



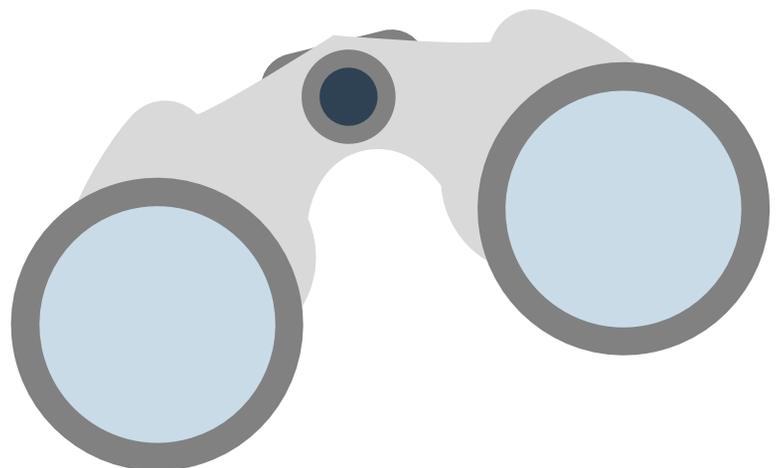
REGIERUNG  
DES FÜRSTENTUMS LIECHTENSTEIN

MINISTERIUM FÜR  
INFRASTRUKTUR, WIRTSCHAFT UND SPORT

# OPTIMIS- TISCHER BLICK ÜBERWIEGT

Eine vom Ministerium für Infrastruktur, Wirtschaft und Sport beauftragte und der Agentur Leone Ming durchgeführte Verbraucherstudie bringt es an's Licht:

Die Mehrheit blickt positiv gestimmt in die nahe Zukunft – insbesondere was die Wirtschaftslage, den Arbeitsmarkt aber auch den persönlichen Bereich und die Kaufkraft betrifft. Längerfristig wird die Situation jedoch eher kritisch beurteilt.





INHALT

# STECKBRIEF ..... 4

UMFRAGE-THEMEN, UMFRAGE-ART, UMFRAGE-ZEITRAUM,  
FRAGEBOGEN-DESIGN, RÜCKLAUF

# DEMOGRAFIE ..... 5

DEMOGRAFIE, ALTERSSTRUKTUR, BERUFSSTAND,  
HAUSHALTSSTAND, NATIONALITÄT

# SUMMARY ..... 6-7

SPARVERHALTEN, EINKAUFsverhalten, INFORMATIONs-  
VERHALTEN, MEDIENNUTZUNG

# AUSWERTUNG ..... 8-39

SPARVERHALTEN, EINKAUFsverhalten, INFORMATIONs-  
VERHALTEN, MEDIENNUTZUNG

# ANHANG ..... 40-43

EINKAUFsverhalten, MEDIENNUTZUNG

## UMFRAGE-THEMEN

Einkaufs-, Spar- und Informationsverhalten,  
Werbe- und Mediennutzung in Liechtenstein



## UMFRAGE-ART

Online – elektronischer Fragebogen  
Offline – Fragebogen (Hardcopy)

## UMFRAGE-ZEITRAUM

15. Oktober 2017 bis 15. November 2017



## FRAGEBOGEN-DESIGN

5 Fragen zur Demografie  
2 allgemeine Fragen zum Konsumverhalten  
4 Fragen zum Sparverhalten  
13 Fragen zum Einkaufsverhalten  
17 Fragen zur Medien- und Internetnutzung und zu Werbung



## RÜCKLAUF

359 vollständig ausgefüllte Fragebogen

## DEMOGRAFIE

58 % Männer  
42 % Frauen



## ALTERSSTRUKTUR

6 % jünger als 18 Jahre, 13 % 18–30 Jahre,  
33 % 31–45 Jahre, 35 % 46–60 Jahre,  
13 % über 60 Jahre

## WOHNSITZ IN FL

1 % seit 1 Jahr  
2 % seit 2–5 Jahren  
4 % seit 6–10 Jahren  
18 % seit über 10 Jahren  
69 % seit Geburt  
7 % wohne nicht in Liechtenstein



## HAUSHALTSSTAND

18 % Singlehaushalt  
34 % zu zweit  
19 % Dreierhaushalt  
30 % vier Personen und/oder mehr

## NATIONALITÄT

81 % Liechtensteiner  
12 % Schweizer  
3 % Österreicher  
3 % Deutsche  
1 % Andere



## **GUTE AUSSICHTEN**

Die Mehrheit schaut guten Mutes nach vorne. Über 80 % schätzen die Aussichten für 2018 für unsere Wirtschaftslage und den Arbeitsmarkt mit sehr gut und gut ein. Die Aussichten für die nächsten 10 Jahre werden hingegen kritischer eingeschätzt. Mehr als ein Drittel glauben, dass es uns schlechter gehen wird als heute.

## **AUF NUMMER SICHER – UND SPAREN**

Dreiviertel legen sich für Unvorhergesehenes regelmässig etwas auf die hohe Kante und zwei Drittel sorgen zusätzlich gezielt für's Alter vor. Ein knappes Viertel hält hingegen nicht so viel vom Sparen und konsumiert lieber.

## **EINKAUFEN IN DER REGION**

Impulsiv- und Freizeit-Käufer ticken zwar anders als Alltagskäufer, zumindest aber halten sie sich in Liechtenstein unter den Befragten die Waage. Die Anzahl derer, die sich für Aktionen interessieren hat in den vergangenen Jahren stark zugenommen. Fast jeder Zweite (47 %) kauft heute preisbewusst ein. 2010 waren es noch knapp 30 %. Die Vorlieben für Fachgeschäft oder Detail-Grossisten ist ausgewogen und hat sich in den letzten Jahren fast nicht geändert. Mit über 80 % legt die grosse Mehrheit beim Einkauf immer noch grossen Wert auf eine freundliche und fachkundige Beratung. Die frequentiertesten Einkaufsorte sind Schaan und Vaduz. Die beliebtesten Einkaufsorte im Grenzgebiet sind Buchs, Feldkirch und Haag. Einen signifikanten Zuwachs verzeichnen die Orte Ruggell und Balzers. Es kann davon ausgegangen werden, dass in Ruggell und Balzers die neuen Einkaufsmöglichkeiten einen massgeblichen

## WERBUNG – KLASSISCH IMMER NOCH TOP

Klassische Printwerbung kommt immer noch am besten an, während das Netz gerne für Zusatzinformationen genutzt wird. Plakat, Inserat und Prospekt machen das Werberennen um die Gunst der Zielgruppen. Auf wenig Sympathie stossen Werbemailings per Post und Mobile-Werbung.

## MEDIENNUTZUNG – JETZT UND HIER

Fast drei Viertel aller Befragten wählen das Mobile (Handy) zum beliebtesten Infogerät aus, gefolgt vom Computer, dem Radio, das Tablet und dem TV-Gerät. Über 32 % nutzen das Internet mehrmals täglich um sich zu informieren und über 60 % nutzen es mindestens 1–2 x täglich. Mehr als 5 % nutzen das Netz stündlich und knapp 6 % gar nicht. 7.5 % nutzen die Online-Informationsmöglichkeiten täglich um Hintergrund- oder Serviceinfos zu finden. Fast 77 % nutzen das Internet mindestens 1–2 x im Monat um sich zu informieren.

## PERSÖNLICHE BERATUNG VERSUS INTERNET

Über Lebensmittel informieren sich aktiv immer weniger. Im Bereich der Non-Food-Artikel, wie z. B. bei Bekleidung oder Unterhaltungselektronik dient der Fachhandel wie auch das Internet als bevorzugte Informationsquelle. Dort zählen vor allem die direkte Beratung und die Möglichkeit, Produkte an- oder auszuprobieren. Beim Autokauf werden Fachprospekte zwar intensiver studiert als bei anderen Warengruppen, trotzdem können sie eine Probefahrt und das persönliche Gespräch beim Autohändler nicht ersetzen. Das Internet ist mit fast zwei Drittel aller Quoten das «meistbesuchte» Reisebüro. Die persönliche Beratung wird jedoch nach wie vor dem gedruckten Katalog vorgezogen. Über 42 % buchen ihren Urlaub auf Empfehlungen von Freunden oder Bekannten.

## KEINE LUST AUF KRISENSTIMMUNG

Nur eine Minderheit kauft weniger ein. Nichtsdestotrotz, fast jeder zweite Befragte konsumiert heute preisbewusster oder achtet auch vermehrt auf Sonderangebote. Der Grossteil kauft weiterhin wie gewohnt ein und achtet dabei vor allem auf mehr Qualität. Bequem von zu Hause aus einkaufen wird weiterhin stark zunehmen.



