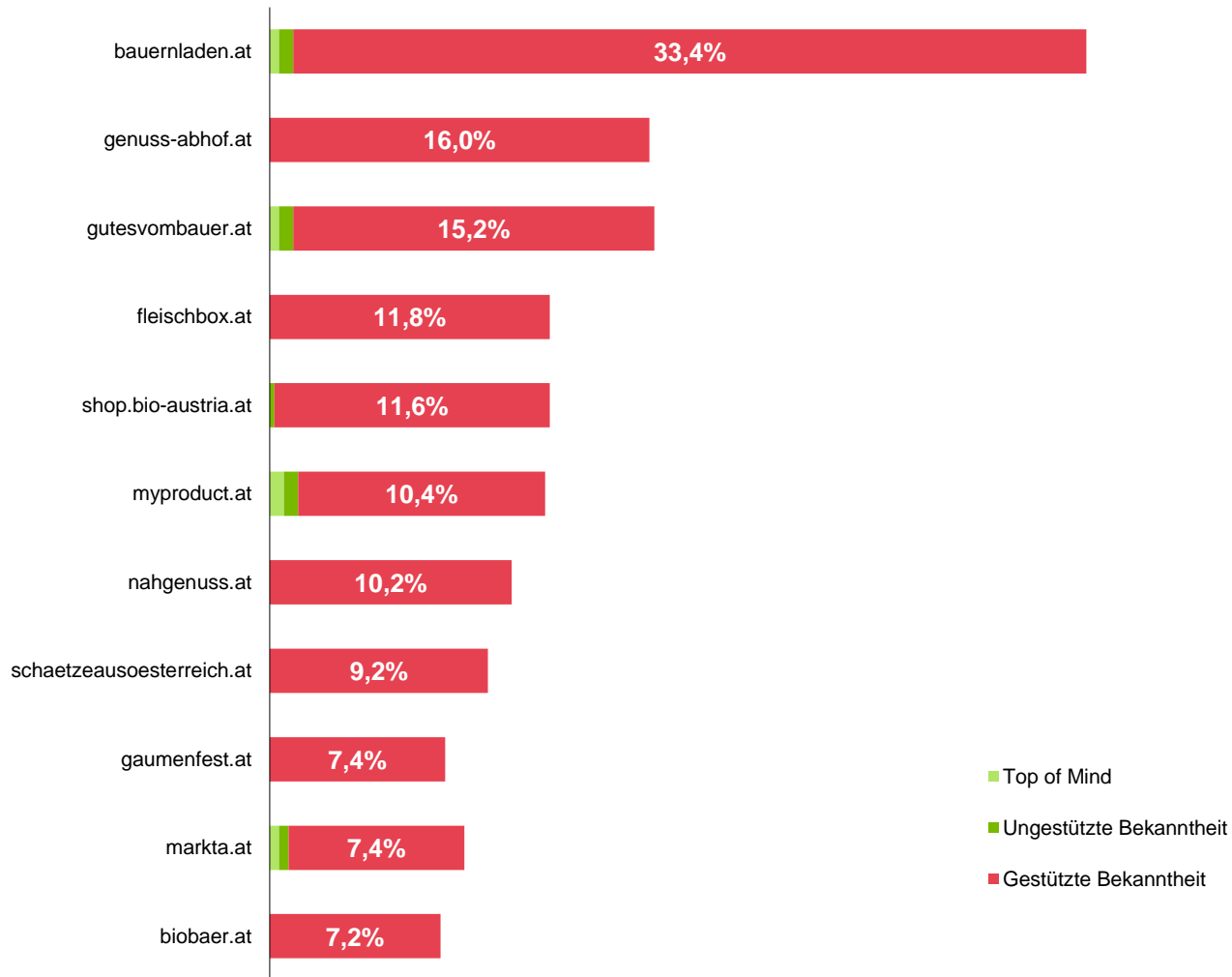
gestützt



4. [...] Welche der folgenden Online-Shops kennen Sie bzw. bei welchen haben Sie schon eingekauft? || n=500



# Bekannte Online-Shops für österreichische Produkte



3. Welche Online-Shops, in denen man Lebensmittel und andere Produkte direkt von österreichischen Bauern und Produzenten kaufen kann, kennen Sie? [...]  
4. [...] Welche der folgenden Online-Shops kennen Sie bzw. bei welchen haben Sie schon eingekauft? || n=500

**einfach  
schnell  
fragen.**

**Mag. Ingrid Fischer**  
**Studienleiterin**

i.fischer@marketagent.com

02252 909 009 27

Mühlgasse 59

2500 Baden

[www.marketagent.com](http://www.marketagent.com)



**marketagent.**

# Schwankungsbreite

bei einer Irrtumswahrscheinlichkeit von 5%

## Lesebeispiel:

Wenn bei einer Stichprobengröße von  $n = 500$  der erhobene Wert bei 40 Prozent liegt, dann weicht der „wahre“ Wert mit einer Wahrscheinlichkeit von 95% um maximal 4,3 Prozentpunkte (Schwankungsbreite 4,3) vom erhobenen Stichprobenwert ab.

D.h. addiert bzw. subtrahiert man diese 4,3 vom erhobenen Stichprobenwert, so erhält man die Grenzen, innerhalb derer der „wahre“ Wert in der Grundgesamtheit liegt.

	Erhobener Wert in %									
	3	5	10	15	20	25	30	40	50	
<b>Fallzahl</b>	97	95	90	85	80	75	70	60	50	
100	3,3	4,3	5,9	7,0	7,8	8,5	9,0	9,6	9,8	
200	2,4	3,0	4,2	4,9	5,5	6,0	6,4	6,8	6,9	
300	1,9	2,5	3,4	4,0	4,5	4,9	5,2	5,5	5,7	
400	1,7	2,1	2,9	3,5	3,9	4,2	4,5	4,8	4,9	
500	1,5	1,9	2,6	3,1	3,5	3,8	4,0	4,3	4,4	
750	1,2	1,6	2,1	2,6	2,9	3,1	3,3	3,5	3,6	
1.000	1,1	1,4	1,9	2,2	2,5	2,7	2,8	3,0	3,1	
1.250	0,9	1,2	1,7	2,0	2,2	2,4	2,5	2,7	2,8	
1.500	0,9	1,1	1,5	1,8	2,0	2,2	2,3	2,5	2,5	
2.000	0,7	1,0	1,3	1,6	1,8	1,9	2,0	2,1	2,2	
2.500	0,7	0,9	1,2	1,4	1,6	1,7	1,8	1,9	2,0	
3.000	0,6	0,8	1,1	1,3	1,4	1,5	1,6	1,8	1,8	
3.500	0,6	0,7	1,0	1,2	1,3	1,4	1,5	1,6	1,7	
4.000	0,5	0,7	0,9	1,1	1,2	1,3	1,4	1,5	1,5	
5.000	0,5	0,6	0,8	1,0	1,1	1,2	1,3	1,4	1,4	
7.500	0,4	0,5	0,7	0,8	0,9	1,0	1,0	1,1	1,1	
10.000	0,3	0,4	0,6	0,7	0,8	0,8	0,9	1,0	1,0	

Quelle: Claus Ebster, Lieselotte Stalzer: Wissenschaftliches Arbeiten für Wirtschafts- und Sozialwissenschaftler, UTB 2017