

# MARKETAGENT.COM

Digitale Markt- und Meinungsforschung



## Breakfast Trend Report 2016

Ergebnis-  
Abriss

Mai 2016



## Umfrage-Basics | Studiensteckbrief:

---

<b>Methode:</b>	Computer Assisted Web Interviews (CAWI)
<b>Instrument:</b>	Online-Interviews über die Marketagent.com reSEARCH Plattform
<b>Respondenten:</b>	web-aktive Personen aus Österreich zwischen 14 und 69 Jahren
<b>Sample-Größe:</b>	n =1.004 Netto-Interviews (Kernzielgruppe), Random Selection nach Quoten
<b>Erhebungszeitraum:</b>	07.04.2016 – 15.04.2016
<b>Screening:</b>	Alter, Konsum von Frühstück
<b>Grundgesamtheit:</b>	web-aktive Personen aus Österreich zwischen 14 und 69 Jahren
<b>Incentives:</b>	geldwerte Bonuspunkte
<b>Umfang:</b>	35 offene/geschlossene Fragen
<b>Studienleitung:</b>	Marketagent.com, Mag. Dominique Ertl
<b>Kontakt:</b>	<a href="mailto:l.eberhardsteiner@marketagent.com">l.eberhardsteiner@marketagent.com</a>
<b>Investitionskosten:</b>	€ 1.590,- zzgl. MwSt. für die gesamte Studie



## Erkenntnisinhalte:

---

- **Frühstücks-Gewohnheiten** (Häufigkeit, Uhrzeit, Dauer, Vorbereitungszeit jeweils für Arbeitstag vs. Ruhetag)
- **Veränderungen im Frühstücksverhalten**
- **Motive** für das frühstücken bzw. nicht-frühstücken
- Analyse der **Frühstücksprodukte** (Getränke, Essen, kalt vs. warm, süß vs. salzig etc.)
- Analyse der **Frühstückssituation** (sozialer Kontext, Konsumort und Lieblings-Konsumort)
- Analyse des **Frühstücks außer Haus** (Wichtigkeit der Kriterien, positive und negative Aspekte)
- **Kaufkriterien** und **Kaufort** für das Frühstück zu Hause
- **Frühstücks-Gewohnheiten** der **Kinder** (Getränke, Essen)
- **Medienkonsum** beim **Frühstück** (Art und Häufigkeit der Mediennutzung, Bekanntheit und Gefälligkeit der Frühstückssendungen)



