

Neue Verpackungsverordnung
- Auszug aus Eigenstudien -
- 07/2009 -





Hintergrund

Stichprobe und Befragungszeitraum

T.I.P. BIEHL & WAGNER führt in regelmäßigen Abständen Telefoninterviews zu Themen durch, die über konkrete Kundenanfragen hinausgehen und aktuelle Themen aufgreifen.

Die vorliegenden Fragen beschäftigen sich mit dem Thema “Neue Verpackungsverordnung”.

Hierzu wurden im Juli 2009 insgesamt 604 Personen befragt.



T.I.P. BIEHL & WAGNER verfügt über ein leistungsfähiges CATI-Studio (über 45 Arbeitsplätze) in dem die Befragung durchgeführt wurde.

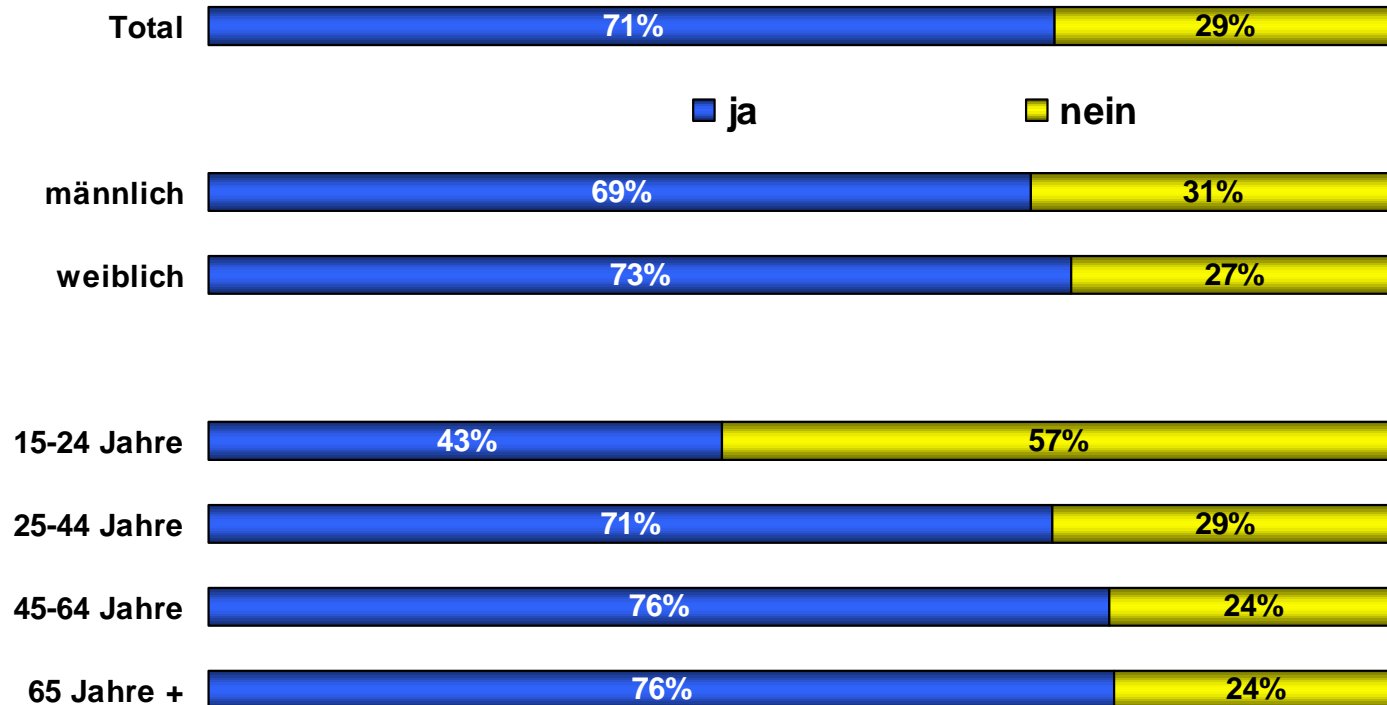
Die Haushalte wurden in ganz Deutschland nach dem random-last-digit Verfahren gezogen und die Befragten im next birthday Verfahren ausgewählt.

