

# KARPFEN-KAMPAGNE

## neue Marketingideen für die österreichische Teichwirtschaft



### PROJEKTAUFTRAG

„Konzeption und Umsetzung einer bundesweiten Kommunikations- und Absatzförderungskampagne zur Bewerbung der österreichischen Karpfenteichwirtschaft“

### SICHT DER TEICHWIRTINNEN UND TEICHWIRTE

**UMSETZUNG:** Arbeitsgruppe mit NÖ-Teichwirtinnen und -Teichwirten und Telefonate mit steirischen Teichwirten.

**ZIEL:** Erhebung der Bedürfnisse und Sichtweisen der Teichwirtinnen und Teichwirte aus Niederösterreich und der Steiermark.



### WER sind wir?

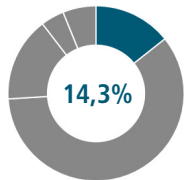
Wir sind 13 Studentinnen und Studenten der Austrian Marketing University of Applied Sciences in Wieselburg und befinden uns im 6. Semester des Bachelorstudiengangs „Produktmarketing und Projektmanagement“.

### QUALITATIVE ERHEBUNG

Bei der qualitativen Erhebung wurden die Verhaltensweisen und Gründe für den Kauf und Konsum von Fisch von 26 Konsumentinnen und Konsumenten hinterfragt, um unterschiedliche Meinungen herauszufinden und Konsumententypen zu definieren. Auf Basis dieser Ergebnisse und der Gespräche mit den Teichwirtinnen und Teichwirten wurde ein Fragebogen für die quantitative Befragung mit 298 Personen erstellt.

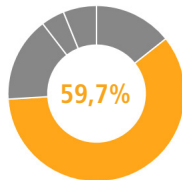
### TYPENVERTEILUNG

Anhand der qualitativen Erhebung wurden vier Konsumententypen zur Zielgruppen-Definition gebildet und mittels der quantitativen Befragung die österreichweite Verteilung ermittelt.



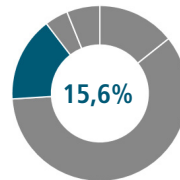
#### DER HEIMATLIEBENDE

- isst ausschließlich heimischen Fisch
- Regionalität spielt eine große Rolle
- kauft bei Teichwirtschaften in der Umgebung



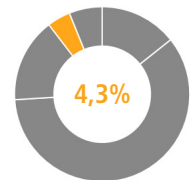
#### DER HEIMATLIEBENDE AUSREISSER

- bezieht vorwiegend heimische und frische Produkte bei Teichwirtschaften, Wochenmärkten und Supermärkten
- kauft ab und zu verarbeitete Produkte



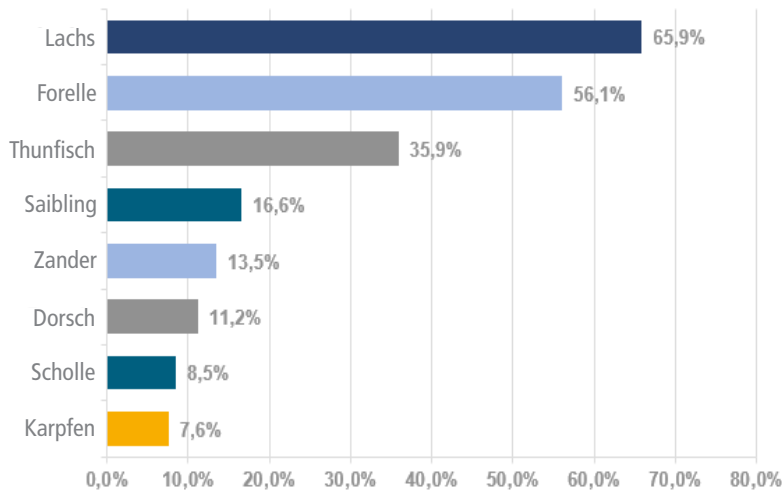
#### DER SPONTANE

- kauft hauptsächlich importierten Fisch und verarbeitete Produkte
- Regionalität ist nicht sehr wichtig



#### DER BEQUEME

- kauft nur verarbeitete Produkte (Tiefkühlware und Konserven)
- fehlendes Wissen über die Zubereitung