# Zwei Drittel frühstücken immer an freien Tagen, mehr als die Hälfte auch an Arbeits- oder Schultagen.



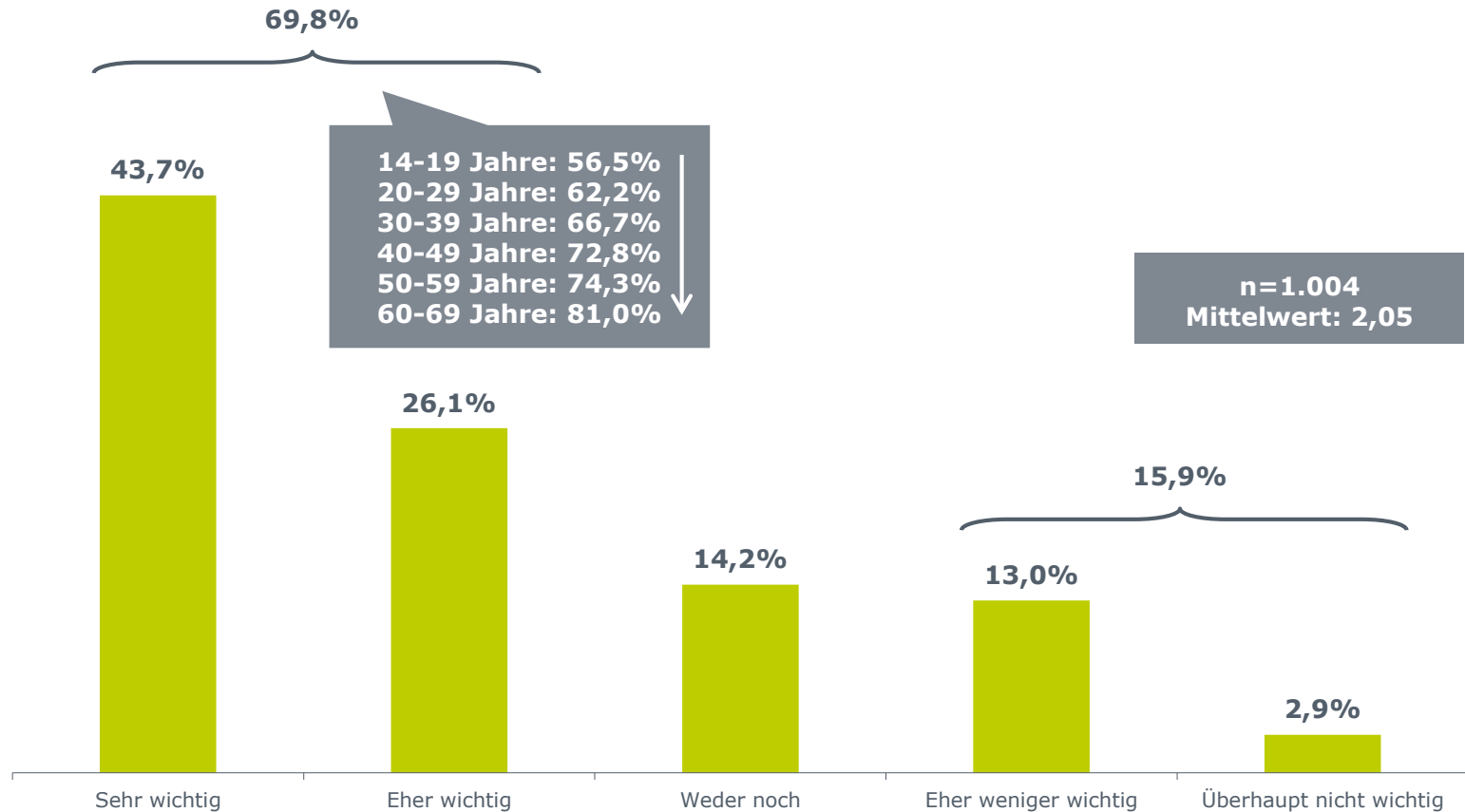
(Basis: Respondenten sind zwischen 14 und 69 Jahre alt)

[...] Wie häufig frühstücken Sie für gewöhnlich morgens an Arbeits- oder Schultagen und an freien Tagen bzw. am Wochenende?



