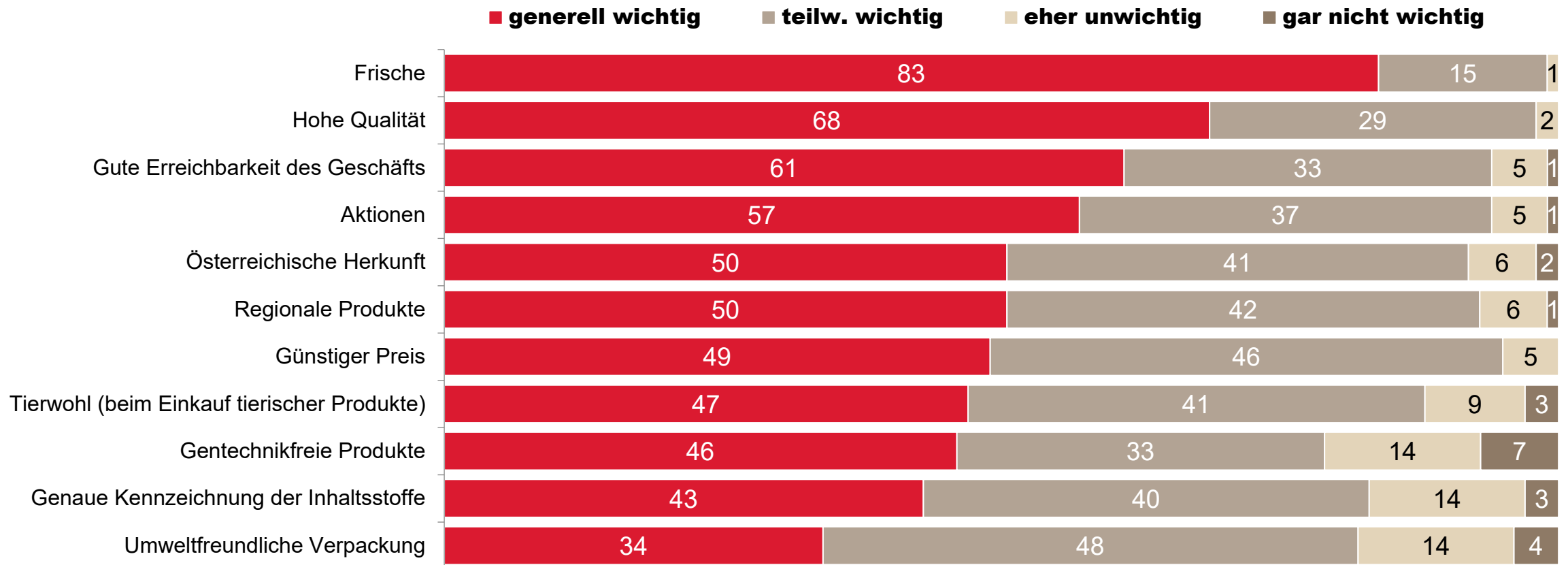


Frische und Qualität sind Top Kaufkriterien

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

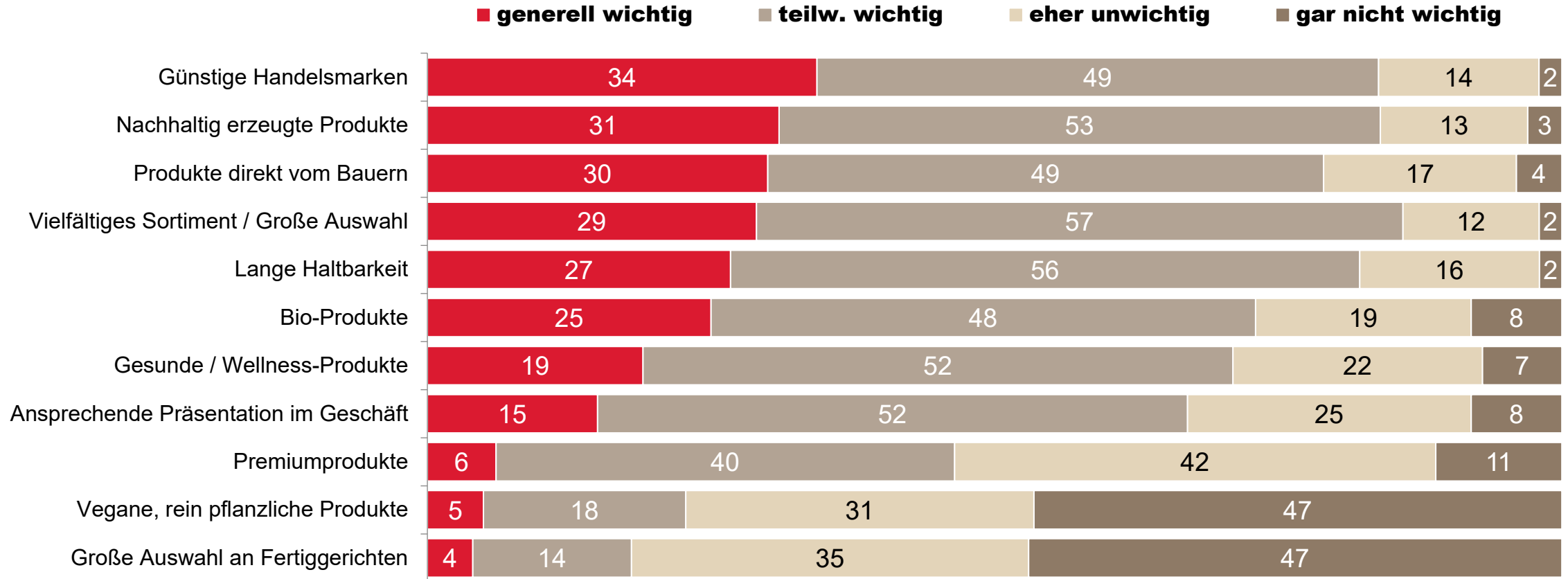


Angaben in %, n=1.605

Quelle: RollAMA Motivanalyse März 2025 / AMA-Marketing

Für knapp ein Drittel ist Nachhaltigkeit bedeutend

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



