DAS ÖSTERREICHISCHE
GALLUP INSTITUT

CORONA-KRISE UND FAIRTRADE

September 2020

Untersuchungsdesign

AUFGABENSTELLUNG	▪ Ziel dieser Untersuchung war, vor dem Hintergrund der Corona-Krise die Bedeutung der Nachhaltigkeit sowie die Bekanntheit und die Wahrnehmung des FAIRTRADE-Siegels in der Bevölkerung auszuloten. Darüber hinaus galt es in einer zweiten Welle die Stabilität der durch die Corona-Krise ausgelösten bzw. verstärkten Trends zu überprüfen.
METHODE	▪ Computer Assisted Web Interview (CAWI) im Gallup-eigenen Onlinepanel “gallupforum”
ZIELGRUPPE/ STICHPROBE	▪ Repräsentativ für die (webaffine) Bevölkerung 16+, n=1000
UNTERSUCHUNGS-ZEITRAUM	▪ *Welle 1:* 10. – 15. Juni 2020 – zeitgleich mit den Lockerungen der Corona-Maßnahmen (Wegfall der Maskenpflicht beim Einkaufen, Reisefreiheit, Verlängerung der Sperrstunde bis 1 Uhr) ▪ *Welle 2:* 15. – 18. September 2020 – zeitgleich mit der Ankündigung von neuen CoV-Maßnahmen (Reduzierung von sozialen Kontakten bei privaten Feiern und in der Gastronomie, Ausweitung der Maskenpflicht auf Märkte, Messen und Gastronomiebetriebe)

Hinweis: In der Präsentation wird die gendergerechte Schreibweise nicht berücksichtigt, um den Lesefluss nicht zu beeinträchtigen. Dies stellt jedoch keine Benachteiligung des anderen Geschlechts dar.

Inhalt

Aktuelle Wahrnehmung der Corona-Krise

Auswirkung der Corona-Krise auf das Thema Nachhaltigkeit

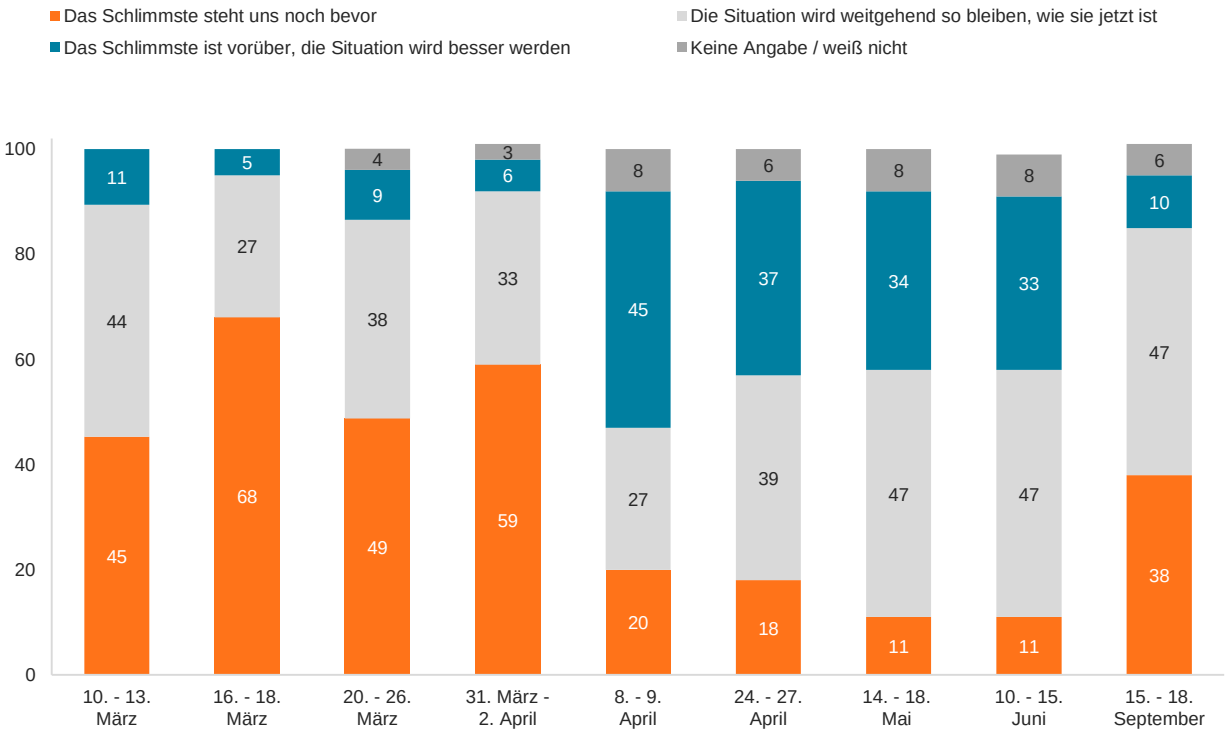
Auswirkung der Corona-Krise auf die Nachhaltigkeitskriterien beim Kauf von Lebensmitteln