# Für 7 von 10 Repondenten ist das Frühstück wichtig.

## Wichtigkeit des Frühstücks



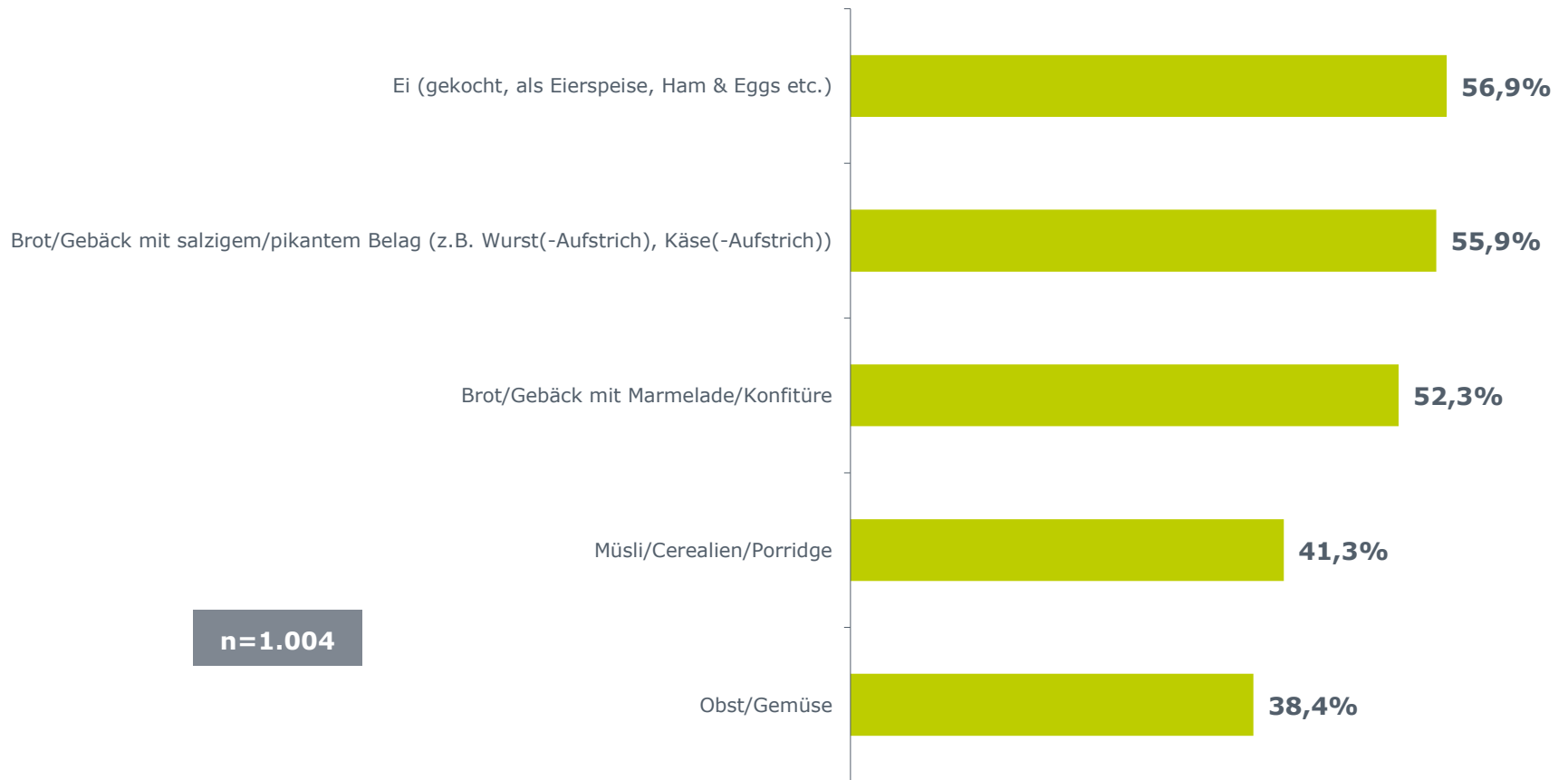
(Basis: Respondenten sind zwischen 14 und 69 Jahre alt und frühstücken zumindest fallweise)