1. WIRTSCHAFTSLAGE

2. SPARVERHALTEN

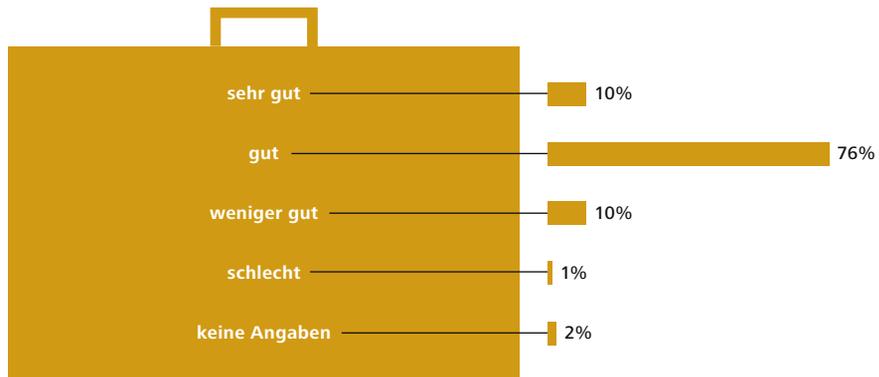
3. EINKAUFsverHALTEN

4. INFORMATIONsverHALTEN

5. MEDIENNUTZUNG

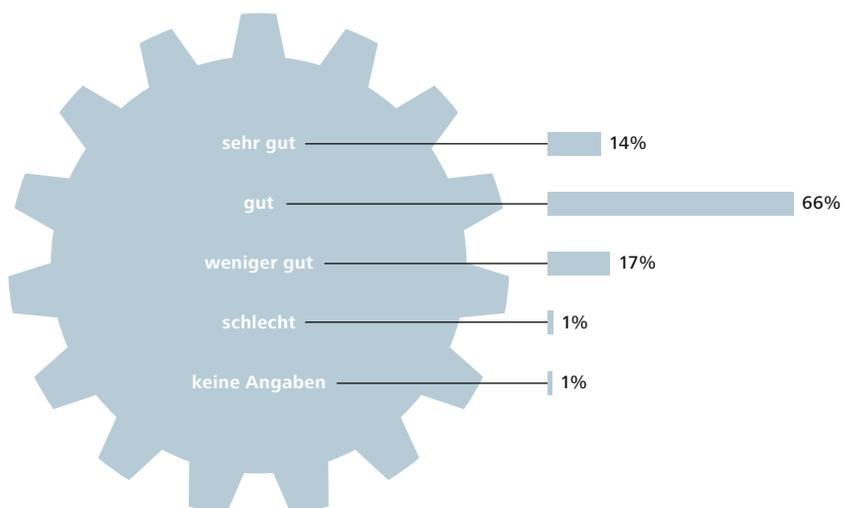
## WIE SCHÄTZEN SIE DIE WIRTSCHAFTLICHE ENTWICKLUNG BZW. DIE AUSSICHTEN FÜR LIECHTENSTEIN FÜR DAS JAHR 2018 EIN?

Die Mehrheit schaut guten Mutes nach vorne. Über 86% schätzen die Aussichten für 2018 für unsere Wirtschaftslage mit sehr gut und gut ein.



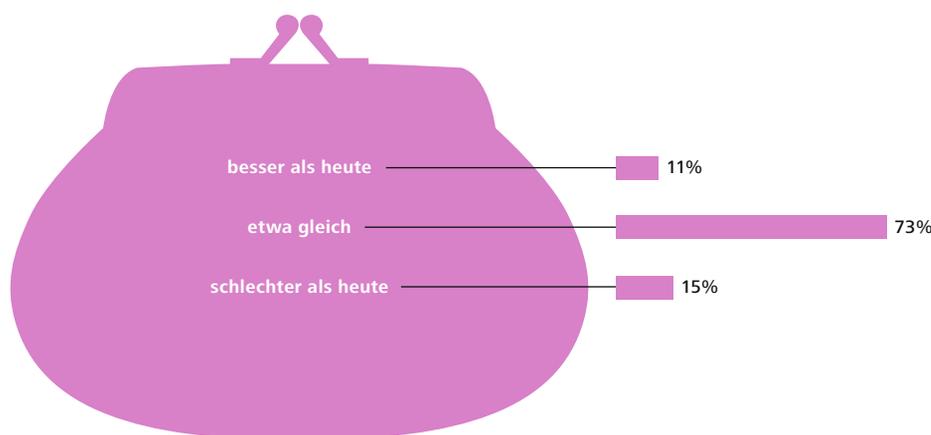
## WIE SCHÄTZEN SIE DIE ARBEITSMARKTSITUATION FÜR LIECHTENSTEIN FÜR DAS JAHR 2018 EIN?

In Bezug auf die Arbeitsmarktsituation werden die Aussichten ebenfalls mit über 80% (sehr gut/gut) positiv eingeschätzt.



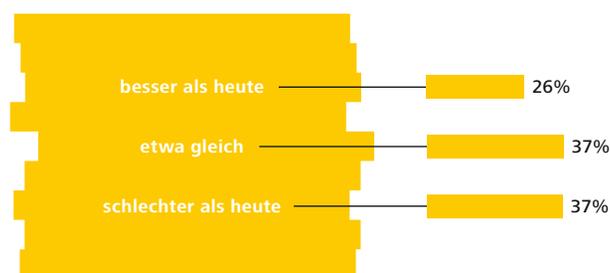
**GLAUBEN SIE, DASS ES IHNEN PERSÖNLICH IN EINEM JAHR WIRTSCHAFTLICH BESSER GEHT ALS HEUTE, ETWA GLEICH GEHT ODER SCHLECHTER GEHT ALS HEUTE?**

Fast Dreiviertel der Befragten glauben, dass es ihnen in einem Jahr gleich geht wie heute. Nur knapp 15% sehen ihre Aussichten negativ.



**GLAUBEN SIE, DASS ES IHNEN PERSÖNLICH IN ZEHN JAHREN WIRTSCHAFTLICH BESSER, ETWA GLEICH ODER SCHLECHTER GEHEN WIRD ALS HEUTE?**

Die Aussichten für die nächsten 10 Jahre werden kritischer eingeschätzt. Über 37% glauben, dass es ihnen schlechter gehen wird als heute. Rund ein Viertel der Befragten glauben hingegen, dass es ihnen besser gehen wird.





1. WIRTSCHAFTSLAGE
- 2. SPARVERHALTEN**
3. EINKAUFSVERHALTEN
4. INFORMATIONSVRHALTEN
5. MEDIENNUTZUNG

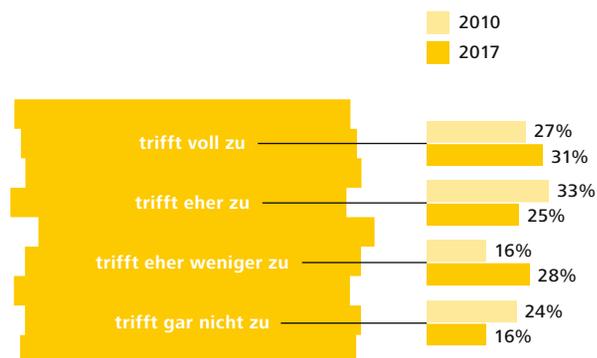
## ICH SPARE IN ERSTER LINIE, UM FÜR UNVORHERGESEHENES ODER KRISENZEITEN GEWAPPNET ZU SEIN.

Sparstrumpf stopfen für Unvorhergesehenes? Dreiviertel legen sich etwas auf die hohe Kante und sparen. Die Quote «trifft voll zu» hat sich gegenüber der letzten Umfrage mehr als verdoppelt.



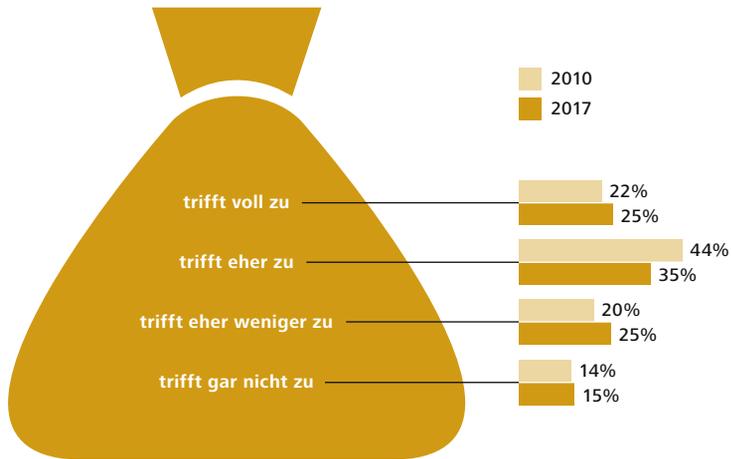
## ICH SPARE SYSTEMATISCH UND LEGE JEDEN MONAT EINE BESTIMMTE SUMME AUF DIE SEITE.

Die Anzahl derer, die monatlich einen festen Betrag systematisch ansparen, ist in den letzten Jahren fast gleich geblieben.



## ICH SPARE FÜR MEINE ALTERSVORSORGE.

Das machen wiederum fast zwei Drittel gezielt, um sich zusätzlich ein Ruhekissen für's Alter anzusparen.



## ICH GEBE MEIN GELD LIEBER AUS, ANSTATT ZU SPAREN.

Lieber ausgeben als sparen? Ein knappes Viertel lebt nach dieser Devise und bevorzugt somit das Leben im Hier und Jetzt.

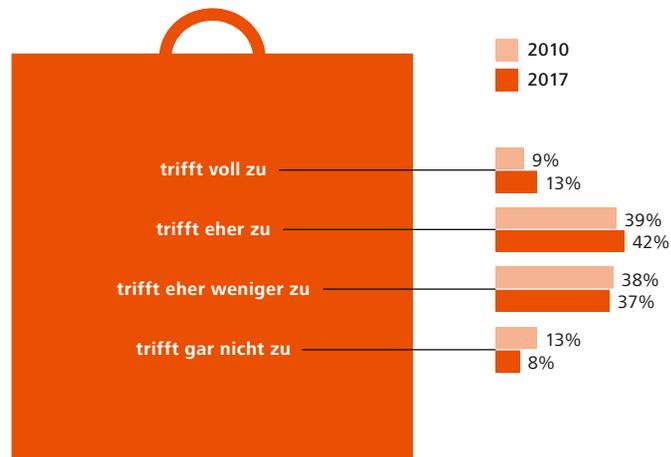




1. WIRTSCHAFTSLAGE
2. SPARVERHALTEN
- 3. EINKAUFsverHALTEN**
4. INFORMATIONsverHALTEN
5. MEDIENNUTZUNG

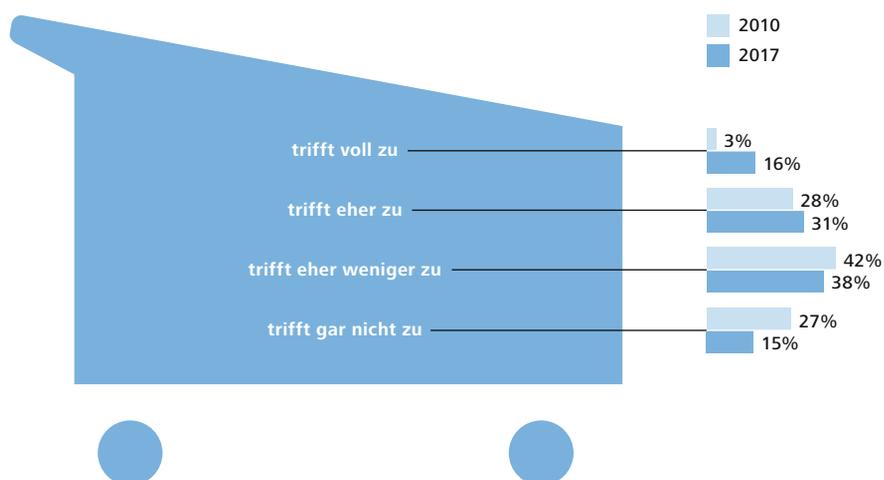
## ICH KAUFE SPONTAN WAS MIR GEFÄLLT.