## WELCHE der vorgegebenen Fischarten konsumieren die Probandinnen und Probanden am häufigsten?

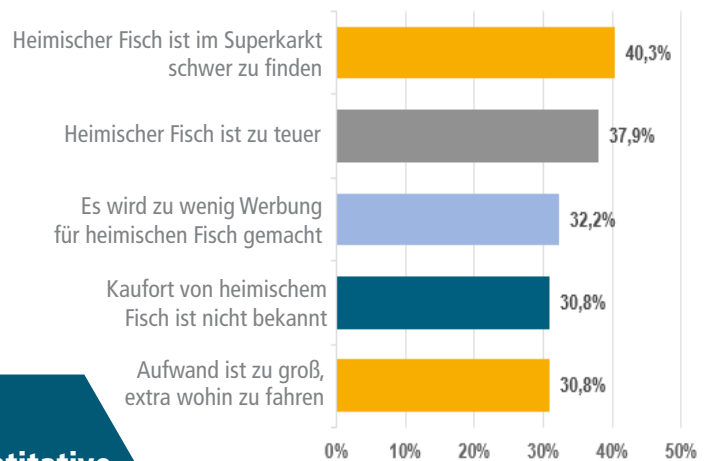
Die folgende Grafik zeigt, welche drei Fischarten am meisten von den Probandinnen und Probanden konsumiert werden. Auffällig ist, dass überwiegend Fische aus dem Ausland verspeist werden. Der Karpfen, welcher das Kernstück des Auftrages ist, wird von 7,6% der Befragten verzehrt.

Basis: Fischesser; n=223; vorgegebene Kriterien; Mehrfachnennungen möglich; Angaben in %

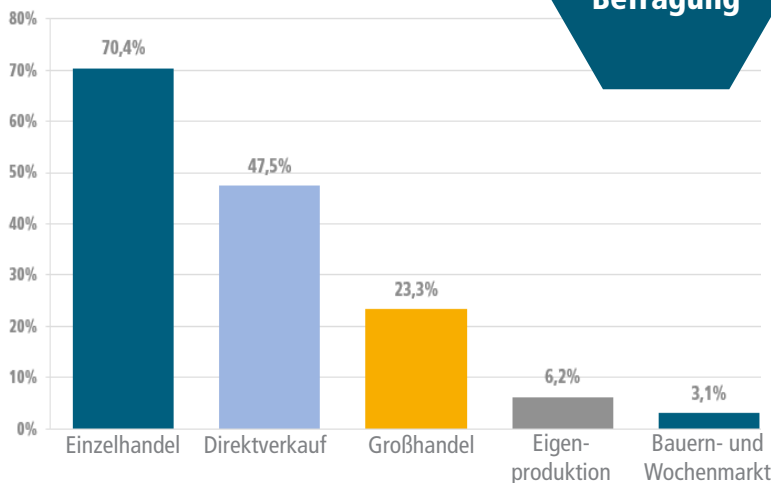
## WAS sind die Schwierigkeiten beim Kauf von heimischem Fisch?

Bei der Frage, wo die Probandinnen und Probanden Schwierigkeiten beim Kauf von heimischem Fisch sehen, konnten mehrere Antworten ausgewählt werden. Am häufigsten wurde genannt, dass der heimische Fisch im Supermarkt schwer aufzufinden ist und dass dieser für viele Konsumentinnen und Konsumenten zu teuer ist.

Basis: Fischesser; n=223; vorgegebene Kriterien; Mehrfachnennungen möglich; Angaben in %



### Quantitative Befragung



## WO kaufen die befragten Personen ihren Fisch?

Bei der Frage, wo die Probandinnen und Probanden Fisch kaufen, konnten ebenfalls mehrere Antworten ausgewählt werden. Klare Nummer Eins bei den Kauforten ist der Einzelhandel, in dem ca. 70% der Befragten ihren Fisch kaufen. An zweiter Stelle, mit knapp der Hälfte der Probandinnen und Probanden, reiht sich der Direktverkauf ein.

Basis: Personen, welche heimischen Fisch kaufen; n=211; vorgegebene Kategorien; Mehrfachnennungen möglich; Angaben in %

## WIE VIEL wären die befragten Personen bereit für ein Kilo Karpfenfilet auszugeben?

Anhand der quantitativen Befragung wurde erfragt, wie viel die Probandinnen und Probanden bereit wären für ein Kilo Karpfenfilet auszugeben. Ein Waldviertler Karpfen kostet pro Kilo zwischen € 26,00 und € 33,00. Etwa ein Drittel der Befragten wäre dazu bereit diesen Preis zu bezahlen.

Basis: Fischesser; n=231; offene Frage; Angaben in %

