

RELEVANZ

von Herkunft und Qualität in
der Kaufentscheidung

Micaela Schantl, AMA-Marketing

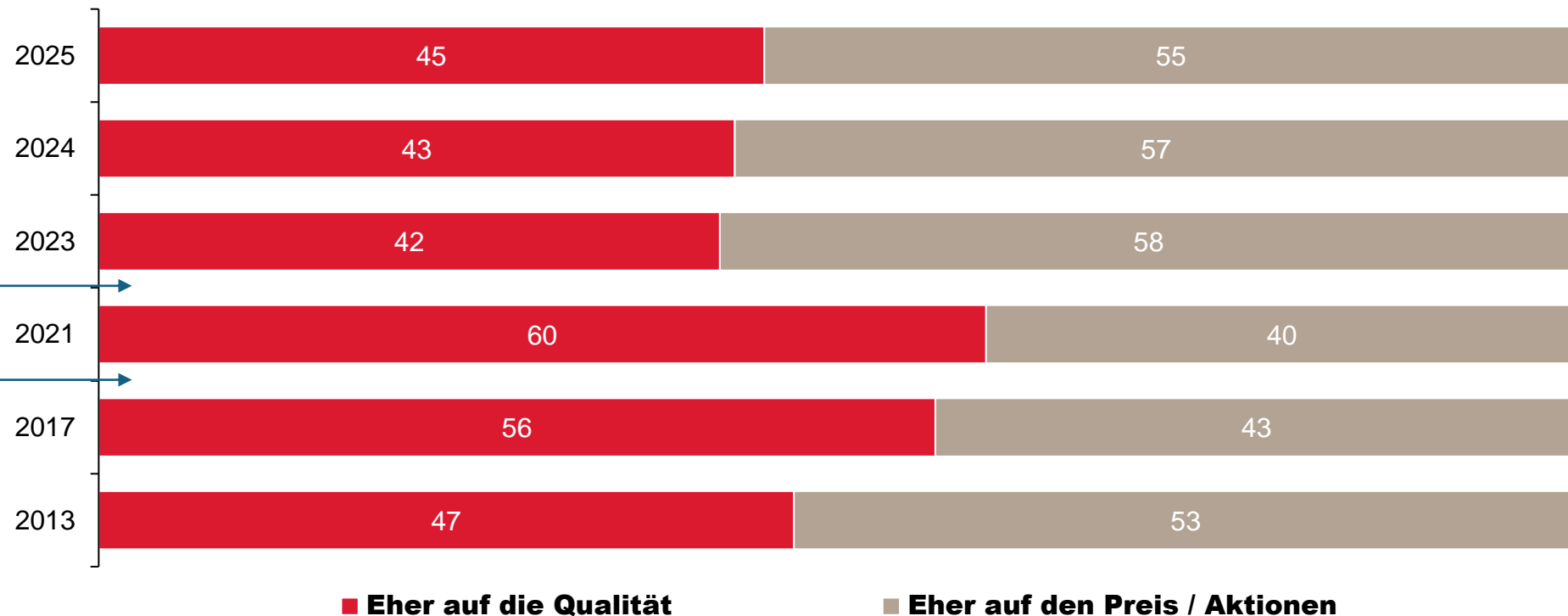
EINKAUFS VERHALTEN

Krisen hinterlassen ihre Spuren



Krisen beeinflussen das Kaufverhalten

Bitte beurteilen Sie alles in allem Ihr Einkaufsverhalten bei Lebensmitteln des täglichen Bedarfs. Achten Sie da in Summe eher auf die Qualität oder eher auf den Preis bzw. Aktionen?



Ukraine-Krieg-
Inflation

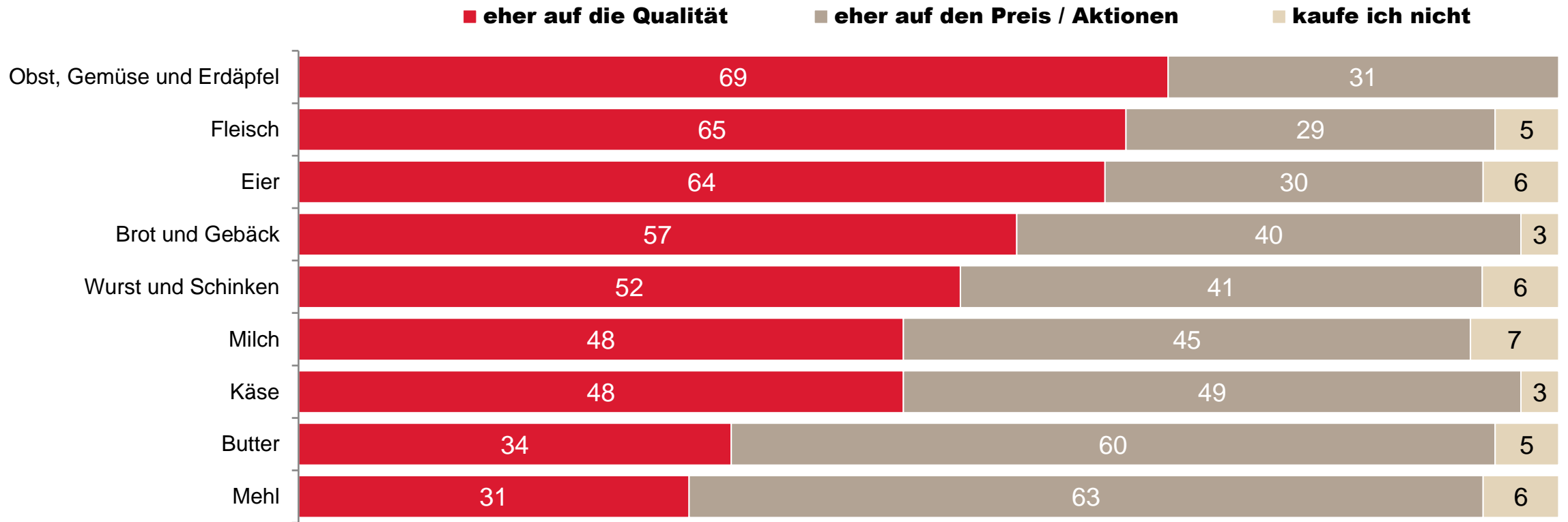
Corona-Krise

Angaben in %, n=1.605

Quelle: RollAMA Motivanalyse März 2025 / AMA-Marketing

Bei Obst und Gemüse sowie Fleisch und Eiern 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?

