

„Made in Austria“

Der Stellenwert von Regionalität aus Sicht
von FMCG Unternehmen

Februar 2021

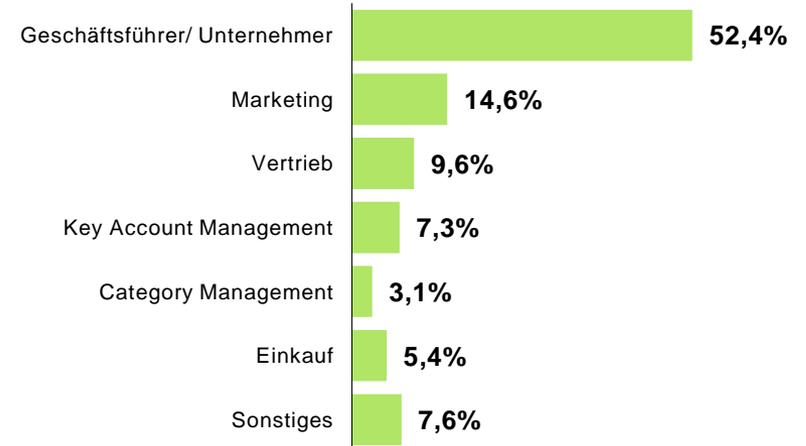
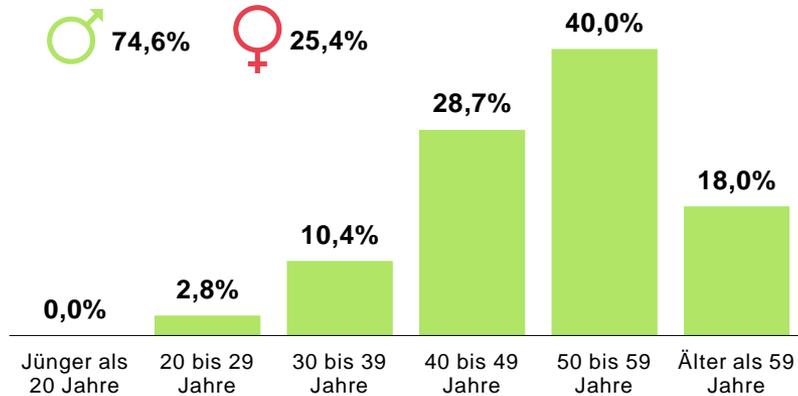
REGAL

marketagent.

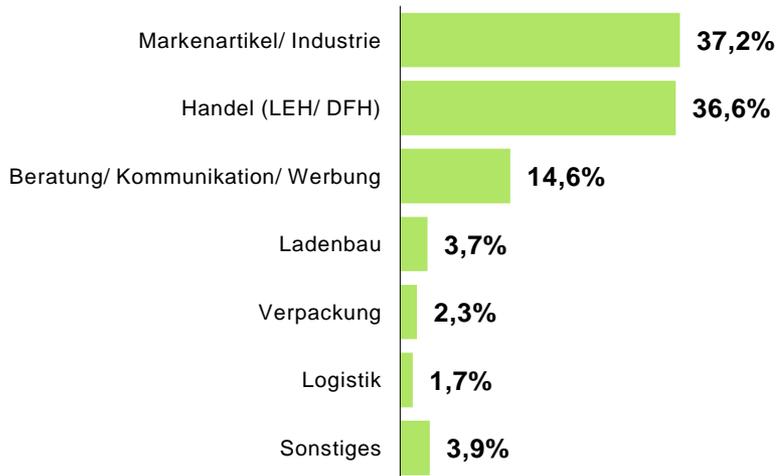
Umfrage-Basics

Methode	CAWI Computer Assisted Web Interview
Sample-Größe	n = 355 Netto-Interviews
Kernzielgruppe	REGAL-Leser FMCG Branchen Experten (Markenartikler und Handel)
Feldzeit	15.01.2021 – 01.02.2021
Studienumfang	21 Fragen
Mobile Teilnahme	6,2%
Daten-Cleaning	0 Respondenten

