



PRESSEINFORMATION

Heimische Mineralwasser-Typen im Fokus – Forum Natürliches Mineralwasser zeigt Unterschiede

Wien, 16. Juli 2014 – Rechtzeitig zum dem Start der „heißen Mineralwasser-Saison“ liefert das Forum Natürliches Mineralwasser interessante Facts und Figures rund um die heimischen „Mineralwasser-Typen“ und um das Thema „Lebensgefühl“ der Österreicher beim Mineralwasserkonsum.

Lebensgefühl mit Mineralwasser – natürlich, erfrischend und immer dabei

Mineralwasser zeichnet sich für die Befragten vor allem durch seinen erfrischenden Charakter (75 Prozent), seine Eignung als Allround-Getränk (60 Prozent) und durch Praktikabilität (50 Prozent) aus. Die Mehrheit – davon eher Frauen als Männer – konsumiert es am liebsten pur (87 Prozent), knapp zwei Drittel (62 Prozent) auch gerne gespritzt bzw. in Form von Mischgetränken. Vier von zehn Befragten haben oft bis immer Mineralwasser beim Außer-Haus-Gehen mit dabei. „Natürliches und unbehandeltes Mineralwasser aus heimischen Quellen steht für pure Erfrischung, egal ob zu Hause, im Job oder unterwegs. Es enthält wichtige Mineralstoffe und schmeckt einfach – egal ob pur oder in Form von Mischgetränken. Die Österreicher greifen – nicht nur bei den heißen Temperaturen – gern und häufig zu Mineralwasser, das zeigt nicht zuletzt der seit Jahren steigende pro Kopf-Verbrauch“, so Herbert Schlossnikl, Sprecher des Forum Natürliches Mineralwasser.

Typen:

Der Prickelnde

39 Prozent der Österreicher lieben es „prickelnd“ – ihm kann es gar nicht genug sprudeln. „Erfrischung durch Kohlensäure“ lautet sein Motto. Der Prickelnde ist männlich und zwischen 14 und 30 Jahre alt und eher im Osten Österreichs zu Hause.

Der „Medium-Typ“

Der Medium-Typ (knapp die Hälfte der Österreicher) ist „irgendwo dazwischen“, ein bisschen prickeln, aber bitte nicht zu viel – nur ganz still darf es auch nicht sein. Er ist sowohl männlich als auch weiblich, eher über 50 und vor allem in der Steiermark bzw. Kärnten beheimatet.

Der Purist

Der stille Typ, der am liebsten zwar auf Kohlensäure aber nicht auf die wertvollen Mineralstoffe im Mineralwasser verzichtet, trifft auf 13 Prozent der Österreicher zu. Doppelt so viele Frauen wie Männer mögen es lieber „ohne“. „Sie“ ist vorwiegend über 50 und in Oberösterreich beheimatet.

Weitere Facts & Figures:

Die größten Mineralwasser-Fans finden sich eher im Süden, in der Steiermark und Kärnten – fast jeder Dritte (29 Prozent) trinkt hier „sehr gerne“ Mineralwasser. Im Osten ist man hingegen etwas weniger Mineralwasser-affin.

Für Frauen sind der Geschmack (50 Prozent), der Gesundheitsaspekt (44 Prozent) und der Zusatz von Mineralien/ Spurenelementen (41 Prozent) stärker ausschlaggebend als für Männer. Frauen schätzen zudem auch mehr den Komfort des „praktischen Konsums für unterwegs“, den viele Verpackungslösungen bieten.

Die 14-30-jährigen trinken Mineralwasser vor allem weil es am besten den Durst stillt (80 Prozent) und wegen des Geschmacks (58 Prozent). Die 31-50-jährigen bevorzugen das Getränk auch aufgrund von wertvollen Mineralien und Spurenelementen- für sie spielen Inhaltsstoffe bzw. Zusammensetzung eine stärkere Rolle als für die „jüngeren“.

42 Prozent der Mineralwasser-Trinker probieren gerne Innovationen bei Mineralwasser aus, insbesondere die 14-30-jährigen.

Über das Forum Natürliches Mineralwasser

Das Forum Natürliches Mineralwasser wurde 1987 gegründet und versteht sich als Kommunikationsplattform der bedeutendsten Mineralwasser-Abfüller Österreichs. Im Forum Natürliches Mineralwasser sind folgende Marken vertreten: Alpquell, Astoria, Frankenmarkter Mineralwasser, Gasteiner, Güssinger, Juvina, Long Life, Minaris, Montes, Peterquelle, Preblauer, Römerquelle, SilberQuelle, Vitus-Quelle, Vöslauer und Waldquelle

Weiterführende Informationen: www.forum-mineralwasser.at

Presseinformationen:

Forum Natürliches
Mineralwasser

DI Herbert Schlossnikl
Tel: 02252 / 401-4101
E-Mail:
herbert.schlossnikl@forum-mineralwasser.at

Ecker & Partner Öffentlichkeitsarbeit und Public
Affairs GmbH

Johannes Mak
Tel: 01 / 599 32-36
E-Mail:
j.mak@eup.at