Spontankäufer und Nicht-Spontankäufer halten sich in Liechtenstein die Waage, wobei die weniger Spontanen etwas überwiegen.



## VOR DEM EINKAUFEN INFORMIERE ICH MICH HÄUFIG, WO AKTIONEN ANGEBOTEN WERDEN.

Die Anzahl derer, die sich für Aktionen interessieren hat in den vergangenen Jahren signifikant zugenommen. Fast jeder Zweite (47%) kauft heute preisbewusst ein. 2010 waren es noch knapp 31%.



## LIEBER KAUFE ICH IN EINEM KLEINEN FACHGESCHÄFT EIN, ALS BEI EINEM DER GROSSEN DETAILHÄNDLER.

Die Vorlieben für Fachgeschäft oder Detail-Grossisten ist ausgewogen und hat sich in den letzten Jahren fast nicht geändert.



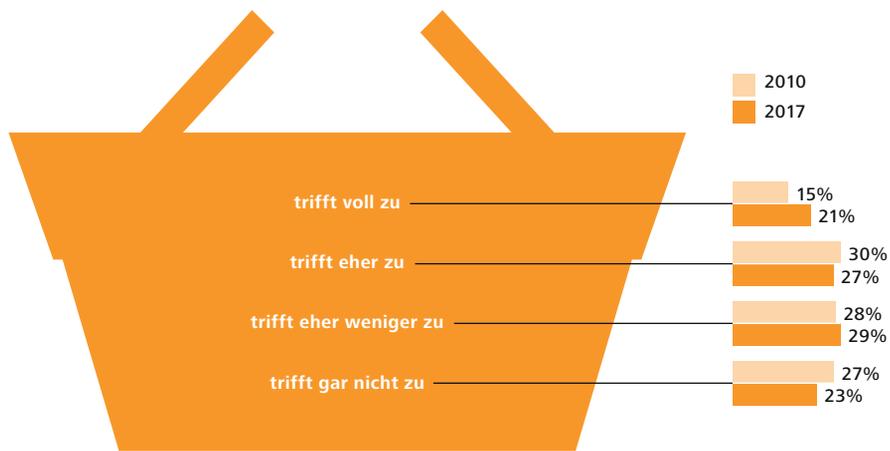
## BEIM EINKAUF IST MIR DIE FREUNDLICHE UND FACHKUNDIGE BEDIENUNG BZW. BERATUNG WICHTIG.

Mit fast 80 % legt die grosse Mehrheit beim Einkauf immer noch grossen Wert auf eine freundliche und fachkundige Beratung. Nichtsdestotrotz hat die Zahl derer, denen es nicht so wichtig ist, um einiges zugenommen.



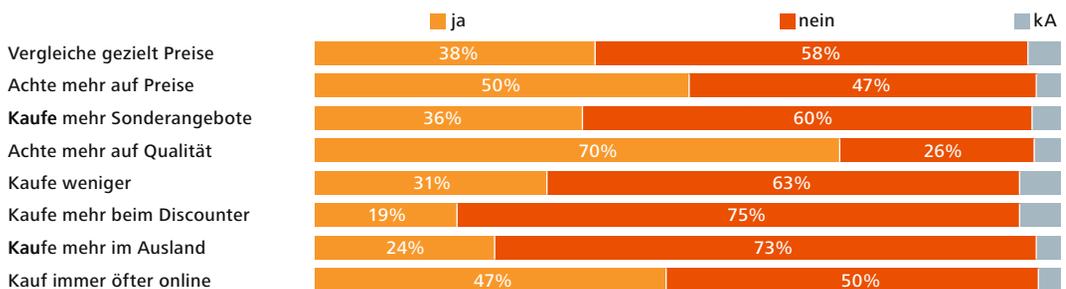
## SONNTAGS UND AM SPÄTEREN ABEND KAUFE ICH GERNE EIN.

Teils, teils. Bei etwas mehr als die Hälfte der Befragten ist Einkaufen an Sonntagen oder Abenden nicht so beliebt. Bei den anderen hingegen schon.



## HAT SICH IHR EINKAUFsverhalten IM JAHR 2017 VERÄNDERT?

Beim Einkaufsverhalten steht die Qualität der Ware im Zentrum. Sonderangebote, der Weg zum Discounter oder Einkaufen im Ausland werden von der Mehrheit als nicht relevant angesehen.



Details siehe Anhang 1

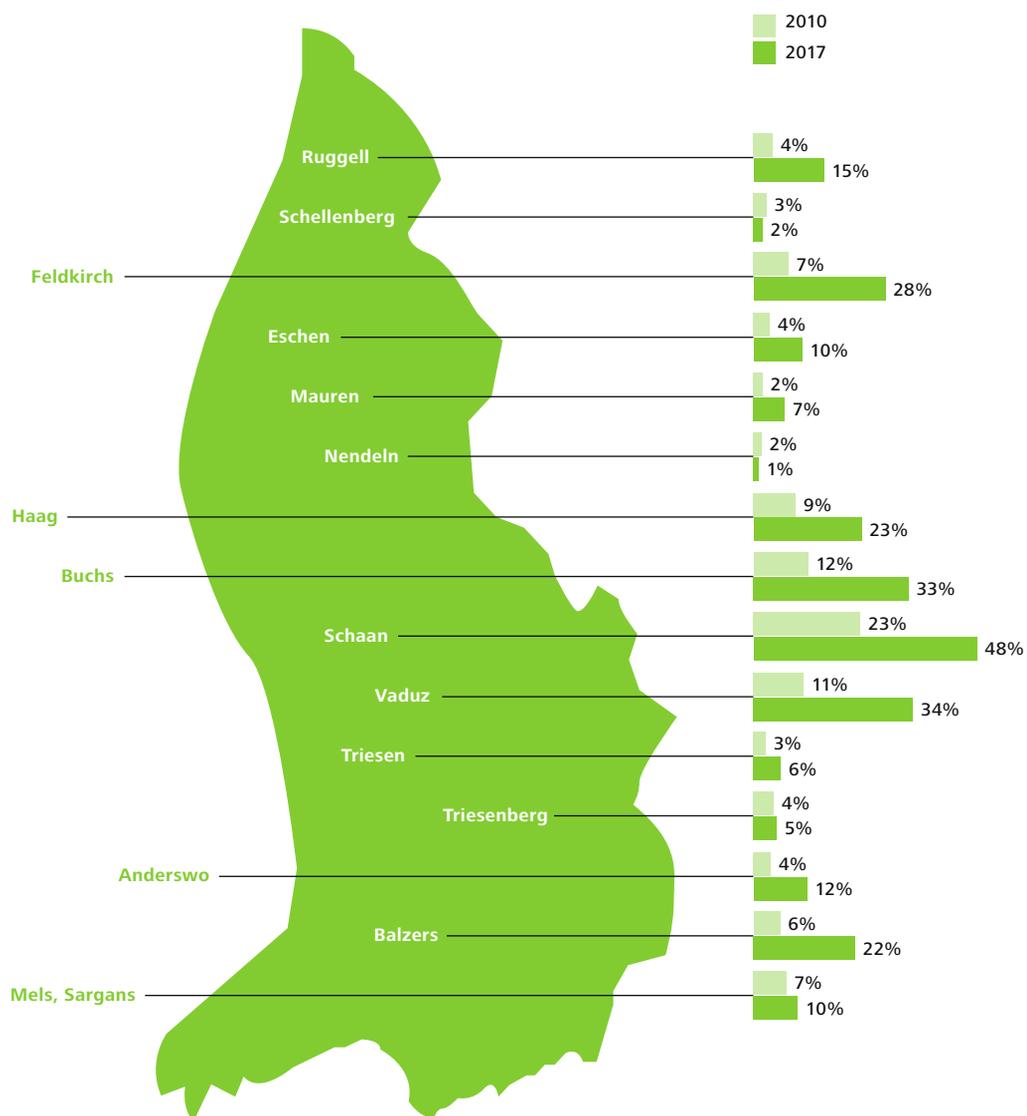
kA: keine Angaben

Werte unter 10% werden nicht angezeigt.

# EINKAUFsverhalten

## IN WELCHEM ORT KAUFEN SIE NORMALERWEISE IHRE PRODUKTE FÜR DEN TÄGLICHEN BEDARF EIN? (2017 MEHRFACHNENNUNGEN MÖGLICH)

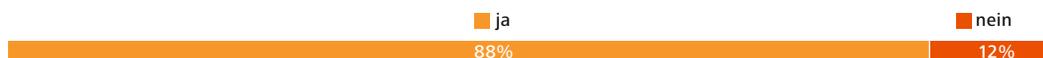
Als bevorzugter Einkaufsort für den täglichen Bedarf liegen immer noch Schaan und Vaduz vorne. Beliebteste Einkaufsorte im Grenzgebiet sind Buchs mit über 33%, Feldkirch mit 28% und Haag mit 23%. Einen signifikanten Zuwachs verzeichnen die Orte Ruggell und Balzers. Es kann davon ausgegangen werden, dass in Ruggell und Balzers die neuen Einkaufsmöglichkeiten einen massgeblichen Einfluss auf die starke Zunahme haben.