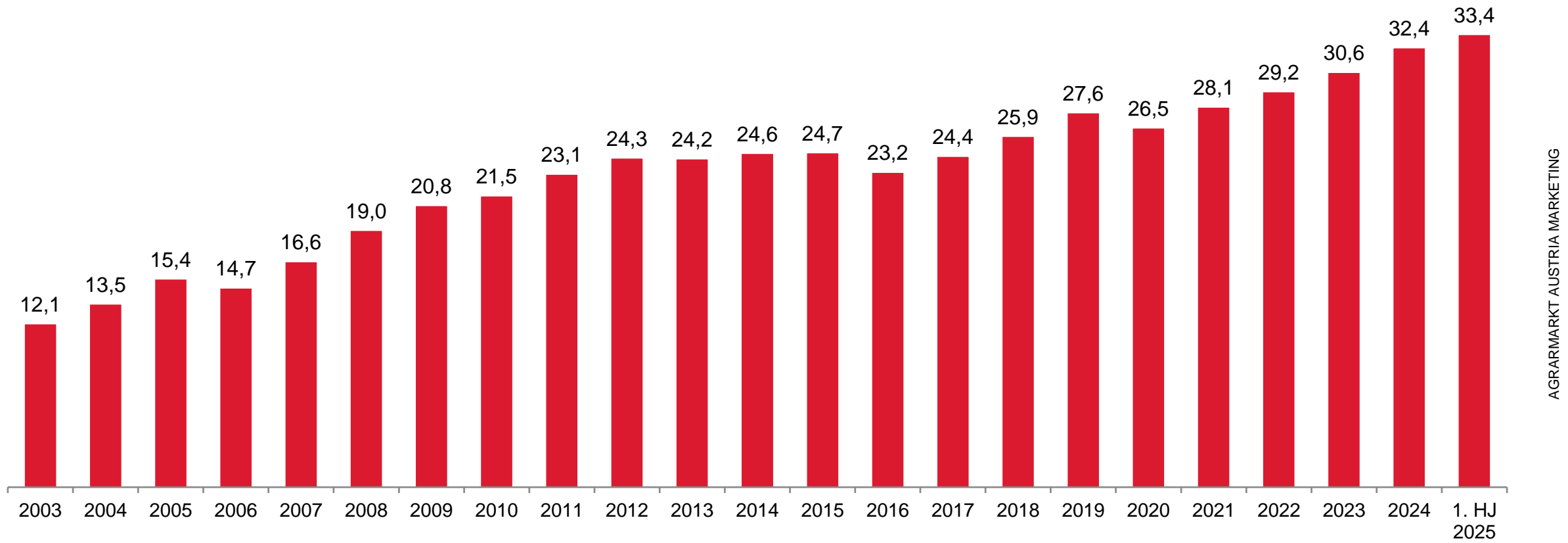


Angaben in %, n=1.605

Quelle: RollAMA Motivanalyse 2025 / AMA-Marketing

Aktionsanteile **seit 2003 fast verdreifacht**

im Lebensmitteleinzelhandel, wertmäßiger Anteil in Prozent, RollAMA Total*

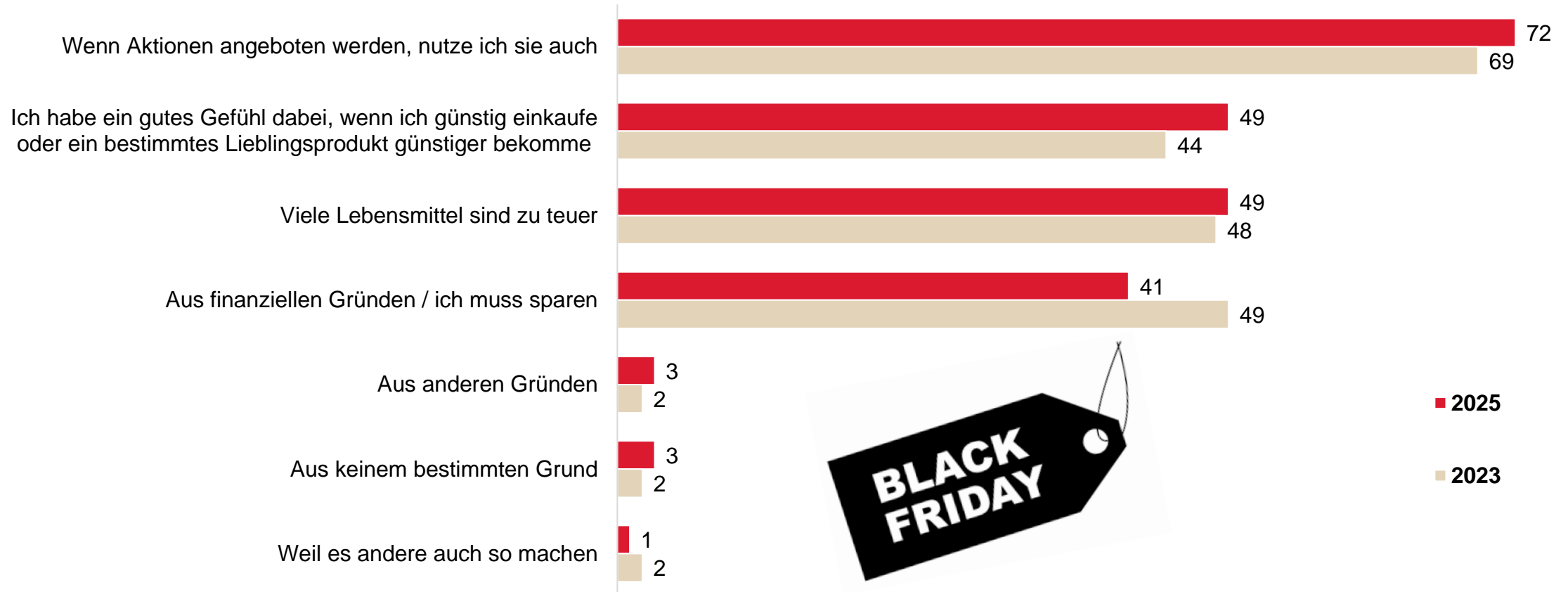


* Alle RollAMA-Warenguppen: Weiße und Bunte Palette, Käse, Gelbe Fette, Fleisch & Geflügel, Wurst & Schinken, Frisch-/TK-/Sterilobst & -gemüse, Eier, Fertiggerichte, exkl. Brot

Quelle: © RollAMA/AMA-Marketing, Feldarbeit: YouGov Shopper Panel / Auswertung: KeyQuest Marktforschung

Aktionitis wird zur Gewohnheit

Was bewegt Sie, bewusst zu einem Lebensmittel, das gerade in Aktion ist, zu greifen?