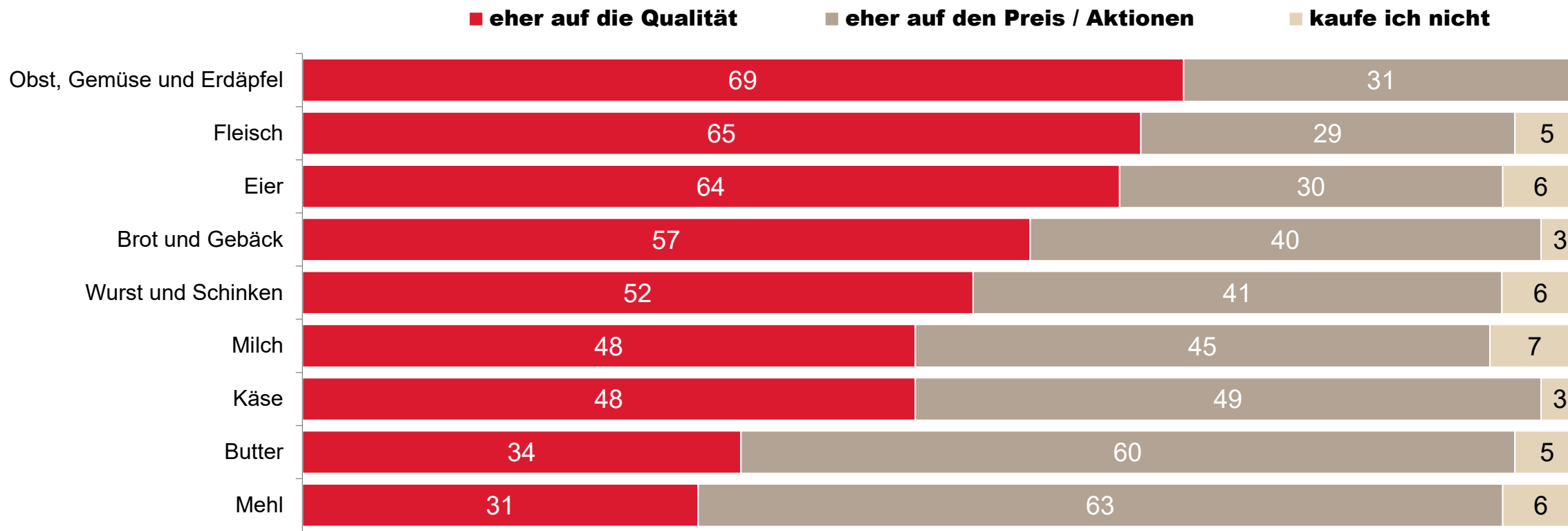
AGRARMARKT AUSTRIA MARKETING

Angaben in %, n=1.605

Quelle: RollAMA Motivanalyse März 2025 / AMA-Marketing

Bei Obst, Gemüse, Erdäpfel sowie Fleisch und Eier wird eher auf Qualität geachtet

Bitte beurteilen Sie nun Ihr Einkaufsverhalten bei folgenden Lebensmitteln. Achten Sie da in Summe eher auf die Qualität oder eher auf den Preis bzw. Aktionen?