**Wie wichtig ist Ihnen persönlich das Frühstück?**



# Dinge, die man zum Frühstück konsumiert:

## Top 5 Frühstücksprodukte



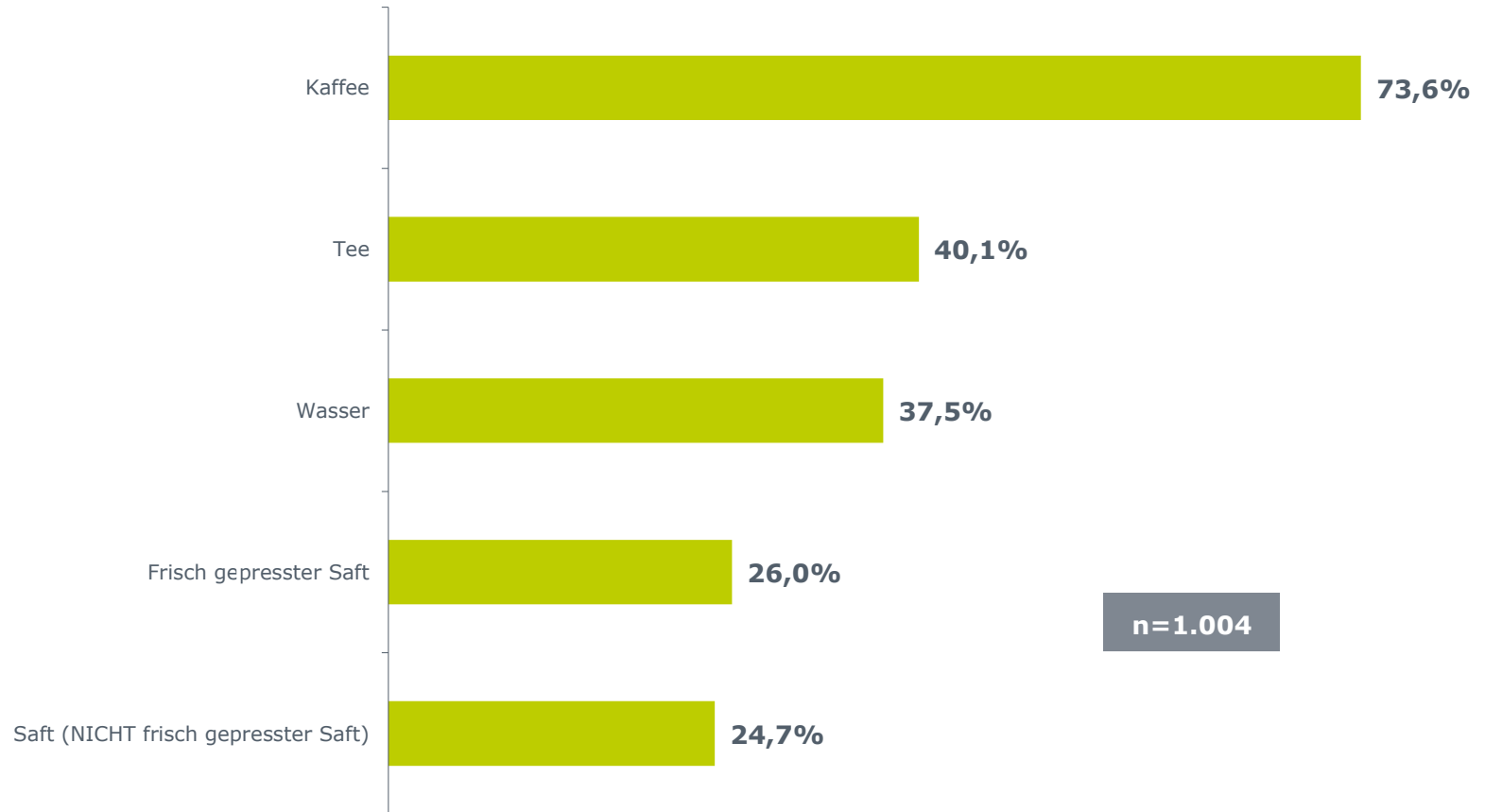
(Basis: Respondenten sind zwischen 14 und 69 Jahre alt und frühstücken zumindest fallweise)