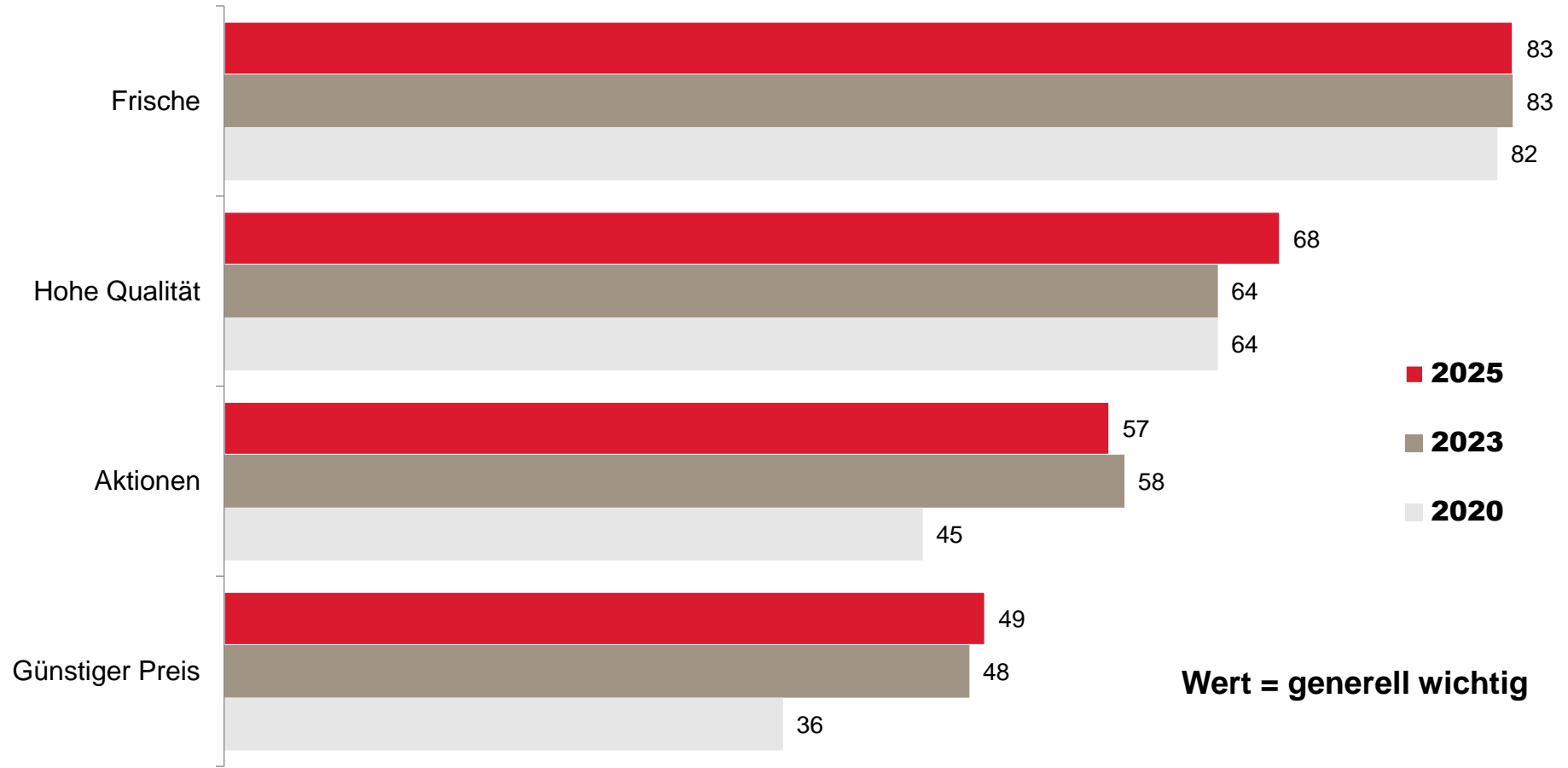


Angaben in %, n=1.596, Basis: Achtet zumindest gelegentlich auf Aktionen und Rabatte

Quelle: RollAMA Motivanalyse März 2025 / AMA-Marketing

Frische und Qualität wichtiger als Preis und Aktionen

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



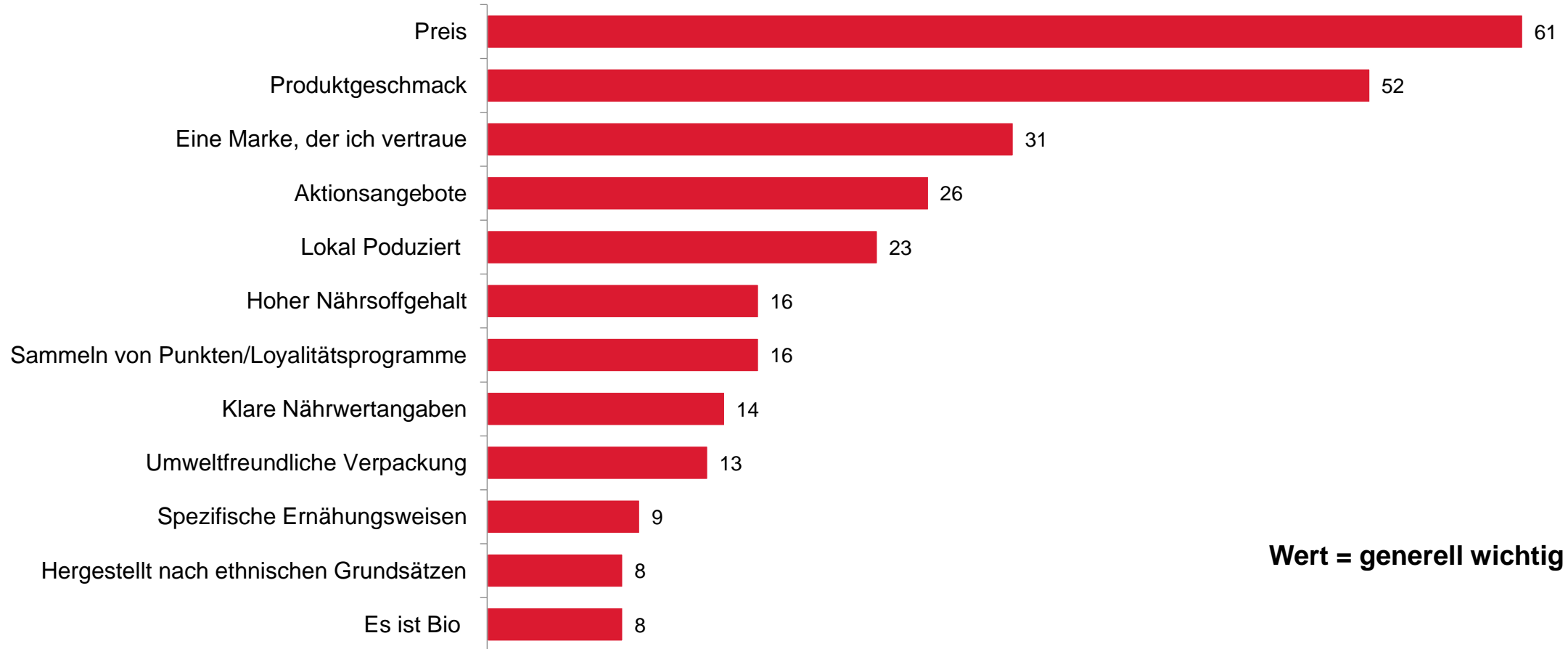
Angaben in %, n=1.605

Quelle: RollAMA Motivanalyse März 2025 / AMA-Marketing

Wert = generell wichtig

In Deutschland schlägt der Preis alles

Faktoren, die beim Einkauf von Lebensmitteln, die größte Rolle spielen?