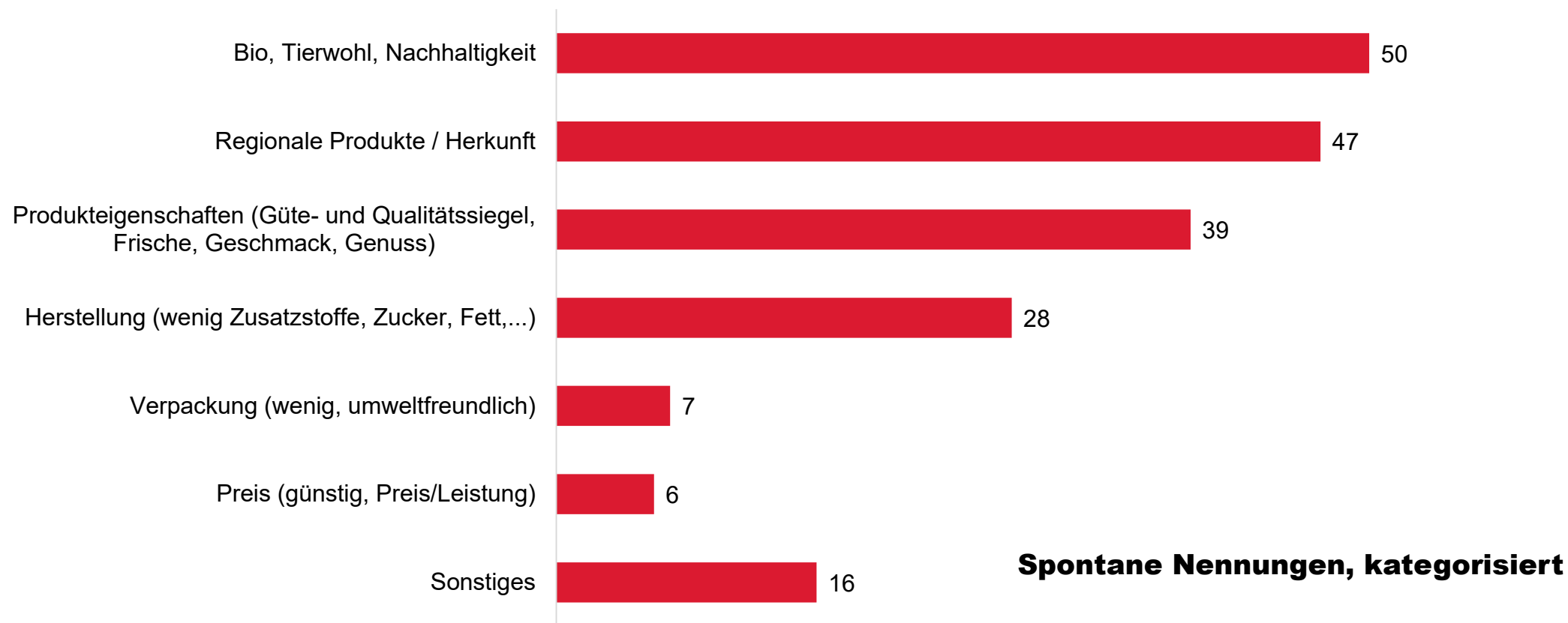


Angaben in %, n=1.605

Quelle: RollAMA Motivanalyse März 2025 / AMA-Marketing

Was erhöht den Wert von Lebensmitteln?