FAIRTRADE-Siegel

Zusammenfassung

Aktuelle Wahrnehmung der Corona-Krise

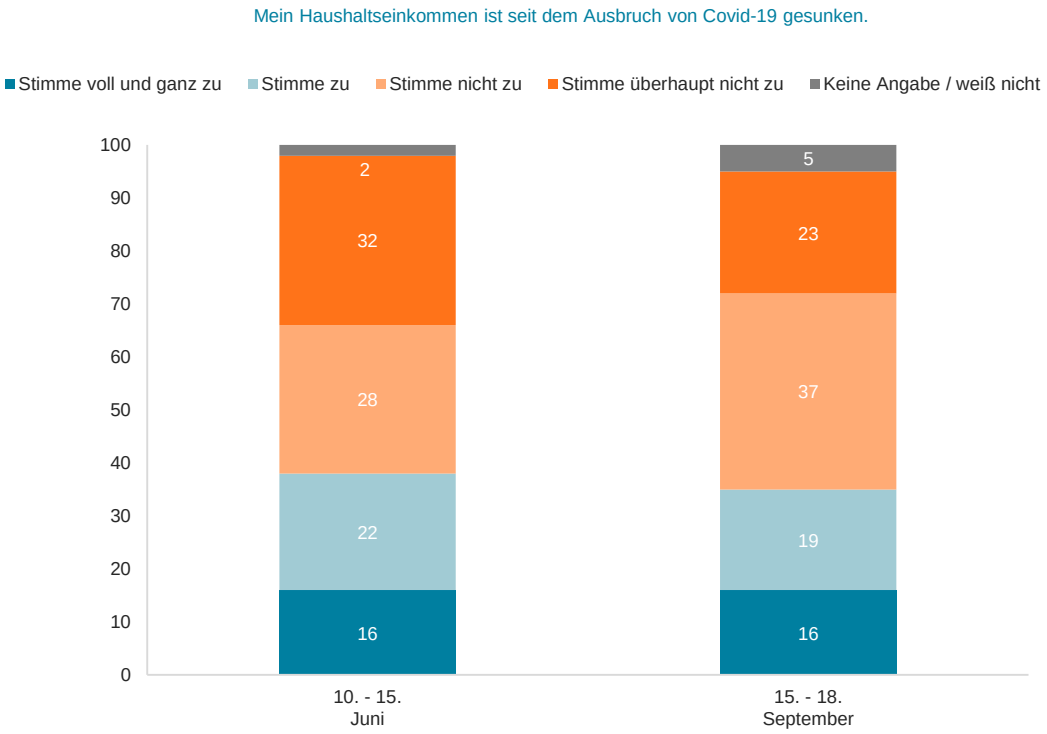
38% der Österreicher gehen aktuell von einer weiteren Verschlechterung der Lage aus.



%-Werte, n=1000

Wenn Sie an das Coronavirus hier in Österreich denken, was wird Ihrer Meinung nach am wahrscheinlichsten eintreten?

35% geben an, dass sich die Corona-Krise bereits negativ auf ihr Haushaltseinkommen ausgewirkt hat.