Anmerkung: Bei der Umfrage 2017 sind Mehrfachnennungen zugelassen worden. Dadurch ist ein 1:1 Vergleich mit den Zahlen 2010 nicht möglich.

## KAUFEN SIE AUCH AUSSERHALB VON LIECHTENSTEIN EIN?

Fast 90 % der Befragten kaufen auch im Ausland ein.



## WIE OFT KAUFEN SIE ONLINE EIN?

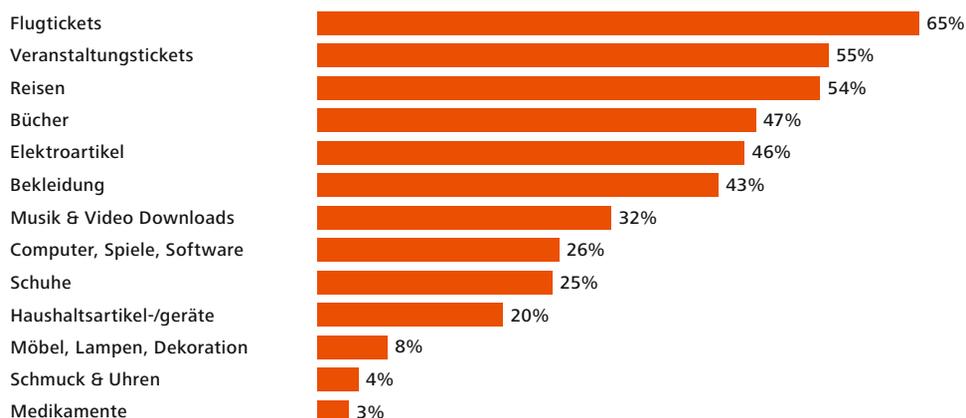
Bereits jeder Fünfte kauft mehrmals im Monat online ein. Hinzu kommen, dass je ein Viertel 1x im Monat bzw. mehrmals im Jahr Produkte über das Internet kaufen. 10 % der Befragten haben bisher noch nie online eingekauft.



## WELCHE PRODUKTE KAUFEN SIE VORALLEM ONLINE EIN?

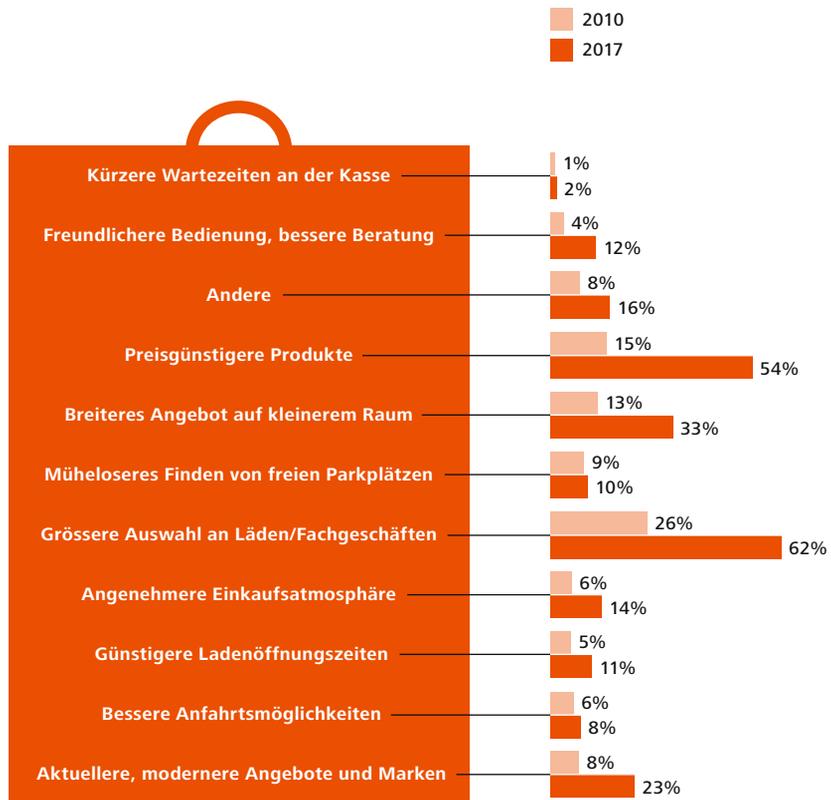
(MEHRFACHNENNUNGEN MÖGLICH)

Knapp zwei Drittel der Befragten haben die Flugtickets als Top-Online-Kaufprodukt angegeben. Unter den Top fünf befinden sich neben den Flugtickets: Veranstaltungstickets, Reisen, Bücher und Elektroartikel – knapp gefolgt von Bekleidung.



## WESHALB KAUFEN SIE AUSSERHALB VON LIECHTENSTEIN EIN? (2017 MEHRFACHNENNUNGEN MÖGLICH)

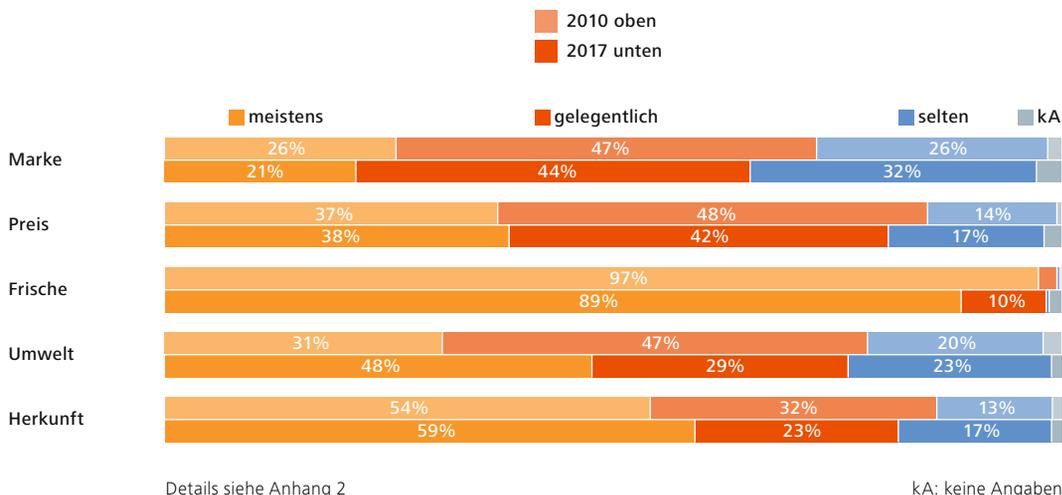
Was macht Auslandseinkäufe so attraktiv? An erster Stelle steht die grössere Auswahl an Fachgeschäften, gefolgt von günstigeren Einkaufskonditionen und «moderneren» Angeboten (Marken). Alle drei Bereiche haben einen signifikanten Zuwachs gegenüber der Studie von 2010 zu verzeichnen.



Anmerkung: Bei der Umfrage 2017 sind Mehrfachnennungen zugelassen worden. Dadurch ist ein 1:1 Vergleich mit den Zahlen 2010 nicht möglich.

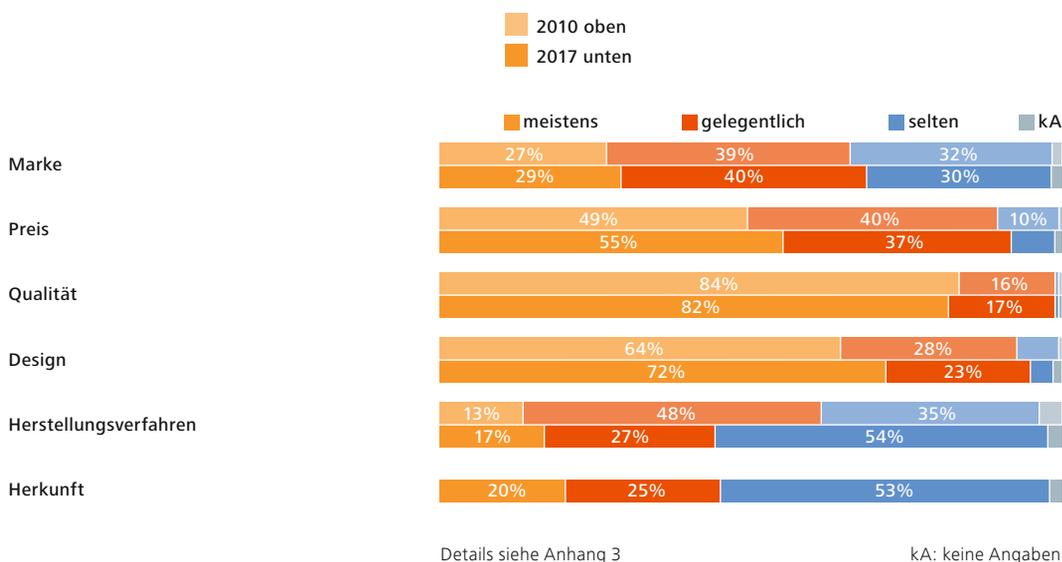
## WORAUF ACHTEN SIE BEIM KAUF VON LEBENSMITTEL?

Das wichtigste Einkaufskriterium bei Lebensmitteln ist mit Abstand die Frische, gefolgt von der Herkunft und der Umwelt. In den letzten Jahren haben Bio-Produkte (ökologischer Anbau) einen signifikanten Zuwachs zu verzeichnen.



