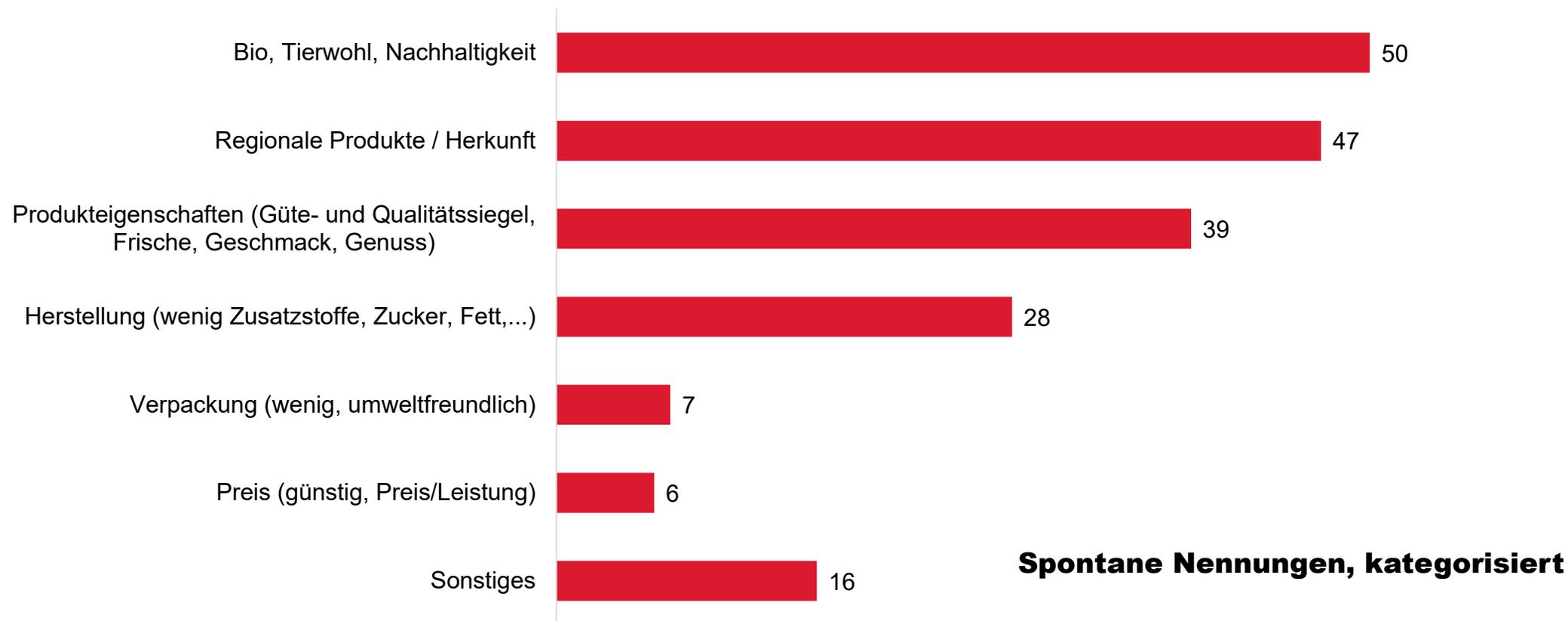


# Was erhöht den Wert von Lebensmitteln?

Welche Werte bzw. besondere Merkmale, die den Wert von Lebensmitteln erhöhen, fallen Ihnen spontan ein?

