

Einkauf von Lebensmittel und Wein in der gehobenen Gastronomie Österreichs

Teilbericht: Lebensmittel

Juni 2008

Studie im Auftrag von

Michael Thurner Consulting

Grundgesamtheit

Österreichs gehobene Gastronomie =
1.200 Gastronomiebetriebe

Datenbasis

- Gastronomieführer:
 - A la Carte
 - Falstaff Gourmet Club
 - BÖG
 - Wo isst Österreich

Erhebungszeitraum

Mai 2008 – durchgeführt vom renommierten Institut
marketmind (www.marketmind.at)

Stichprobengröße / Erhebungsmethode

Zufallsauswahl
Verteilung entsprechend der Grundgesamtheit in den
Bundesländern.

Stichprobengröße / Erhebungsmethode

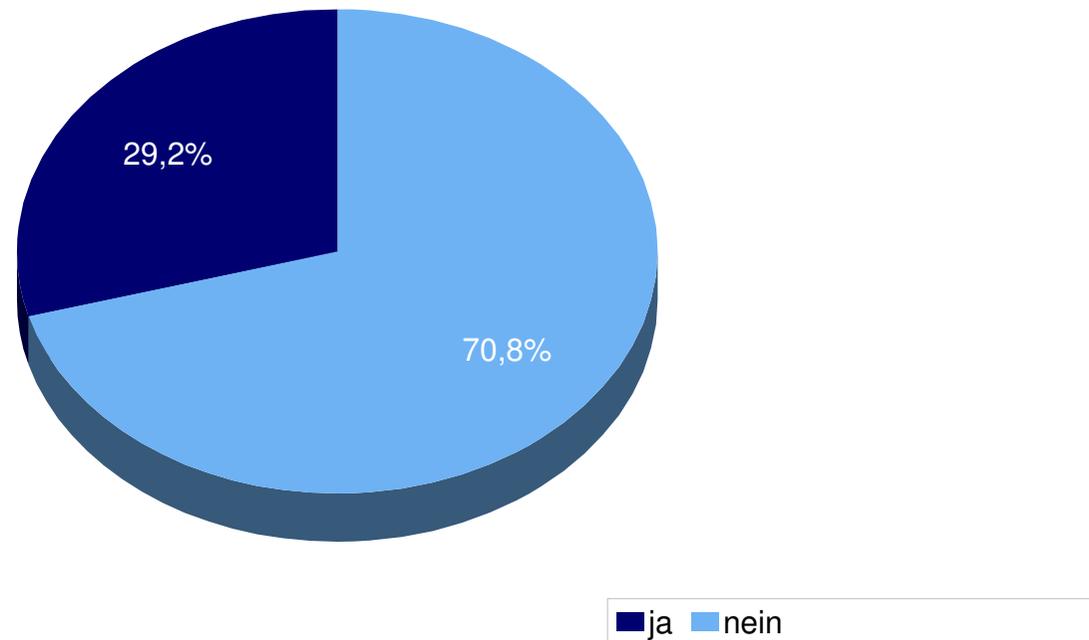
n = 456 ausführliche, telefonische Interviews mit
Vorankündigung mittels Brief.