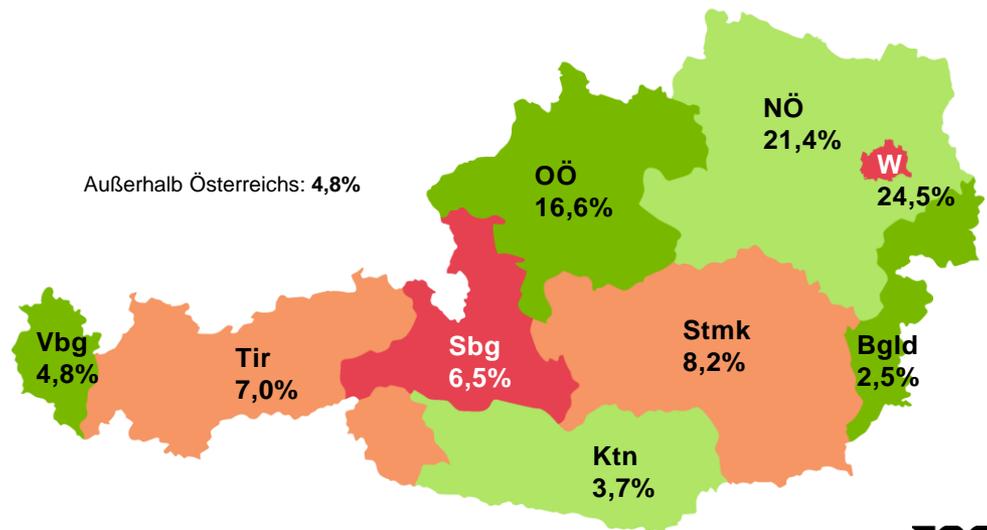
Zusammensetzung des Samples | n = 355



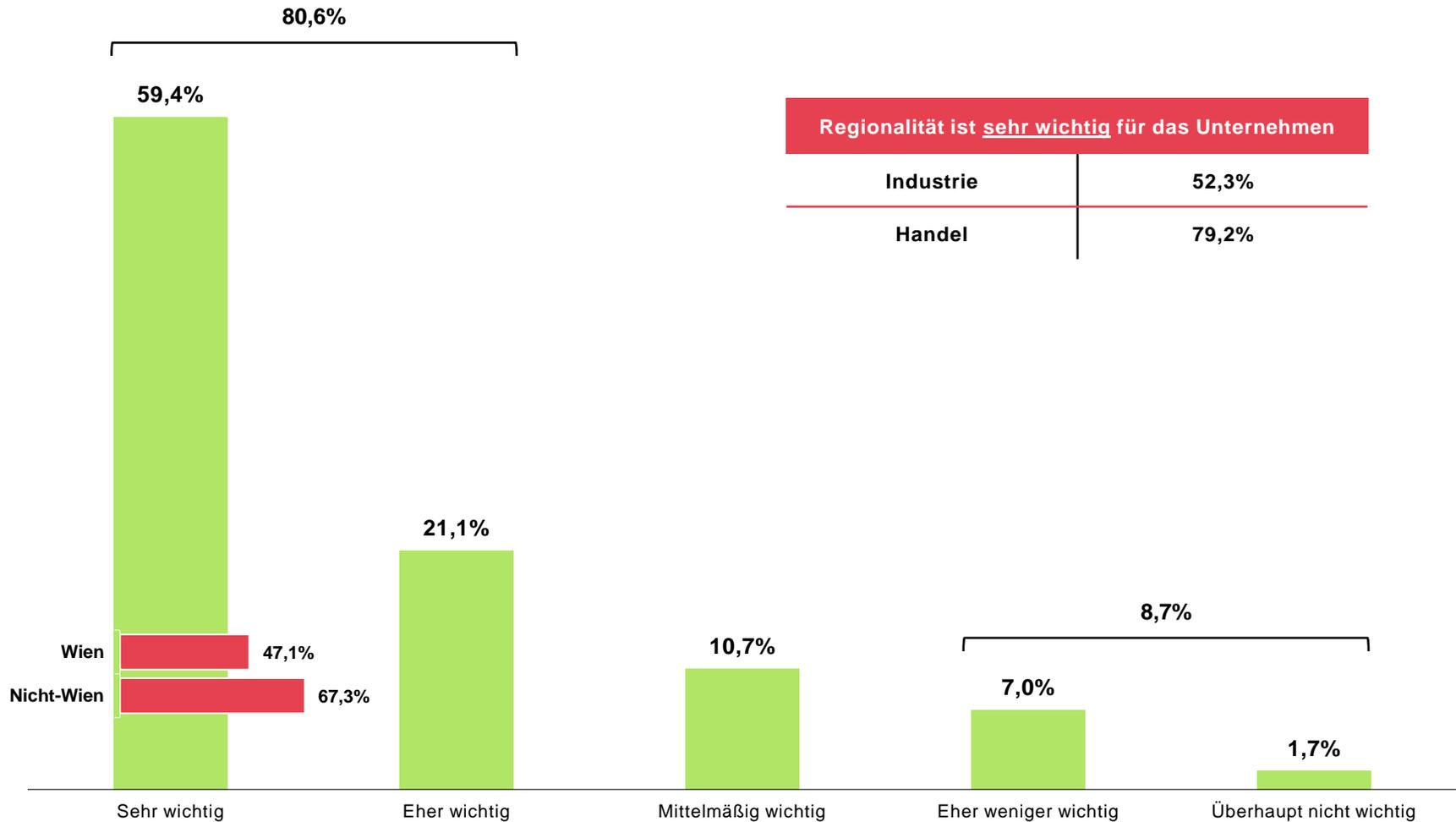
Funktion im Unternehmen



Branche des Unternehmens (FMCG)

