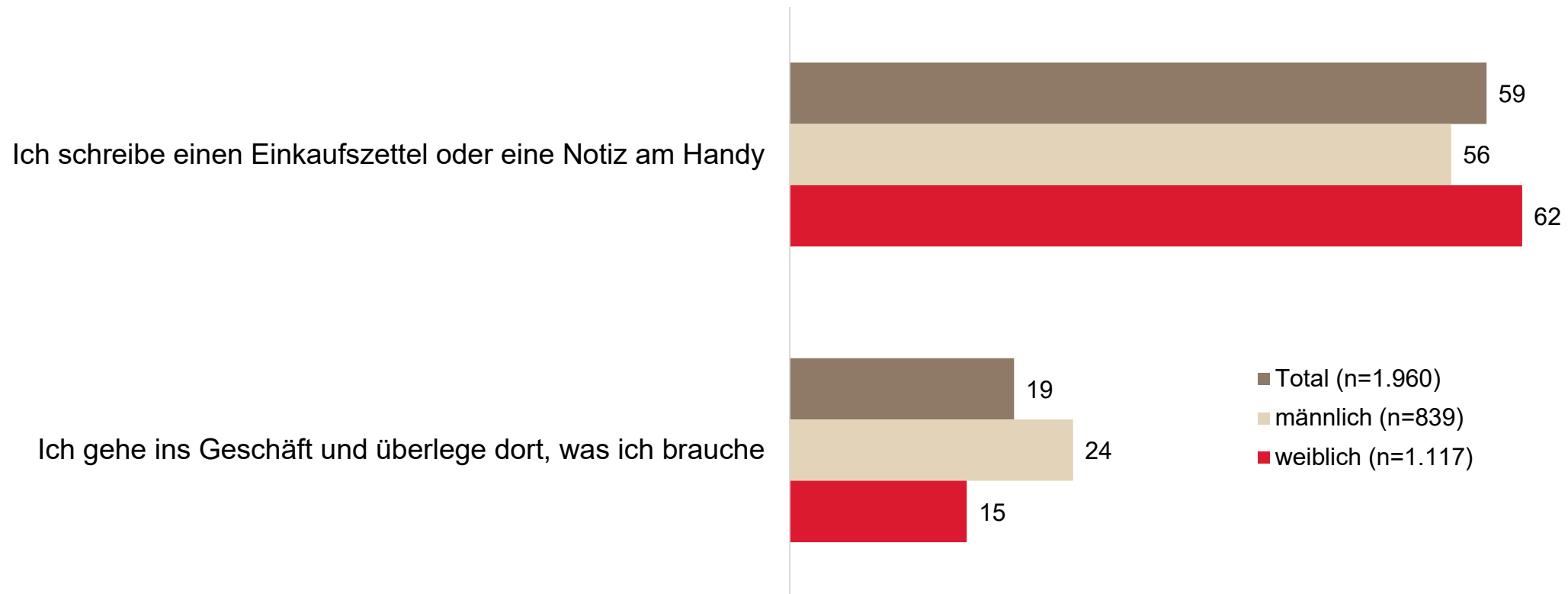


8. März 2024

WELTFRAUENTAG

Frauen planen den Einkauf eher als Männer

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

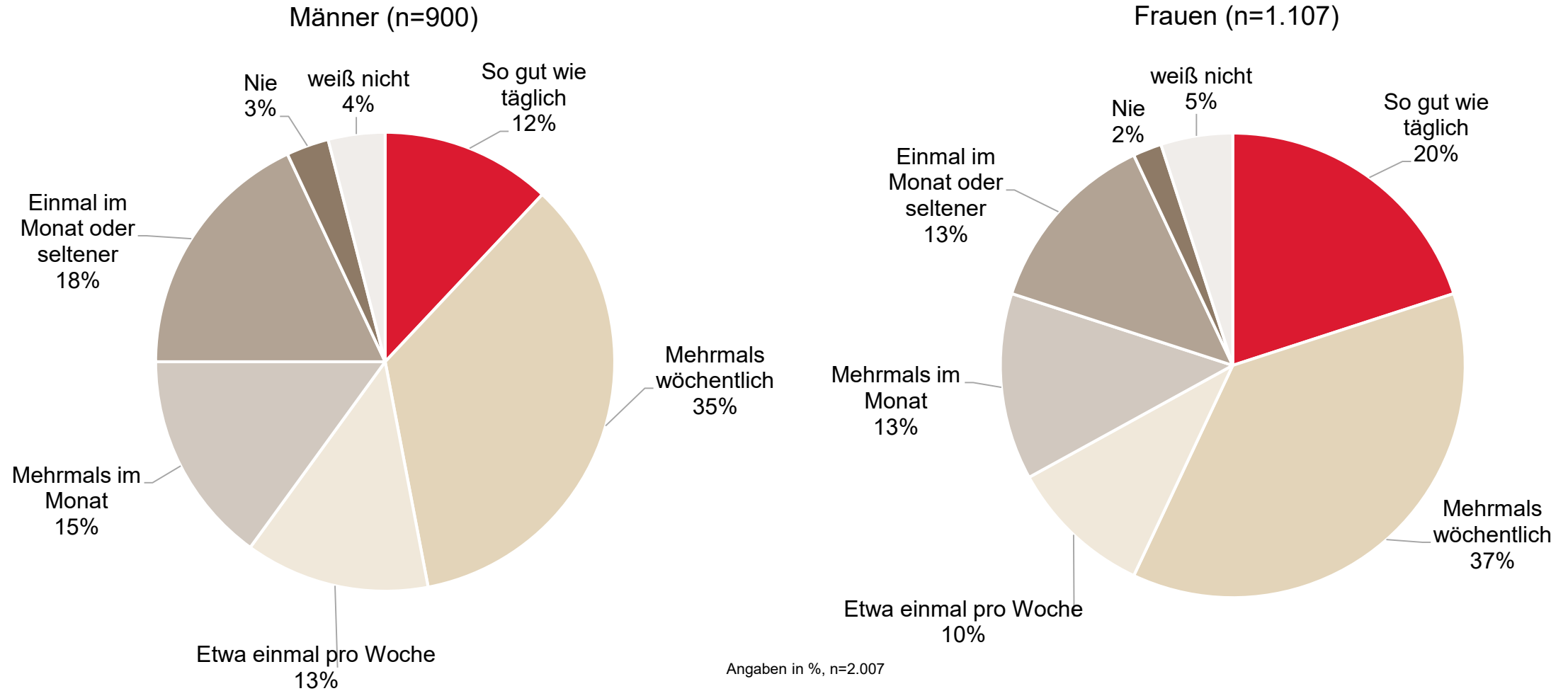


Angaben in %, n=1.960, Basis: Einkauf mindestens alle 1-2 Wochen

Quelle: RollAMA Motivanalyse April 2023 / AMA-Marketing