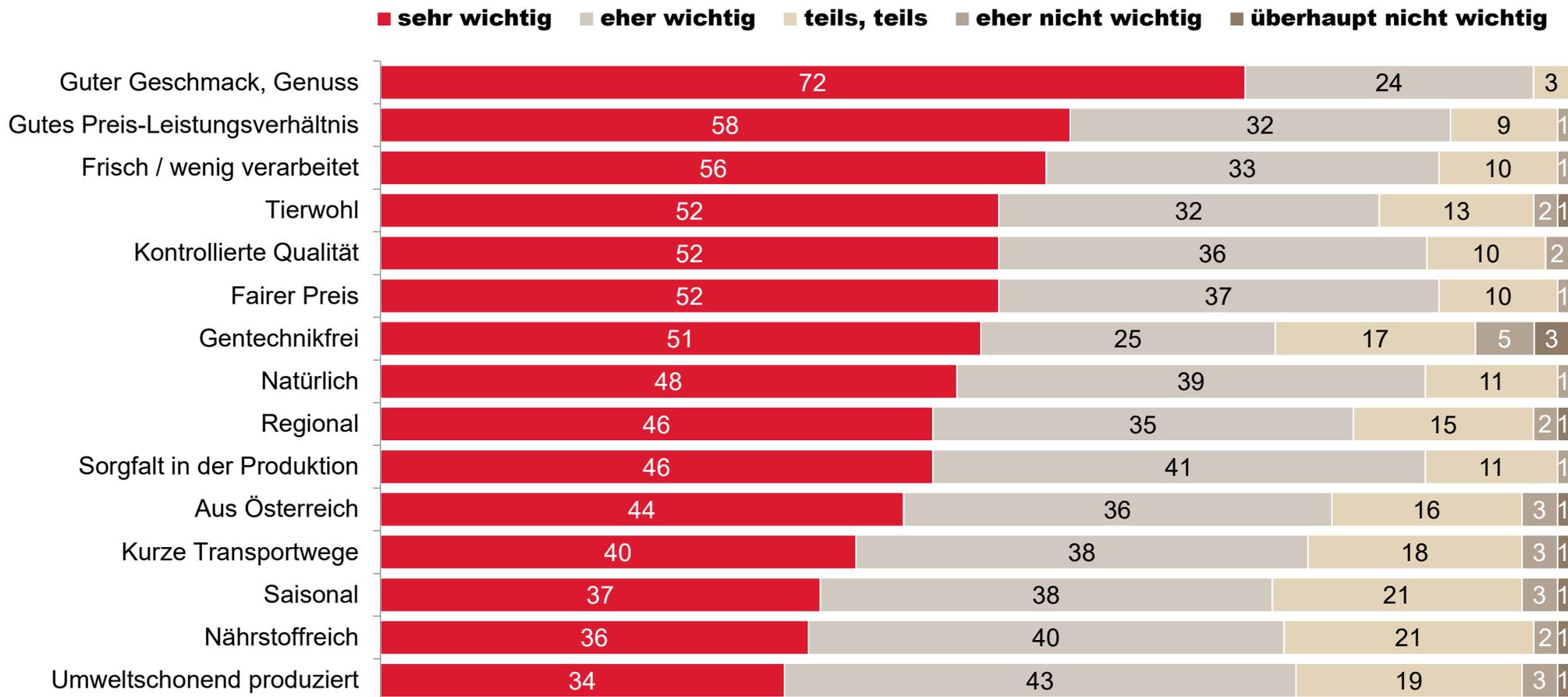


Angaben in %, n=1.711

Quelle: RollAMA Motivanalyse November 2023 / AMA-Marketing

# Genuss steht an erster Stelle

Welche der folgenden Werte bzw. besonderen Merkmale sind Ihnen persönlich in Bezug auf Lebensmittel und die Lebensmittelproduktion wichtig?