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

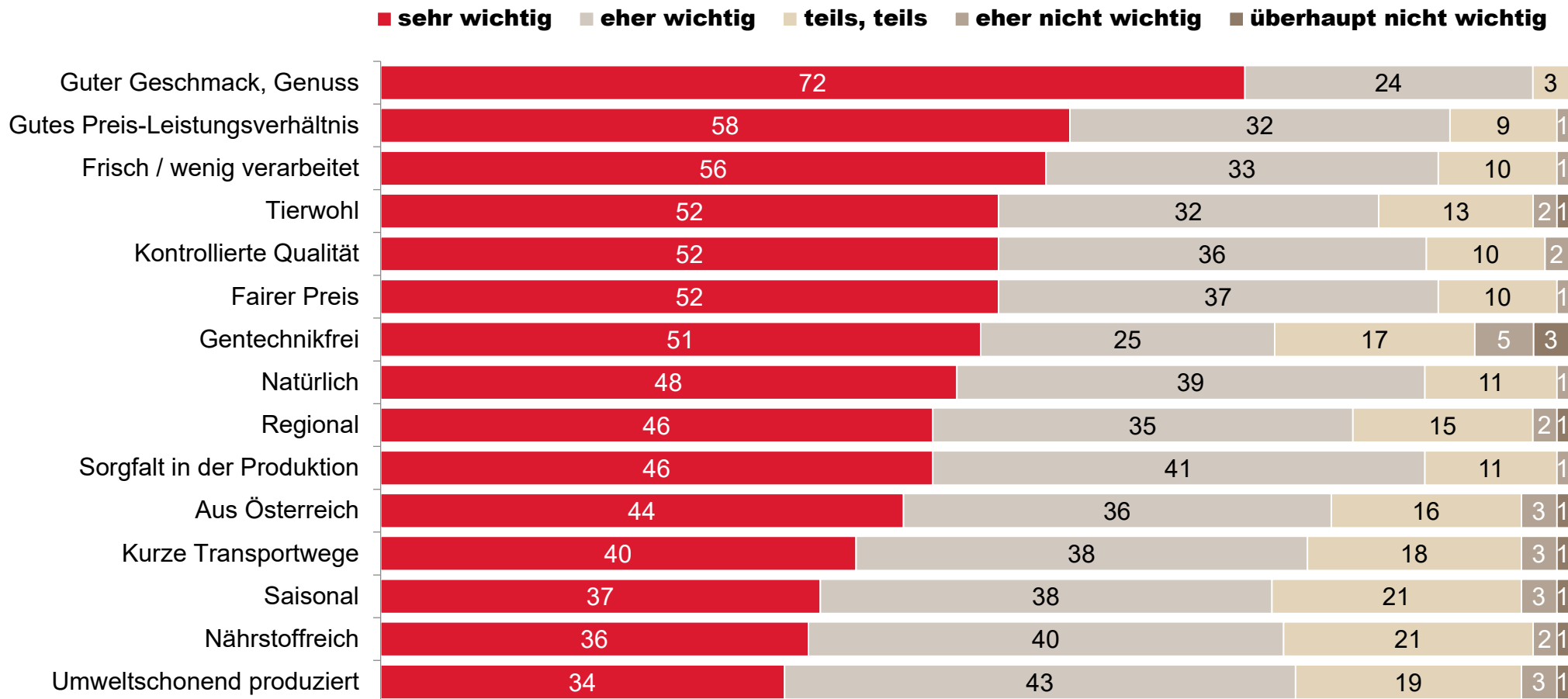


Angaben in %, n=1.711

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?