Topgastronomie

Unterstichprobe Top-Gastronomie: hat mehr als
80 Punkte im Falstaff-Gourmetguide

Charakterisierung der Betriebe: Mitglied bei Genuss Region Österreich

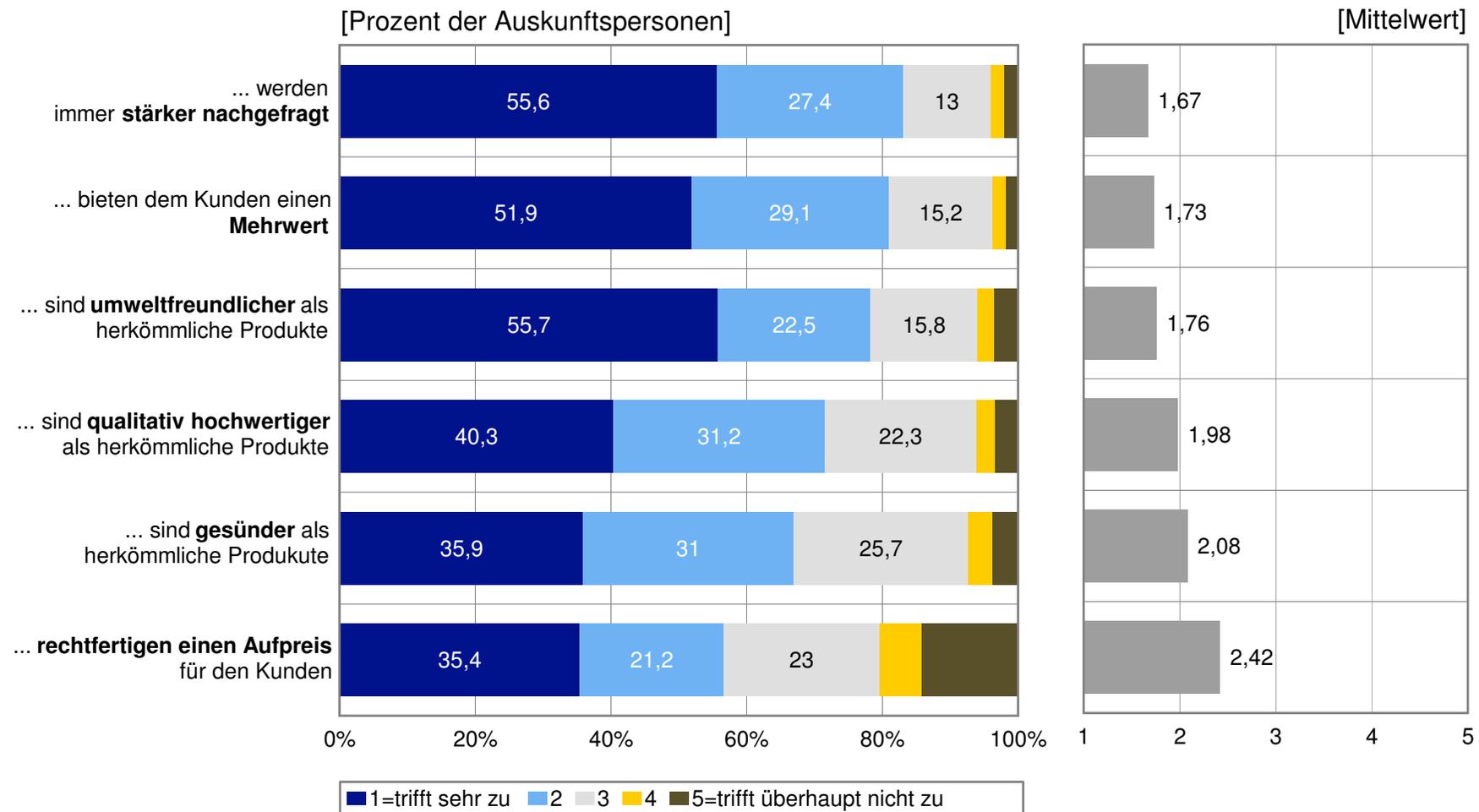
„Sind Sie ein Mitgliedsbetrieb der Genuss Region Österreich?“



[Prozent der Auskunftspersonen]