## WORAUF ACHTEN SIE BEIM KAUF VON MODE/BEKLEIDUNG?

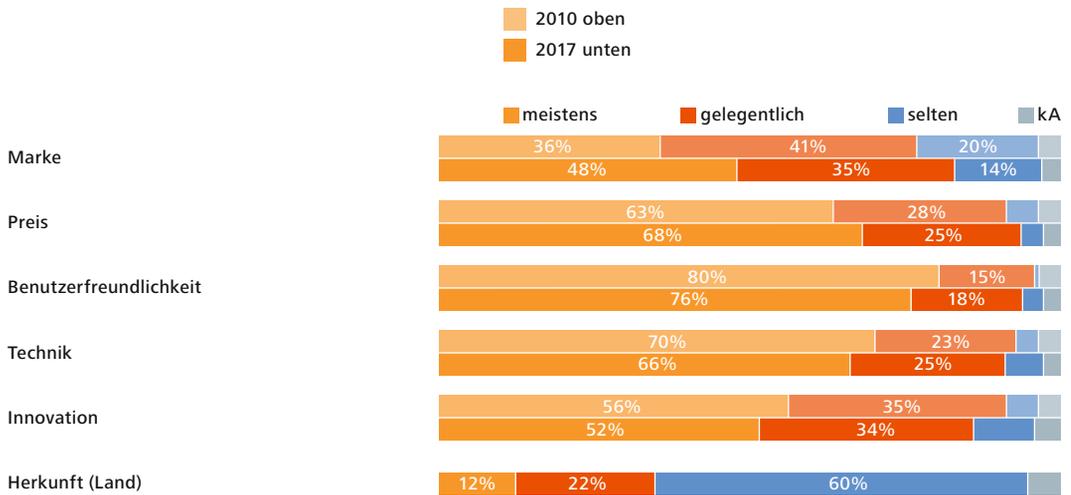
Welche Kleider machen Leute? Die mit Qualität und Design. Die Liechtensteiner und Liechtensteinerinnen legen Wert auf einen modischen Kleidungsstil in guter Qualität – erst dann interessiert der Preis. Das Label steht an vierter Stelle.



Werte unter 10% werden nicht angezeigt.

## WORAUF ACHTEN SIE BEIM KAUF VON HAUSHALTS- UND UNTERHALTUNGSELEKTRONIKGERÄTE?

Haushalts- und Unterhaltungselektronikgeräte müssen in erster Linie durch einfache Bedienbarkeit überzeugen, um gekauft zu werden. An zweiter Stelle folgen der Preis und die Technik.

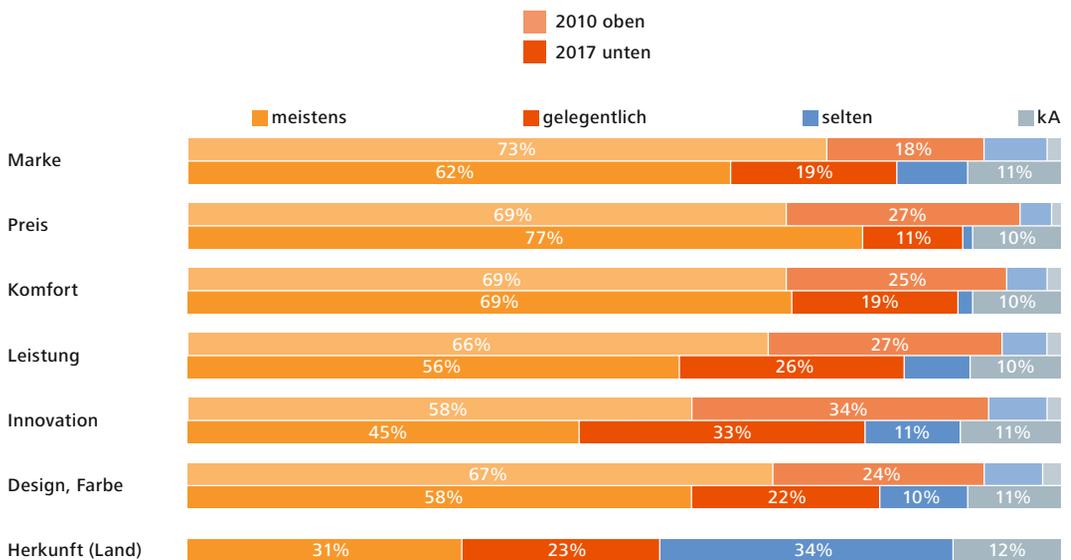


Details siehe Anhang 4

kA: keine Angaben

## WORAUF ACHTEN SIE BEIM KAUF EINES FAHRZEUGES (AUTO)?

War es in der Vergangenheit noch die Marke, die den Kaufentscheid massgeblich beeinflusst hat, ist es nun der Preis, gefolgt von Komfort und erst an dritter Stelle die Marke.



Details siehe Anhang 5

kA: keine Angaben

Werte unter 10% werden nicht angezeigt.

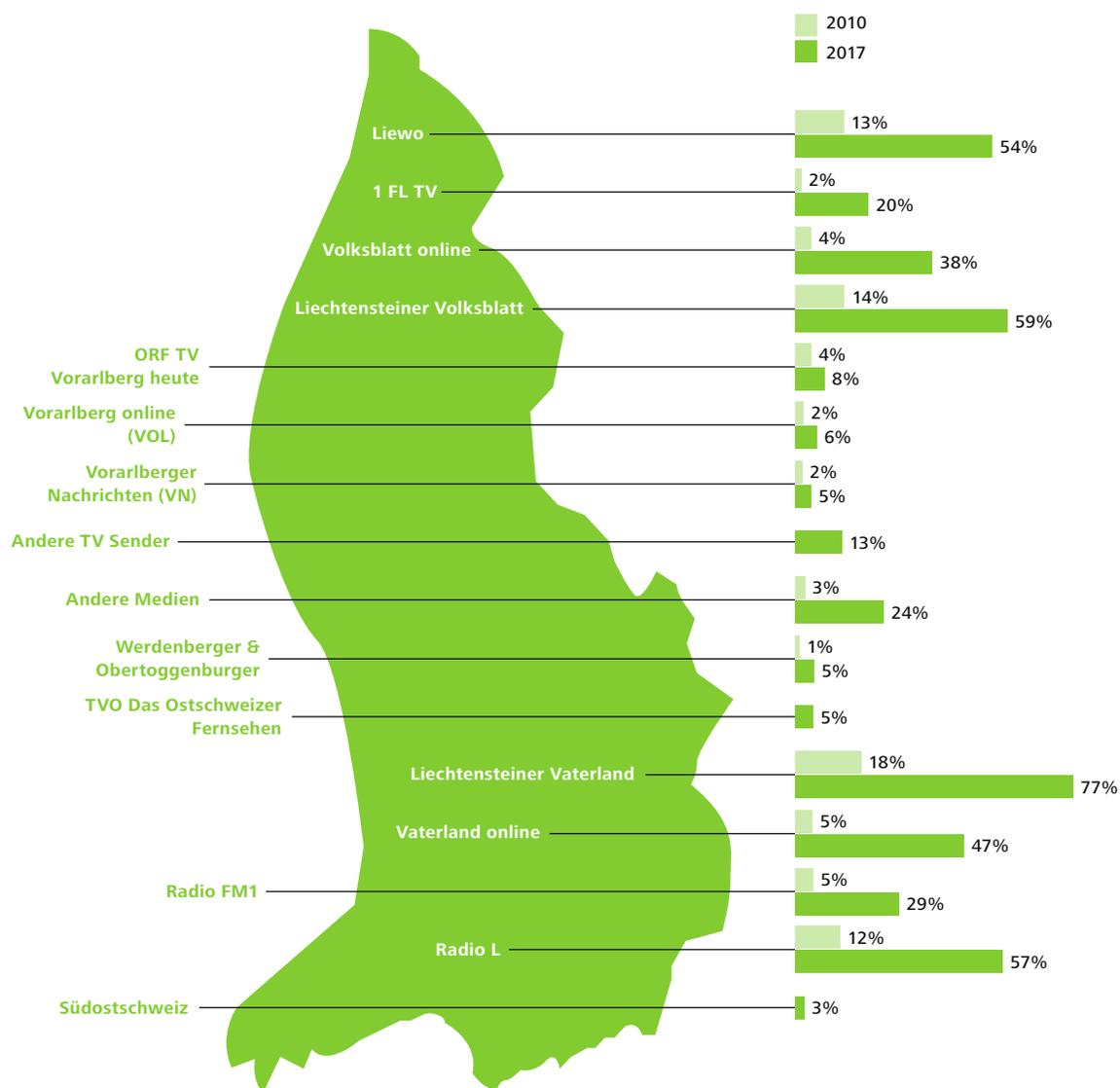
# EINKAUFsverhalten



1. WIRTSCHAFTSLAGE
2. SPARVERHALTEN
3. EINKAUFsverhalten
- 4. INFORMATIONsverhalten**
5. MEDIENNUTZUNG

## WIE INFORMIEREN SIE SICH ÜBER DAS AKTUELLE GESCHEHEN IN LIECHTENSTEIN UND DER REGION? (2017 MEHRFACHNENNUNGEN MÖGLICH)

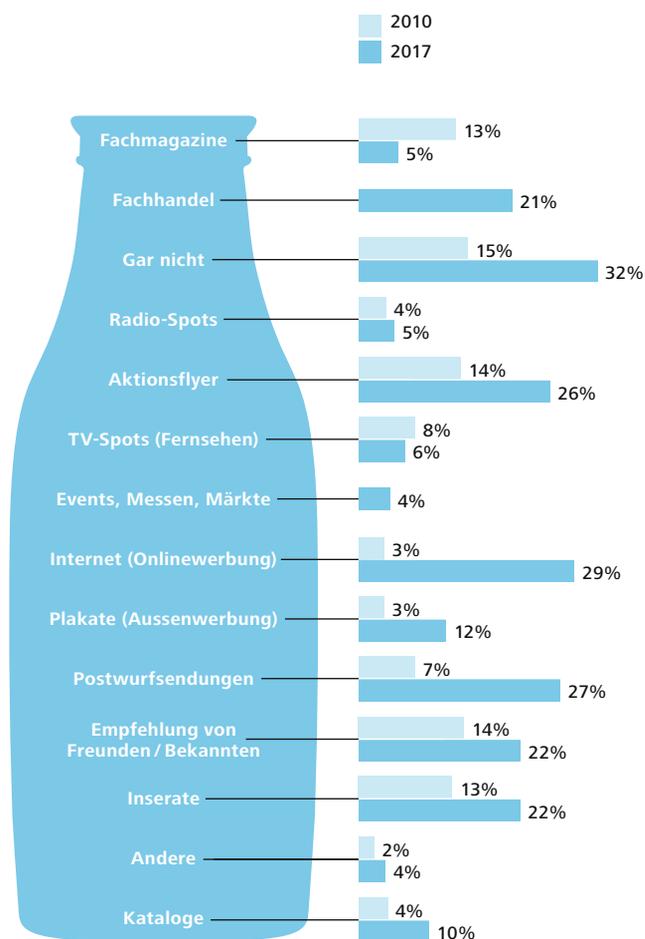
Die Tageszeitungen und die Sonntagszeitung LIEWO bleiben die Informationsmedien Nummer eins – gefolgt von Radio L. Einen markanten Zuwachs haben die Online-Portale wie auch das TV-Angebot zu verzeichnen.