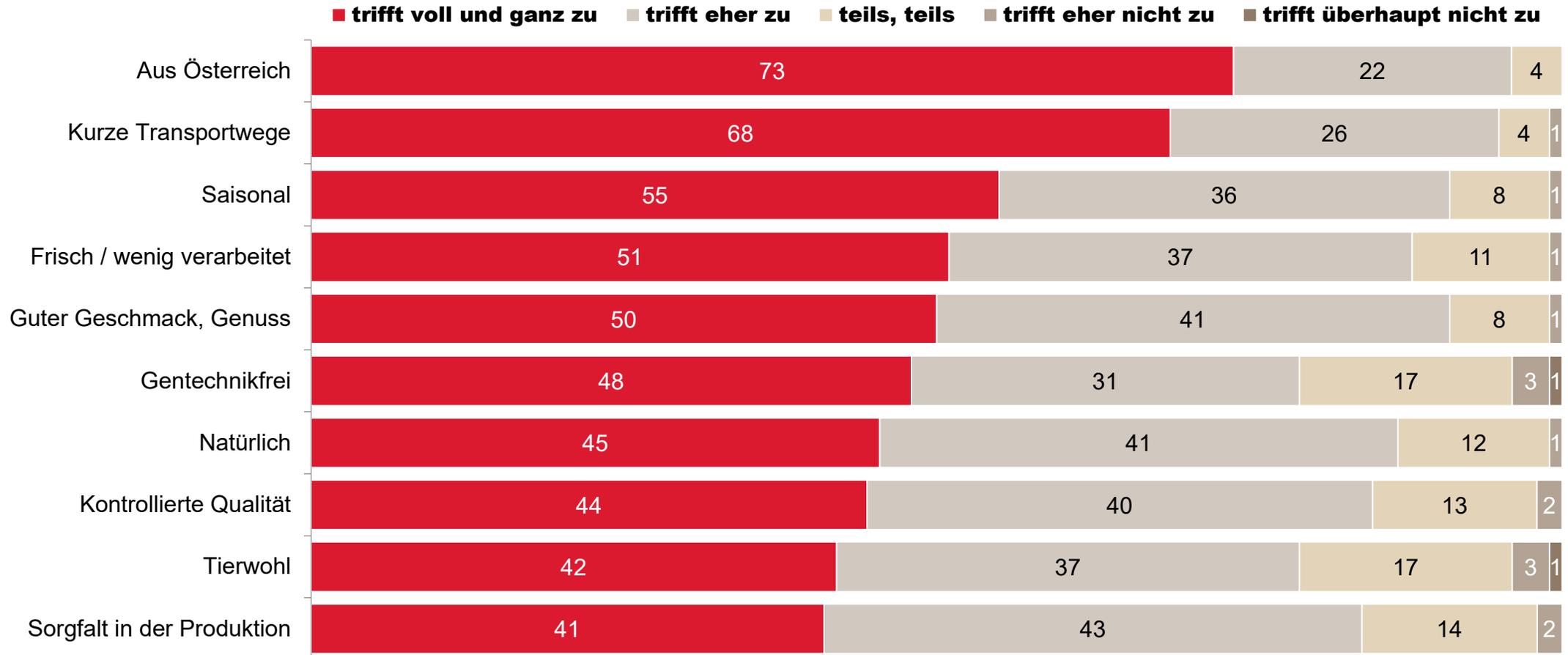


Angaben in %, n=1.711, Top 15

Quelle: RollAMA Motivanalyse November 2023 / AMA-Marketing

# Regionale Lebensmittel: Top 10 Merkmale

Welche Werte bzw. besonderen Merkmale verbinden Sie mit regionalen Lebensmitteln?

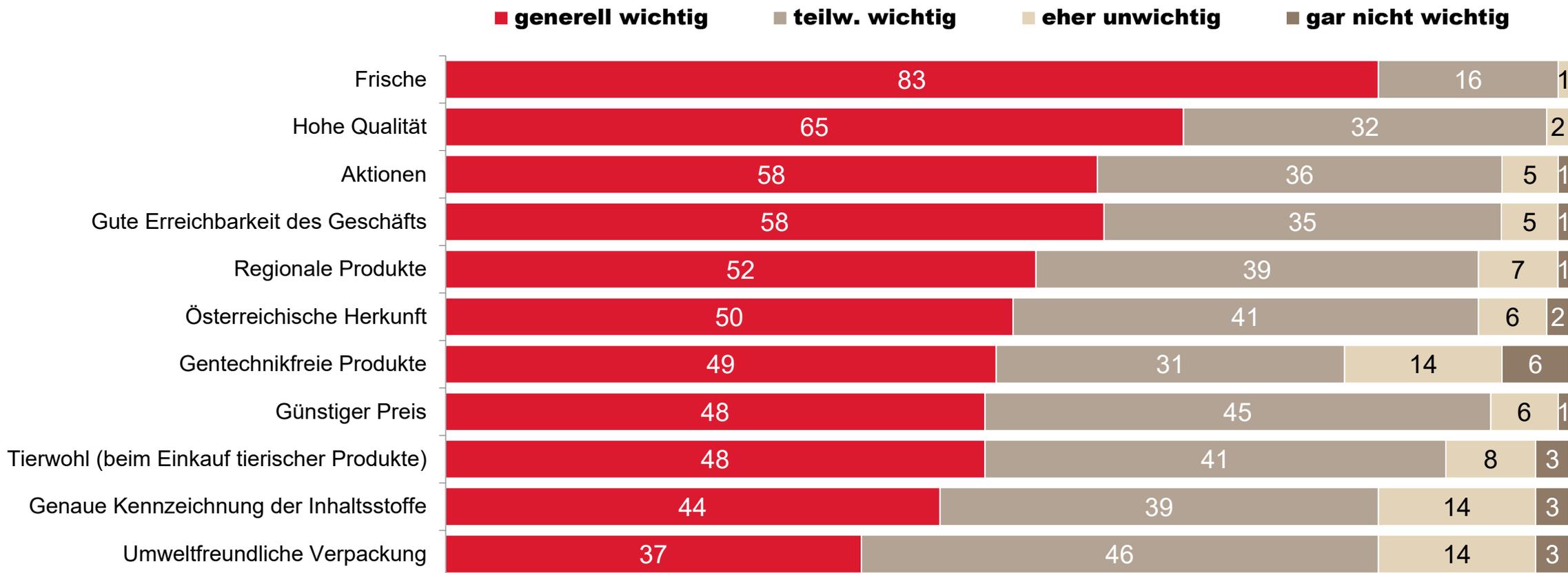


Angaben in %, n=1.393, Basis: regional ist sehr oder eher wichtig, Top 10

Quelle: RollAMA Motivanalyse November 2023 / AMA-Marketing

# Frische und Qualität sind Top Kaufkriterien

Wie wichtig sind die folgenden Kriterien bzw. Angebote für Ihre Kaufentscheidung bei Lebensmitteln des täglichen Bedarfs?