Frauen konsumieren öfter Bio-Lebensmittel als Männer

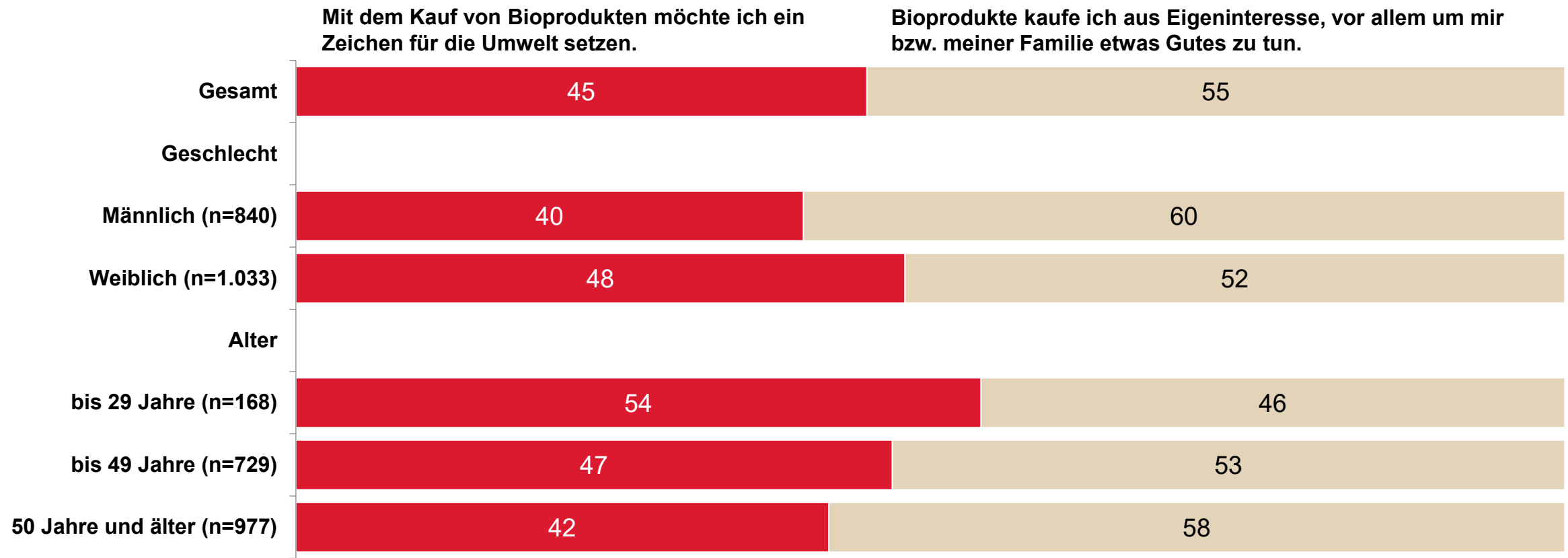
Wie häufig konsumieren Sie Bio-Lebensmittel?



Angaben in %, n=2.007
 Quelle: RollAMA Motivanalyse April 2021 / AMA-Marketing

Junge Frauen möchten mit Bioprodukten ein Zeichen für die Umwelt setzen

Welcher Aussage des Aussagenpaares stimmen Sie persönlich eher zu?

