Lebensmittel aus dem Internet: Informieren ja, kaufen nein

Lebensmittel aus dem Internet: Informieren ja, kaufen nein

(aid) - Laut der Erhebung des (N)ONLINER Atlas nutzen derzeit 75,6 Prozent der deutschen Bevölkerung das Internet. Das entspricht ca. 53,2 Millionen Menschen ab 14 Jahren. Das sind nicht nur eine Menge Leute, sondern auch potenzielle Kunden, die online einkaufen; ob per PC, Smartphone oder Tablet. Während weltweit die Online-Einkäufe steigen, kristallisieren sich deutliche und länderspezifische Präferenzen heraus. Zum Beispiel Lebensmitteleinkäufe via Internet: In Deutschland sind diese Kaufabsichten deutlich geringer ausgeprägt als im weltweiten Vergleich: Hier planen nach einer Umfrage des Medienunternehmens Nielsen nur sieben Prozent der befragten Internetnutzer, Lebensmittel und Getränke im nächsten halben Jahr online zu kaufen. Demgegenüber stehen 39 Prozent der Befragten, die Kleidung, Schuhe, Accessoires oder Schmuck online kaufen möchten.
Allerdings hat die Studie auch gezeigt, dass das Internet als Informationsgeber für den Lebensmittelkauf eine immense Rolle spielt. 54 Prozent der Deutschen nutzen das Internet, um zum Beispiel Preise herauszufinden oder Online-Rezensionen anderer Verbraucher zu lesen. Und 40 Prozent recherchierten nach Produktinformationen. Die Informationssuche über die Herkunft und Verarbeitung von Lebensmitteln im Allgemeinen wurde leider nicht untersucht. Die Tendenz ist aber seit Jahren spürbar: steigend.

Weitere Informationen:
Nielsen-Studie "Digitals Influence on Grocery Shopping"
(N)ONLINER Atlas: www.initiatived21.de

aid
Friedrich-Ebert-Straße 3
53177 Bonn
Deutschland
Telefon: 02 28/ 84 99-0
Telefax: 02 28/ 84 99-177
Mail: aid@aid.de
URL: http://www.aid.de

<img src="http://www.pressrelations.de/new/pmcounter.cfm?n_pinr_=507474" width="1" height="1">

Pressekontakt

aid

53177 Bonn

aid.de
aid@aid.de

Firmenkontakt

aid

53177 Bonn

aid.de
aid@aid.de

aid ? drei Buchstaben stehen für: Wissenschaftlich abgesicherte Informationen Fach- und Medienkompetenz Und ein kreatives Informationsangebot in den Bereichen "Verbraucher und Ernährung" sowie "Landwirtschaft und Umwelt". Wer informieren will, muss besser informiert sein. Die Vielzahl von Informationen, die täglich auf jeden von uns einstürzt, ist kaum noch zu überblicken. Oft widersprechen sich die Aussagen und verwirren mehr als sie nützen. Gefragt sind Ratschläge, die wissenschaftlich abgesichert sind und sachlich informieren.Der aid hat sich genau das zur Aufgabe gemacht und bietet wissenschaftlich abgesicherte Informationen in den Bereichen "Verbraucher und Ernährung" und "Landwirtschaft und Umwelt". Unsere Aussagen sind unabhängig und orientieren sich an den gesicherten Erkenntnissen der Wissenschaft. In Zusammenarbeit mit Wissenschaftlern und Praktikern sammeln wir Fakten und Hintergrundinformationen, werten sie aus und bereiten sie zielgruppengerecht auf. Unsere Publikationen wenden sich an Verbraucher, Landwirte und Multiplikatoren wie Lehrer, Berater und Journalisten. Der aid ist ein gemeinnütziger Verein und wird aus Mitteln des Bundesministeriums für Verbraucherschutz, Ernährung und Landwirtschaft finanziert. Sein Auftrag, sachlich und interessenunabhängig zu informieren, ist in der Satzung festgelegt. Beim aid arbeiten namhafte Experten, Praktiker und Medienfachleute zusammen. Informationsmedien, die der aid herausgibt, entsprechen dem aktuellen Stand der wissenschaftlichen Erkenntnisse und vermitteln Wissen zielgruppengrecht und praxisorientiert.