Aussagen zur Regionalität von Produkten

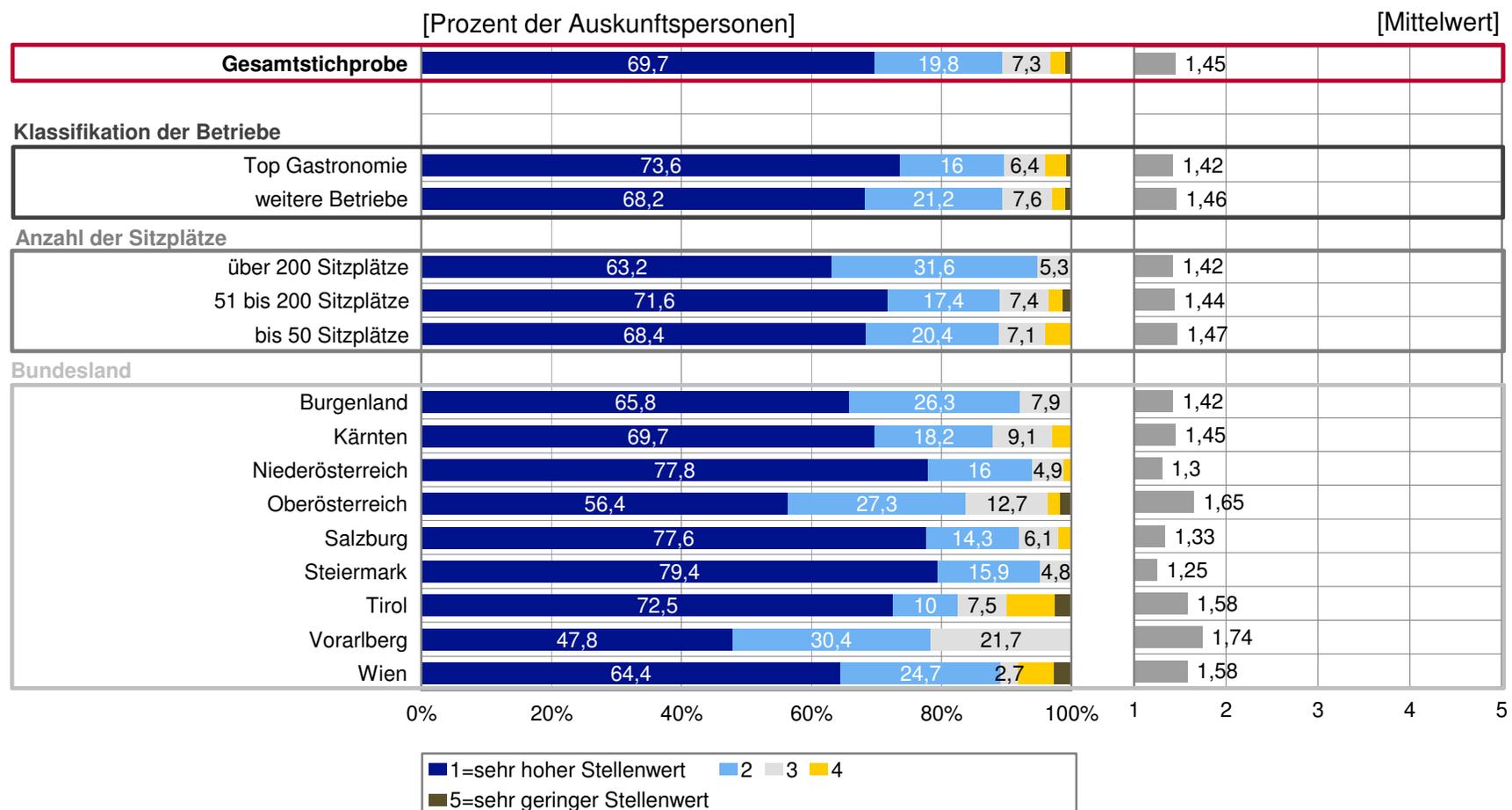
„Ich lese Ihnen nun ein paar Aussagen vor und bitte Sie zu bewerten, wie sehr Sie diesen zustimmen.“