Dabei wurde die Voxco - Befragungssoftware für **CATI-** und **CAPI-**Studien eingesetzt.



Bekanntheit: Wegfall der vorgeschriebenen Verpackungseinheiten

... Haben Sie von dieser Änderung schon gehört?

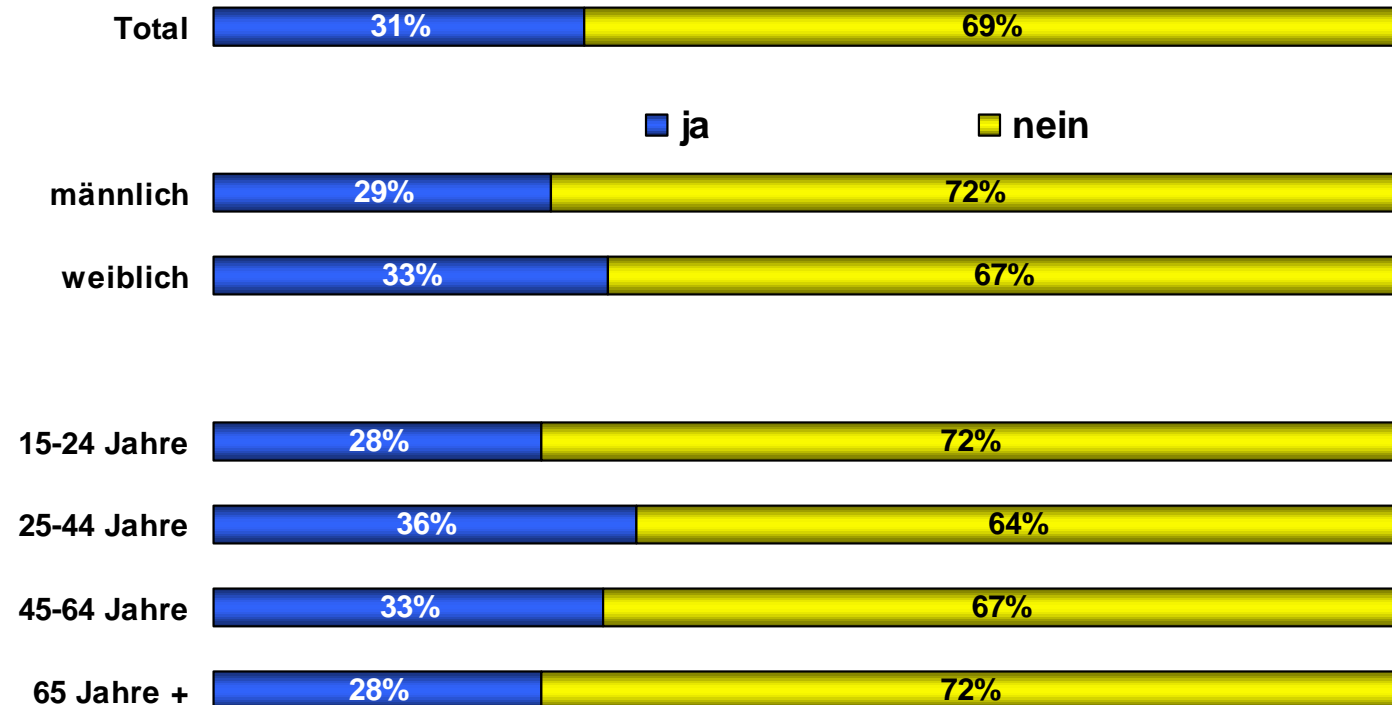


N=604



Wahrnehmung: Wegfall der vorgeschriebenen Verpackungseinheiten

Sind Ihnen diese Änderungen im Rahmen Ihres täglichen Einkaufs schon aufgefallen?



