



Consumer-Check zur Generation Z

eine Studie im Auftrag von



Studieneckdaten

Methode

Computer Assisted Web Interviews (CAWI), rekrutiert über das hauseigene Onlinepanel „talk“

Zielgruppe

Personen der Generation Z (Alter zwischen 15 und 22 Jahren)

Stichprobengröße

n=505 (Netto)

Befragungszeitraum

07.06.- 15.06.2019

Befragungsdauer

LOI= 1,6 Minuten (Median)

Fragestellungen

- Auf welchen der folgenden Sozialen Medien bzw. Messenger bist Du persönlich aktiv?
- Welche Informationsquellen nutzt Du für den Kauf von Produkten?
- Wo kaufst Du am liebsten ein?
- Hast Du schon einmal ein Produkt gekauft, weil es von einem Influencer (also zum Beispiel von einem Blogger, Youtuber oder Instagramer) präsentiert wurde?
- Was hat Deine Kaufentscheidung ausgelöst?

Demographische Daten

n= 505



43,6%



56,4%

Generation Z

4

15-22 Jahre



Schüler **37,6%**

Student **32,3%**

Lehrling **8,3%**

Anderes **21,8%**



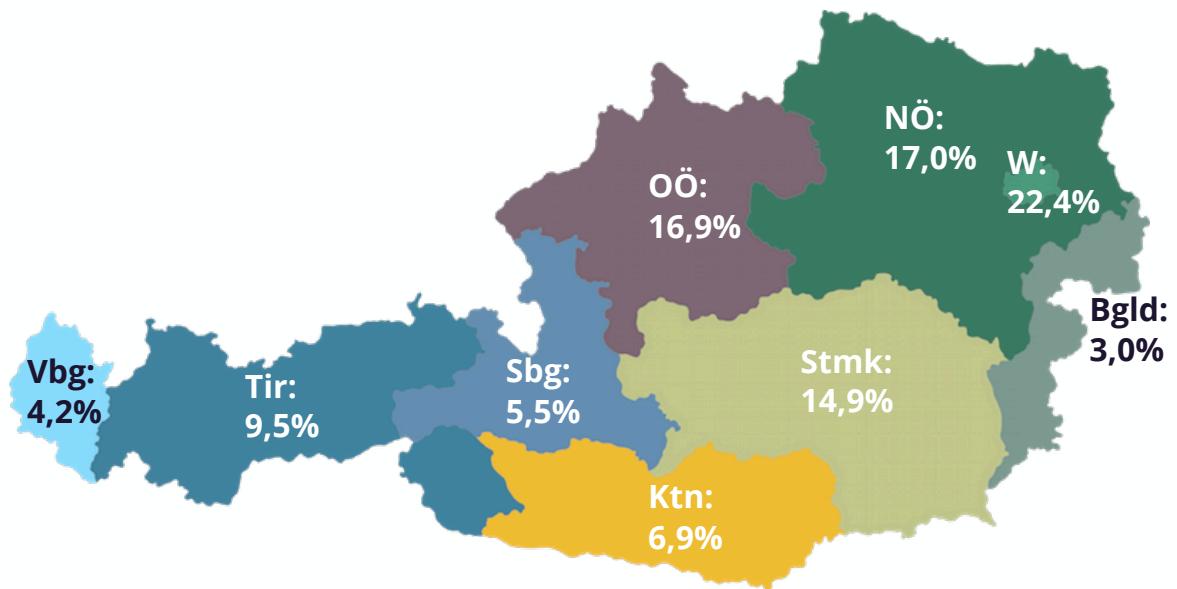
AHS **39,5%**

BHS **51,6%**

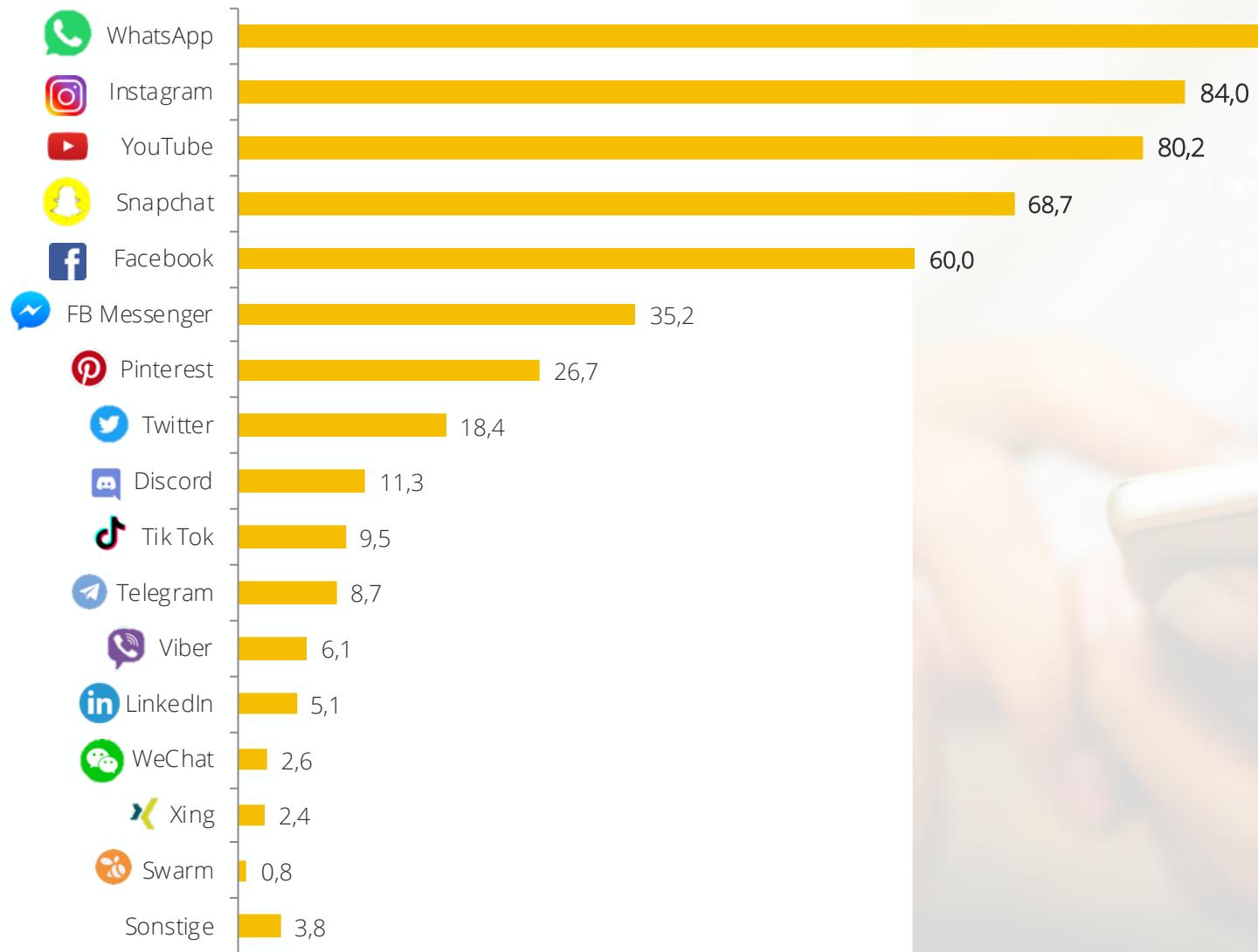
Mittelschule
(ohne Matura) **4,7%**

Hauptschule **21,8%**

Berufsschule **2,1%**

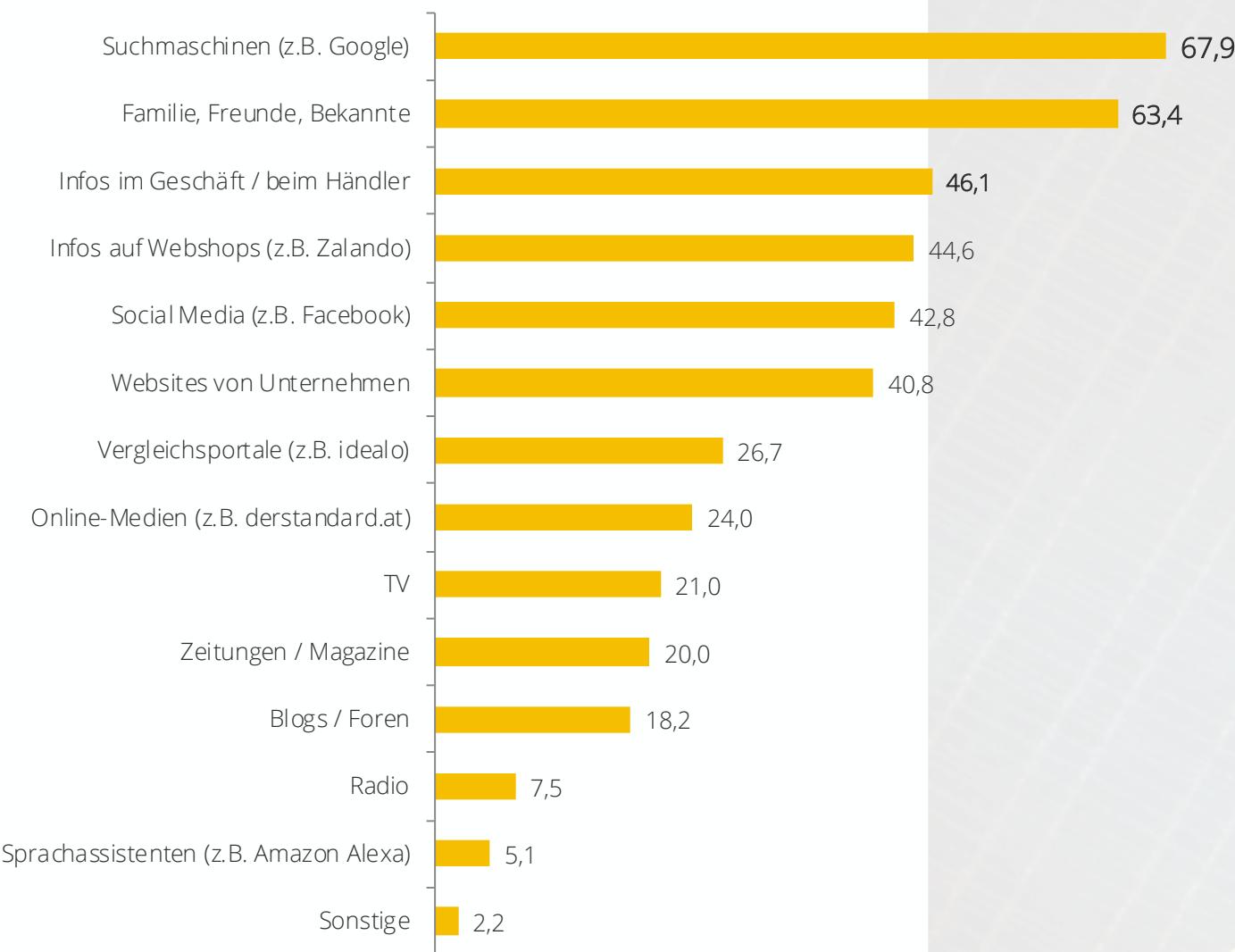


Auf welchen der folgenden Sozialen Medien bzw. Messenger bist Du persönlich aktiv?