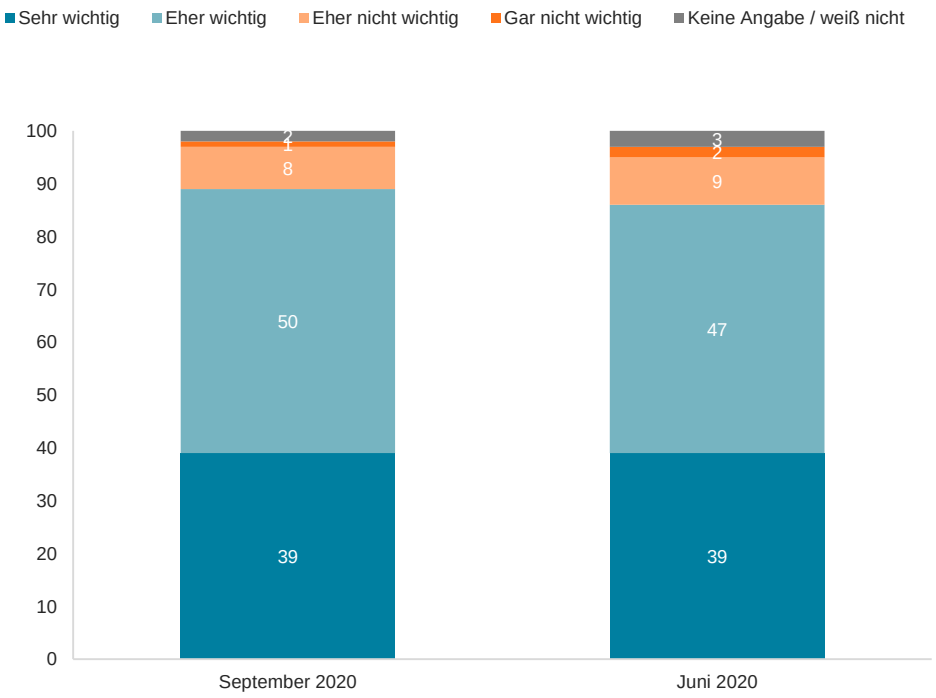


%-Werte, n=1000

Wie sehr stimmen Sie folgenden Aussagen zu?

Auswirkung der Corona-Krise auf das Thema Nachhaltigkeit

Relevanz von Nachhaltigkeitsthemen in der Bevölkerung

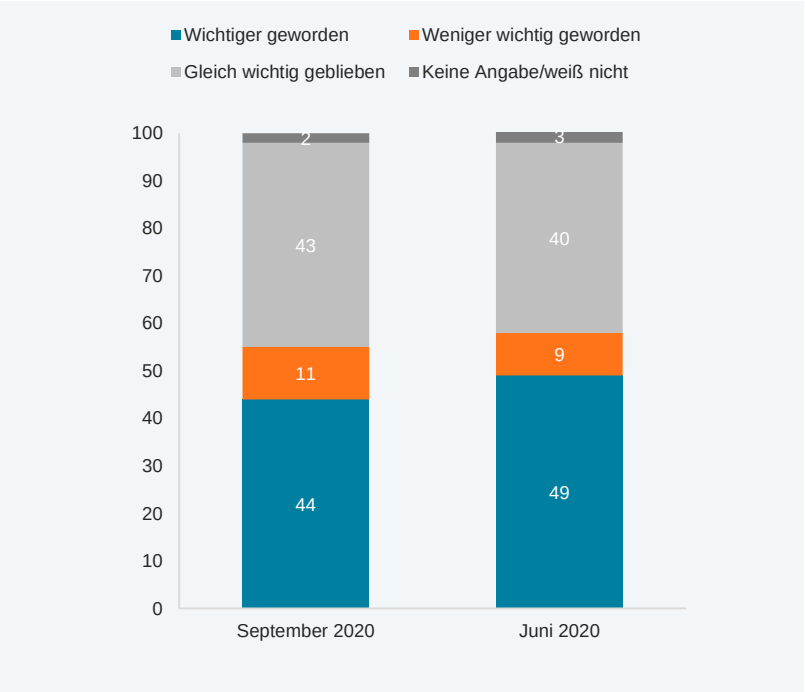


%-Werte, n=1000
Wie wichtig sind Ihnen persönlich Themen, die mit Nachhaltigkeit zu tun haben?

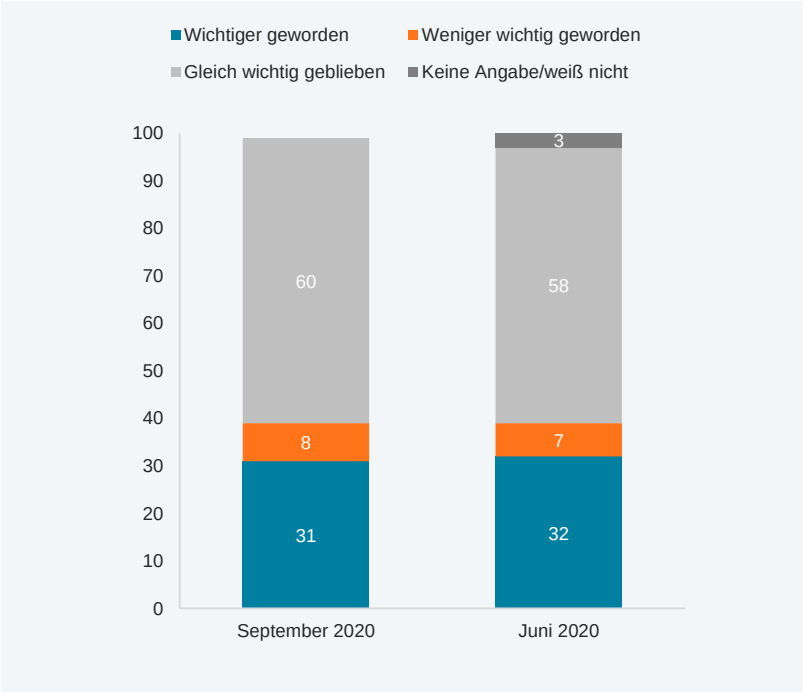
Auswirkung der Corona-Krise auf das Thema Nachhaltigkeit in Österreich