Angaben in %, n=21.000
Quelle: Voice of customer 2025 / PwC

Wert = generell wichtig

REGIONALITÄT

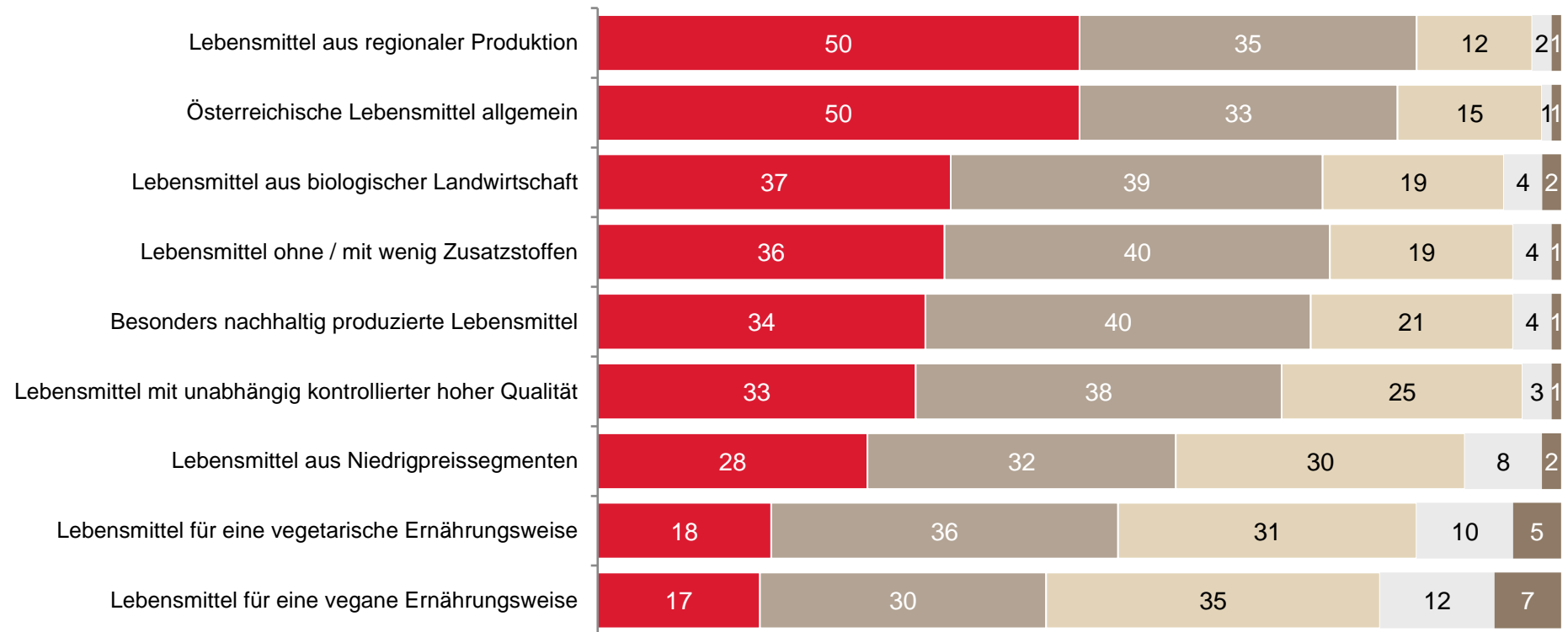
Verbundenheit mit der
Landwirtschaft



Regionale Lebensmittel sind 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**

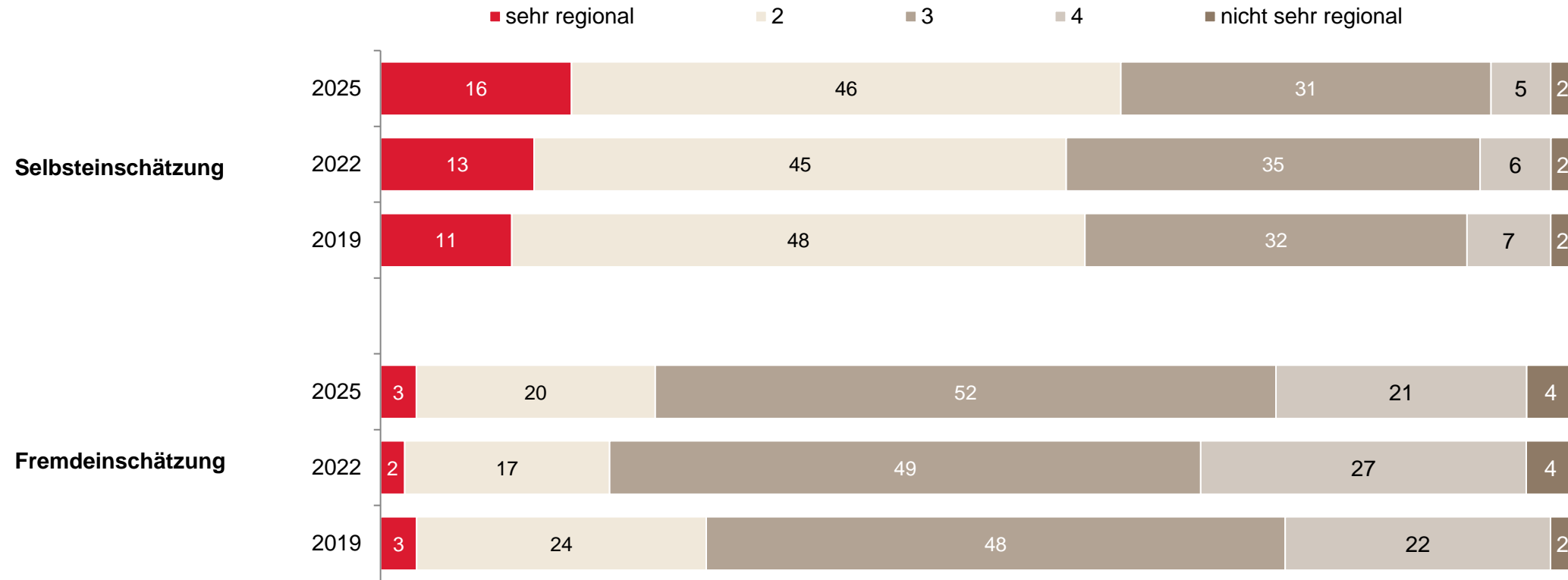


Angaben in %, n=1.605

Quelle: RollAMA Motivanalyse März 2025 / AMA-Marketing

Eigenes Kaufverhalten wird regionaler, fremdes weniger regional wahrgenommen

Wie beurteilen Sie Ihr eigenes Verhalten / das Verhalten der Bevölkerung in Österreich beim Einkauf von Lebensmitteln hinsichtlich "Regionalität"?