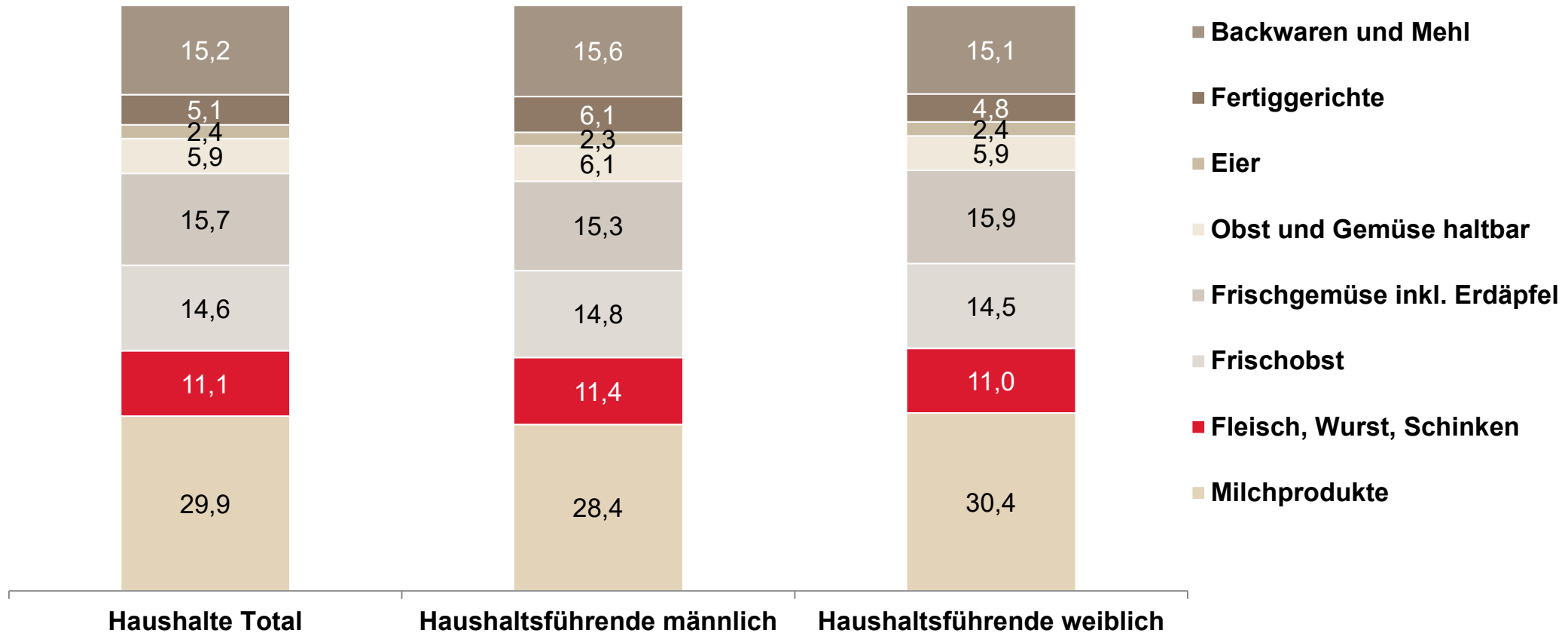


Angaben in %, n=2.007

Quelle: RollAMA Motivanalyse April 2021 / AMA-Marketing

Frauen kaufen mehr Milchprodukte und weniger Fertigprodukte als Männer