September 2020

In Österreich allgemein



Für einen persönlich

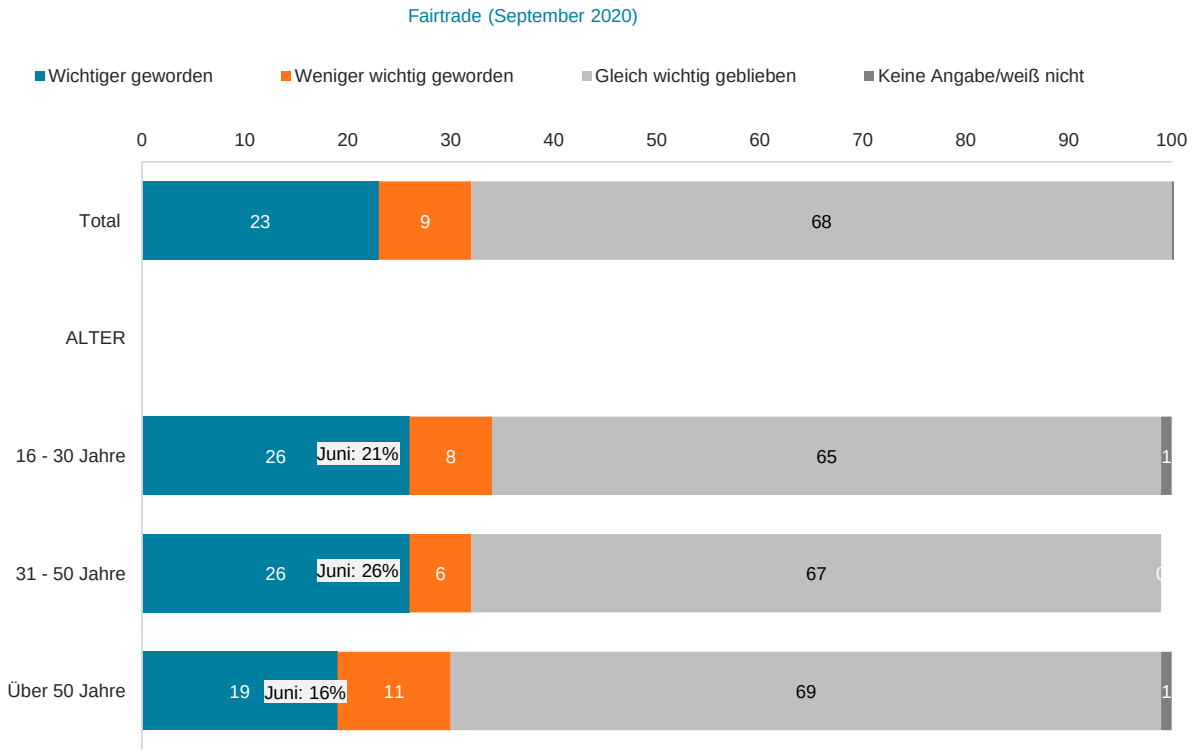


%-Werte, n=1000

Allgemein gesprochen, ist aus Ihrer Sicht das Thema Nachhaltigkeit seit dem Ausbruch der Corona-Pandemie in Österreich wichtiger oder weniger wichtig geworden?
Oder ist es gleich wichtig geblieben wie vor der Krise?
Sind die Nachhaltigkeitsthemen für Sie persönlich seit dem Ausbruch der Corona-Pandemie wichtiger oder weniger wichtig geworden? Oder sind sie gleich wichtig geblieben wie vor der Krise?