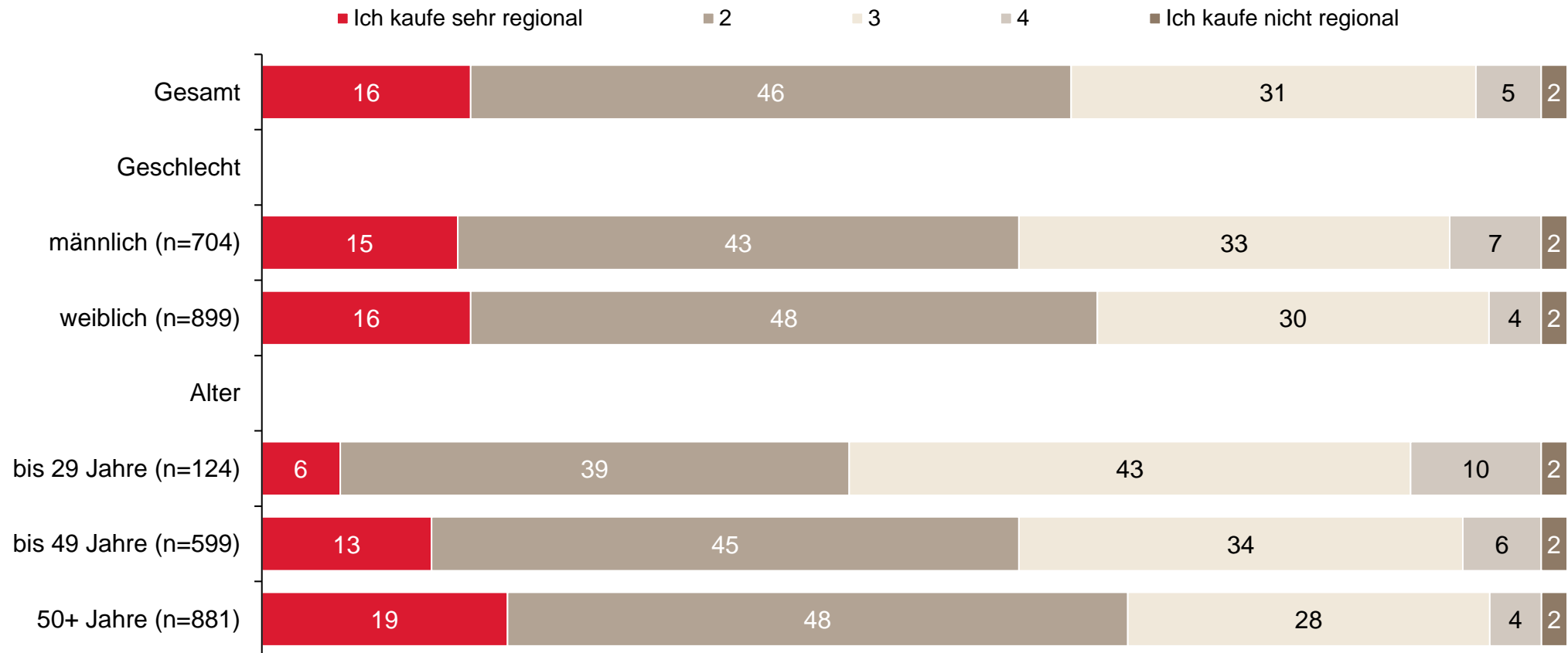


Angaben in %, n=1.605

Quelle: RollAMA Motivanalyse März 2025 / AMA-Marketing

Jüngere kaufen weniger regional als Ältere

Wie beurteilen Sie Ihr eigenes Verhalten beim Einkauf von Lebensmitteln hinsichtlich „Regionalität“?
 Dabei bedeutet 1 = „Ich kaufe sehr regional“ und 5 = „Ich kaufe nicht regional“.

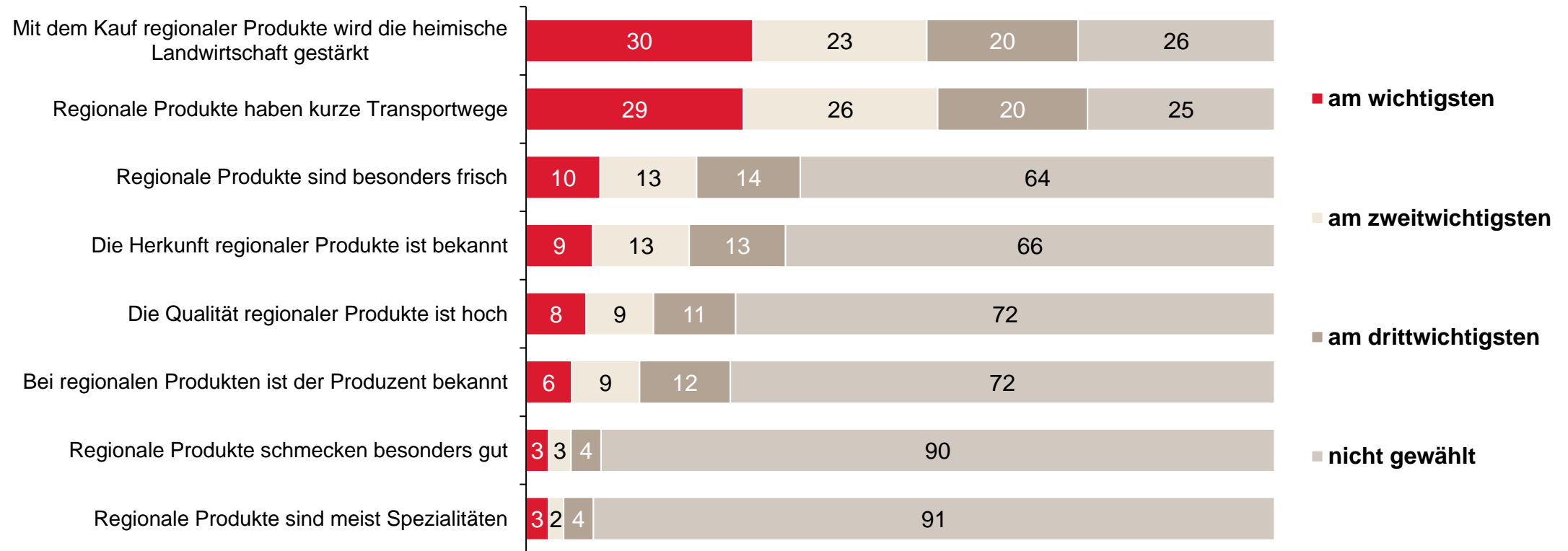


Angaben in %, n=1.605

Quelle: RollAMA Motivanalyse März 2025 / AMA-Marketing

Stärkung der Landwirtschaft und kurze Transportwege sind Top-Kaufargumente für regionale Produkte