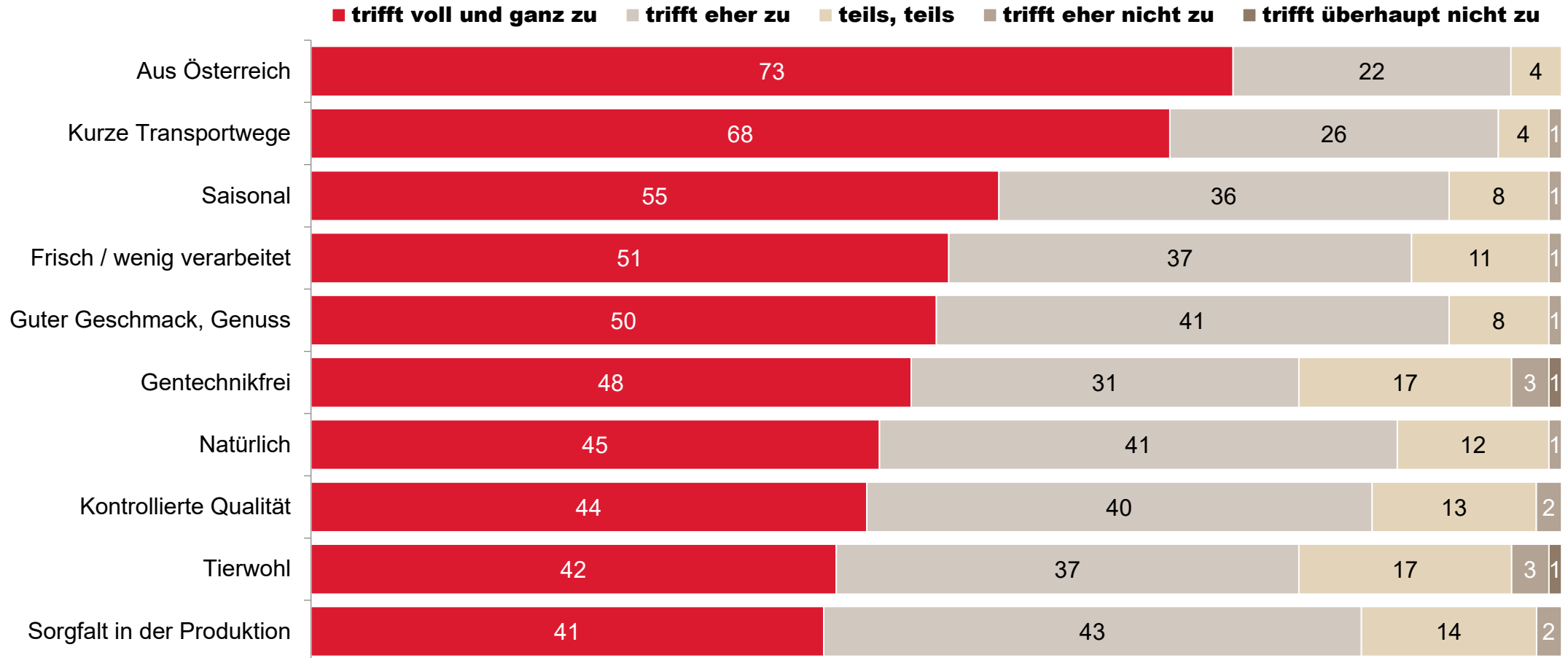


Angaben in %, n=1.711, Top 15

Quelle: RollAMA Motivanalyse November 2023 / AMA-Marketing

Regionale Lebensmittel: Top 10 Merkmale

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