Auswirkung der Corona-Krise auf die Nachhaltigkeitskriterien beim Kauf von Lebensmitteln

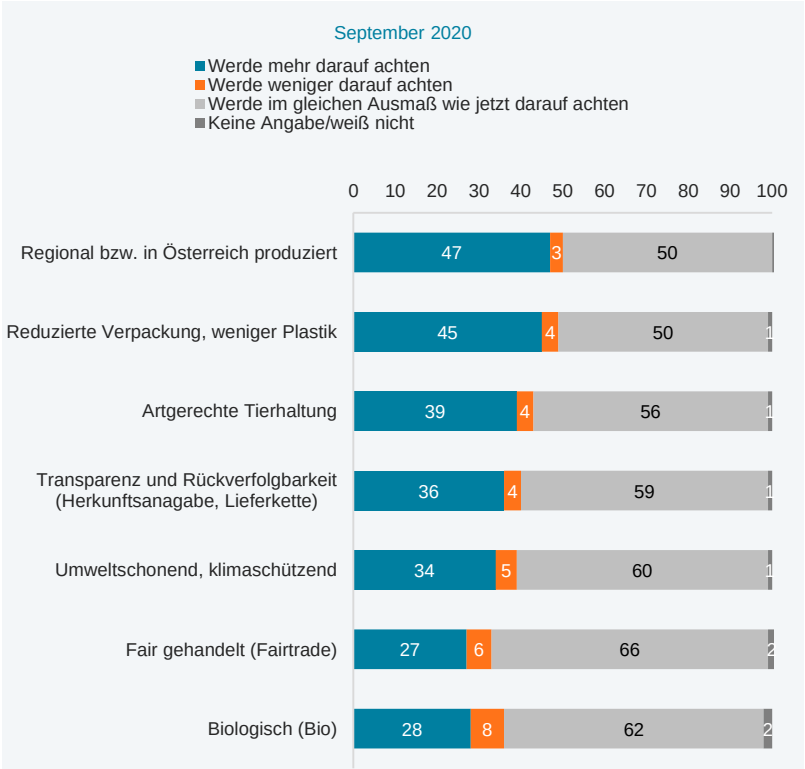
Auswirkung der Corona-Krise auf die Nachhaltigkeitskriterien beim Kauf von Lebensmitteln

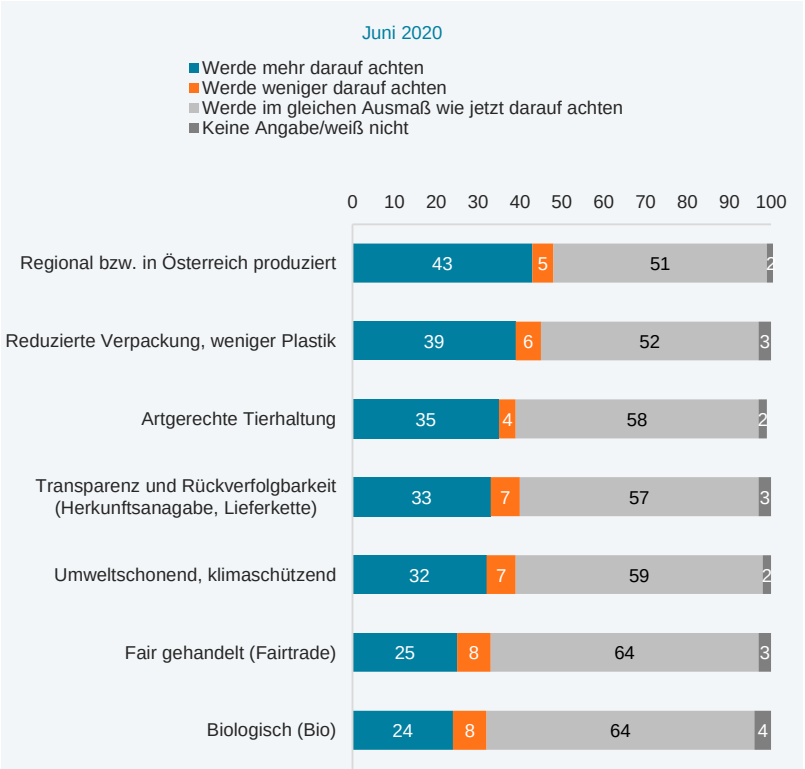


%-Werte, n=1000

Sind Ihnen diese Kriterien beim Einkauf von Lebensmitteln seit dem Ausbruch der Corona-Pandemie wichtiger oder weniger wichtig geworden? Oder sind sie gleich wichtig geblieben?