research & analysis by **marketmind**

Stellenwert regionaler Produkte

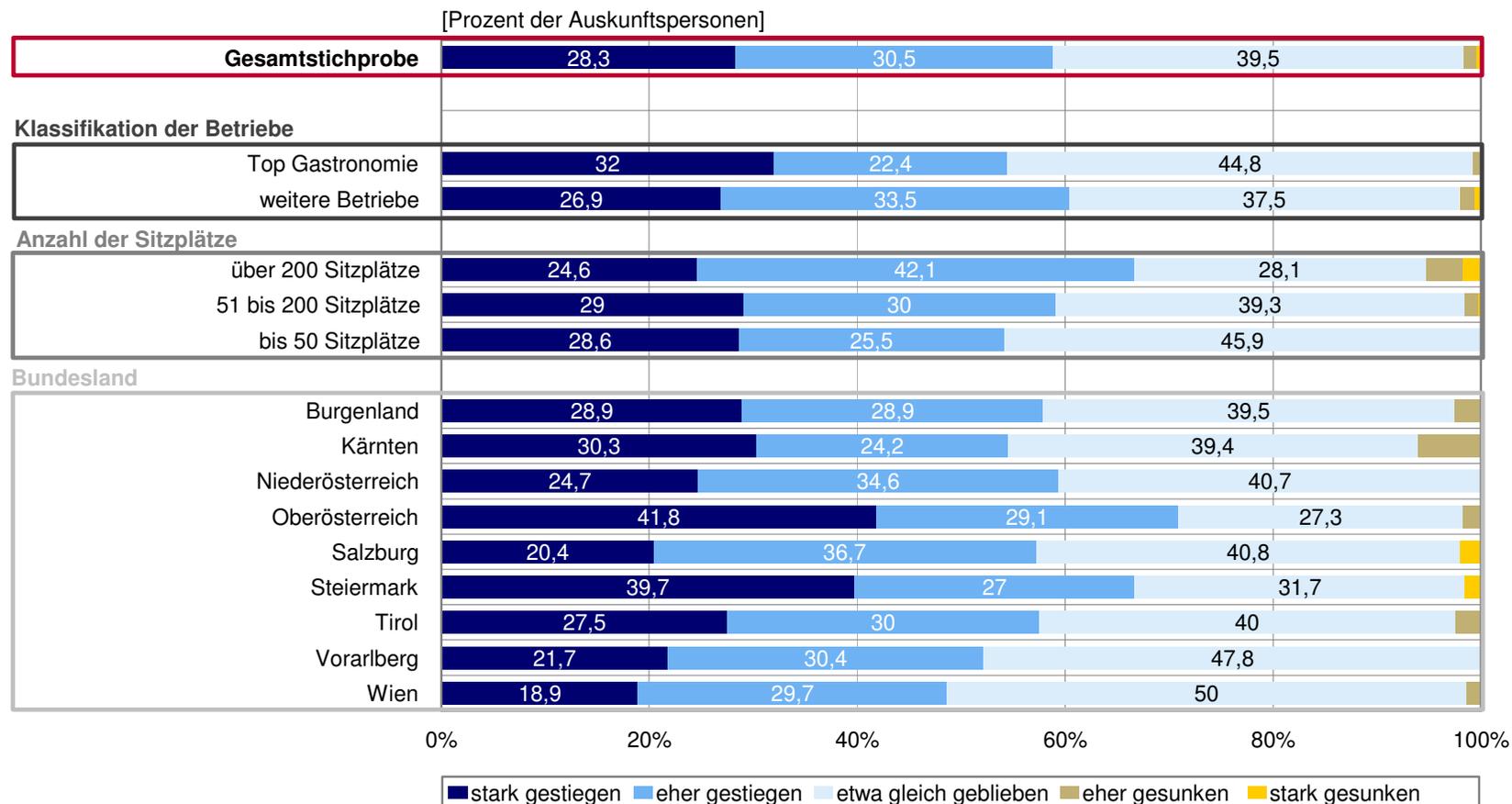
„Welchen Stellenwert haben ganz generell regionale Produkte in Ihrem Speisenangebot? Bitte geben Sie Ihre Antwort anhand der 5-stufigen Skala von 1=„sehr hoher Stellenwert“ bis 5=„sehr geringer Stellenwert“.“