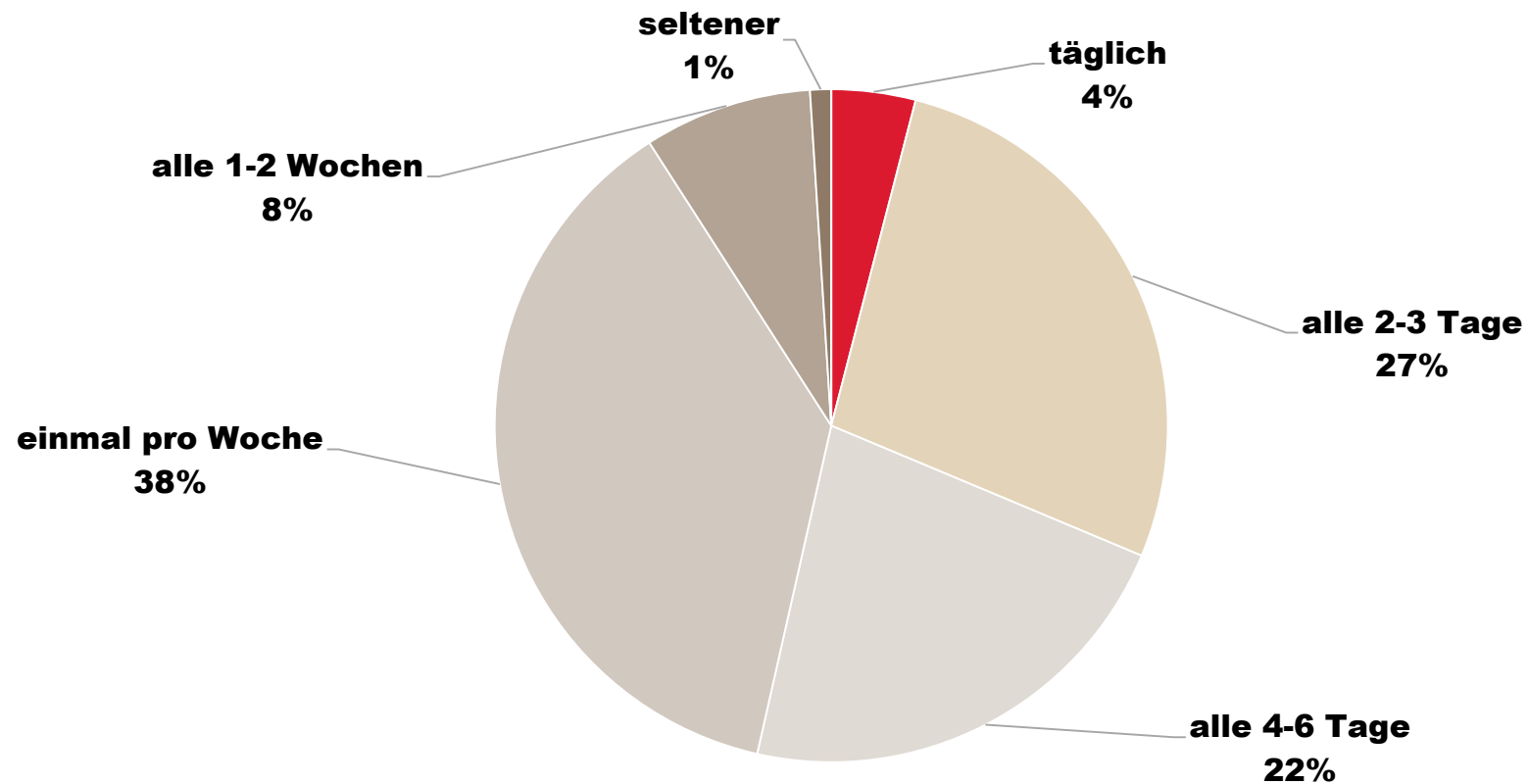


Angaben in %, n=1.393, Basis: regional ist sehr oder eher wichtig, Top 10

Quelle: RollAMA Motivanalyse November 2023 / AMA-Marketing

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?