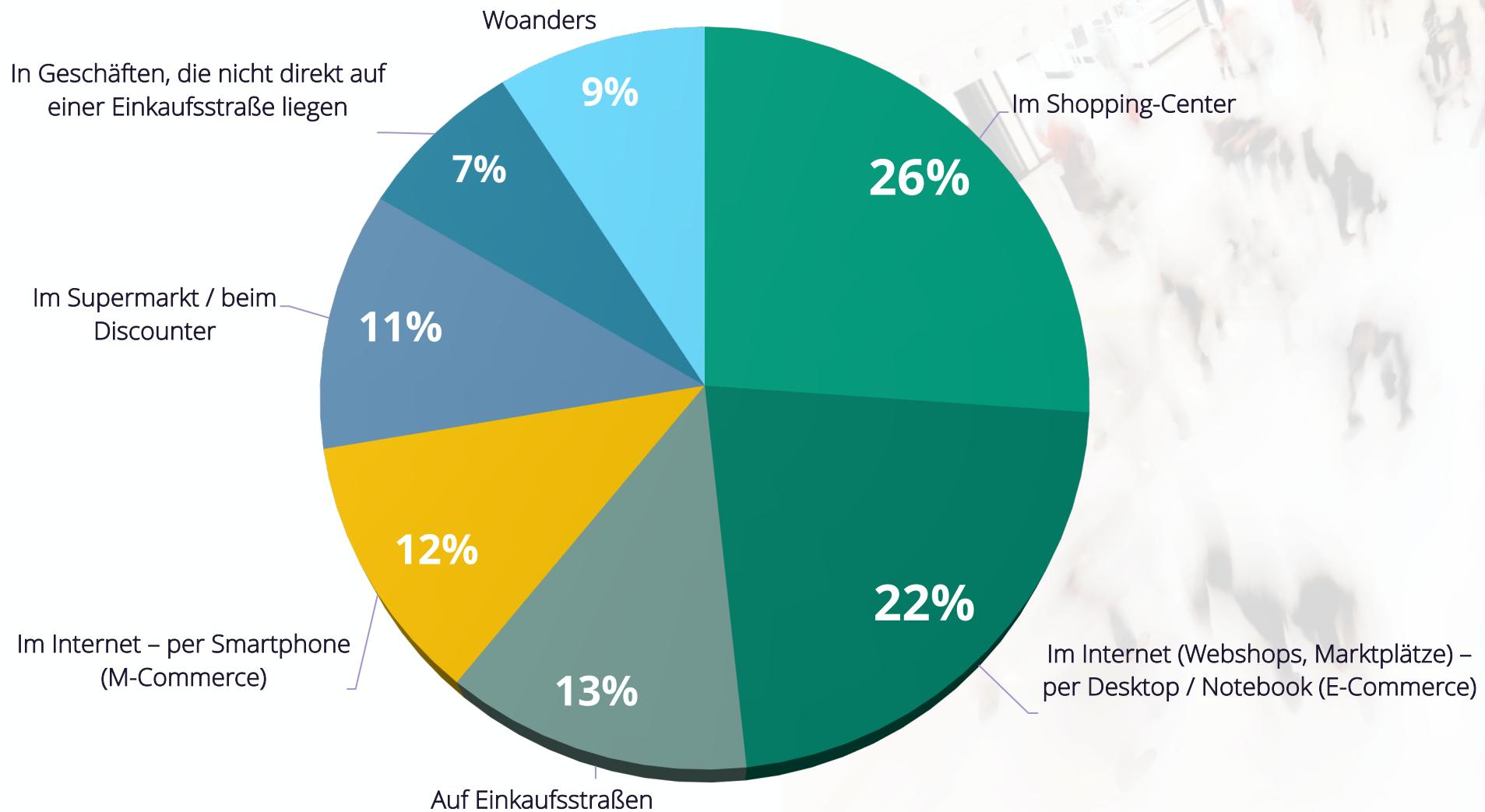
In %, n=505; Mehrfachantwort

Welche Informationsquellen nutzt Du für den Kauf von Produkten?



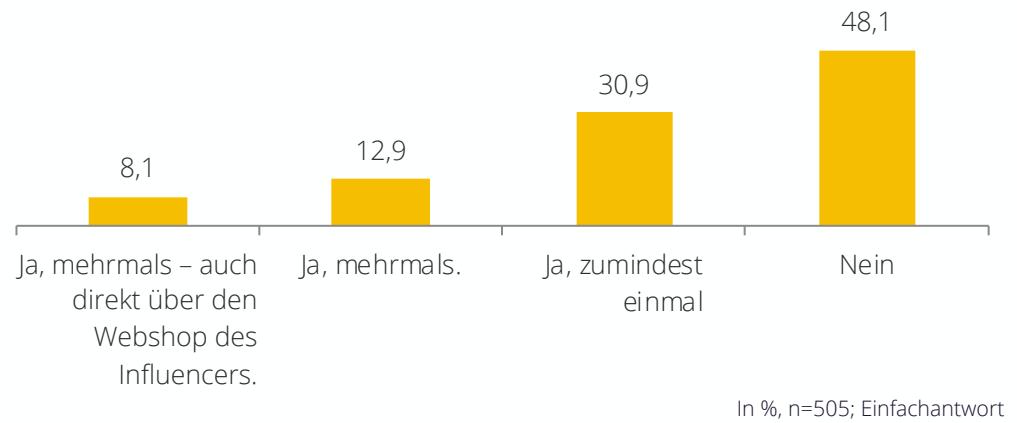
In %, n=505; Mehrfachantwort

Wo kaufst Du am liebsten ein?



In %, n=505; Einfachantwort

Hast Du schon einmal ein Produkt gekauft, weil es von einem Influencer präsentiert wurde?



Was hat Deine Kaufentscheidung ausgelöst?

Frage wurde jenen gestellt, die bereits ein von einem Influencer präsentiertes Produkt gekauft haben



Top 2 Antworten; In %, n=262;
Einfachantwortmatrix



MindTake Research GmbH

Karlsgasse 7 / 5
1040 Wien/Vienna, Austria

FBNr.: 257512w

UID: ATU61393566

DVRNr.: DVR3060686

Tel.: +43 228 88 10

Fax: +43 228 98 01

office@mindtake.com

www.mindtake.com