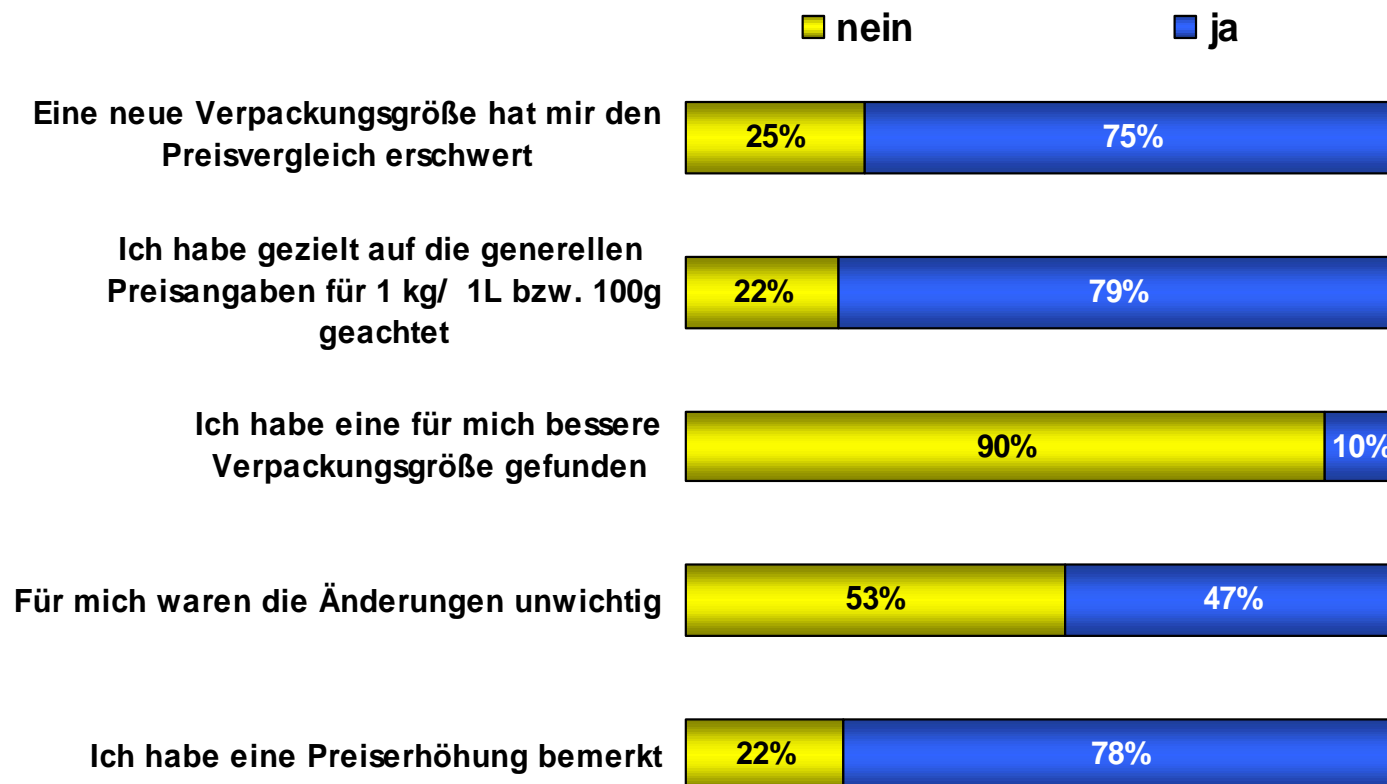
N=431

Grafik 4



Verhaltensrelevanz der Verpackungsverordnung: Bestätigung / Ablehnung vorgegebener Aussagen

Ich möchte Ihnen nun verschiedene Aussagen zu diesem Thema vorlesen und Sie bitten, mir zu sagen, ob Sie diese Erfahrungen ebenfalls gemacht haben oder nicht“.