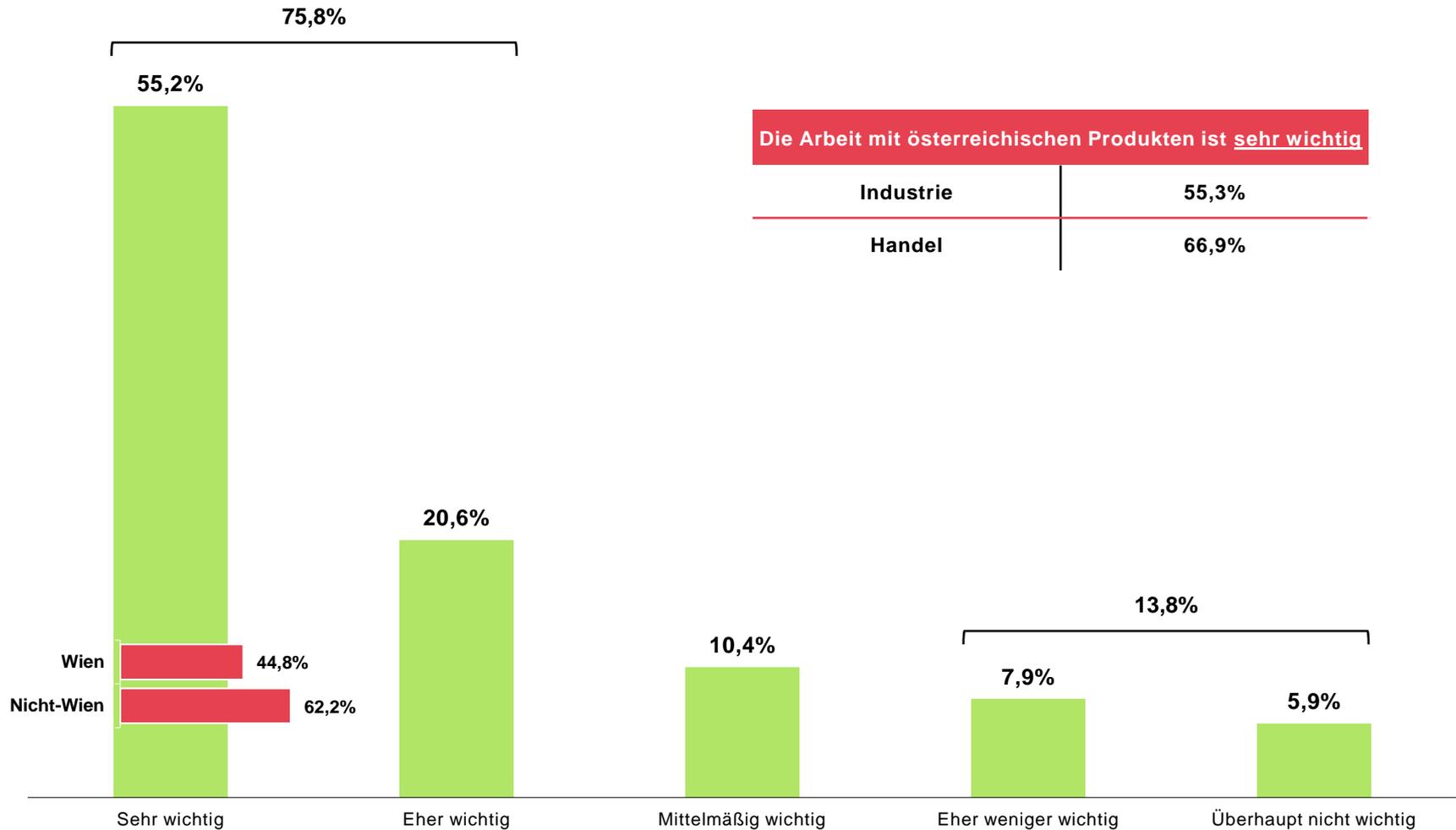


Stellenwert von Regionalität im Unternehmen

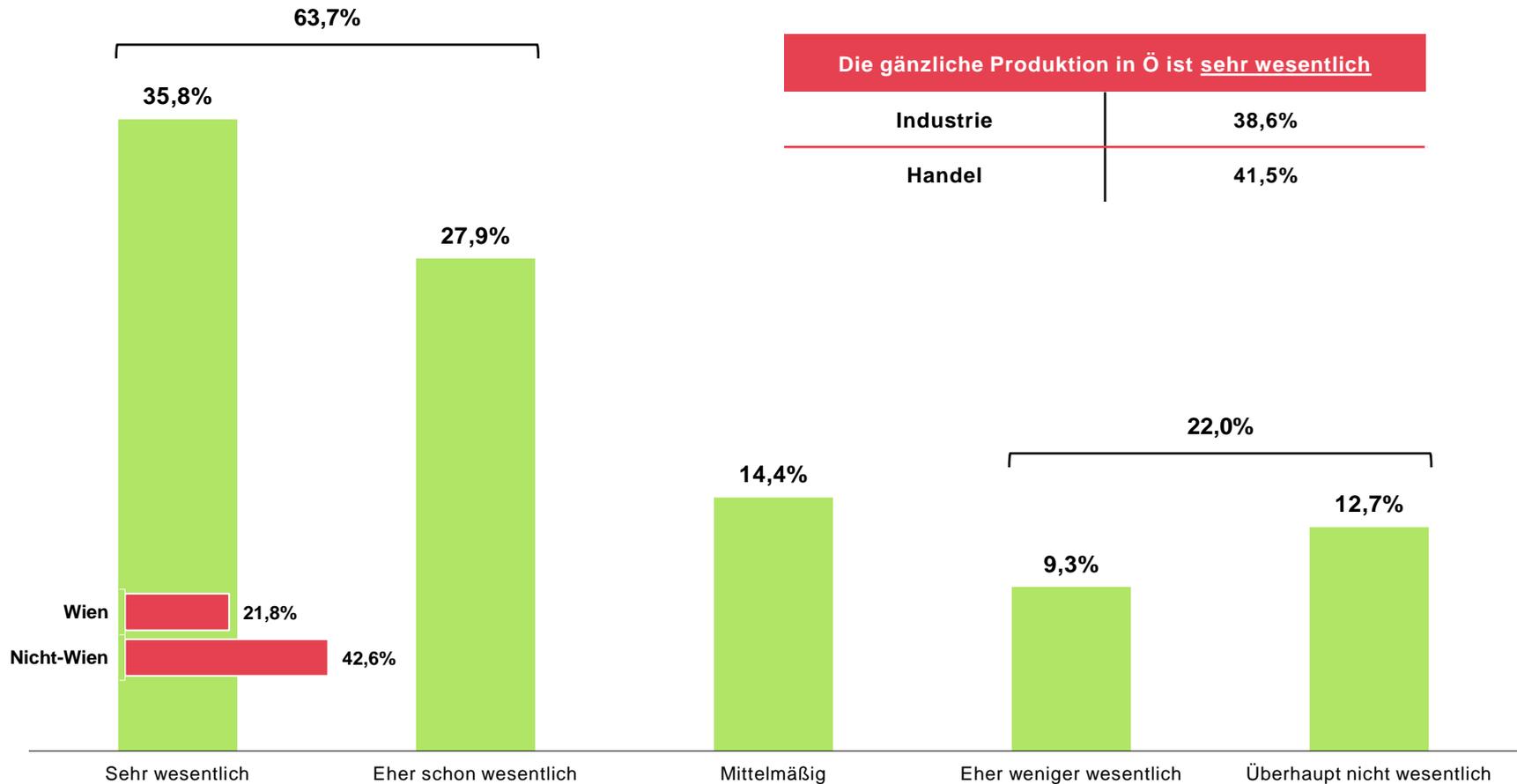


[...] Wie wichtig ist Regionalität für Ihr Unternehmen? || n=355 || MW 1,7