Top-3 Gründe für den Kauf regionaler Lebensmittel

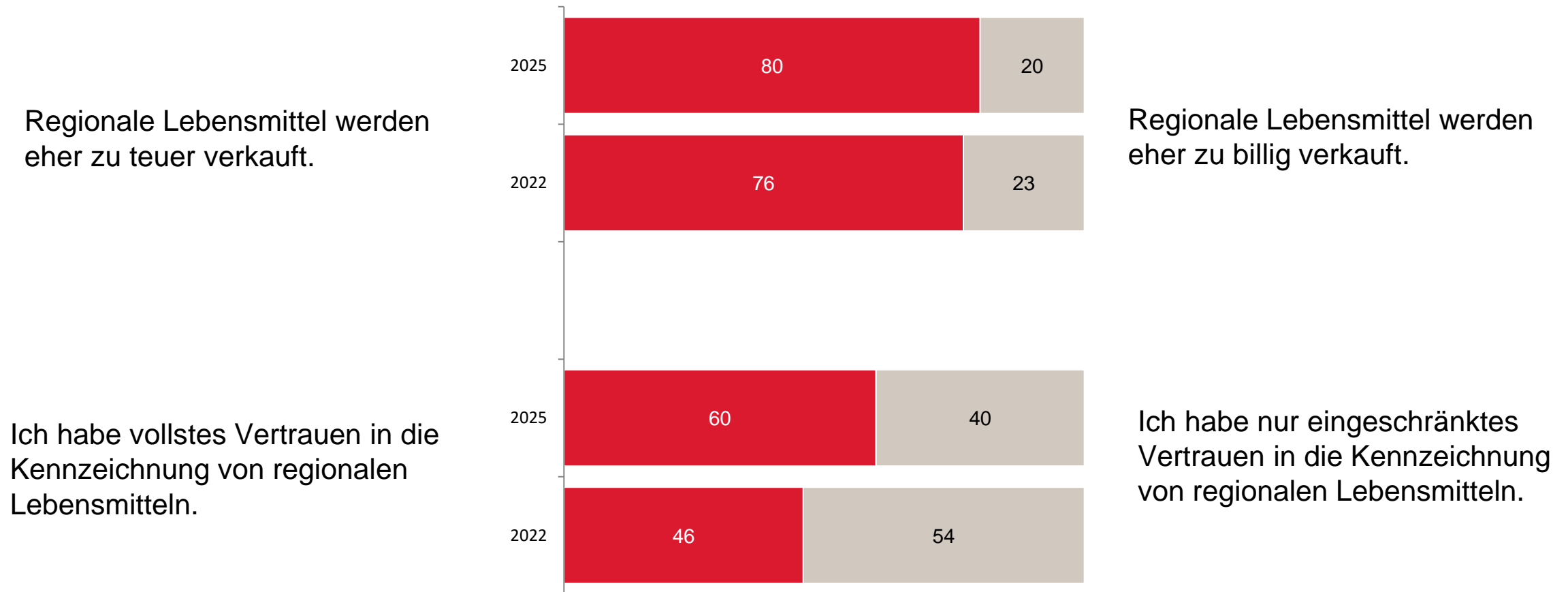


Angaben in %, n=1.605

Quelle: RollAMA Motivanalyse März 2025 / AMA-Marketing

Vertrauen in die Kennzeichnung regionaler Lebensmittel deutlich gestiegen, aber zu geringe Wertschätzung

Welcher Aussage jedes Aussagenpaares stimmen Sie persönlich eher zu?