N=135



Zusammenfassung I

Ist der Wegfall der vorgeschriebenen Verpackungsgrößen überhaupt schon weiteren Kreisen aufgefallen, und wenn ja, welche Konsequenzen nimmt man dabei für sich wahr?

Die Ergebnisse zeigen eine zunehmende Präsenz der Veränderungen: Zum Zeitpunkt der Befragung im Juli 2009 geben immerhin schon knapp drei Viertel der Befragten an, von den Änderungen in der Verpackungsordnung gehört zu haben (nur bei den jungen Befragten unter 25 Jahre liegt die Kenntnis davon deutlich niedriger).

Immerhin bereits knapp einem Drittel dieser ‚gut Informierten‘ sind bereits auch tatsächliche Veränderung an Verpackungen beim Einkauf aufgefallen; Frauen und Befragte mittleren Alters zeigen sich hierfür tendenziell als etwas sensibler.



Zusammenfassung II

Befragt man speziell diese ‚Aufmerksamen‘ (die Veränderungen bereits wahrgenommen haben) nach ihren Erfahrungen, wird deutlich, dass nach wie vor die Befürchtungen gegenüber den erwarteten Benefits der Freigabe von Verpackungsgrößen überwiegen:

Drei Viertel und mehr der ‚Aufmerksamen‘ sehen Preisvergleiche erschwert und/oder haben schon Preiserhöhungen bemerkt, während nur jeder Zehnte der Teilstichprobe bestätigt, persönlich nun eine ‚bessere‘ Verpackungsgröße gefunden zu haben.

Insgesamt lässt sich festhalten, dass die tatsächlichen Veränderungen von Verpackungen am Markt zunehmend in den Blick der Konsumenten geraten, wobei sie nach wie vor bei einer Mehrheit der ‚Aufmerksamen‘ Befürchtungen wachrufen.



Die Studie

Rahmendaten

Stichprobe: n = 604 Personen

Zeitraum der Befragung: 14.07.2009 – 22.07.2009

Region: deutschlandweit

Methode: CATI (Computer Assisted Telephone Interview)

Stichprobenbeschreibung

Geschlecht: 258 männlich (42,7%); 346 weiblich (57,3%)

Altersverteilung:

15-24 Jahre: 67 (11,1%) - 45-64 Jahre: 196 (32,5%)

25-44 Jahre: 142 (23,5%) - 65+ Jahre: 199 (32,9%)

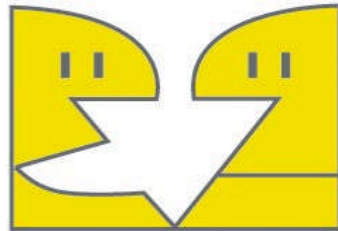
Bekanntheit der Veränderung zur Verpackungsverordnung:

Ja: 71%

Nein: 29%



Sie haben Fragen? Sie möchten mehr erfahren?



T.I.P. BIEHL & WAGNER

FORSCHUNGEN UND KONZEPTE
FÜR MÄRKTE, PRODUKTE UND SOZIALES

Eberhard Biehl

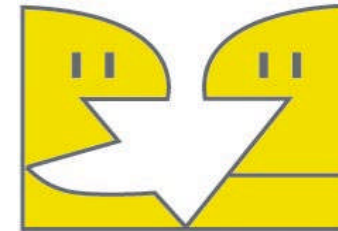
Diplom-Psychologe
Institutsleitung

Eurener Str. 15 54294 Trier

+49 651 9480018

Eberhard.Biehl@tip-web.de

www.tip-web.de



T.I.P. BIEHL & WAGNER

FORSCHUNGEN UND KONZEPTE
FÜR MÄRKTE, PRODUKTE UND SOZIALES

Joachim Wagner

Diplom-Psychologe
Institutsleitung

Eurener Str. 15 54294 Trier

+49 651 9480017

Joachim.Wagner@tip-web.de

www.tip-web.de