Anmerkung: Bei der Umfrage 2017 sind Mehrfachnennungen zugelassen worden. Dadurch ist ein 1:1 Vergleich mit den Zahlen 2010 nicht möglich.

## WIE INFORMIEREN SIE SICH ÜBER TÄGLICHE BEDARFSARTIKEL WIE Z.B. LEBENSMITTEL-AKTIONEN USW.? (2017 MHRFACHNENNUNGEN MÖGLICH)

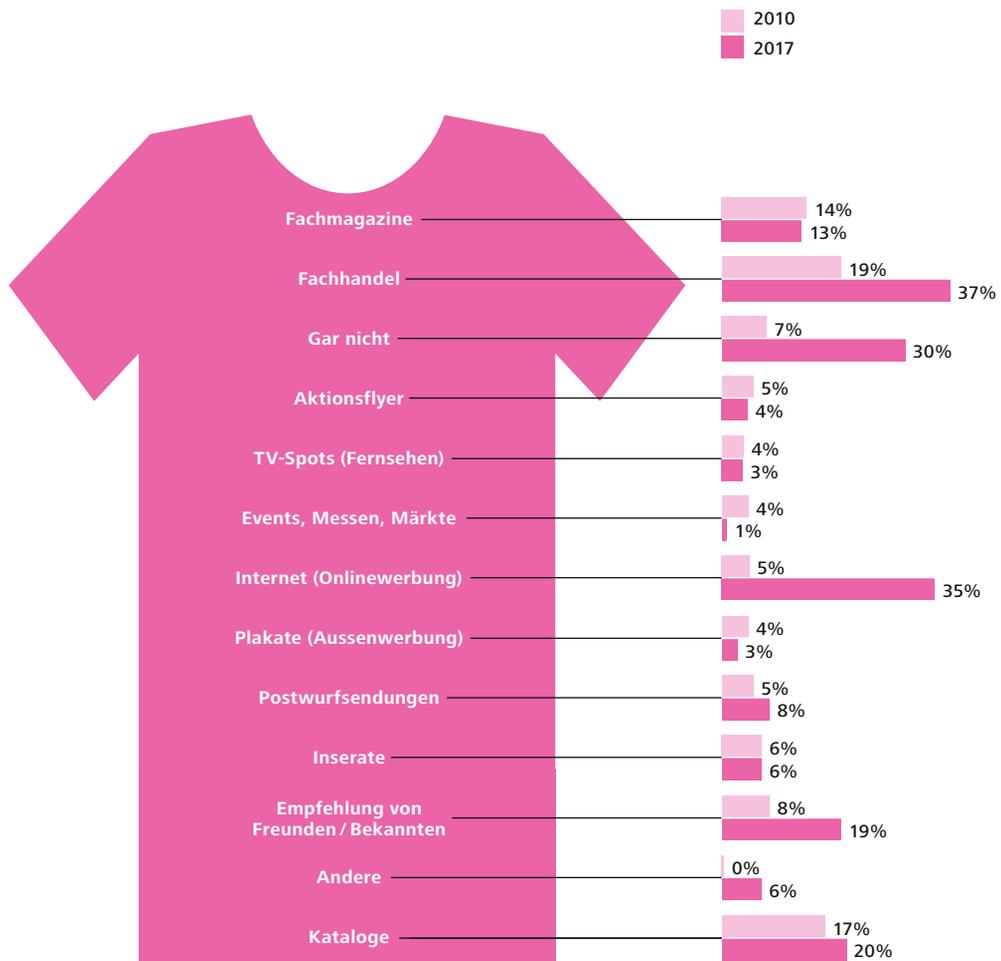
Informationen über Lebensmittel werden immer weniger aktiv eingeholt. Fast ein Drittel aller Befragten holen gar keine Informationen ein. Als häufigste Informationsquellen werden Internet, Postwurfsendungen, Aktionsflyer und der Fachhandel angegeben.



Anmerkung: Bei der Umfrage 2017 sind Mehrfachnennungen zugelassen worden. Dadurch ist ein 1:1 Vergleich mit den Zahlen 2010 nicht möglich.

## WIE INFORMIEREN SIE SICH ÜBER MODE/BEKLEIDUNG? (2017 MEHRFACHNENNUNGEN MÖGLICH)

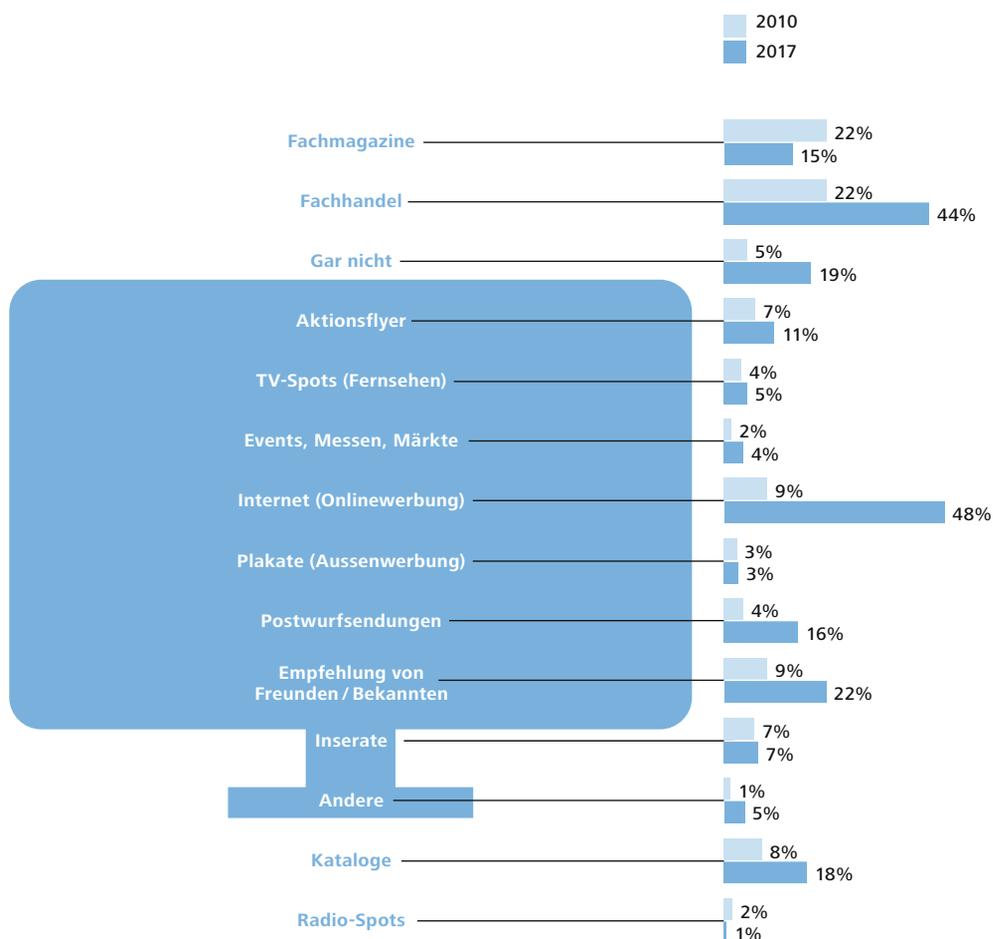
Die meisten erkundigen sich direkt vor Ort im Fachhandel. An zweiter Stelle liegt mit knapp 35 % klar das Internet. Fast 30 % informieren sich nicht aktiv über Mode und Bekleidung.



Anmerkung: Bei der Umfrage 2017 sind Mehrfachnennungen zugelassen worden. Dadurch ist ein 1:1 Vergleich mit den Zahlen 2010 nicht möglich.

## WIE INFORMIEREN SIE SICH ÜBER HAUSHALTS- UND UNTERHALTUNGSELEKTRONIK? (2017 MEHRFACHNENNUNGEN MÖGLICH)

Mehr Informationen über technische Geräte? Am liebsten online. Die Beratung und das Ausprobieren im Fachhandel liegen an zweiter Stelle. Empfehlungen aus dem Freundeskreis und Fachkataloge folgen als Informationsquelle in Sachen Unterhaltungselektronik.