mengenmäßiger Anteil in Prozent, 2023

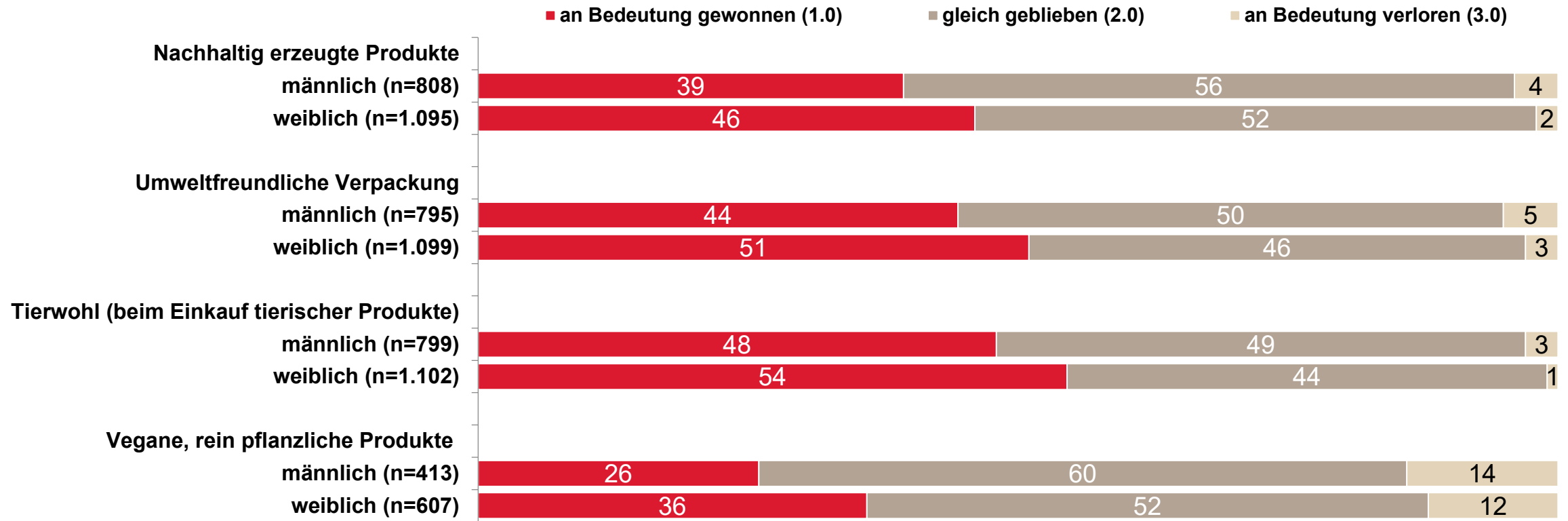


AGRARMARKT AUSTRIA MARKETING

Quelle: © RollAMA/AMA-Marketing, Feldarbeit: GfK Austria/Auswertung: KeyQuest Marktforschung