**Was essen Sie zumindest gelegentlich zum Frühstück?**



# Kaffee als Frühstücks-Getränk #1.

## Getränke, die man zum Frühstück konsumiert – Top 5



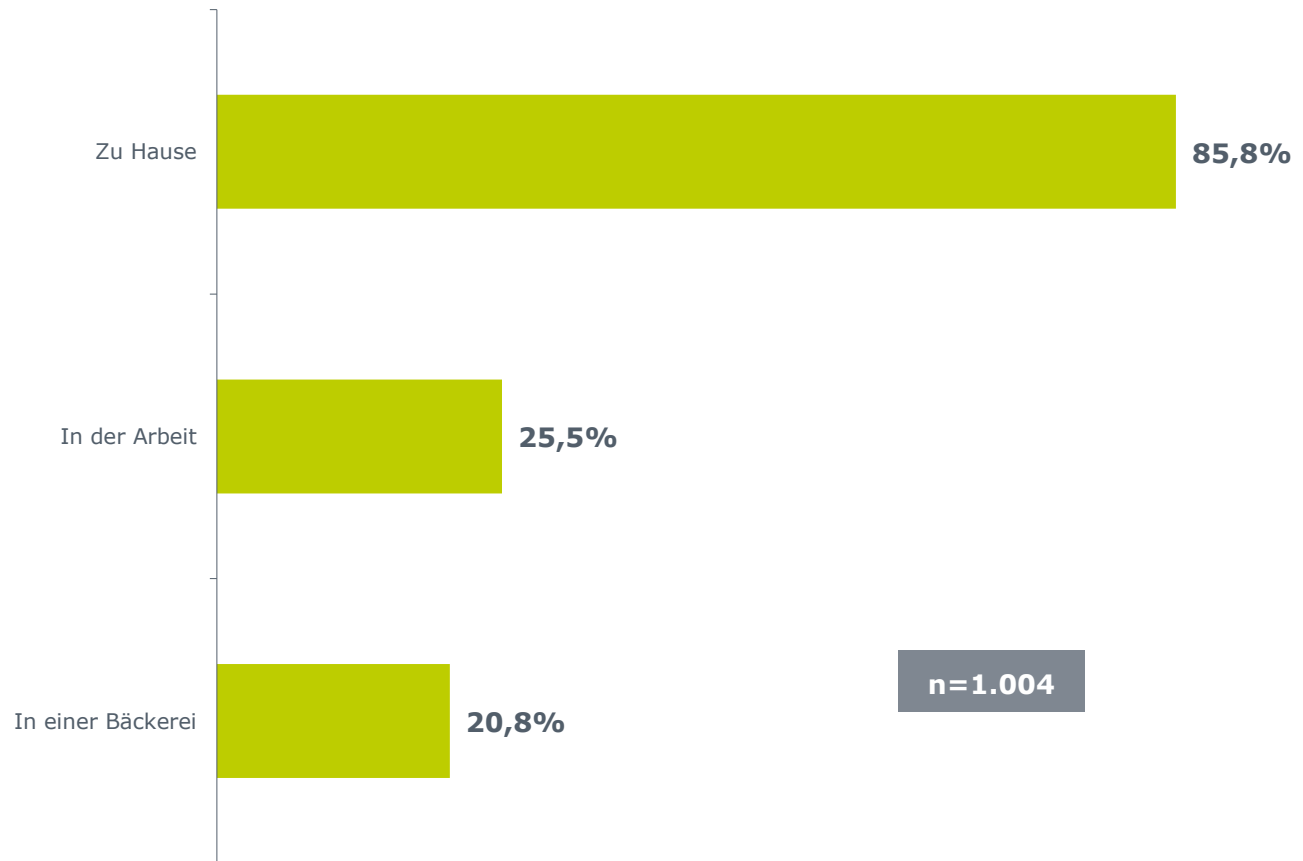
(Basis: Respondenten sind zwischen 14 und 69 Jahre alt und frühstücken zumindest fallweise)

**Was trinken Sie zumindest gelegentlich zum Frühstück?**



# Zu Hause frühstückt man am liebsten.

## Orte, an denen man zumindest fallweise frühstückt – Top 3



(Basis: Respondenten sind zwischen 14 und 69 Jahre alt und frühstücken zumindest fallweise)