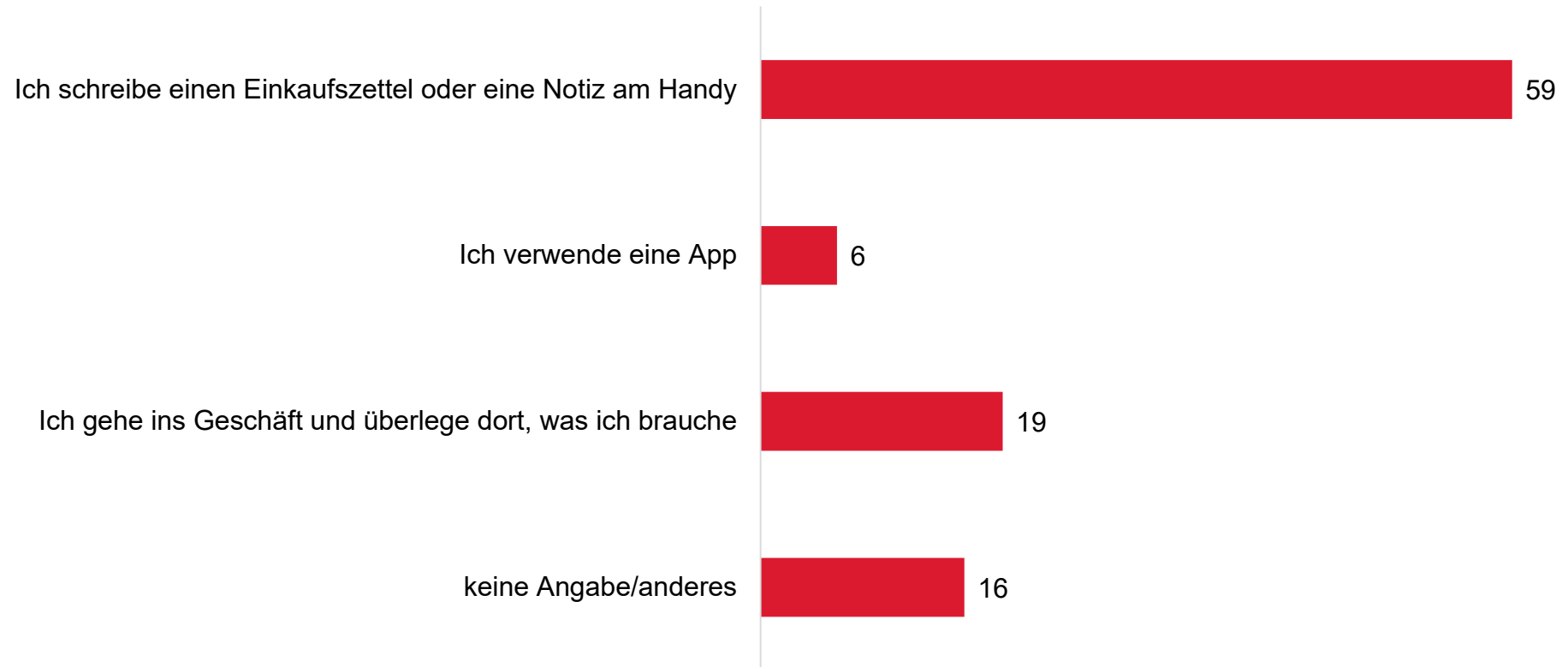


Angaben in %, n=1.989

Quelle: RollAMA Motivanalyse April 2023 / AMA-Marketing

60 Prozent planen den Einkauf

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



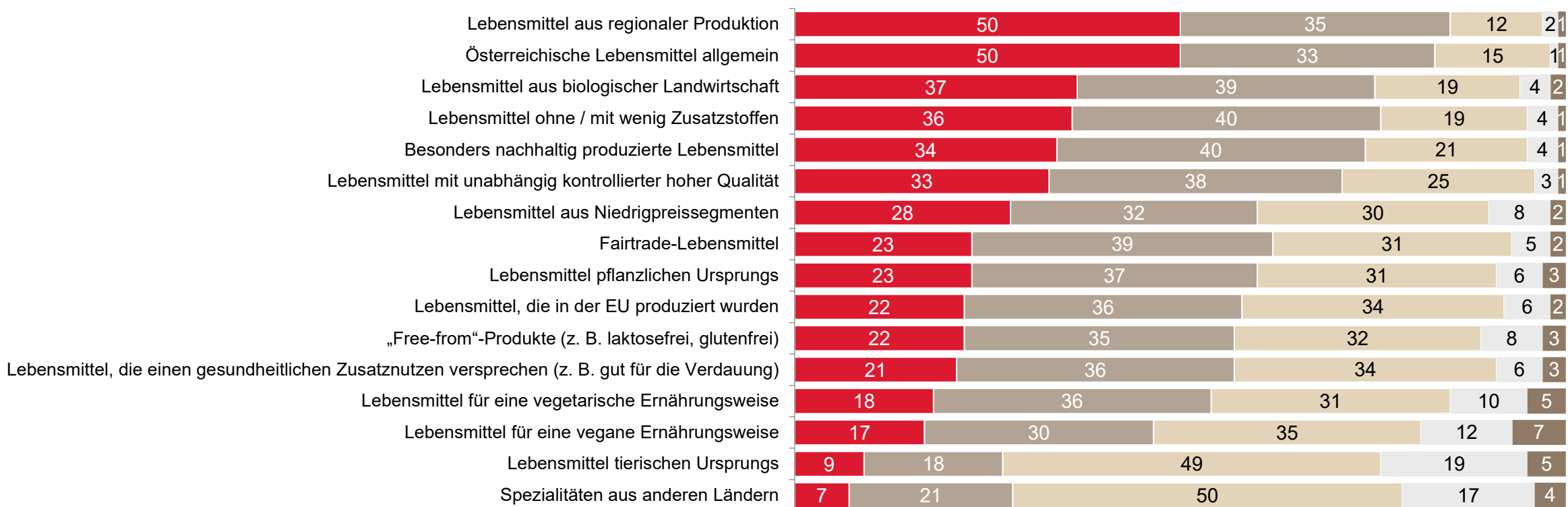
Angaben in %, n=1.960, Basis: Einkauf mindestens alle 1-2 Wochen

Quelle: RollAMA Motivanalyse April 2023 / AMA-Marketing

Regionale und österreichische Lebensmittel nach wie vor zukunftsweisend

Blicken Sie bitte in die Zukunft: Was meinen Sie, werden die folgenden Lebensmittel in Zukunft an Bedeutung gewinnen, gleichbleiben oder an Bedeutung verlieren?

■ **Bedeutung gewinnen** ■ **eher an Bedeutung gewinnen** ■ **gleich bleiben** ■ **eher an Bedeutung verlieren** ■ **Bedeutung verlieren**