Angaben in %, n=1.605

Quelle: RollAMA Motivanalyse März 2025 / AMA-Marketing

GÜTESIEGEL

Orientierung bei der Kaufentscheidung



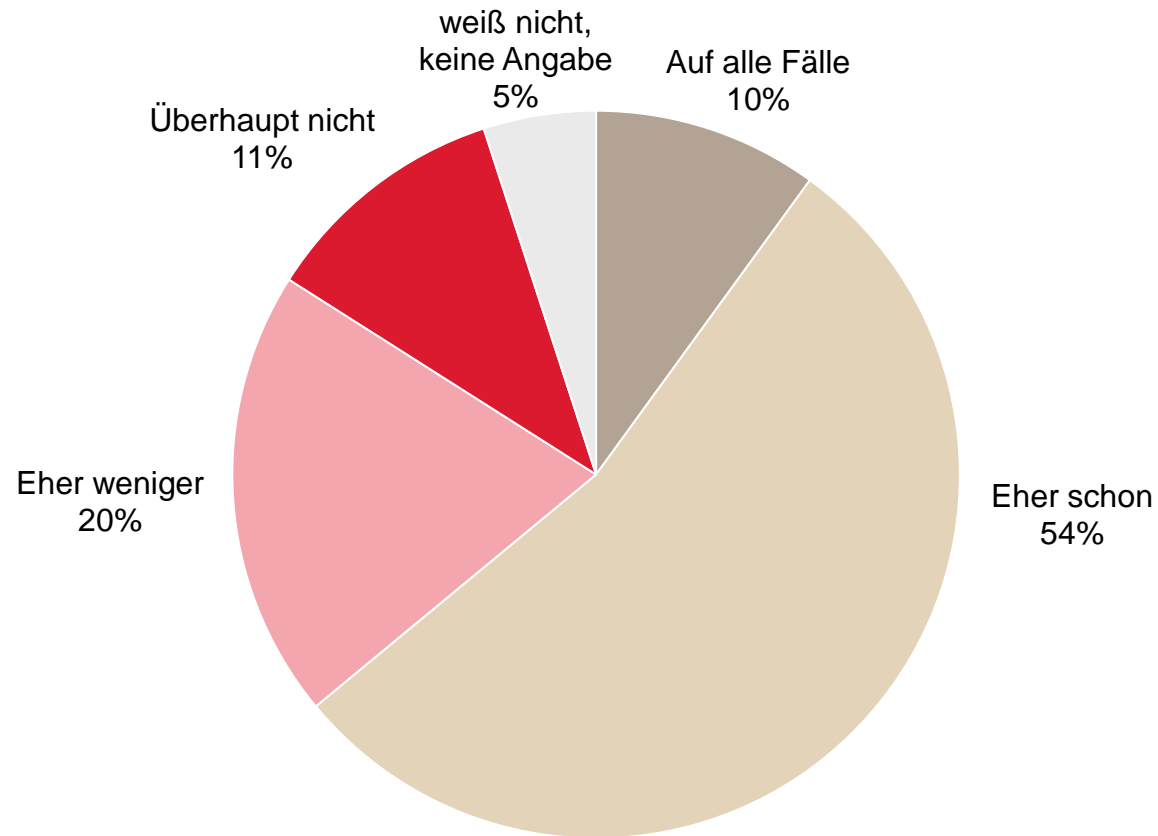


INFORMATIONS- ÜBERFLÜTUNG

**Je stärker die
Informationsüberflutung,
desto mehr sehnen
sich Menschen nach
Gütesiegeln.**

Zwei Drittel vertrauen Lebensmitteln mit Gütesiegeln mehr

Frage: Wenn Sie nun bitte an das Thema Gütesiegel denken. Denken Sie, dass die Vertrauenswürdigkeit von Lebensmitteln, die mit einem Gütesiegel ausgezeichnet sind, größer ist, als die Vertrauenswürdigkeit jener Lebensmittel, die nicht damit ausgezeichnet sind?



Market Ernährungsstudie, n=1.025, Februar 2025

Hohe Kompetenz der AMA-Marketing

Wie kompetent halten Sie persönlich die AMA in der Entwicklung, Vergabe und Kontrolle von Gütesiegeln für Lebensmittel?

■ sehr kompetent ■ eher kompetent ■ eher weniger kompetent ■ nicht kompetent ■ weiß nicht, kann nicht sagen



Quelle: Das österreichische Gallup Institut / AMA-Marketing, MTU 2025, n=1.000 Befragte, rep. A, Angaben in %