Nachhaltigkeitskriterien beim Kauf von Lebensmitteln in Zukunft

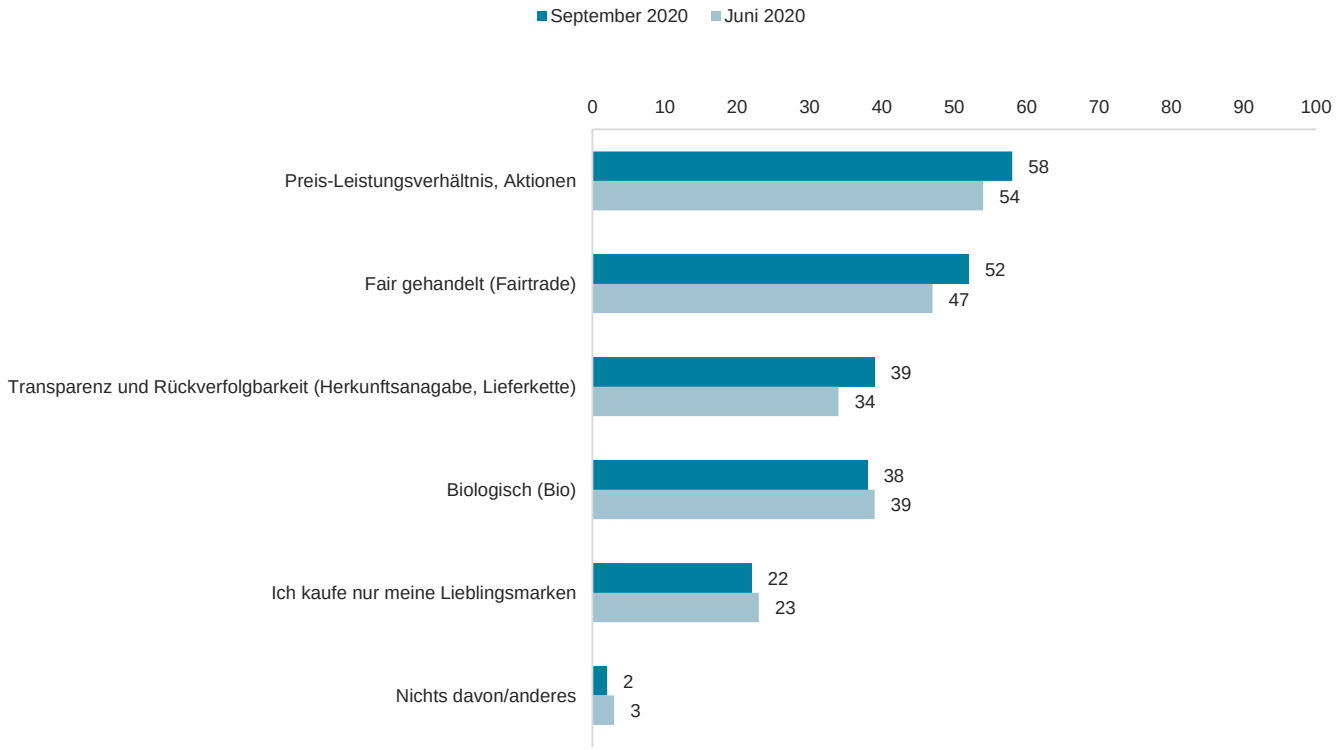




%-Werte, n=1000

Und wenn Sie an die nähere Zukunft denken: Werden Sie in den nächsten Monaten beim Lebensmittelkauf mehr oder weniger auf diese Kriterien achten? Oder im gleichen Ausmaß wie jetzt?

Kriterien beim Kauf von Lebensmitteln, die nicht in Österreich produziert werden können (Bananen, Kaffee etc.)