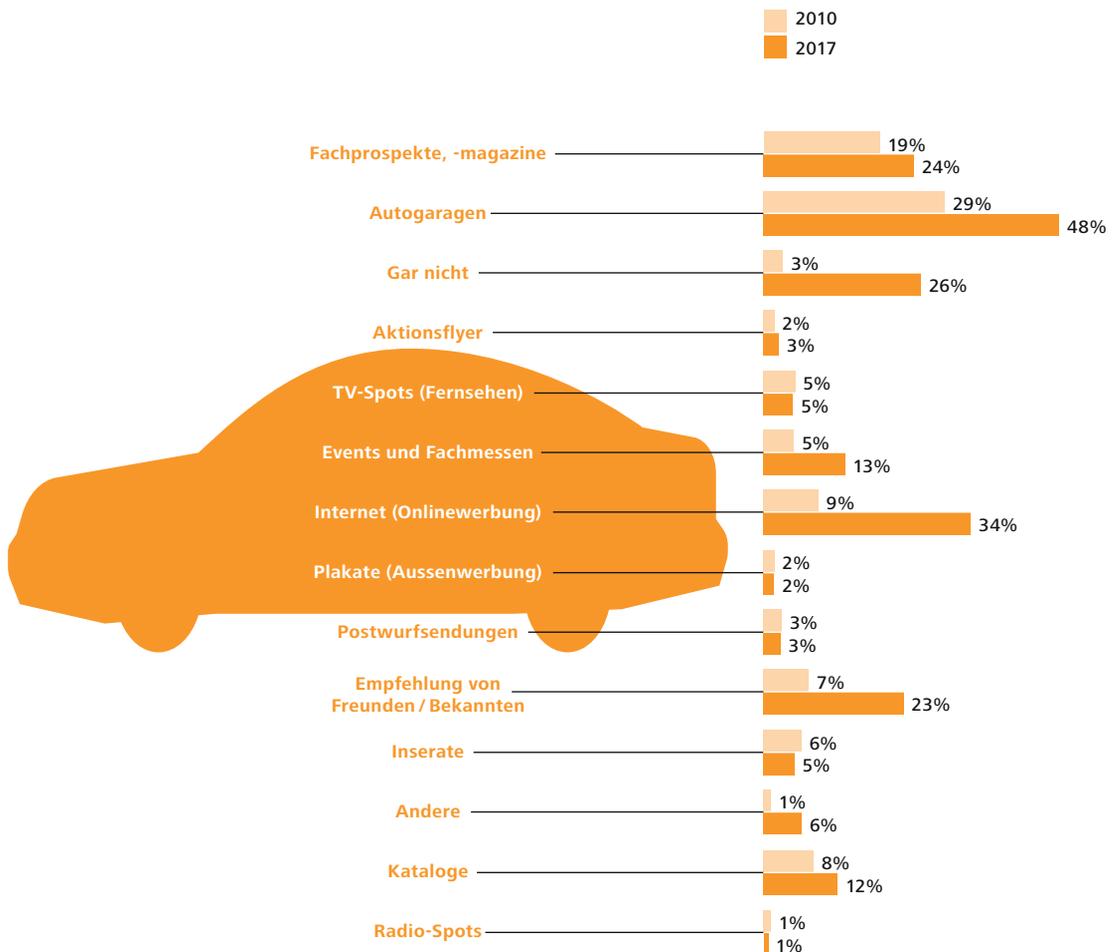


Anmerkung: Bei der Umfrage 2017 sind Mehrfachnennungen zugelassen worden. Dadurch ist ein 1:1 Vergleich mit den Zahlen 2010 nicht möglich.

## WIE INFORMIEREN SIE SICH ÜBER FAHRZEUGE/AUTOS?

(2017 MEHRFACHNENNUNGEN MÖGLICH)

Über Autos mehr erfahren? Nach wie vor direkt beim Autohändler. Das Internet, das auf Platz zwei liegt, kann die persönliche Beratung und Probefahrten nicht ersetzen. Fachmagazine und Empfehlungen von Freunden liegen auf den nachfolgenden Plätzen.

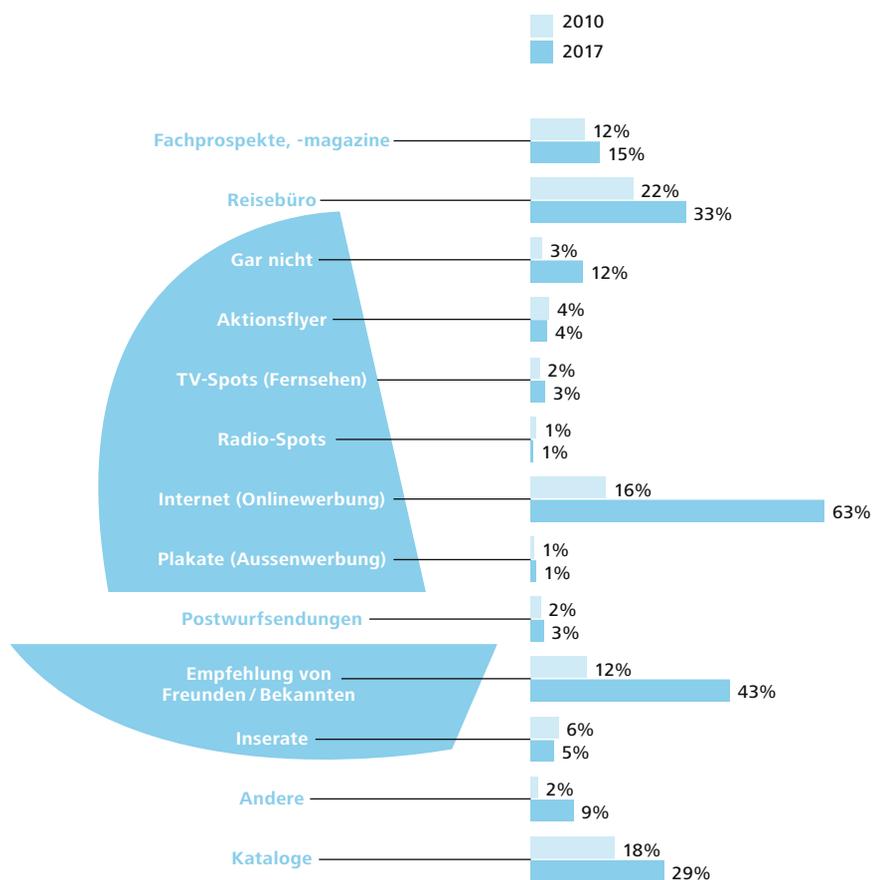


Anmerkung: Bei der Umfrage 2017 sind Mehrfachnennungen zugelassen worden. Dadurch ist ein 1:1 Vergleich mit den Zahlen 2010 nicht möglich.

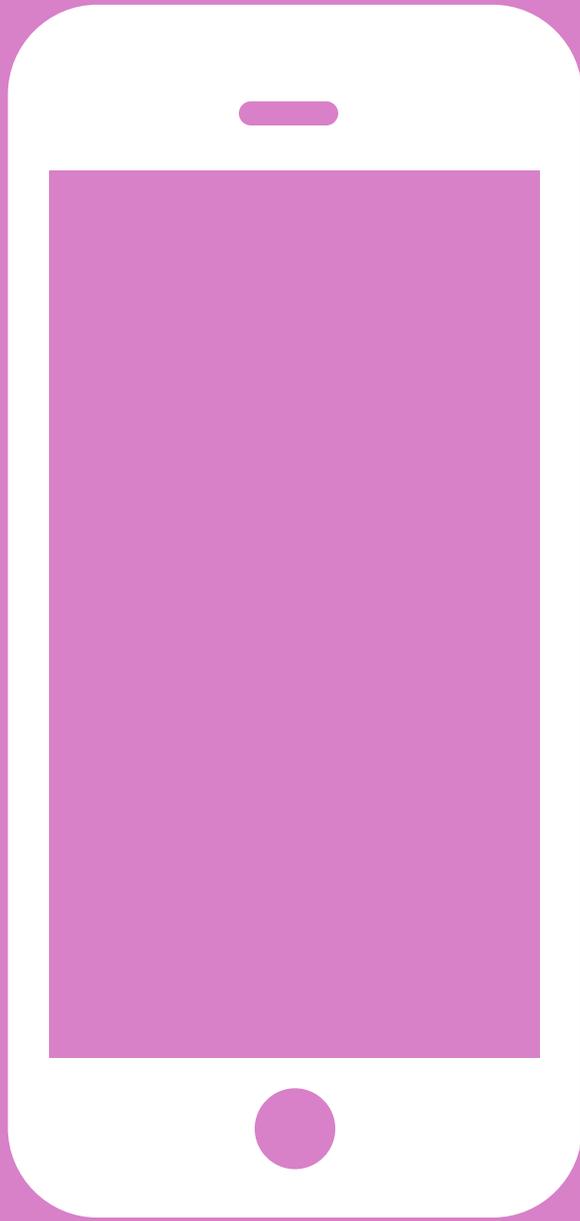
## WIE INFORMIEREN SIE SICH ÜBER URLAUBSANGEBOTE?

(2017 MEHRFACHNENNUNGEN MÖGLICH)

Das Internet ist mit fast zwei Drittel aller Quoten das «meistbesuchte» Reisebüro. Die persönliche Beratung wird jedoch nach wie vor dem gedruckten Katalog vorgezogen. Über 43 % buchen ihren Urlaub auf Empfehlungen von Freunden oder Bekannten.



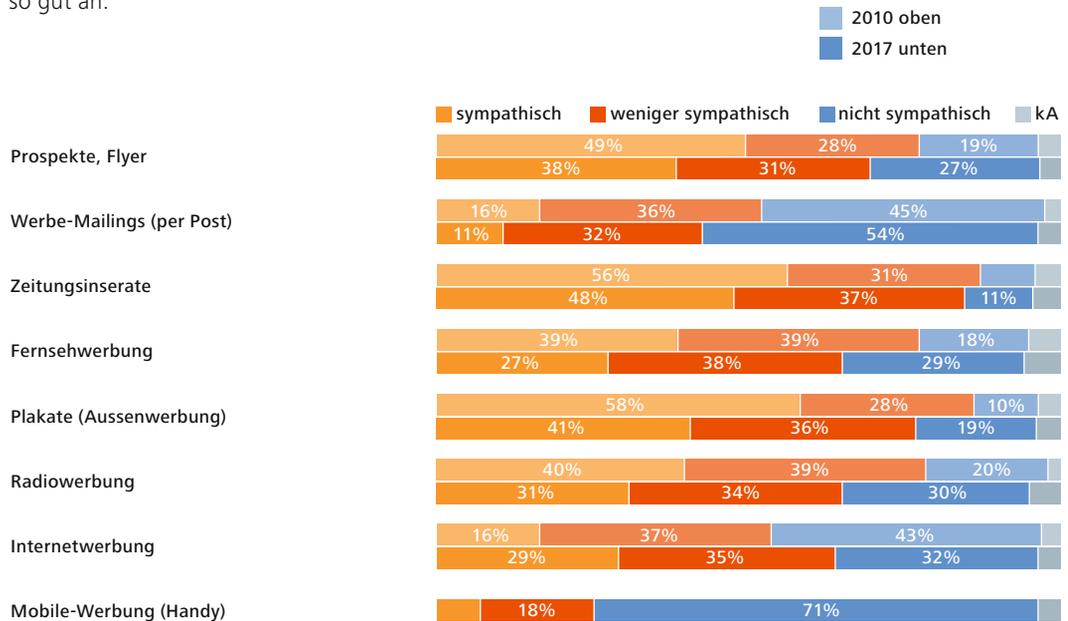
Anmerkung: Bei der Umfrage 2017 sind Mehrfachnennungen zugelassen worden. Dadurch ist ein 1:1 Vergleich mit den Zahlen 2010 nicht möglich.