UNSER USP

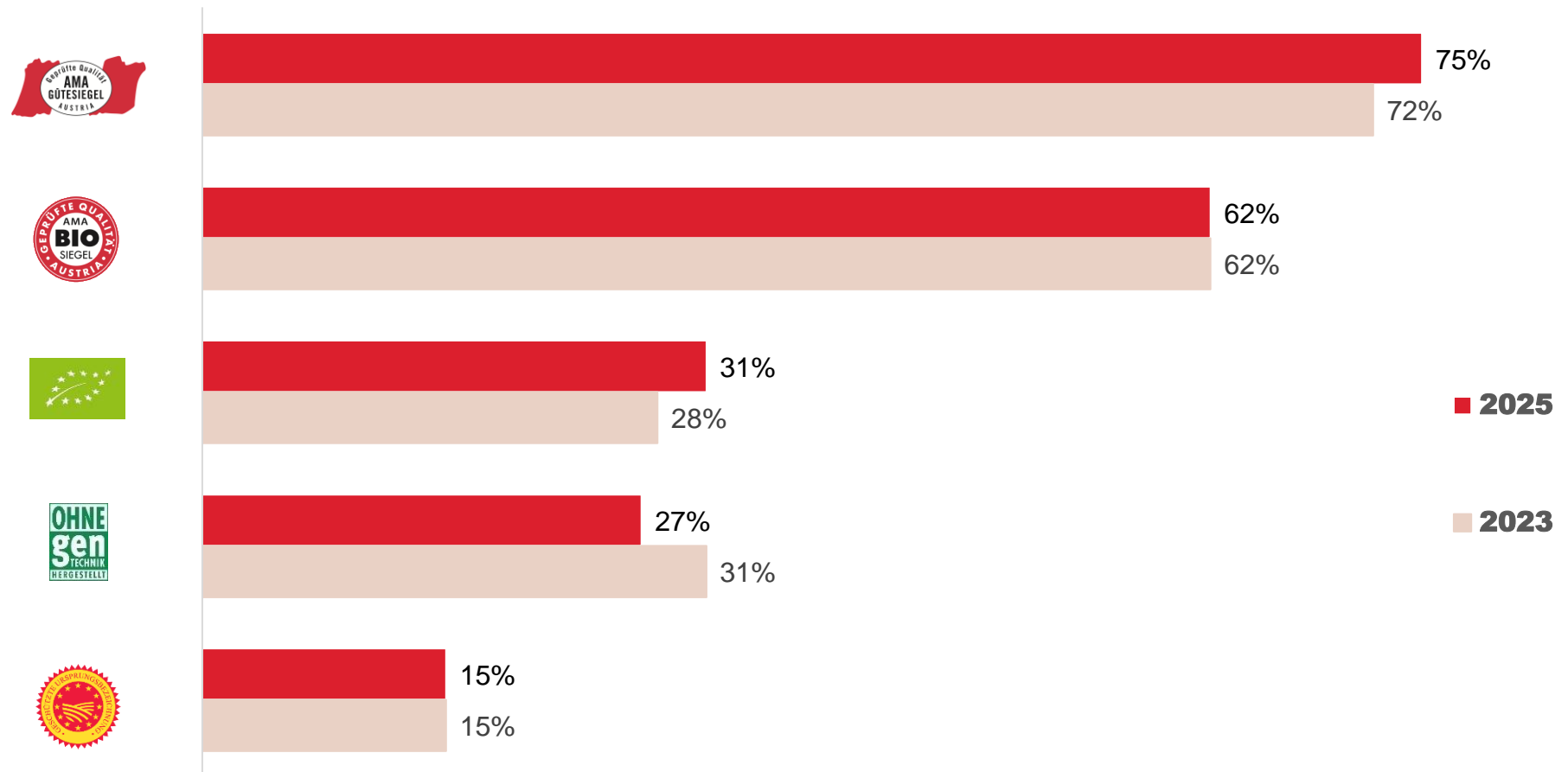
**Offizielle
Gütesiegel**

**Unabhängige
Kontrollen**



Einschätzung als offizielle Gütezeichen

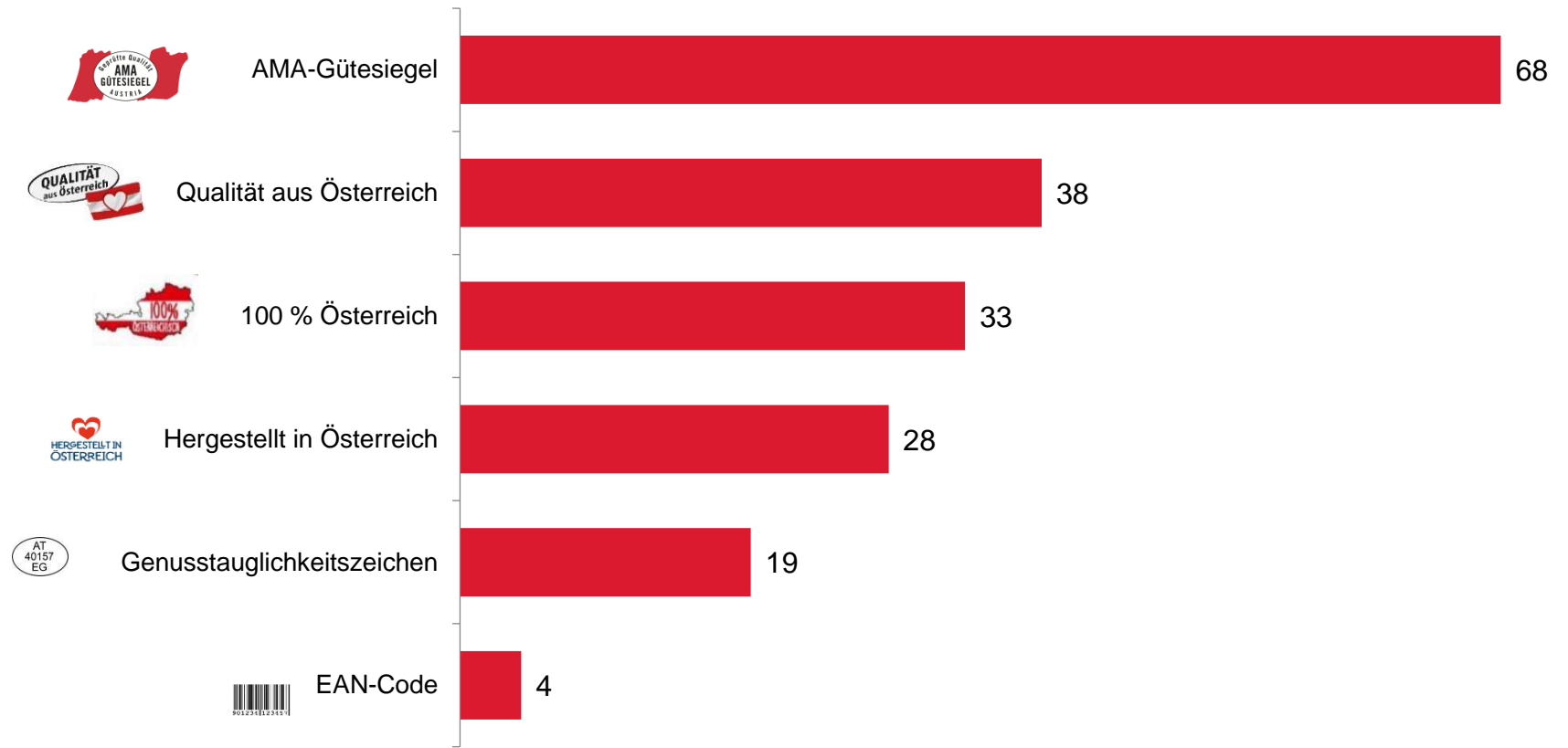
Welche dieser Zeichen halten Sie für offizielle Gütezeichen, die staatlich vergeben und nach speziellen Richtlinien kontrolliert werden?



Quelle: Das österreichische Gallup Institut / AMA-Marketing, MTU 2025, n=1.000 Befragte, rep. A, Angaben in %

AMA-Gütesiegel kontrolliert unabhängig, dass es sich um ein heimisches Produkt handelt

Mit welchen der folgenden Zeichen wird Ihrer Meinung nach unabhängig kontrolliert, dass es sich um ein Produkt handelt, das mit heimischen Rohstoffen in Österreich hergestellt wurde?



Angaben in %, n=1.605

Quelle: RollAMA Motivanalyse 2025 / AMA-Marketing

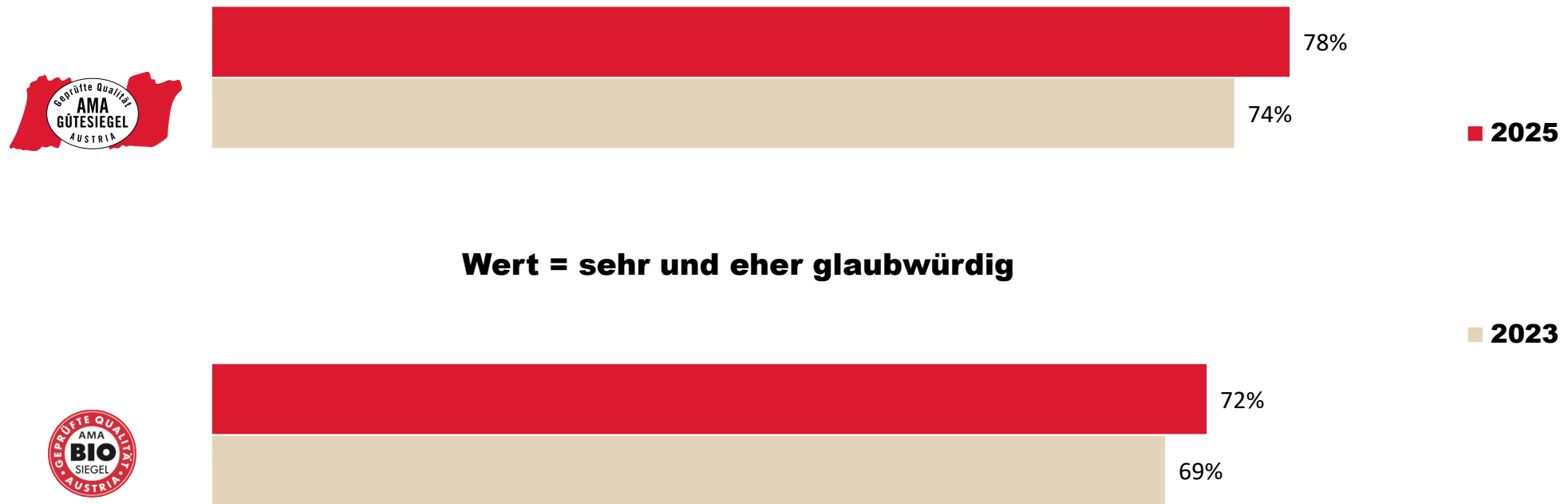


VERTRAUEN
die härteste Währung

AMA MARKETING

Vertrauen in AMA-Gütesiegel gestiegen

Bitte beurteilen Sie diese Zeichen nach ihrer Glaubwürdigkeit, nach dem Vertrauen das Sie in die Zeichen haben.



Wert = sehr und eher glaubwürdig

FAZIT

- **Krisen beeinflussen** seit 2020 das **Kaufverhalten**
- **Regionale Herkunft** und **geprüfte Qualität** sind **gefragt**, aber **Wertschätzung zu gering**
- **Widersprüche** von **Wunsch** und **Wirklichkeit**
- **Junge Zielgruppen** „ticken“ anders
- Gütesiegel sind wichtige Orientierungshilfe, **hohes Vertrauen in AMA-Siegel**

DANKE

AMA MARKETING