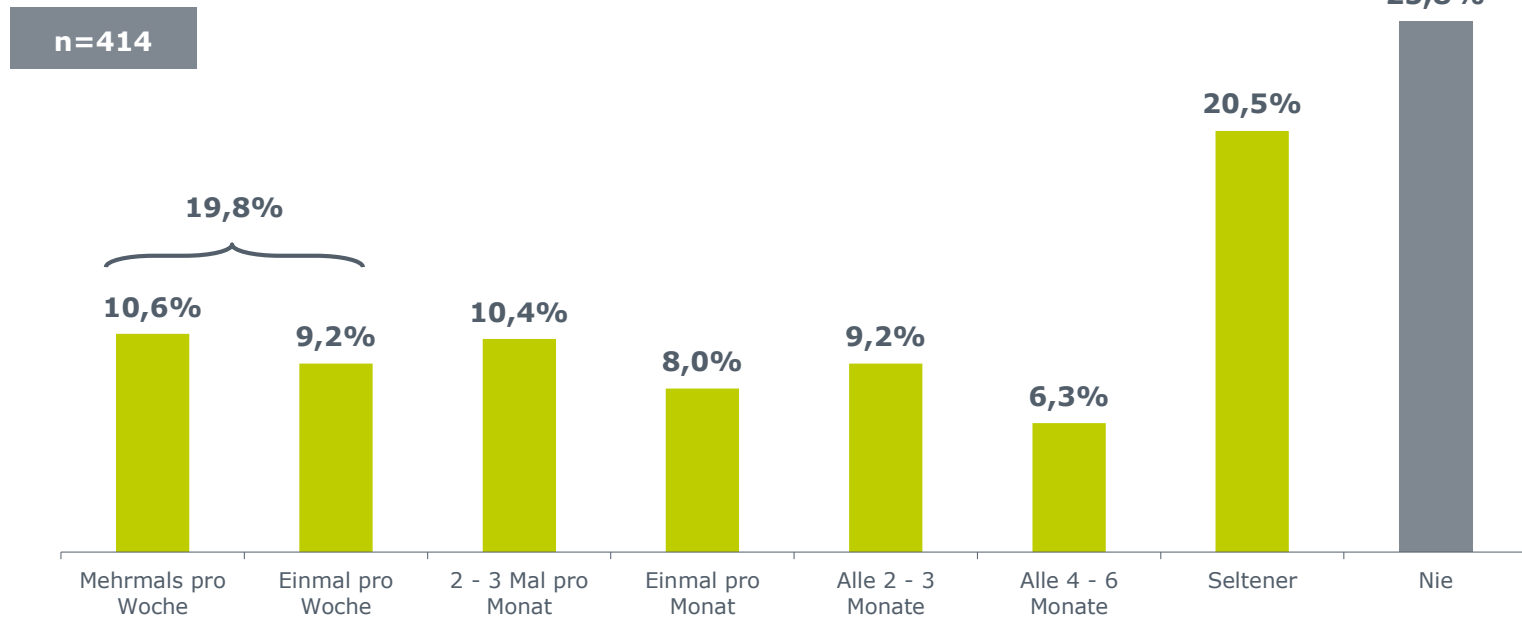
**Wo frühstücken Sie zumindest fallweise?**