Relevanz von Arbeit mit österreichischen Produkten

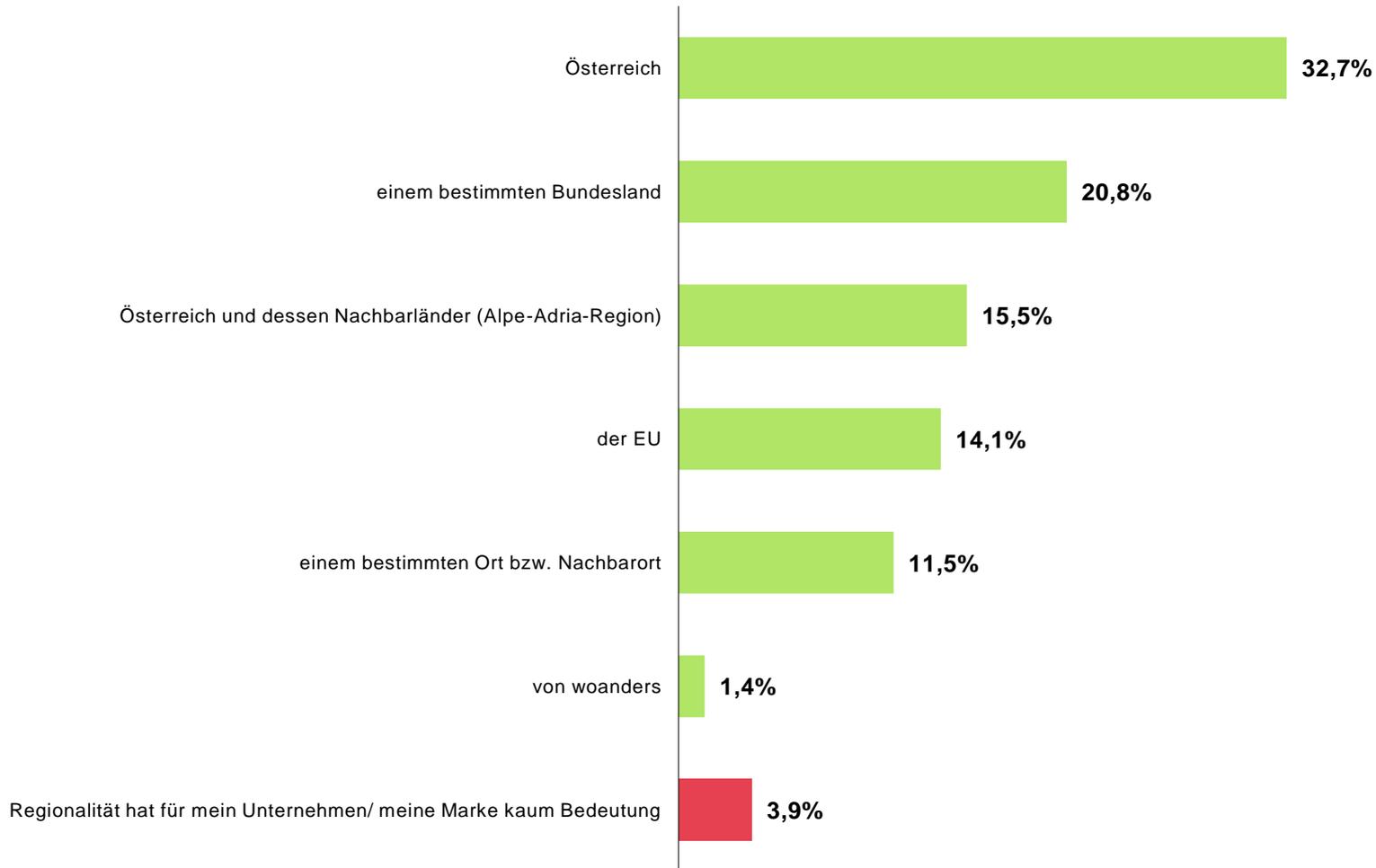


Wichtigkeit von gänzlicher Produktion in Österreich

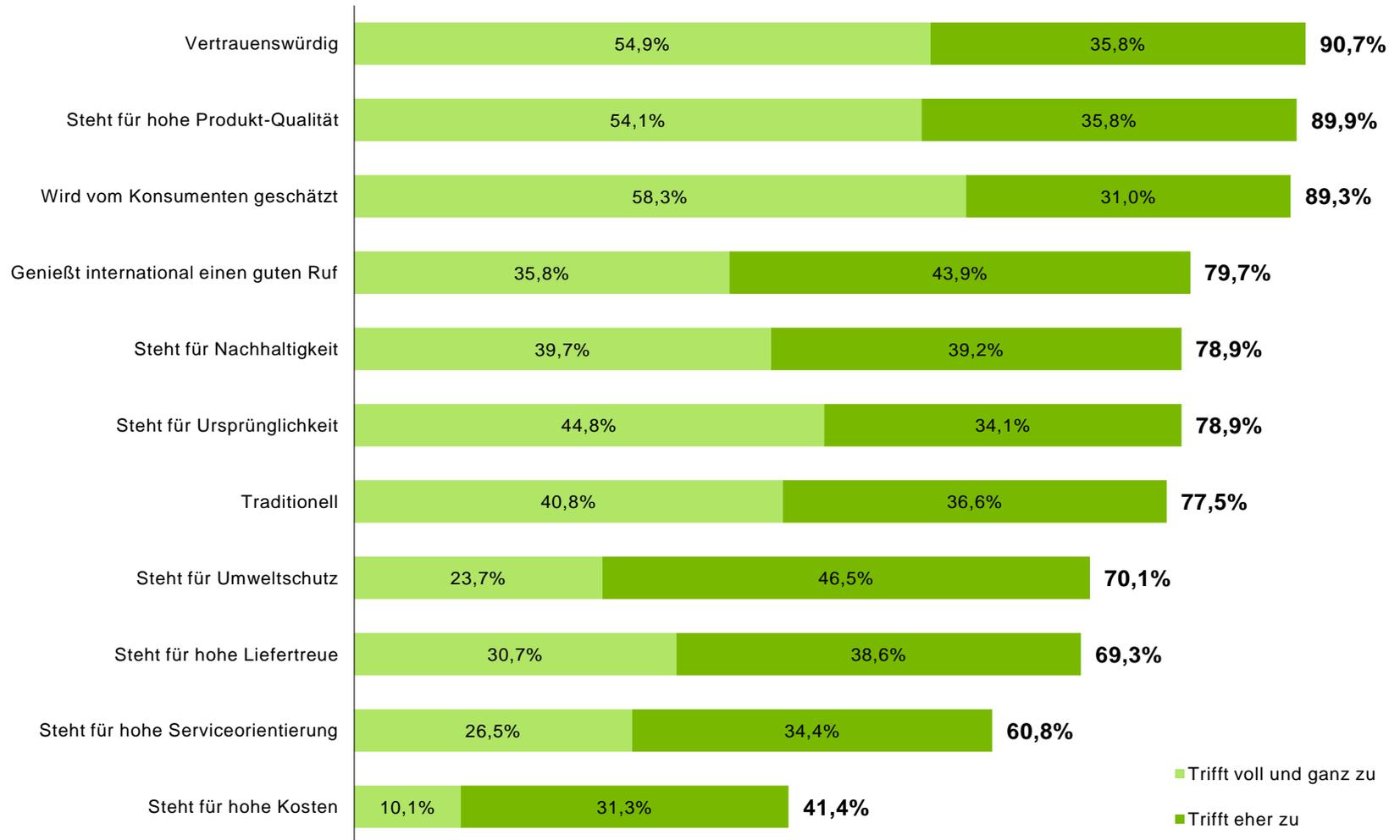


Wie wesentlich ist es für Ihr Unternehmen, dass Ihre Produkte/ Marken zur Gänze in Österreich produziert wurden und nicht nur zum Teil? || n=355 || MW 2,4

Regionalität bedeutet, die Produkte stammen aus...