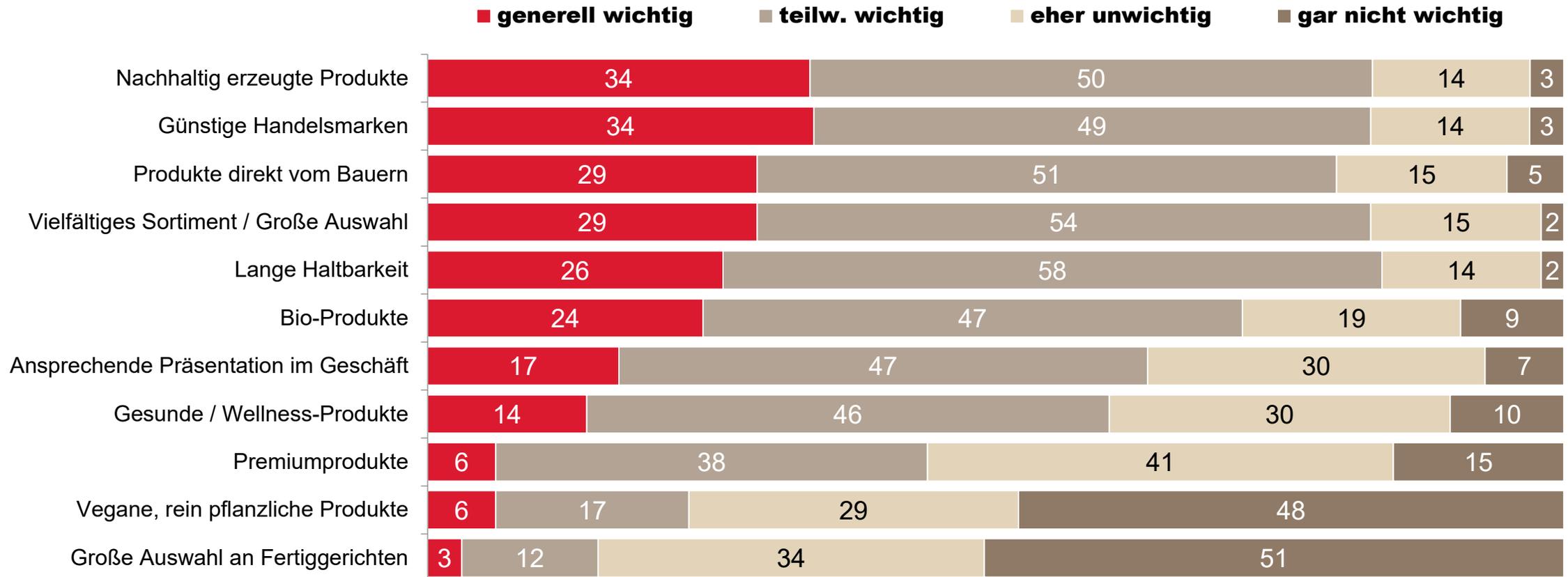


Angaben in %, n=1.960, Basis: Einkauf mindestens alle 1-2 Wochen

Quelle: RollAMA Motivanalyse April 2023 / AMA-Marketing

# Für ein Drittel ist Nachhaltigkeit bedeutend

Wie wichtig sind die folgenden Kriterien bzw. Angebote für Ihre Kaufentscheidung bei Lebensmitteln des täglichen Bedarfs?



