

## Ostern 2009: Fakten und ein Wettstreit der Schokohasen

Wien (OTS) - Tradition wird zu Ostern groß geschrieben, selbst gefärbte Eier und ein Fest im Kreise der Familie liegen nach wie vor im Trend, so zeigt es die aktuelle Umfrage von meinungsraum.at. Beim Kontest der Schokoladehasen überzeugt der Milka Schmunzelhase in den Kategorien Sympathie, Ausstrahlung und Tradition, der Lindt Hase punktet mit Optik, Stil und Sex Appeal. Am Ende des Tages hat jedoch der Schmunzelhase die besseren Chancen mit ins Körbchen genommen zu werden.

In seiner Umfrage rund um das Thema Ostern lies meinungsraum.at unterschiedliche Schokohasen gegeneinander in Konkurrenz treten, um den Mr. Osterhase 2009 zu ermitteln. Die wichtigsten Eckdaten: Obwohl 43% der Befragten den Lindt Hasen als den optisch hübschesten bezeichneten, würde die Mehrheit (45%) beim Kauf doch eher zum Milka Schmunzelhasen greifen. Diverse Eigenmarken und Diskonter-Hasen fallen im Ranking weit zurück. Letztlich ist der Geschmack das wichtigste Kriterium für die Wahl eines Schokohasen.

Eckdaten zum Osterfest 2009:

Auch zu Ostern geht der Trend Richtung "Last Minute Einkäufe", drei Viertel der Befragten kaufen ihre Ostergeschenke erst in den letzten beiden Wochen vor dem Fest, 32% davon warten überhaupt bis zum letzten Moment.

Österreich feiert traditionell:

für 63% ist Ostern ein wichtiges Fest, dass 88% im Kreise ihrer Familie zu Hause verbringen.

Ostereier weiter im Trend:

Bei zwei Drittel der Befragten werden zu Ostern noch Eier versteckt bzw. gesucht. Die dafür nötigen Eier werden zu fast gleichen Teilen noch selbst gefärbt (36%) bzw. bereits gefärbt gekauft (34%). 19% haben sowohl gekaufte als auch selbst gefärbte Eier, 12% lassen sich die Eier von Verwandten etc. schenken.

Fastenzeit nicht mehr als eine Empfehlung:

Für drei Viertel der Befragten ist die Fastenzeit eine Zeit wie jede andere, an gute Vorsätze zwischen Aschermittwoch und Ostersonntag denken 75% also nicht einmal.

Studiendetails:

~

Stichprobe: 498 Interviews  
Sampling: Quoten nach Geschlecht, Alter und Bundesland  
Befragungszeitraum: März 2009  
Befragungsmethode: CAWI (Computer Assisted Web Interviews)

meinungsraum.at

~

meinungsraum.at wurde im April 2007 gegründet. Das Unternehmen ist ein Full-Service-Anbieter im Bereich der Online-Marktforschung. Das Unternehmensmotto "Information und Wissen aus einer Hand" unterstreicht die Beratungskompetenz von meinungsraum.at unter der Geschäftsführung des Marktforschungsexperten Herbert Kling, der seit 1996 in diesem Bereich tätig ist und in seiner Karriere zahlreiche Marktforschungs-Projekte für unterschiedliche Branchen durchgeführt hat. meinungsraum.at ist Mitglied des VMÖ, des Expertenforum Online Forschung, der WWG der WU Wien sowie von ESOMAR.

Anhänge zu dieser Aussendung finden Sie als Verknüpfung im AOM/Original Text Service sowie im Volltext der Aussendung auf <http://www.ots.at> .

Rückfragehinweis:

~

SKYunlimited  
Elke Weilharter  
Burggasse 28-32/9, 1070 Wien  
Tel.: 01/ 522 59 39 / 15  
Mobil: 0664/ 4111773  
<mailto:elke.weilharter@skyunlimited.at>

~

\*\*\* OTS-ORIGINALTEXT PRESSEAUSSENDUNG UNTER AUSSCHLIESSLICHER  
INHALTLICHER VERANTWORTUNG DES AUSSENDERS - WWW.OTS.AT \*\*\*

OTS0040 2009-04-06/10:00

061000 Apr 09

Link zur Aussendung:

[http://www.ots.at/presseaussendung/OTS\\_20090406\\_OTS0040](http://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20090406_OTS0040)