research & analysis by **marketmind**

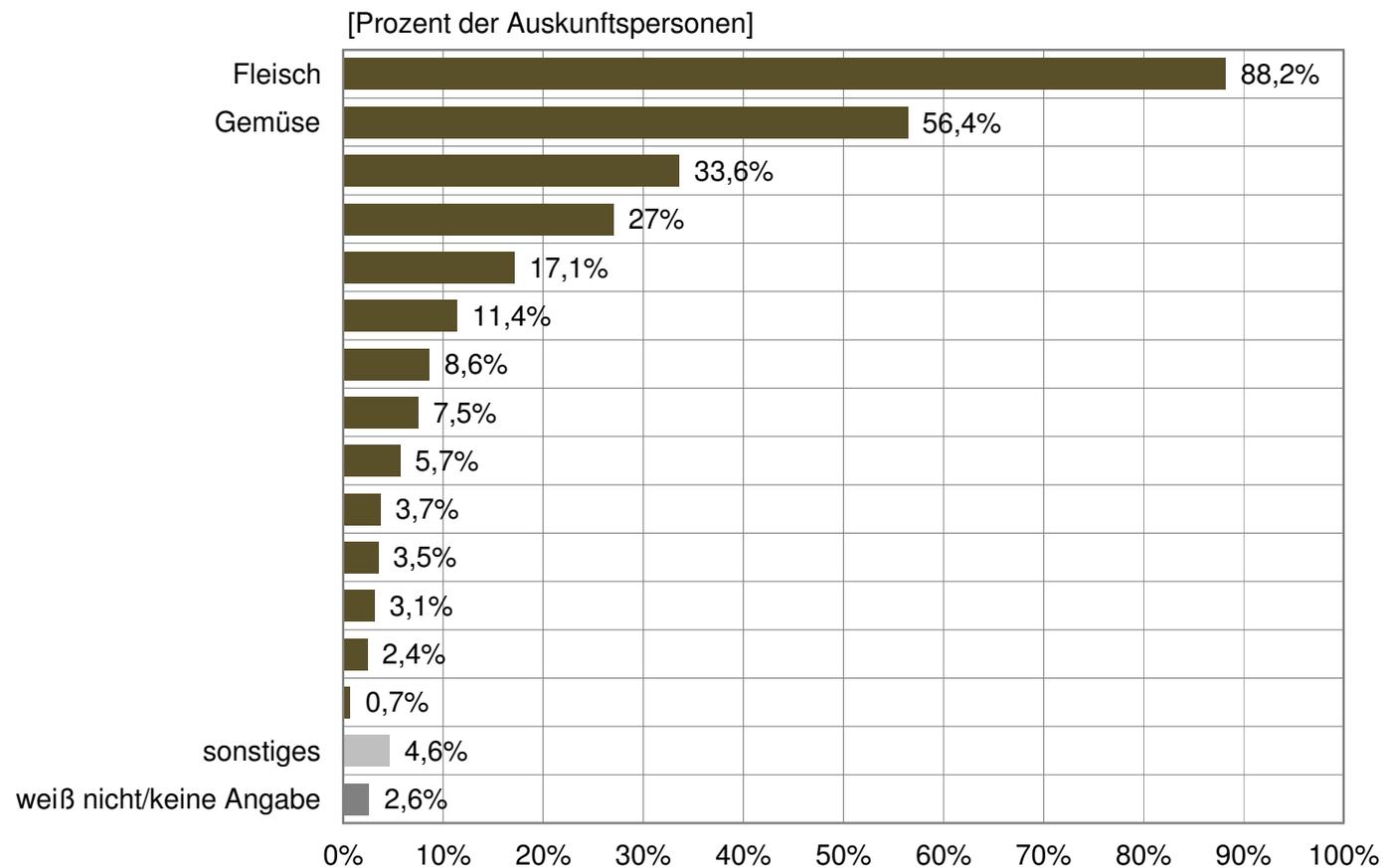
Veränderung der Verwendung regionaler Produkte

„Und wie hat sich der Einsatz regionaler Produkte in Ihrem Betrieb in den letzten 5 Jahren verändert? Ist die Verwendung regionaler Produkte stark gestiegen, eher gestiegen, etwa gleich geblieben, eher gesunken oder stark gesunken?“