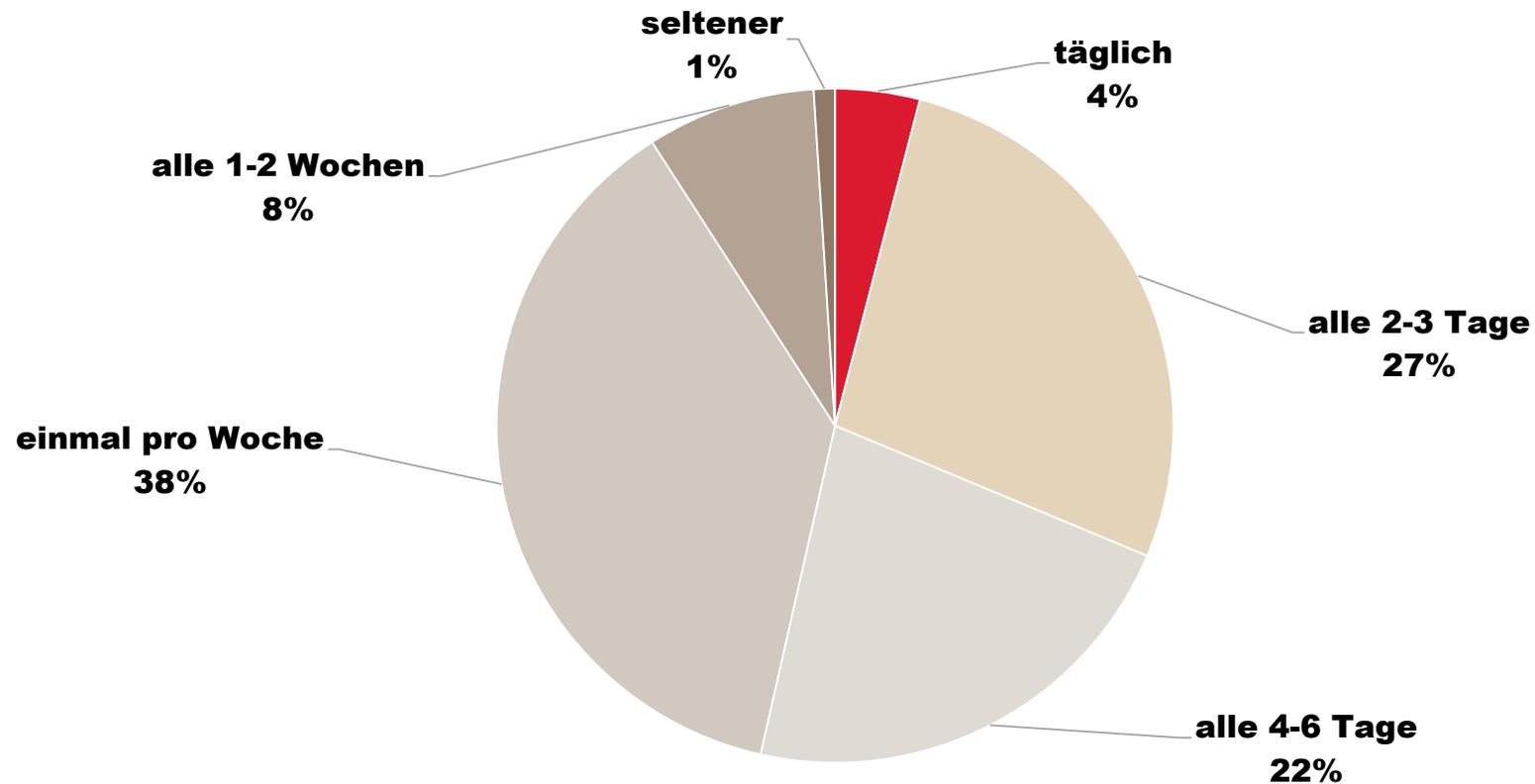
AGRARMARKT AUSTRIA MARKETING

Angaben in %, n=1.960, Basis: Einkauf mindestens alle 1-2 Wochen

Quelle: RollAMA Motivanalyse April 2023 / AMA-Marketing

# Einkaufshäufigkeit: 54 % mehrmals pro Woche

Wenn Sie an den üblichen Einkauf von Lebensmitteln für Ihren Haushalt – also nicht zwischendurch für einen Snack, sondern für den Verbrauch / Verzehr zu Hause – denken, wie häufig erledigen Sie solche Einkäufe?

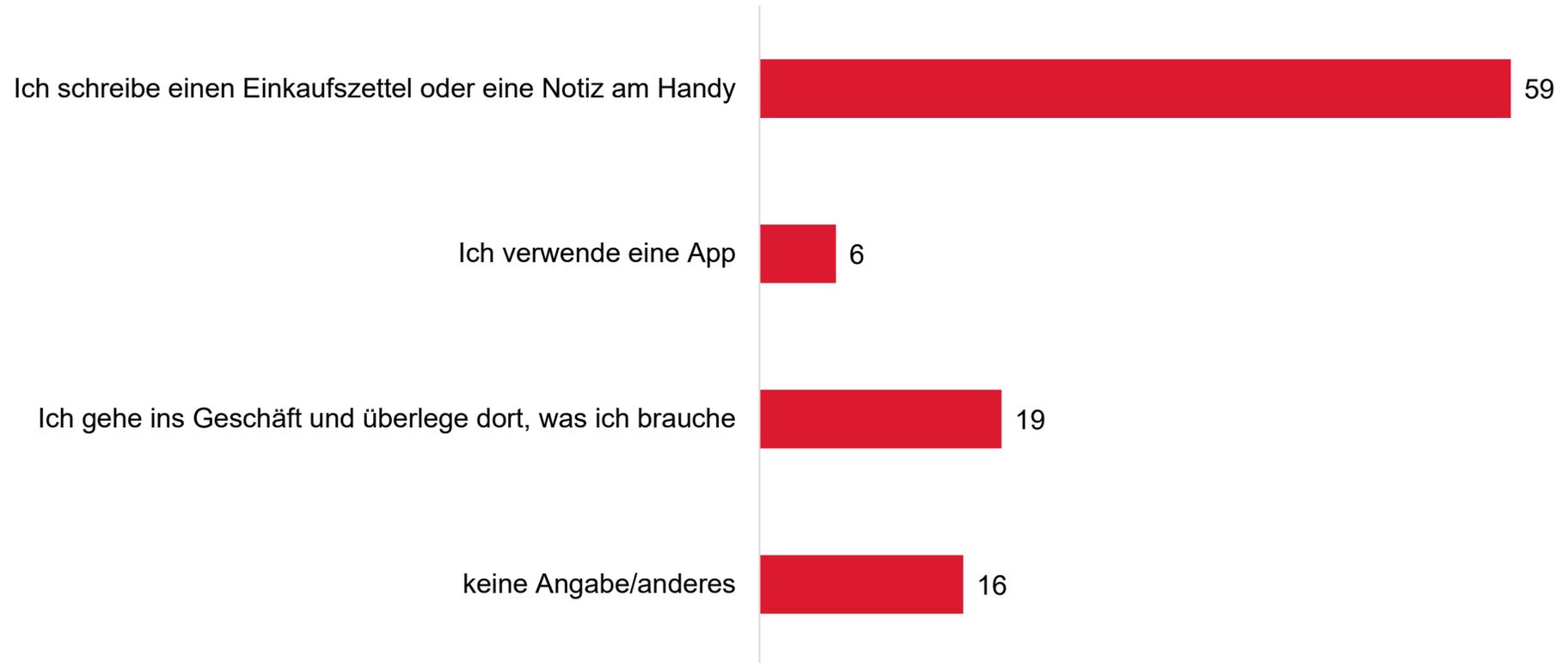


Angaben in %, n=1.989

Quelle: RollAMA Motivanalyse April 2023 / AMA-Marketing

# 60 Prozent planen den Einkauf

Wie bereiten Sie sich in der Regel auf Ihren Einkauf vor?