1. WIRTSCHAFTSLAGE
2. SPARVERHALTEN
3. EINKAUFsverHALTEN
4. INFORMATIONsverHALTEN
5. MEDIENNUTZUNG

## WELCHE WERBEMITTEL FINDEN SIE SYMPATHISCH? BZW. WENIGER SYMPATHISCH?

Welche Werbemittel kommen besonders gut an? Die drei Klassiker – Inserat, Plakat und Prospekt. Gleich gefolgt von der Internetwerbung. Die Mobile-Werbung wie auch die Postwurfsendungen kommen nicht so gut an.

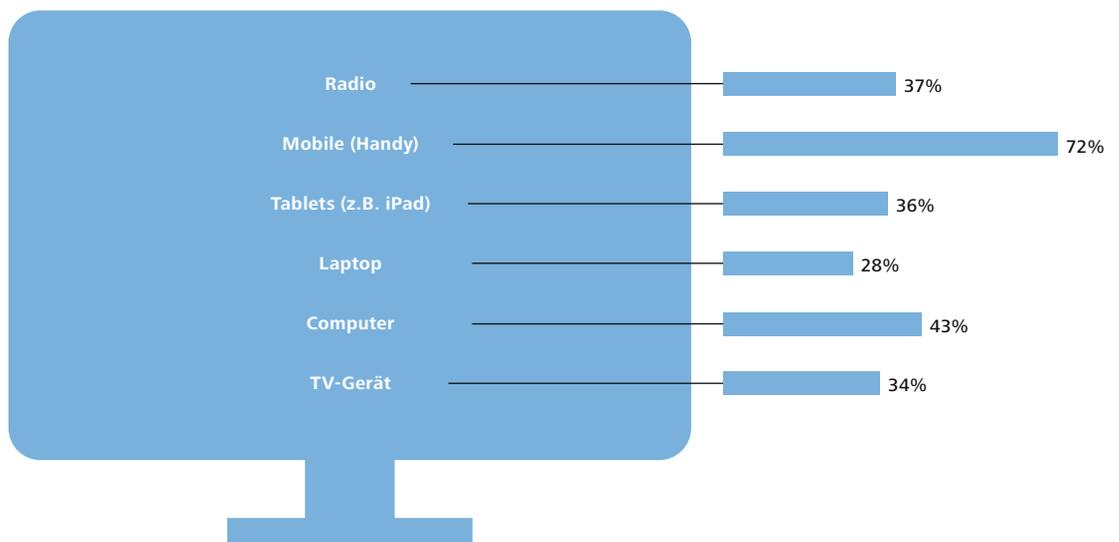


Details siehe Anhang 6

kA: keine Angaben

## WELCHE TELEKOMMUNIKATIONSGERÄTE BENUTZEN SIE AM HÄUFIGSTEN UM SICH ÜBER TAGESAKTUELLE NEWS ZU INFORMIEREN? (MEHRFACHNENNUNGEN MÖGLICH)

Fast drei Viertel aller Befragten wählen das Mobile (Handy) zum beliebtesten Infogerät aus. Gefolgt vom Computer, dem Radio, Tablet und dem TV-Gerät.



Werte unter 10% werden nicht angezeigt.

## WIE HÄUFIG NUTZEN SIE WEBSEITEN (Z.B. 20 MINUTEN, LANDESZEITUNGEN ONLINE, BLICK ONLINE, USW.), UM SICH ÜBER TAGESAKTUELLE NEWS ZU INFORMIEREN?

Über 32 % nutzen das Internet mehrmals täglich um sich zu informieren und über 60% nutzen es mindestens 1–2 x täglich. Mehr als 5 % nutzen das Netz stündlich und knapp 6 % gar nicht.



Details siehe Anhang 7

## WIE HÄUFIG NUTZEN SIE WEBSEITEN, UM HINTERGRUND- ODER SERVICEINFORMATIONEN (Z.B. ONLINE- GEBRAUCHSANWEISUNGEN) ZU BENUTZEN?

Fast 8 % nutzen die Online-Informationsmöglichkeiten täglich. Fast 77 % nutzen das Internet mindestens 1–2 x im Monat um sich zu informieren.



Werte unter 6 % werden nicht angezeigt.

Anhang 1

## HAT SICH IHR EINKAUFsverhalten IM JAHR 2017 VERÄNDERT?

	ja	nein	keine Angaben
Vergleiche gezielt Preise	38 %	58 %	4 %
Achte mehr auf Preise	50 %	47 %	3 %
Kaufe mehr Sonderangebote	36 %	60 %	4 %
Achte mehr auf Qualität	70 %	26 %	4 %
Kaufe weniger	31 %	63 %	6 %
Kaufe mehr beim Discounter	19 %	75 %	6 %
Kaufe mehr im Ausland	24 %	73 %	3 %
Kauf immer öfter online	47 %	50 %	3 %

Anhang 2

## WORAUF ACHTEN SIE BEIM KAUF VON LEBENSMITTEL?

	meistens	gelegentlich	selten	keine Angabe
	2010   2017	2010   2017	2010   2017	2010   2017
Marke	26 %   21 %	47 %   44 %	26 %   32 %	2 %   3 %
Preis	37 %   38 %	48 %   42 %	14 %   17 %	1 %   2 %
Frische	97 %   89 %	2 %   10 %	1 %   0 %	0 %   1 %
Umwelt	31 %   48 %	47 %   29 %	20 %   23 %	2 %   1 %
Herkunft	54 %   59 %	32 %   23 %	13 %   17 %	1 %   1 %

Anhang 3

## WORAUF ACHTEN SIE BEIM KAUF VON MODE/BEKLEIDUNG?

	meistens	gelegentlich	selten	keine Angabe
	2010   2017	2010   2017	2010   2017	2010   2017
Marke	27 %   29 %	39 %   40 %	32 %   30 %	2 %   2 %
Preis	49 %   55 %	40 %   37 %	10 %   7 %	0 %   1 %
Qualität	84 %   82 %	16 %   17 %	1 %   1 %	0 %   1 %
Design	64 %   72 %	28 %   23 %	7 %   4 %	1 %   1 %
Herstellungsverfahren	13 %   17 %	48 %   27 %	35 %   54 %	4 %   2 %
Herkunft (Land)	20 %	25 %	53 %	2 %

Anhang 4

**WORAUF ACHTEN SIE BEIM KAUF VON HAUSHALTS- UND UNTERHALTUNGSELEKTRONIKGERÄTE?**

	meistens	gelegentlich	selten	keine Angabe
	2010   2017	2010   2017	2010   2017	2010   2017
Marke	36 %   48 %	41 %   35 %	20 %   14 %	4 %   3 %
Preis	64 %   68 %	28 %   25 %	5 %   4 %	4 %   3 %
Benutzerfreundlichkeit	80 %   76 %	15 %   18 %	1 %   3 %	4 %   3 %
Technik	70 %   66 %	23 %   25 %	4 %   6 %	4 %   3 %
Innovation	56 %   52 %	35 %   34 %	5 %   10 %	4 %   4 %
Herkunft (Land)	12 %	22 %	60 %	5 %

Anhang 5

**WORAUF ACHTEN SIE BEIM KAUF EINES FAHRZEUGES (AUTO)?**

	meistens	gelegentlich	selten	keine Angabe
	2010   2017	2010   2017	2010   2017	2010   2017
Marke	73 %   62 %	18 %   19 %	7 %   8 %	2 %   11 %
Preis	69 %   77 %	27 %   11 %	4 %   1 %	1 %   10 %
Komfort	69 %   69 %	25 %   19 %	5 %   2 %	2 %   10 %
Leistung	66 %   56 %	27 %   26 %	5 %   8 %	2 %   10 %
Innovation	58 %   45 %	34 %   33 %	7 %   11 %	2 %   11 %
Design, Farbe	67 %   58 %	24 %   22 %	7 %   10 %	2 %   11 %
Herkunft (Land)	31 %	23 %	34 %	12 %

Anhang 6

**WELCHE WERBEMITTEL FINDEN SIE SYMPATHISCH?**

	sympathisch	weniger sympathisch	nicht sympathisch	keine Angabe
	2010   2017	2010   2017	2010   2017	2010   2017
Prospekte, Flyer	49 %   38 %	28 %   31 %	19 %   27 %	4 %   3 %
Werbe-Mailings (per Post)	16 %   11 %	36 %   32 %	45 %   54 %	3 %   4 %
Zeitungsinserate	56 %   48 %	31 %   37 %	9 %   11 %	4 %   4 %
Fernsehwerbung	39 %   27 %	39 %   38 %	18 %   29 %	5 %   6 %
Plakate (Aussenwerbung)	58 %   41 %	28 %   36 %	10 %   19 %	4 %   4 %
Radiowerbung	40 %   31 %	39 %   34 %	20 %   30 %	2 %   5 %
Internetwerbung	16 %   29 %	37 %   35 %	43 %   32 %	3 %   4 %
Mobile-Werbung (Handy)	7 %	18 %	71 %	4 %

Anhang 7

**WIE HÄUFIG NUTZEN SIE WEBSEITEN (Z.B. 20 MINUTEN, LANDESZEITUNGEN ONLINE, BLICK ONLINE, USW.), UM SICH ÜBER TAGESAKTUELLE NEWS ZU INFORMIEREN?**

