

Lebensmittel aus dem Internet: Verbraucher zweifeln an Frische

Hamburg, 25. Mai 2016 – Momentan wird der Online-Handel von Non-Food Bereichen, wie Kleidung oder Elektronik beherrscht. So kaufen 40 Prozent der Bevölkerung häufig Mode und Schuhe online und 30 Prozent bestellen Medien und Technik im Internet. Nach einer aktuellen Studie des Marktforschungsinstituts Ipsos geben jedoch nur 6 Prozent der Deutschen an, „häufig“ Lebensmittel im Internet einzukaufen. Immerhin jeder fünfte bezeichnet sich als „seltenen Käufer“ (22%), jeder vierte (24%) hat noch nie Lebensmittel online bestellt, könnte es sich aber vorstellen und für fast jeden zweiten Befragten (48%) kommt diese Art des Lebensmitteleinkaufs überhaupt nicht in Frage.

Frische und Versandkosten als KO-Kriterien

Eine wesentliche Barriere beim Lebensmitteleinkauf im Internet stellt der Frischeaspekt dar. Fast 9 von 10 Verbrauchern (88%) bemängeln, dass sie die Frische der Ware nicht selbst überprüfen können, 79 Prozent befürchten, die Produkte werden nicht durchgängig gekühlt, 71 Prozent vermissen bei der Online-Bestellung die Wahrnehmung der Produkte mit allen Sinnen. So überrascht es nicht, dass es vor allem haltbare Lebensmittel, wie Süßwaren & Snacks oder Konserven (je 39%), Nudel und Reis (38%) sind, die die Konsumenten im Internet kaufen würden, während Backwaren (15%), Tiefkühlprodukte (13%) und Obst und Gemüse (9%) ganz hinten rangieren. Doch auch der Preis spielt eine Rolle: drei Viertel (73%) der Deutschen fürchten hohe Versandkosten oder Mindestbestellwerte und kaufen aus diesem Grund ihre Lebensmittel lieber im Geschäft.

Pluspunkte des Lebensmittel-Onlinekaufs: bequemer Zugang und Verfügbarkeit

Von den Befragten, die Lebensmittel schon online eingekauft haben, wird vor allem der bequeme Einkauf (36%), die Verfügbarkeit von Produkten, die im Einzelhandel schwer erhältlich sind (34%), sowie die Unabhängigkeit von den Öffnungszeiten (27%) geschätzt.

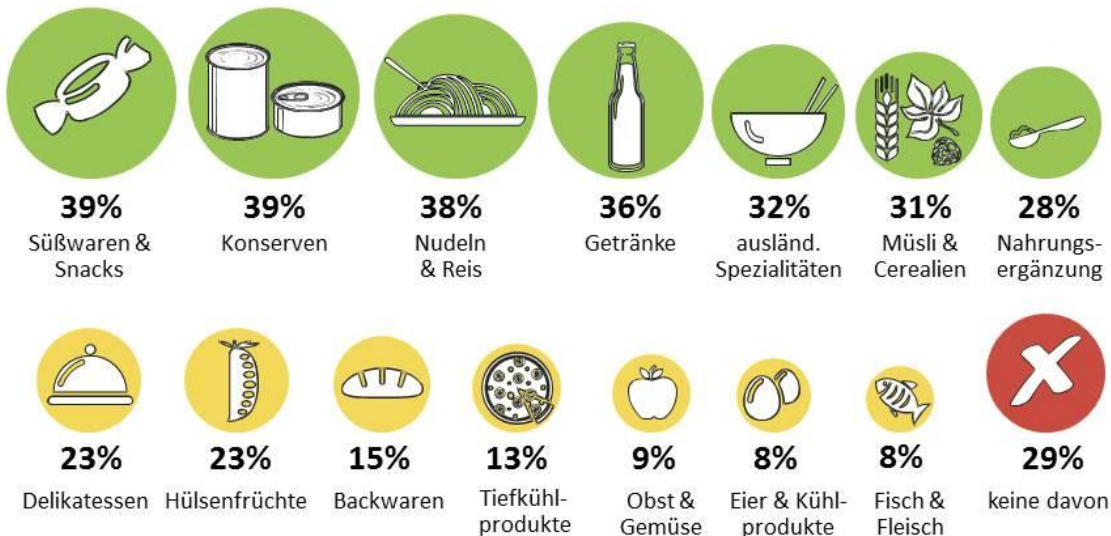
Methodensteckbrief:

Diese Ergebnisse stammen aus einer Kooperationsstudie von Ipsos Observer zusammen mit den Auszubildenden zu Fachangestellten für Markt- und Sozialforschung der Beruflichen Schule für Medien und Kommunikation Hamburg-Wandsbek.

Methode:	Online Mehrthemenumfrage im Ipsos i:omnibus
Grundgesamtheit:	Deutsche Bevölkerung zwischen 16 und 70 Jahren, die das Internet nutzt
Stichprobe:	n=1.100
Feldzeit:	01.04. - 04.04.2016

Bereitschaft Lebensmittel im Internet zu kaufen

Haltbare und robuste Produkte landen eher im digitalen Warenkorb



Stellen Sie sich vor, Sie kaufen online Lebensmittel ein.

Welche der folgenden Produktkategorien wären Sie bereit online einzukaufen?

// Mehrfachnennungen

Quelle: Ipsos-Studie „Lebensmittel Online-Handel“ in Kooperation mit der Beruflichen Schule für Medien und Kommunikation Hamburg-Wandsbek (Ausbildungsgang Fachangestellte für Markt- und Sozialforschung)

Online Mehrthemenumfrage im Ipsos i:omnibus, n=1.100

Deutsche zwischen 16 und 70 Jahren, die das Internet nutzen. Feldzeit: 01.04. – 04.04.2016

GAME CHANGERS



Über Ipsos:

Ipsos ist ein unabhängiges und innovatives Markt- und Meinungsforschungsinstitut. In einer sich immer schneller verändernden Welt ist es unsere Aufgabe, unsere Kunden mit präzisen und umsetzbaren Analysen bei ihrer Veränderung zu unterstützen, dabei orientieren wir uns an den „4S“: Security, Simplicity, Speed und Substance. Um unseren Kunden bestmöglichen Service zu bieten, haben wir uns in fünf Forschungsbereichen spezialisiert. So bestimmen unsere engagierten Forscher Marktpotenziale, zeigen Markttrends, testen Produkte, Werbung und Dienstleistungen, erforschen die Wirkung von Medien und geben der öffentlichen Meinung eine Stimme. Und das in 87 Ländern auf allen Kontinenten. In Deutschland beschäftigen wir über 500 Mitarbeiter in Hamburg, Mölln, München, Frankfurt und Berlin.

We are GAME CHANGERS.

Über die Berufliche Medienschule Hamburg-Wandsbek

Die seit 1952 bestehende Schule bildet Auszubildende in den Bereichen Werbe-, Verlags- und Medienwirtschaft, sowie seit 2006 in dem Ausbildungsberuf Fachangestellte für Markt und Sozialforschung (FAMS) aus. Die Schule hat bei der Einführung des FAMS-Ausbildungsganges maßgeblich mitgewirkt und ist einer von sechs Bildungsstandorten bundesweit, die den Ausbildungsgang anbieten.



Kontakt Ipsos Pressestelle

Gudrun Witt
Gudrun.Witt@ipsos.com

Sachsenstraße 6
20097 Hamburg
Tel. 040 80096 4179