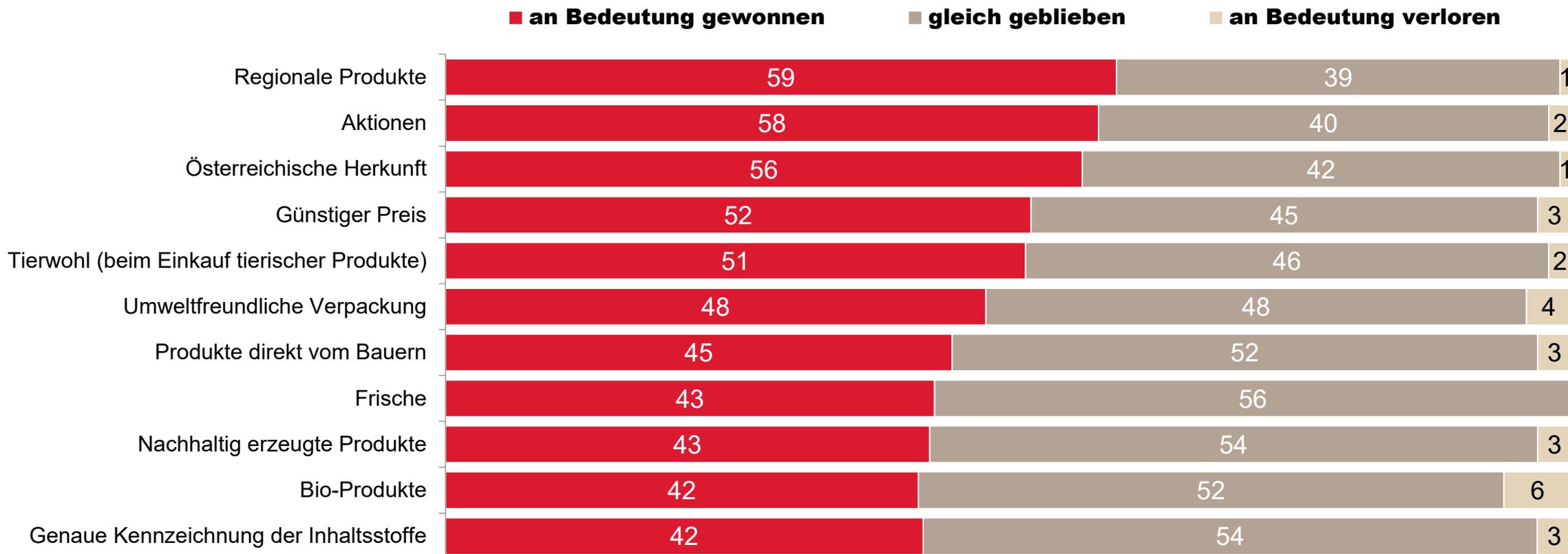


Angaben in %, n=1.960, Basis: Einkauf mindestens alle 1-2 Wochen

Quelle: RollAMA Motivanalyse April 2023 / AMA-Marketing

# Zunehmende Bedeutung: Regionalität und Aktionen

Welche der folgenden Einkaufskriterien und Angebote haben für Sie in den letzten Jahren an Bedeutung gewonnen, welche sind gleich geblieben, welche haben an Bedeutung verloren?