Relevanz von Regionalität für bestimmte Produkte

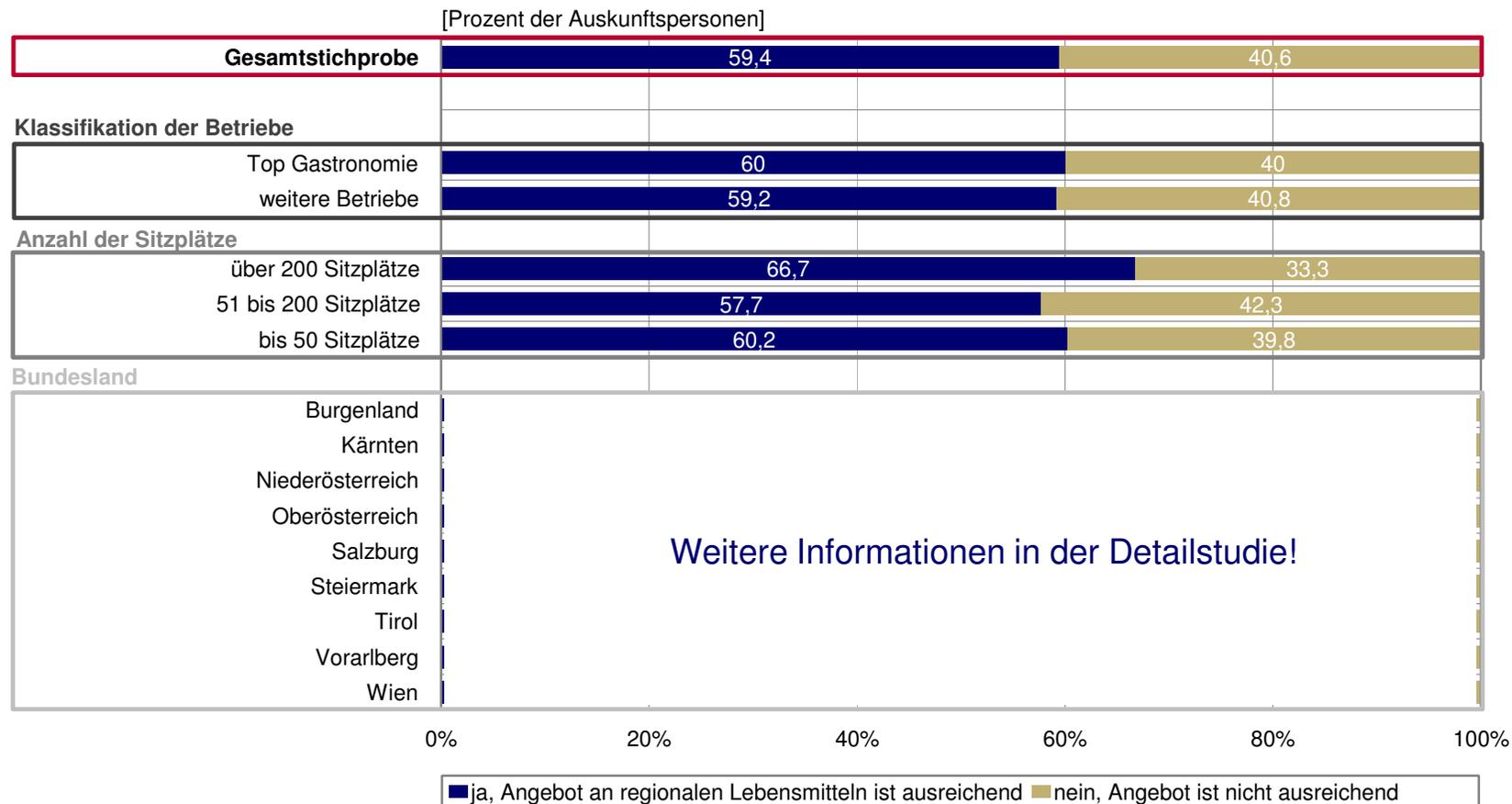
„Wenn Sie jetzt die Gesamtheit an Produkten betrachten, die Sie in Ihrem Betrieb verwenden, bei welchen Produkten spielt Regionalität eine besondere Rolle? Bei welchen Produkten besteht der größte Bedarf, Produkte aus der Region zu verwenden?“



research & analysis by **marketmind**

Ausreichendes Angebot an regionalen Produkten?