# Jeder fünfte Außer-Haus-Frühstücker konsumiert zumindest einmal pro Woche einen Coffee-to-go.

## Konsumhäufigkeit von Coffee-to-go



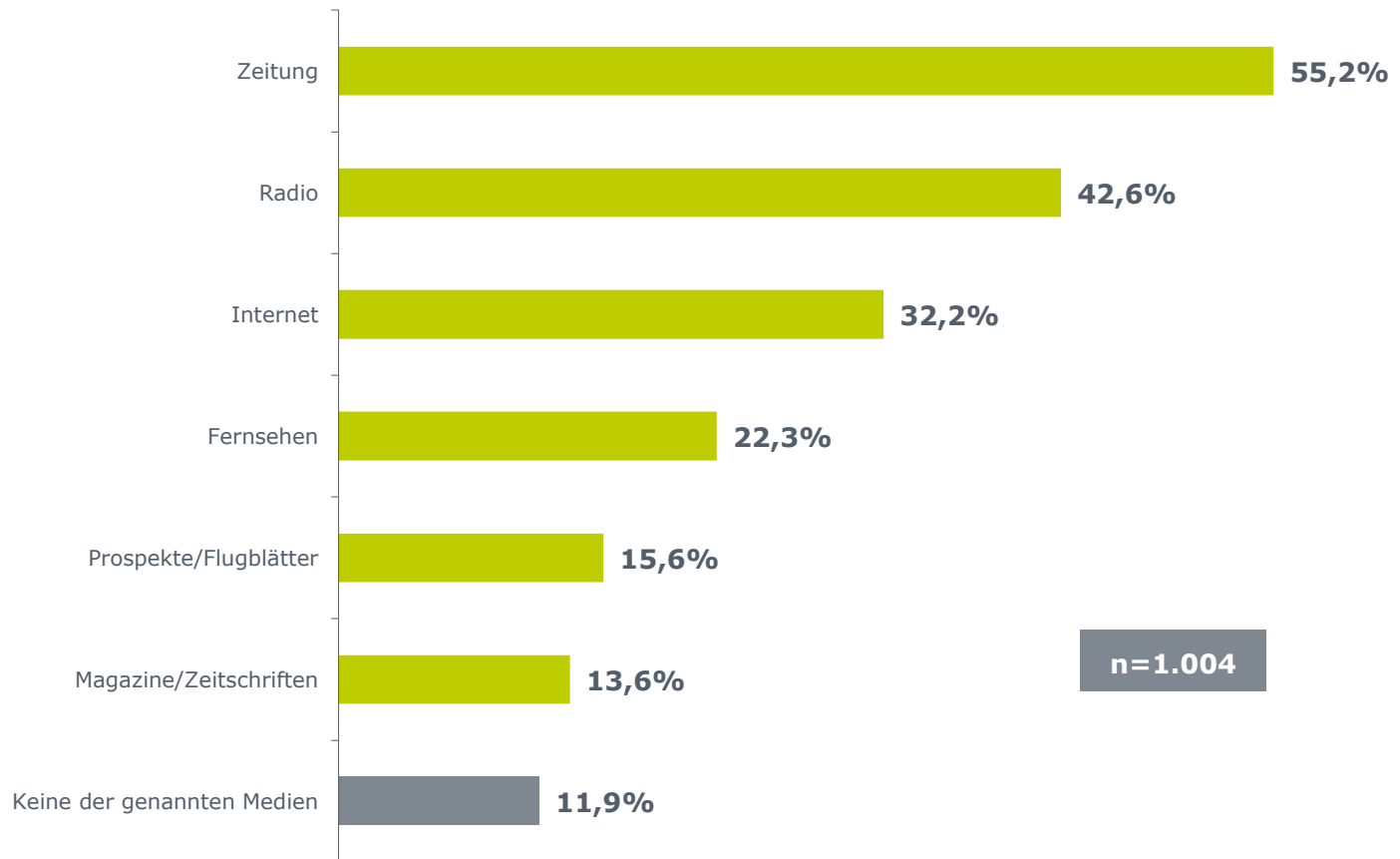
(Basis: Respondenten sind zwischen 14 und 69 Jahre alt und frühstücken außer Haus)

Wie häufig trinken Sie üblicherweise auswärts einen Kaffee zum Mitnehmen, also einen sogenannten Coffee-to-go?



# Mehr als die Hälfte liest beim Frühstück eine Zeitung.

Nutzung folgender Medien beim Frühstück



(Basis: Respondenten sind zwischen 14 und 69 Jahre alt und frühstücken zumindest fallweise)

[...] Welche Medien nutzen Sie beim Frühstück zumindest fallweise?



**Lisa Eberhardsteiner, MSc**  
**[l.eberhardsteiner@marketagent.com](mailto:l.eberhardsteiner@marketagent.com)**  
**+43 (0) 2252 – 909 009 – 28**

**Mühlgasse 59**  
**A-2500 Baden**

**[www.marketagent.com](http://www.marketagent.com)**