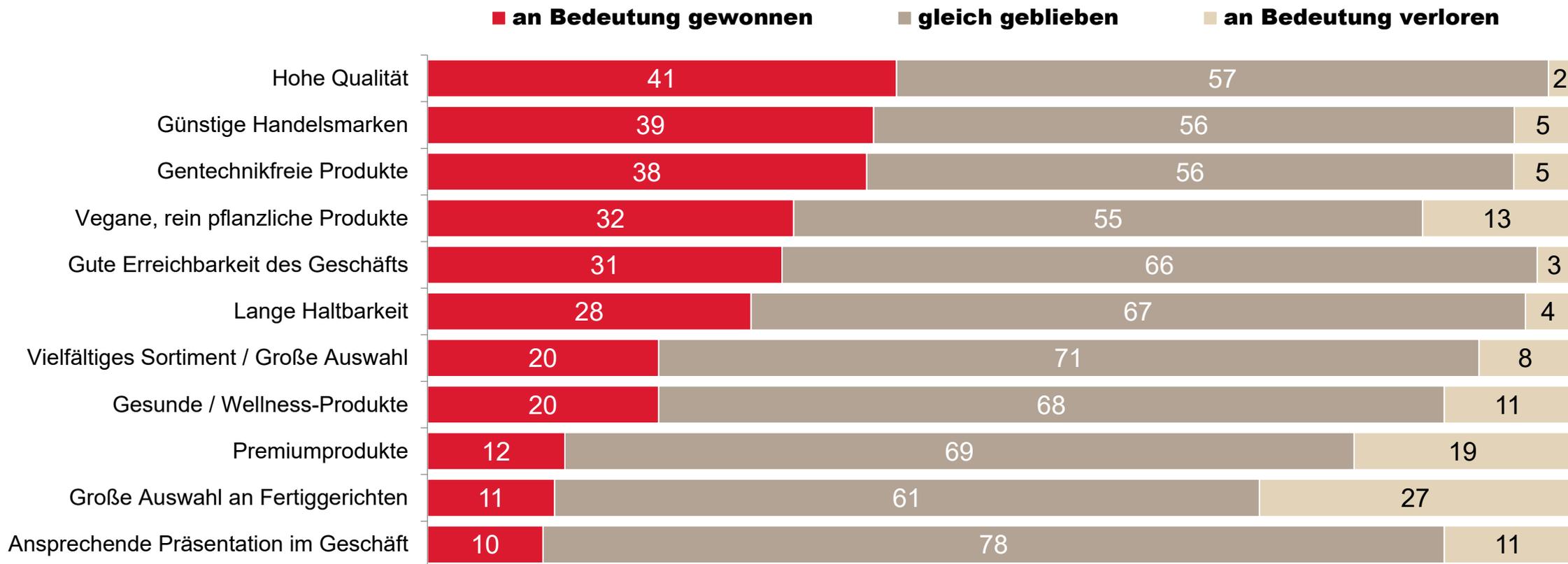


Angaben in %, Basis: Einkauf mindestens alle 1-2 Wochen/Jeweilige Kriterien bzw. Angebote sind generell wichtig

Quelle: RollAMA Motivanalyse April 2023 / AMA-Marketing

# Fertiggerichte und Premium an Bedeutung verloren

Welche der folgenden Einkaufskriterien und Angebote haben für Sie in den letzten Jahren an Bedeutung gewonnen, welche sind gleichgeblieben, welche haben an Bedeutung verloren?



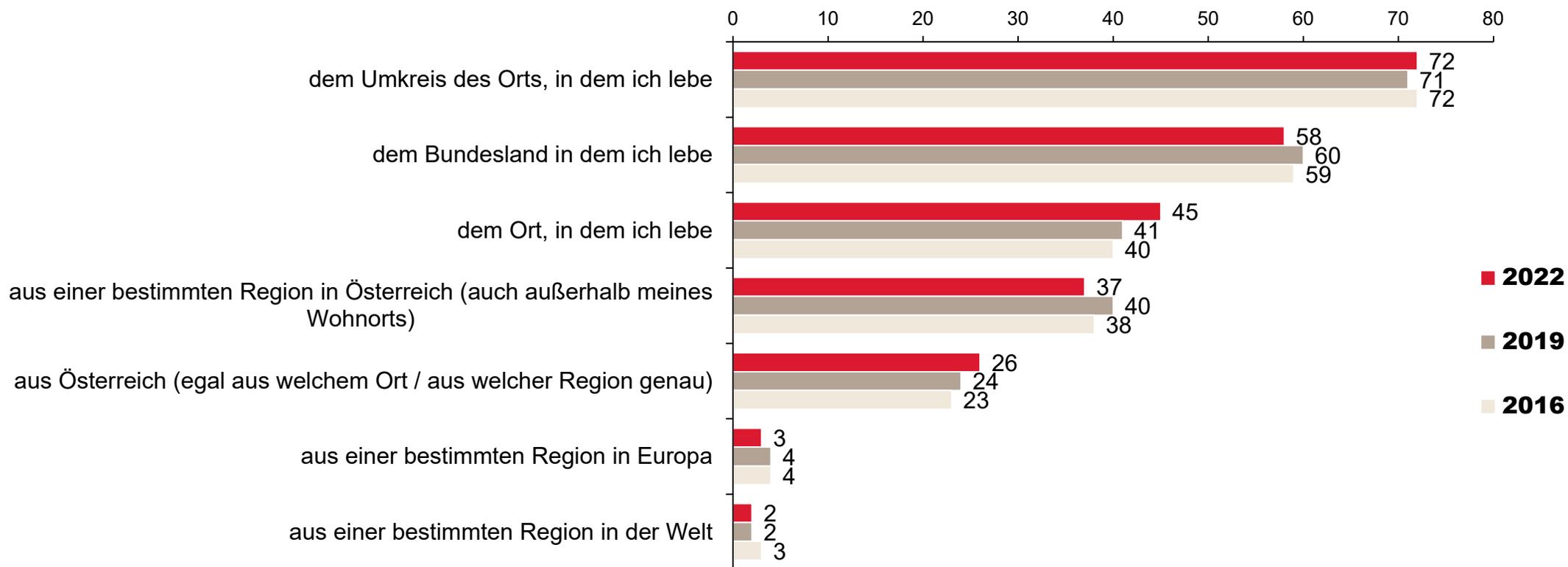
Angaben in %, Basis: Einkauf mindestens alle 1-2 Wochen/Jeweilige Kriterien bzw. Angebote sind generell wichtig