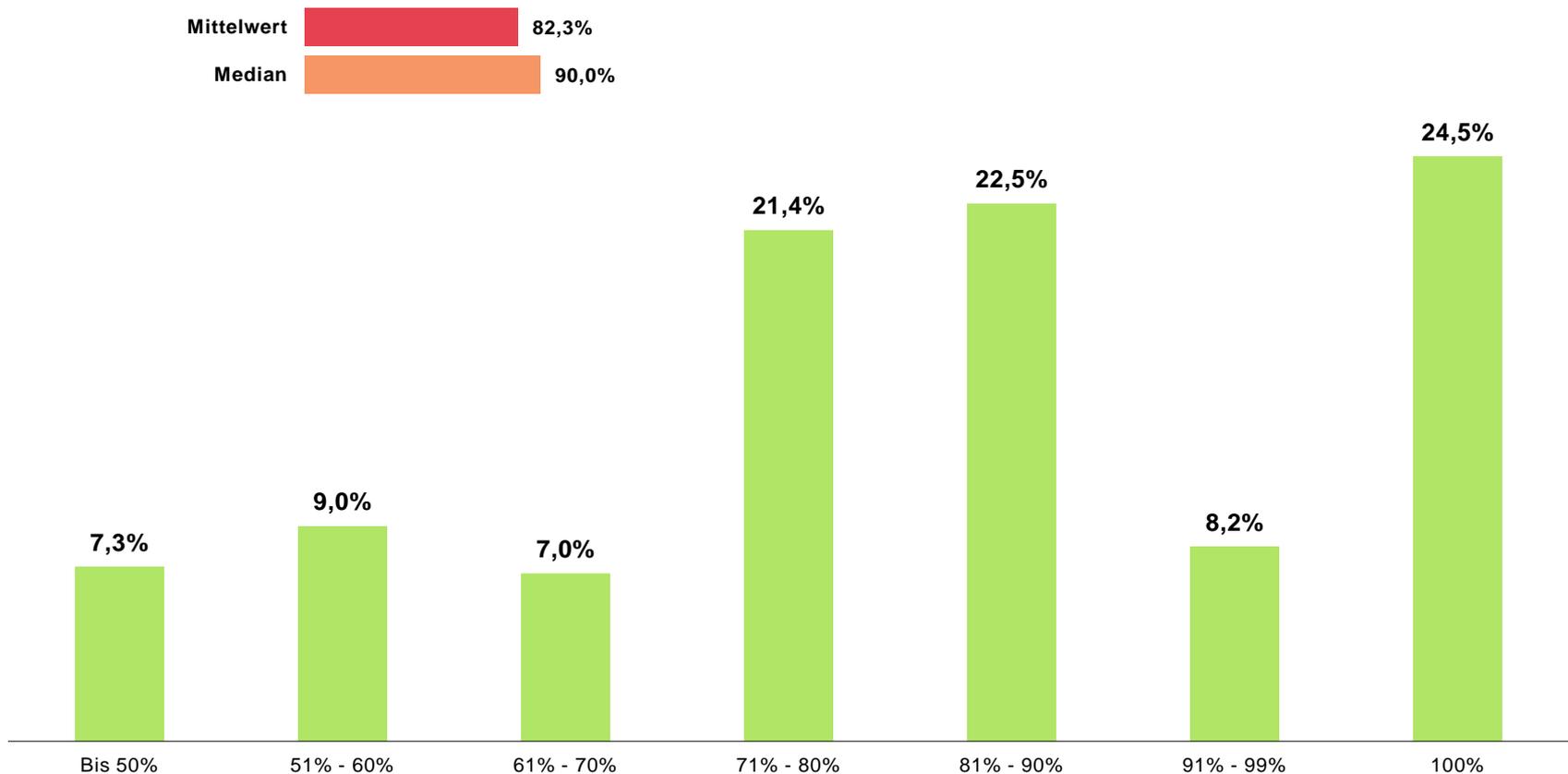


Dafür steht Regionalität bzw. „Made in Austria“:



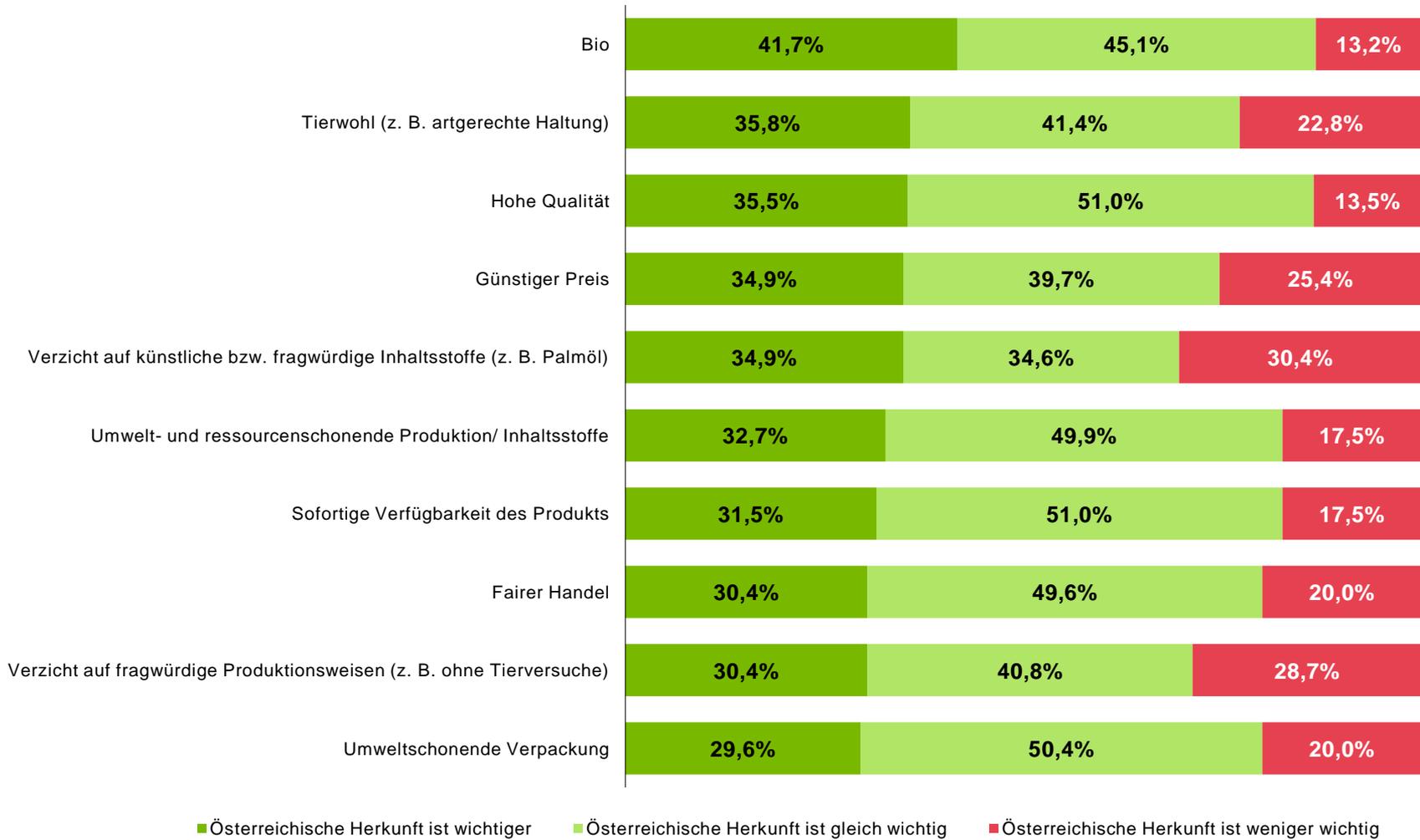
8 Und wofür steht Regionalität bzw. "Made in Austria" aus der Sicht Ihres Unternehmens noch? Welche der folgenden Begriffe bzw. Aussagen treffen zu? || n=355 || Top-2-Box: Trifft voll und ganz zu / Trifft eher zu