„Und ist Ihrer Meinung nach das Angebot an regionalen Produkten ausreichend?“

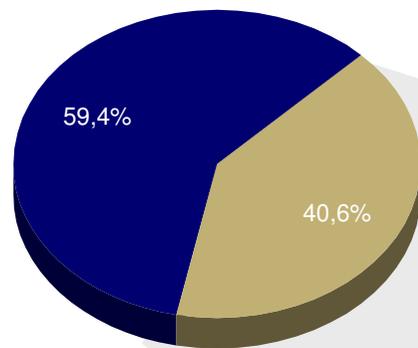


Weitere Informationen in der Detailstudie!

Ausreichendes Angebot an regionalen Produkten?

„Und ist Ihrer Meinung nach das Angebot an regionalen Produkten ausreichend? Bei welchen Produkten ist das Angebot an regionalen Produkten noch zu gering?“

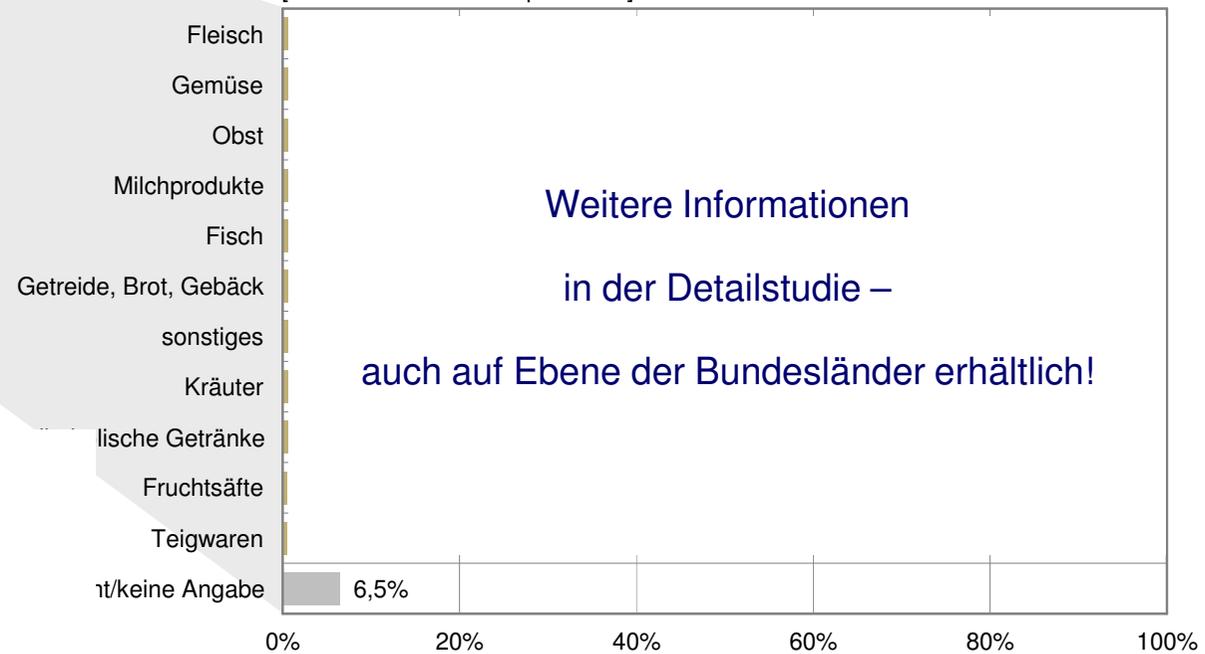
ausreichendes Angebot?



■ ja ■ nein
[Prozent der
Auskunftspersonen]

Produkte mit derzeit noch zu geringem Angebot

[Prozent der Auskunftspersonen]