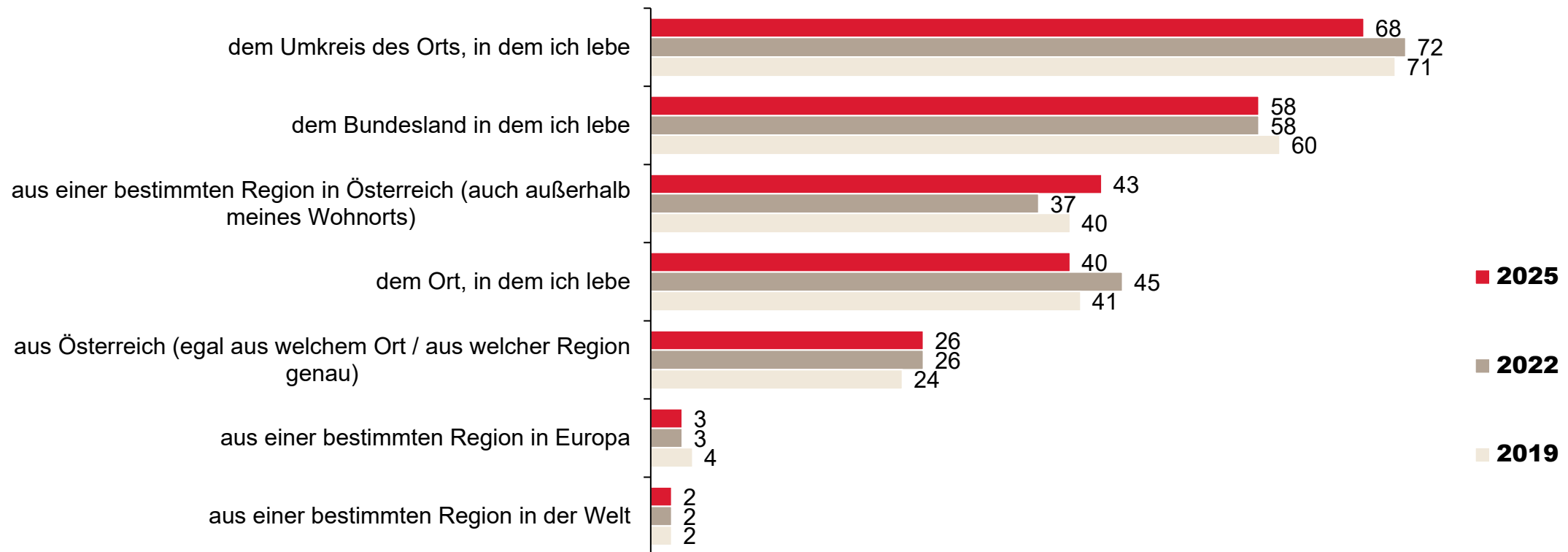
Angaben in %, n=1.605

Quelle: RollAMA Motivanalyse März 2025 / AMA-Marketing

Regionales kommt aus der unmittelbaren Umgebung

Woher kommen Ihrer Meinung nach regionale Produkte?

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

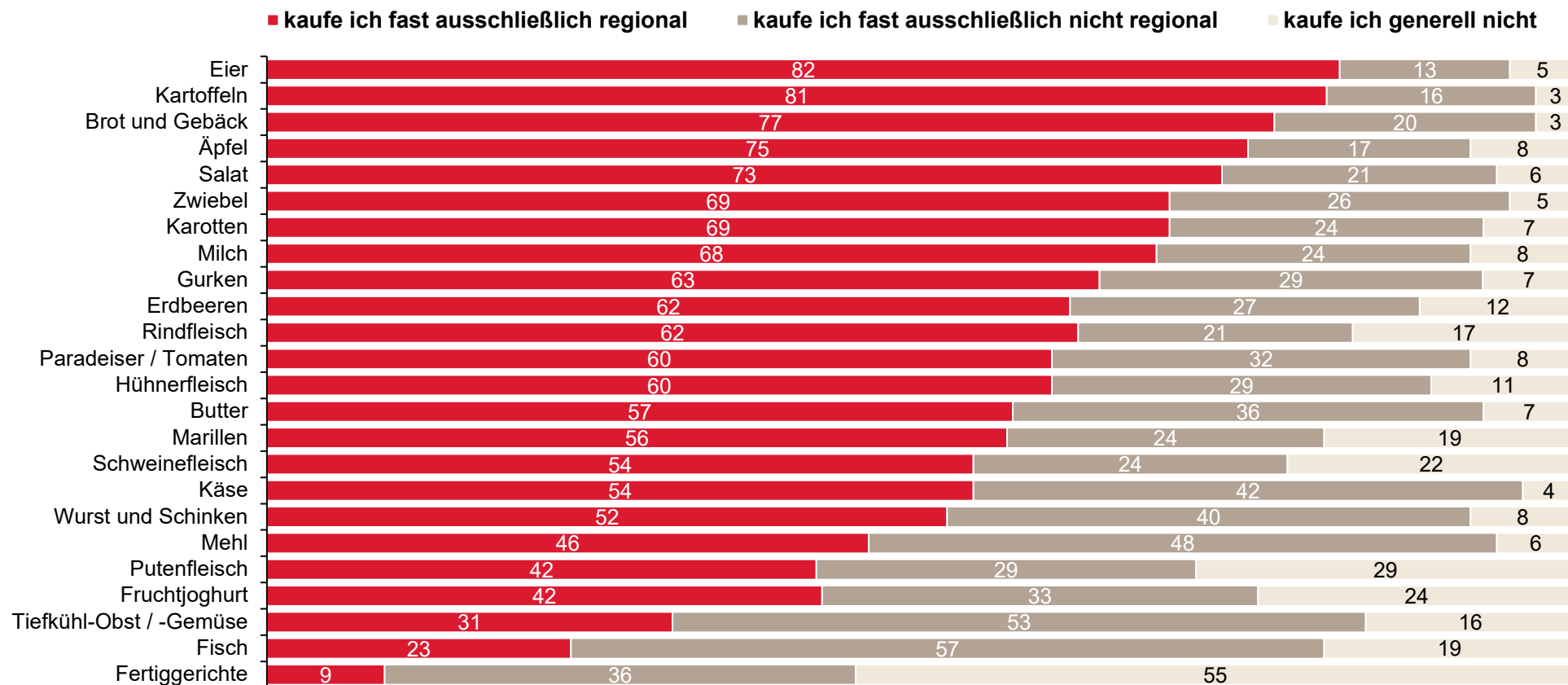


Angaben in %, n=1.605

Quelle: RollAMA Motivanalyse März 2025 / AMA-Marketing

Eier und Kartoffeln werden überwiegend regional gekauft

In welchen der folgenden Warengruppen kaufen Sie fast ausschließlich Produkte aus regionaler Herkunft?



Angaben in %, n=1.605

Quelle: RollAMA Motivanalyse März 2025 / AMA-Marketing