



© APA/dpa/ina Fassbender

Allein in der Landeshauptstadt sind laut Wirtschaftskammer Wien sieben Mio. Blumen verkauft worden.

Handel mit Gefühl

Der Valentinstag macht der Wirtschaft zwar Freude, vor allem junge Österreicher finden ihn aber vermehrt irrelevant.

••• Von Eva Kaiserseder

WIEN/LINZ. Dass Einzelhandel und Gastronomie am Valentinstag frohlocken, dürfte keine allzu große Überraschung sein. Vor allem für Floristen zählt der 14. Februar zu den traditionell

umsatzstärksten Tagen: Allein in der Hauptstadt werden laut Wirtschaftskammer Wien rund 7 Mio. Blumen verkauft. In konkrete Zahlen hat das der Handelsverband in einer kürzlich publizierten Umfrage gegossen: Satte 59% beglücken am Valen-

tinstag ihre Partner mit Flora-lem, schon weit abgeschlagen folgen Pralinen und Schokolade: Knapp ein Viertel der Valentinstagsschenker greift zu diesem Präsent. Wer sich und seinen Partner an diesem Tag kulinarisch verwöhnen will, gehört da

fast schon zur Minderheit: Nur 15% der Österreicher spendieren Restaurantbesuche; 12% setzen auf Nummer sicher und greifen zum Gutschein. Interessanterweise sind 17% der Schenker dem Materiellen abhold und vergeben das knappste Luxusgut von allem, Zeit, etwa in Form von gemeinsamen Ausflügen.

Unbedeutender Tag für Junge
Wo der Löwenanteil der Geschenke besorgt wird: In Geschäften, die nicht direkt an einer Einkaufsstraße liegen. Das sagen 34% der Befragten. Online-Shopping ist für 23,5% die attraktivste Möglichkeit, ein Geschenk zu organisieren. Für 1,8% Spätzünder ist die Tankstelle rettender Anker, 4% werden auf willhaben fündig. Soweit zum Kaufverhalten der Österreicher. Laut market-Umfrage hat der Valentinstag aber vor allem für die jüngere Zielgruppe der 15- bis 29-Jährigen (42%) keine Bedeutung mehr, für ein Fünftel ist er wichtig. Bei der Altersgruppe der 30- bis 49-Jährigen sagen 28% „Valentin? Ist mir egal!“, dafür hat er für 25% der Befragten doch Bedeutung.



| Auf dem schnellsten Weg zur passenden Agentur

Weichkäse stinkt ab

Hartkäsefraktion dominiert market Markenmonitoring.

LINZ. Des Österreichers liebster Käse kommt eindeutig in der harten Variante daher: Als beliebteste Käsesorten und -formen gelten laut aktuellem Markenmonitoring des Marktforschungsinstituts market Hartkäse-Klassiker wie Emmentaler, Bergkäse oder Parmesan. „Mehr als drei Viertel greifen nach wie vor besonders gern zu Hartkäse-Produkten,

dahinter verlieren jedoch Vertreter des Frisch- und vor allem auch des Weichkäses wie Brie oder Camembert an Zuspruch im Sortenvergleich“, erläutert dazu market-Geschäftsführer Werner Beutelmeyer. In der Umfrage wurde die heimische Käselandschaft anhand von 500 Online-Interviews unter die Lupe genommen, insgesamt wurden 35 Anbieter analysiert. (red)



© Panthermedia.net/Genious2000de

Hartkäseklassiker wie Parmesan kommen beim Konsumenten gut an.