Weitere Informationen

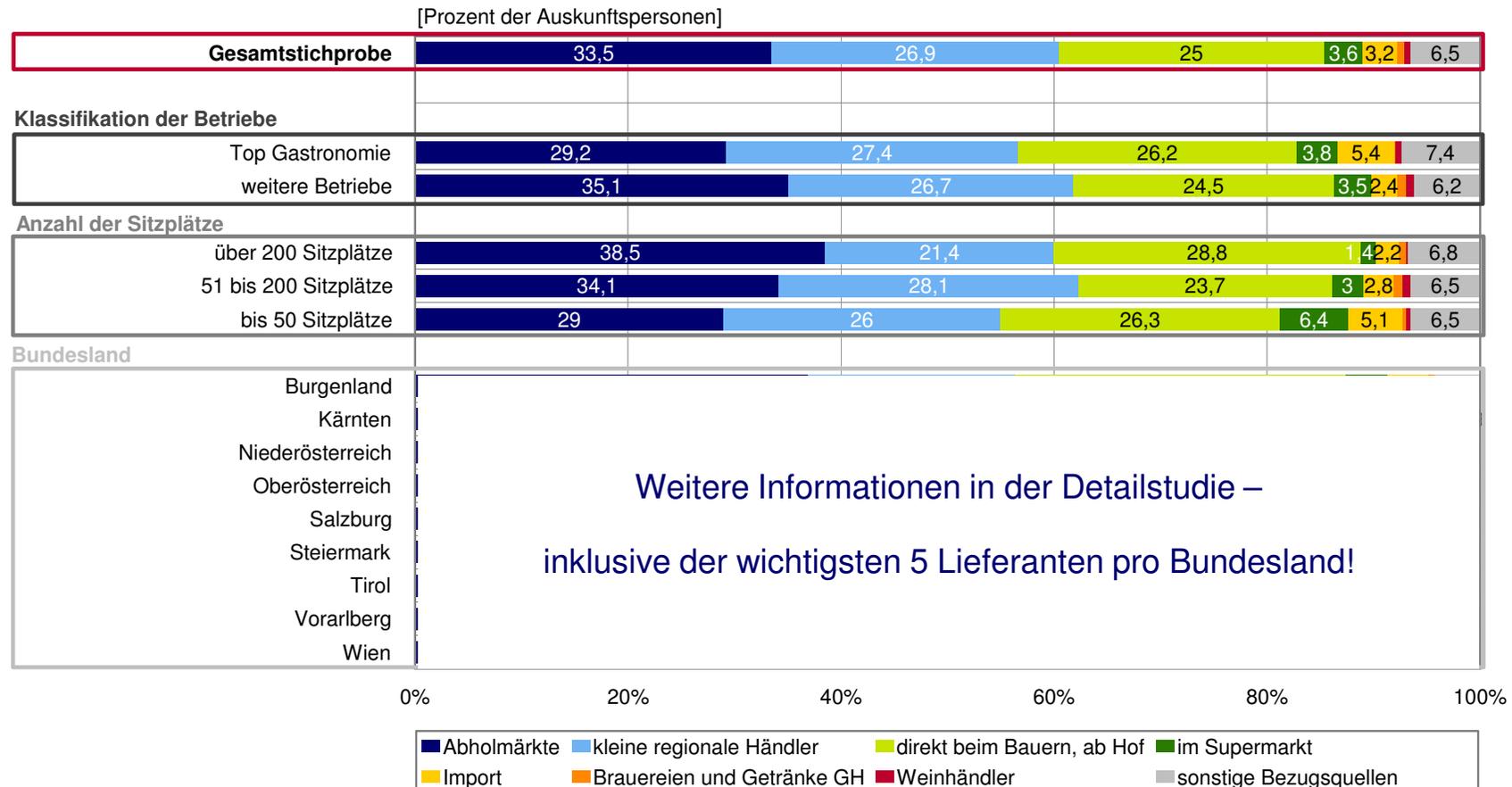
in der Detailstudie –

auch auf Ebene der Bundesländer erhältlich!

research & analysis by **marketmind**

Die relevantesten Bezugsarten für den Einkauf regionaler Produkten

„Beim Einkauf von regionalen Produkten, wie viel Prozent Ihres Einkaufs fällt dabei auf ...?“



Weitere Informationen in der Detailstudie –
inklusive der wichtigsten 5 Lieferanten pro Bundesland!

Zur Studie und zum Kauf:

Michael Thurner Consulting
Herr Michael Thurner
Schottenfeldgasse 2-4/22
1070 Wien

info@michaelthurner.com
www.michaelthurner.com

Zur Auswertung:

Marketmind GmbH
Herr Christian Bosch / Frau Heidi Thyri
Porzellangasse 32
1090 Wien

marketmind@marketmind.at
www.marketmind.at