Nachhaltigkeit, Tierwohl und vegane Produkte haben für Frauen eher an Bedeutung gewonnen

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

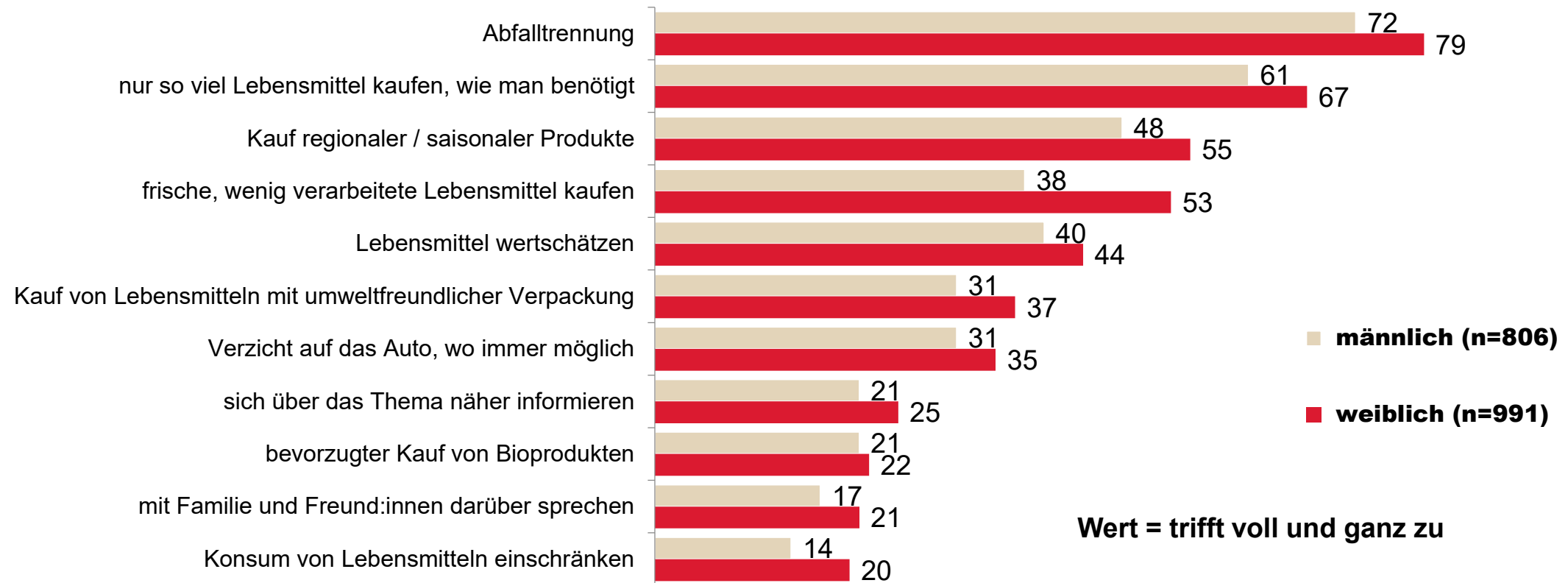


Angaben in %, BASIS: Einkauf mindestens alle 1-2 Wochen/Jeweilige Kriterien bzw. Angebote sind generell wichtig

Quelle: RollAMA Motivanalyse April 2023 / AMA-Marketing

Frauen setzen für mehr Nachhaltigkeit eher auf Frische und eingeschränkten Konsum als Männer

Welche der folgenden Maßnahmen setzen Sie regelmäßig um, um selbst einen Beitrag zur Nachhaltigkeit zu leisten?



Angaben in %, n=1.802

Quelle: RollAMA Motivanalyse Juli 2023 / AMA-Marketing