

# EINKAUF VON SCHULUTENSILIEN

September 2020

# INHALTSVERZEICHNIS

Daten zur Untersuchung	3
Struktur der Stichprobe	4
1. Zuständig für Schultensilienkauf	5
Struktur der Zielgruppe	6
2. Kaufzeitpunkt von Schultensilien	7
3. Stationärer Handel vs. Onlinehandel	8
4. Genutzte Geschäfte	9-10
5. Wahl des Geschäfts im stationären Handel	11
6. Auswirkungen von Corona (-maßnahmen)	12-14
7. Anschaffung von technischen Geräten	15-16
8. Wichtige Kriterien beim Schultensilienkauf	17
9. Geschätzte Ausgaben beim Schultensilienkauf	18

# DATEN ZUR UNTERSUCHUNG

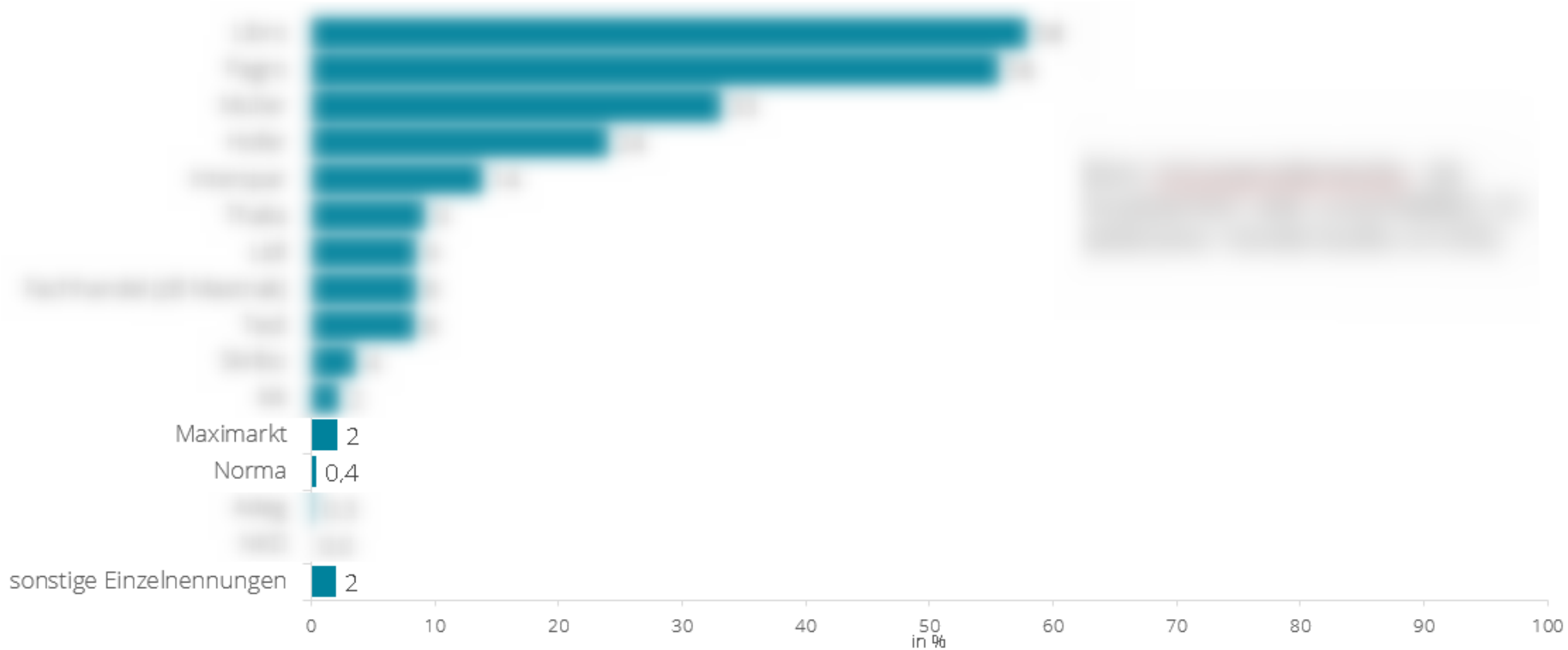
Methode:	Online Interviews (CAWI)
Stichprobe:	Gesamte Stichprobe n=500; Stichprobe der Zielgruppe n=279
Zielgruppe:	Bevölkerung ab 15 Jahren, repräsentativ für Bundesland/Region, Geschlecht & Alter
Datenquelle:	Online-Access-Panel von Cint
Feldzeit:	21. September 2020

