



## PRESSEMITTEILUNG

### RollAMA-Motivanalyse : Regionalität trotz Teuerung gefragt

**(Wien, 31. Jänner 2023)** Eine RollAMA-Motivanalyse unter fast 1.900 Haushalten in Österreich ergibt, dass Regionalität weiterhin ein zentrales Einkaufskriterium für die Konsument:innen ist. Daneben wird der Faktor Tierwohl immer relevanter, besonders für jüngere Personen. Gründe für die Wahl regionaler Produkte sind vor allem kurze Transportwege und Unterstützung der heimischen Landwirte. Insofern schätzen auch diejenigen, die aktuell mehr auf den Preis achten, die große Auswahl von regionalen Lebensmitteln in unserem Land.

Eine im November 2022 durchgeführte Online Befragung unter fast 1.900 Haushalten ergab, dass für gut ein Fünftel der Befragten Regionalität das Top-Thema beim Lebensmitteleinkauf ist, für mehr als 60 Prozent ist es unter den Top 3 der gelisteten Themen. Immerhin 14 Prozent erachten Tierwohl als den wichtigsten Trend, der gegenüber früheren Befragungen an Bedeutung gewinnt. Besonders die Jüngeren entscheiden differenzierter, denn für sie sind Regionalität, Bio, Tierwohl und Nachhaltigkeit relevanter als für andere Altersgruppen (Charts 1-2). Der Großteil der Österreicher:innen versteht unter Regionalität Produkte aus der unmittelbaren Umgebung oder dem Bundesland, in dem sie leben. Für 37 Prozent sind Produkte aus einer bestimmten Region in Österreich regional. Erzeugnisse aus Österreich ohne Regionsbezeichnung bezeichnet nur knapp ein Viertel als regional. Das persönliche Einkaufsverhalten wird von 57 Prozent der Befragten als sehr oder eher regional bewertet. Hingegen wird das Einkaufsverhalten der Bevölkerung in Österreich nur von 19 Prozent der Befragten als sehr oder eher regional eingeschätzt (Chart 3-4).

#### **Regionalität: Kurze Wege und Stärkung der Landwirtschaft und Umwelt; Bio für sich selbst**

Die wichtigsten Gründe für den Kauf von regionalen Produkten sind die kurzen Transportwege und die Stärkung der heimischen Landwirtschaft bzw. Erhalt von Wertschöpfung in der Region – sowohl bei einer offenen als auch bei einer gestützten Frage. Die Frische von regionalen Produkten sowie deren nachvollziehbare Herkunft und Nachhaltigkeit werden besonders geschätzt (Charts 5-6). Ein Vergleich von Meinungen zu regional erzeugten Produkten mit äquivalenten Meinungen zu Bioprodukten aus der Motivanalyse Bio von April 2021 zeigt, dass der Unterschied vor allem in den Kaufmotiven der Konsument:innen liegt. Knapp drei Viertel stimmen eher der Aussage zu, mit dem Kauf regionaler Produkte ein Zeichen für die Umwelt und die heimische Landwirtschaft setzen zu wollen. Im Gegensatz dazu wird Bio von 55 Prozent eher aus Eigeninteresse gekauft. Bedauerlich ist, dass regionale wie biologisch erzeugte Lebensmittel grundsätzlich als eher zu teuer als zu günstig bewertet werden. Besonders jüngere Befragte wünschen sich mehr Informationen zu regionalen Produkten (Charts 7-8).



### **Teuerung hinterlässt Spuren – Regionalität und Tierwohl konstant wichtig**

Die aktuellen Preissteigerungen bei Lebensmitteln ändern das Kaufverhalten. Drei Viertel der Befragten geben an, dass sie mehr auf den Preis oder Aktionen achten als früher. Mehr als die Hälfte kauft mehr günstige Handelsmarken, weniger Premiumprodukte und reduziert den Konsum von teureren Lebensmitteln. Für die Konsument:innen in Österreich im Allgemeinen schätzen die Befragten die Veränderungen im Einkaufsverhalten noch deutlicher ein. Regionalität und Tierwohl verlieren jedoch vergleichsweise wenig an Bedeutung (Chart 9).

### **Details RollAMA**

Bei der Studie handelt es sich um eine Online-Befragung von Haushalten, die am GfK-Consumer Panel teilnehmen, das auch die Grundlage für die RollAMA-Marktanalysen ist. Die Befragung fand im November 2022 statt, 1.893 Haushaltsführer:innen nahmen daran teil. Weitere Details und Studienergebnisse können Sie gerne bei uns unter [marktforschung@amainfo.at](mailto:marktforschung@amainfo.at) anfragen.

### Rückfragehinweis:

Kristijana Lastro

Unternehmenskommunikation

Fix: +43 50 3151-401

Mobil: +43 664 837 64 20

E-Mail: [presse@amainfo.at](mailto:presse@amainfo.at)

---

### **Über die AMA-Marketing:**

Die AMA-Marketing GesmbH ist die österreichische Plattform für Qualität, Absatzförderung und Kommunikation bei landwirtschaftlichen Erzeugnissen und Lebensmitteln. Sie zeichnet Spitzenleistungen in der Lebensmittelwirtschaft mit dem AMA-Gütesiegel, dem AMA-Biosiegel und dem AMA GENUSS REGION Siegel aus. Ihre Aufgaben sind gesetzlich geregelt. Die Finanzierung erfolgt über Agrarmarketingbeiträge der Landwirte, Mittel der Europäischen Union sowie Gebühren der Lizenznehmer.

#### **Agrarmarkt Austria Marketing GesmbH**

Dresdner Straße 68a  
1200 Wien, Postfach 214  
UID ATU39009407

Firmenbuchnummer 135101d, HG Wien  
Zertifiziert nach: ISO 9001:2015,  
ISO 14001:2015, EMAS

Telefon +43 50 3151-404  
Telefax +43 50 3151-499  
[kristijana.lastro@amainfo.at](mailto:kristijana.lastro@amainfo.at)  
[www.amainfo.at](http://www.amainfo.at)