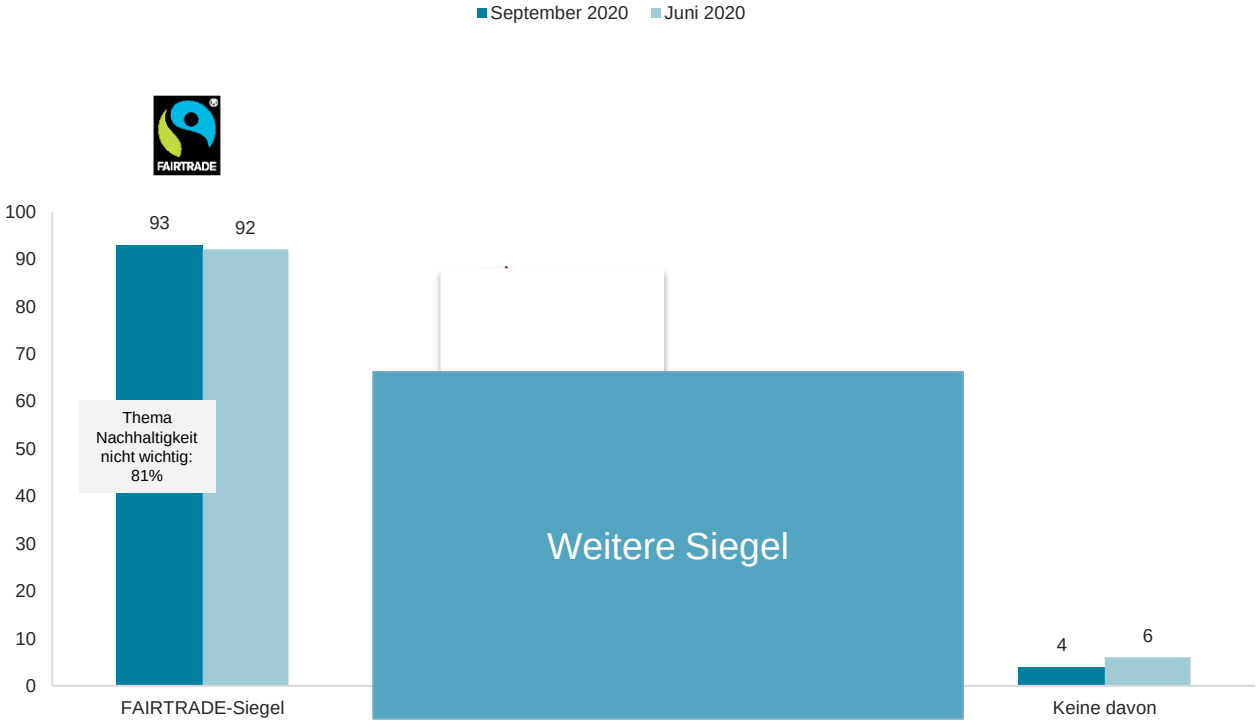


%-Werte, n=1000

Denken Sie nun an den Kauf von Lebensmitteln, die aus dem Ausland kommen, weil sie in Österreich nicht produziert werden können, wie z.B. Bananen, Kaffee, Schokolade etc. Worauf achten Sie beim Kauf von solchen Lebensmitteln?

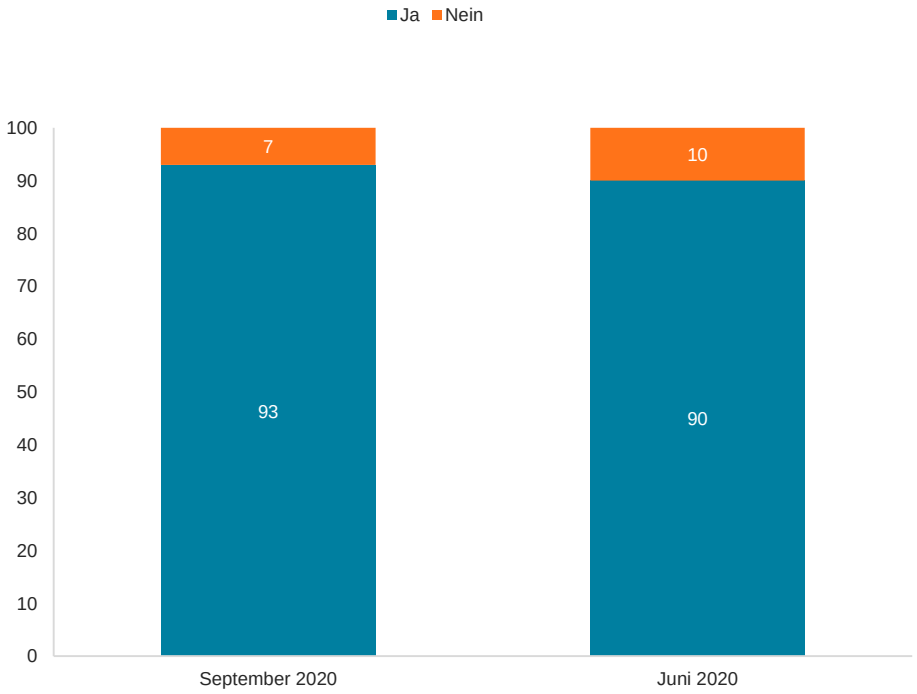
FAIRTRADE-Siegel

Bekanntheit von Nachhaltigkeitssiegeln



%-Werte, n=1000
Welche der folgenden Siegel sind Ihnen dem Namen oder dem Logo nach bekannt?