# STRUKTUR DER STICHPROBE

	absolut	in %		absolut	in %
<b>TOTAL</b>	500				
<b>GESCHLECHT</b>			<b>HH-NETTOEINKOMMEN</b>		
männlich	242	48	bis 2.100 Euro	148	30
weiblich	258	52	2.101 bis 4.000 Euro	177	35
			mehr als 4.000 Euro	87	17
<b>ALTER</b>			keine Angabe	89	18
15 - 29 Jahre	109	22			
30 - 49 Jahre	172	34	<b>REGION</b>		
50 Jahre und älter	219	44	Wien	103	21
			Nord-Osten	196	39
<b>HH-GROESSE</b>			Süden	106	21
1 Person	136	27	Westen	95	19
2 bis 3 Personen	265	53			
4 Personen und mehr	97	19			
keine Angabe	2	0			

# 4.1 GENUTZTE GESCHÄFTE IM STATIONÄREN HANDEL

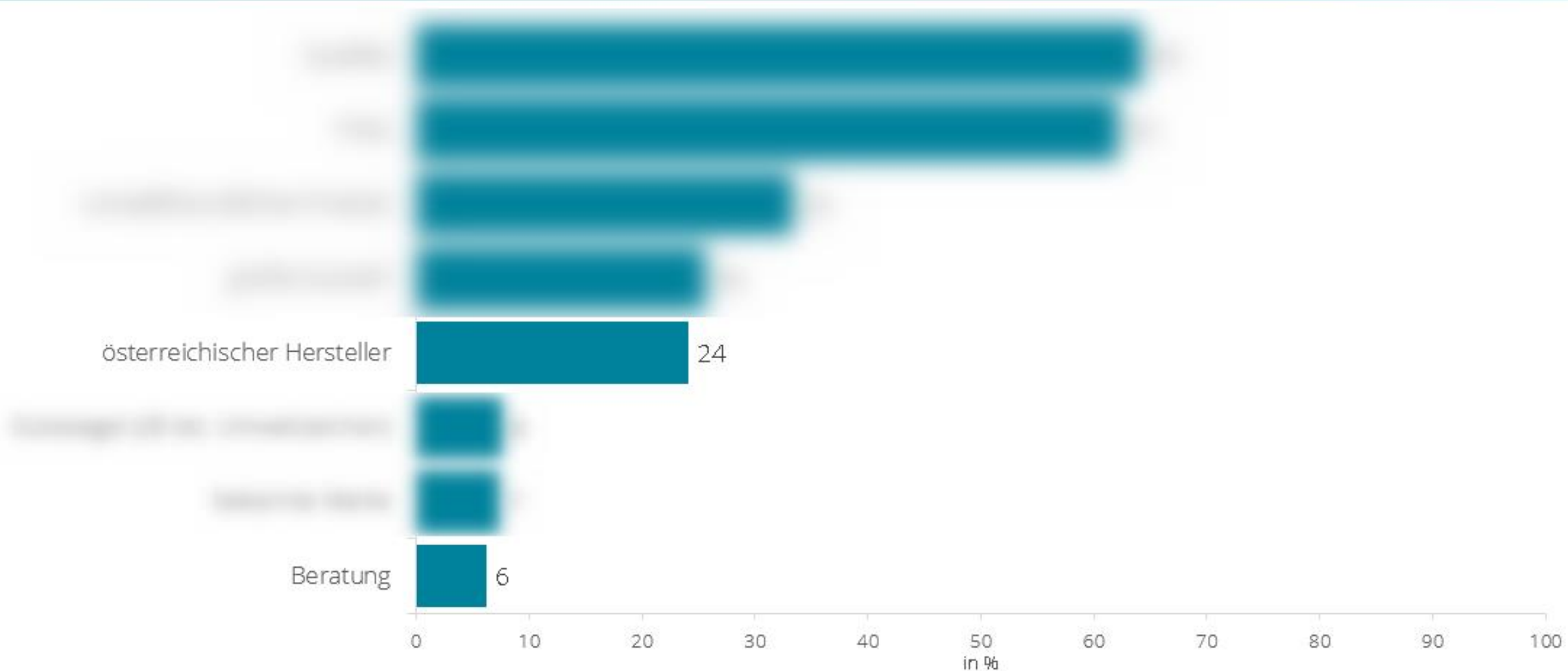
F4: Sie haben angegeben, dass Sie Schulutensilien zumindest hauptsächlich in der Filiale kaufen. Bei welchen der folgenden stationären Händlern kaufen Sie diese öfters?



Text durch Klicken hinzufügen

# 8. WICHTIGE KRITERIEN BEIM SCHULUTENSILIENKAUF

F8: Was ist Ihnen beim Kauf von Schulutensilien wichtig?



Basis: Schulutensilienkäufer (n=279)

## FOCUS Institut

Marketing Research Ges.m.b.H.

Maculangasse 8

1220 Vienna

Austria

Mail

[office@focusmr.com](mailto:office@focusmr.com)

Phone

+43/1/258 97 01

Web

[www.focusmr.com](http://www.focusmr.com)

