



Anforderungen der Verbraucher an Weidemilch

Yascha Koik, Holger D. Thiele, Martin Braatz

Fragestellung:

- Welche Assoziationen und Motive haben Konsumenten zum Thema Weidemilch in Schleswig-Holstein?

➔ Ableitung der Anforderungen an Weidemilch!

Daten:

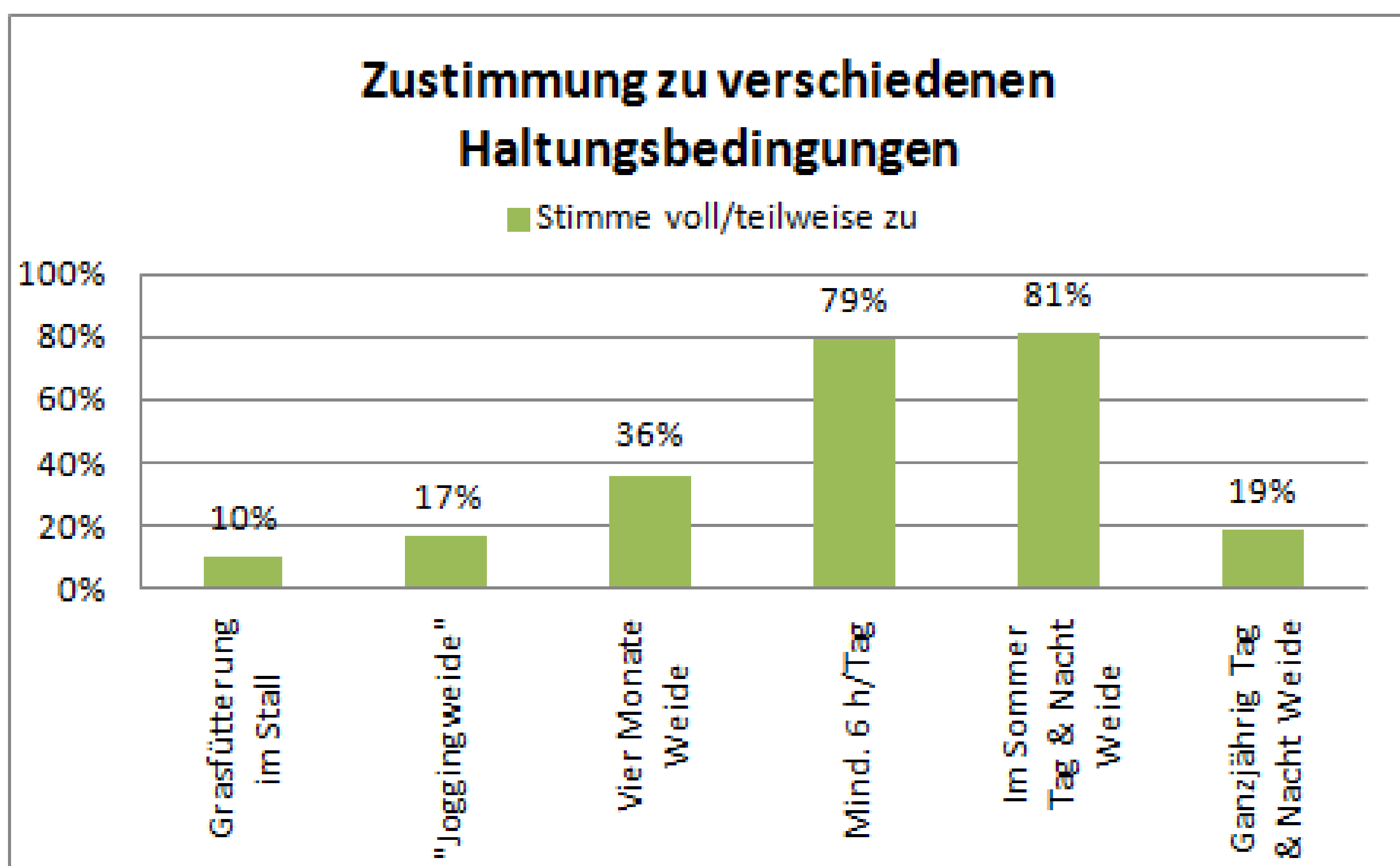
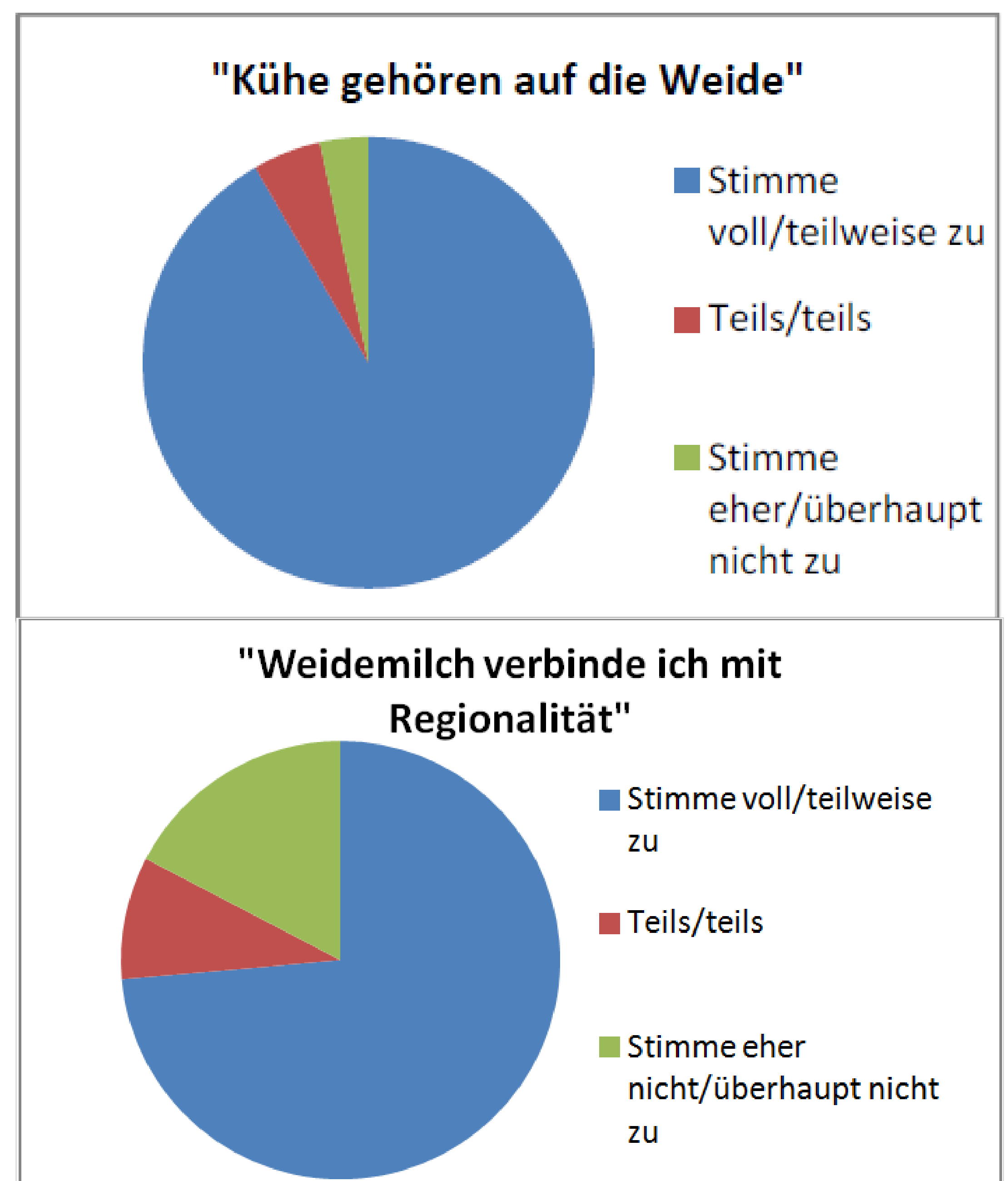
- Der Fragebogen:
 - ➔ Teilstandardisiert; 29 Fragen
 - ➔ Multi-Item-Skala: fünfstufige Likert-Skala
- Die Stichprobe:
 - ➔ Zufallsstichprobe; n=144
 - ➔ Befragungszeitraum 09.11. – 19.11.2015
 - ➔ Face-to-Face-Interviews
 - ➔ Interviews in 4 LEH-Geschäften, Region Rendsburg-Kiel
 - ➔ Eingeschränkt repräsentativ

Methodisches Vorgehen:

- Verbraucherbefragung
- Statistische Verfahren:
 - Kreuztabellierung
 - Chi²-Unabhängigkeitstest



„Tag cloud“: Assoziationen der Verbraucher zu Weidemilch



Ergebnisse:

- Hohes Marktpotential für Weidemilch und Weidemilchprodukte → Kaufbereitschaft 44 %
- Identifizierung spezifischer Verbrauchergruppen anhand soziodemographischer Merkmale nur bedingt möglich!
- Unsicherheiten im Antwortverhalten deuten auf noch nicht gefestigte Verbrauchermeinungen hin.
- Die weit verbreitete Anforderung einer Weideperiode von 120 Tagen (4 Monate) im Jahr wird als nicht ausreichend angesehen!

Fazit:
 Hohes Marktpotential ist auszuschöpfen, indem die Weideperiode ausgedehnt wird und umfassendere Verbraucherinformationen angeboten werden.