Kauf von Lebensmitteln, die mit dem FAIRTRADE-Siegel ausgezeichnet sind

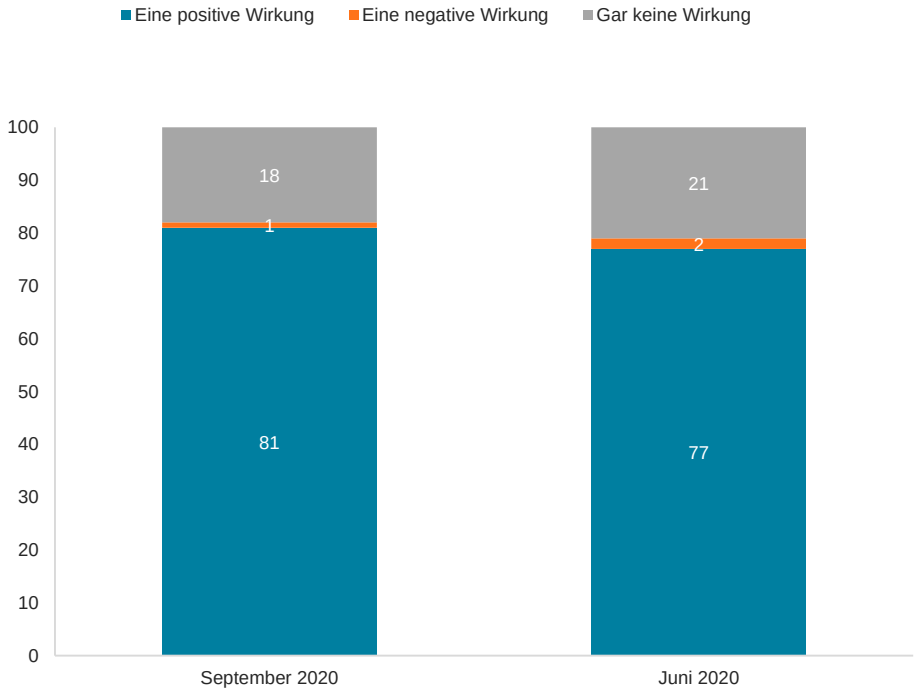


%-Werte, Basis: FAIRTRADE-Siegel bekannt, n=934
Kaufen Sie zumindest hin und wieder Lebensmittel, die mit dem FAIRTRADE-Siegel ausgezeichnet sind?

Kaufhäufigkeit

%-Werte, Basis: Kaufen zumindest hin und wieder Lebensmittel mit dem FAIRTRADE-Siegel, n=867
Wie oft kaufen Sie Lebensmittel mit dem FAIRTRADE-Siegel?

Wirkung des FAIRTRADE-Siegels auf die Markenwahrnehmung



%-Werte, Basis: FAIRTRADE-Siegel bekannt, n=934

Wenn Sie das FAIRTRADE-Siegel auf einer Produktverpackung sehen: Welche Wirkung hat dieses Siegel auf Ihre Wahrnehmung dieses Produkts bzw. dieser Marke?

Zusammenfassung

1. Der Trend zu **Nachhaltigkeit** wurde infolge der Corona-Krise **verstärkt** und ist seit drei Monaten **stabil**

2. Auch das **Thema Fairtrade** verzeichnet in der Bevölkerung einen **Zuwachs an Relevanz** (28%)

3. Beim Kauf von **ausländischen Landwirtschaftsprodukten** ist Fairtrade nach dem Preis **das zweitwichtigste Kriterium** beim Kauf von ausländischen Landwirtschaftsprodukten (52%)

4. Das **FAIRTRADE-Siegel** hat in der Bevölkerung unter allen Nachhaltigkeitssiegeln die **höchste Bekanntheit** (93%)

5. Das FAIRTRADE-Siegel bewirkt eine **positive Beeinflussung der Produkt- und Markenwahrnehmung** (81%)

Kontakt

Dr. Andrea Fronaschütz
Geschäftsführerin
Das Österreichische Gallup Institut
T +43 1 470 47 24-13
a.fronaschuetz@gallup.at

INTELLIGENT INSIGHTS

Das Österreichische Gallup Institut
Dr. Karmasin GmbH
Lobkowitzplatz 1 • A-1010 Wien

T +43-1-470 47 24-0
office@gallup.at
www.gallup.at
LinkedIn
Anmeldung Newsletter

Handelsgericht Wien
FN 127162d
UID ATU 16058209
DVR 0098205

Bankverbindung:
Erste Bank Wien
IBAN AT622011 1820 3523 8300
BIC GIBAATWWXXX

Unsere Tools für Marketing-Entscheider:
Gallup Impact-Test
Gallup CX Radar
Gallup Touchpoint Analyse

© 2020 All rights reserved by Das Österreichische Gallup Institut Dr. Karmasin GmbH. No part of this presentation may be used without permission.