Quelle: RollAMA Motivanalyse April 2023 / AMA-Marketing

# Regionales kommt aus der unmittelbaren Umgebung

Woher kommen Ihrer Meinung nach regionale Produkte?

Regionale Produkte sind meinem Verständnis nach Produkte aus....

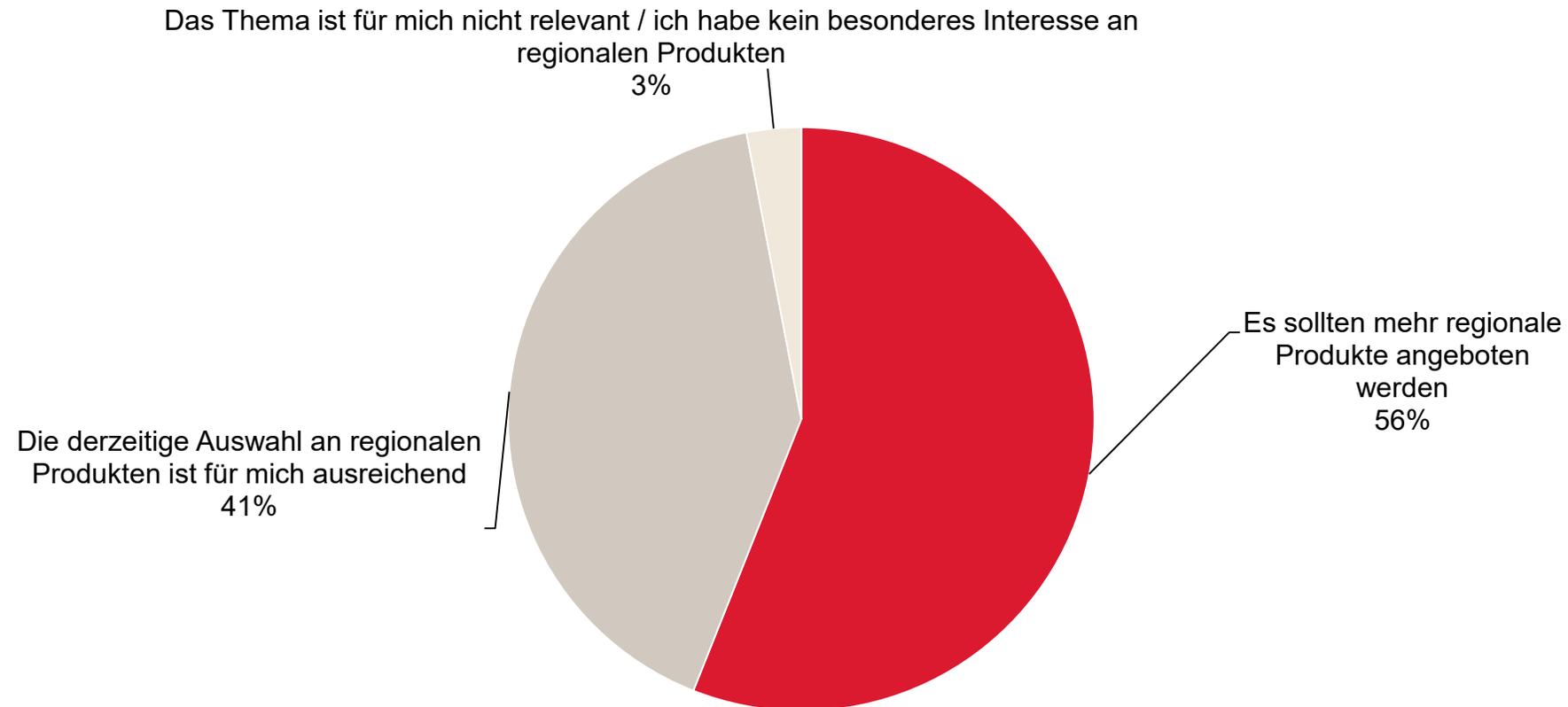


Angaben in %, n= 1.893, 2019: n=1.685, 2016: n=1.555

Quelle: RollAMA Motivanalyse Oktober/November 2022/ AMA-Marketing

# Die Hälfte wünscht sich ein größeres Angebot an regionalen Produkten

Wie zufrieden sind Sie mit dem Angebot an regionalen Produkten im Lebensmittelhandel?



Angaben in %, n=1.893 Befragte

Quelle: RollAMA Motivanalyse Oktober/November 2022/ AMA-Marketing