

ECR Academic Student Award 2018

Name der Studentin: Lisa Lampl, BSc (WU)

Hochschule und Institut / Studiengang:

Wirtschaftsuniversität Wien, Betriebswirtschaftslehre, Institut für Handel und Marketing

Kategorie der Arbeit: Bachelorarbeit

Betreuerin der Arbeit: Dr. Cordula Cerha

Titel der Arbeit

**Shopper der Zukunft – Analyse der
Generation Z und ihres Einkaufsverhaltens**

Ziel

Ziel ist einen Überblick über das relativ junge Forschungsfeld der Generation Z sowie das Einkaufsverhalten dieser Kohorte bei FMCG zu liefern.

Forschungsfrage

Welche für das Konsumentenverhalten bei FMCG relevanten Eigenschaften weist die Generation Z auf und welche Konsequenzen ergeben sich für das zukünftige Marketing von Industrie und Handel?

Methodik

Charakterisierungsmerkmal	Designspezifische Ausprägung
Befragungsgegenstand	Konsumentenverhalten der Generation Z und die Akzeptanz ausgewählter Technologien bei FMCG
Untersuchungsmethode	Face-to-face Befragung
Untersuchungsinstrument	Halbstrukturierter Fragebogen
Befragungsort	Wirtschaftsuniversität Wien
Grundgesamtheit	Österreicherinnen und Österreicher von 18-23 Jahre
Stichprobenauswahl	Convenience Sample mit einer Quoten-Auswahl (50:50) für das Geschlecht
Stichprobengröße	n=100
Untersuchungszeitraum	Februar 2018
Auswertungsinstrumente	Microsoft Excel 2016, IBM SPSS Statistics 24

Ergebnisse

- **Geschmack** und **Preis** sind die Top-Kaufentscheidungskriterien für die junge Generation. Faktoren wie **Bio, Regionalität und Nachhaltigkeit** werden noch vor Kriterien wie Marke und Design berücksichtigt.
- Die Generation Z steht der **vollständigen Substitution** durch elektronische Geräte beim Einkaufen skeptisch gegenüber. Sie bevorzugt **Technologien**, die sie beim Einkaufsprozess lediglich **unterstützen**.

Relevanz für ECR / ECR-Mitgliedsunternehmen

- Aufzeigen von Unterschiedlichkeiten zwischen den Generationen
- Überblick über die Generation Z und ihres Konsumverhaltens bei FMCG
- Vergleich der bisherigen und potenziellen Nutzung ausgewählter Technologien im Handel
- Konsequenzen für das Marketing von Handel und Industrie
- Anregung für weitere Forschung in diesem Gebiet

Kontakt Daten



Lisa Lampl, BSc (WU)
lampl.lisa@gmail.com