Anteil der Herstellung in Österreich für das Label "Made in Austria"



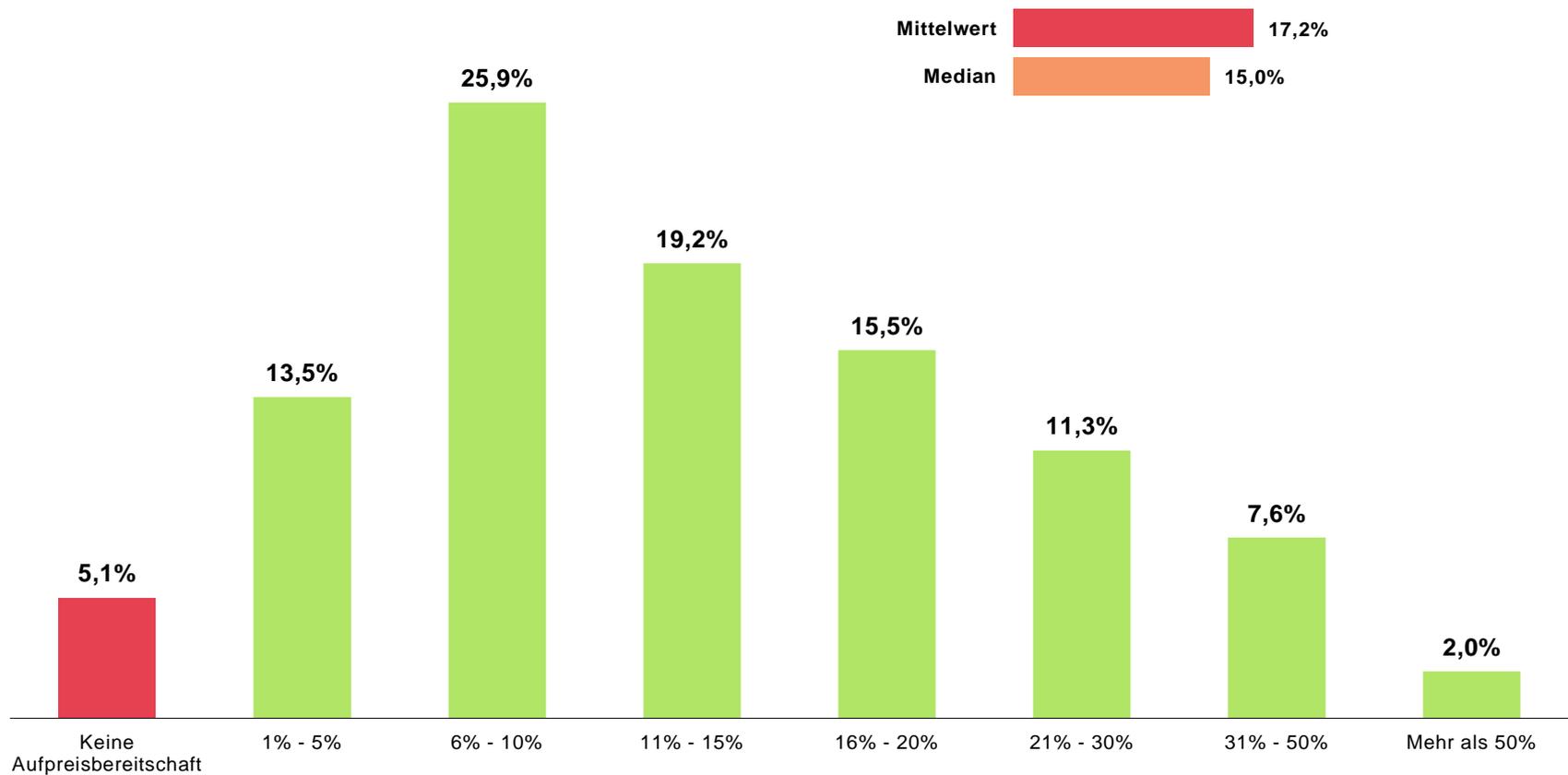
Wie viel Prozent der Herstellungskette (von der Erzeugung der Rohstoffe, Verarbeitung, Verpackung etc.) eines Produkts müssen aus Ihrer Sicht in Österreich erfolgen, um das Label "Made in Austria" zu verdienen? || n=355

Wichtigkeit österreichischer Herkunft im Vergleich zu ...



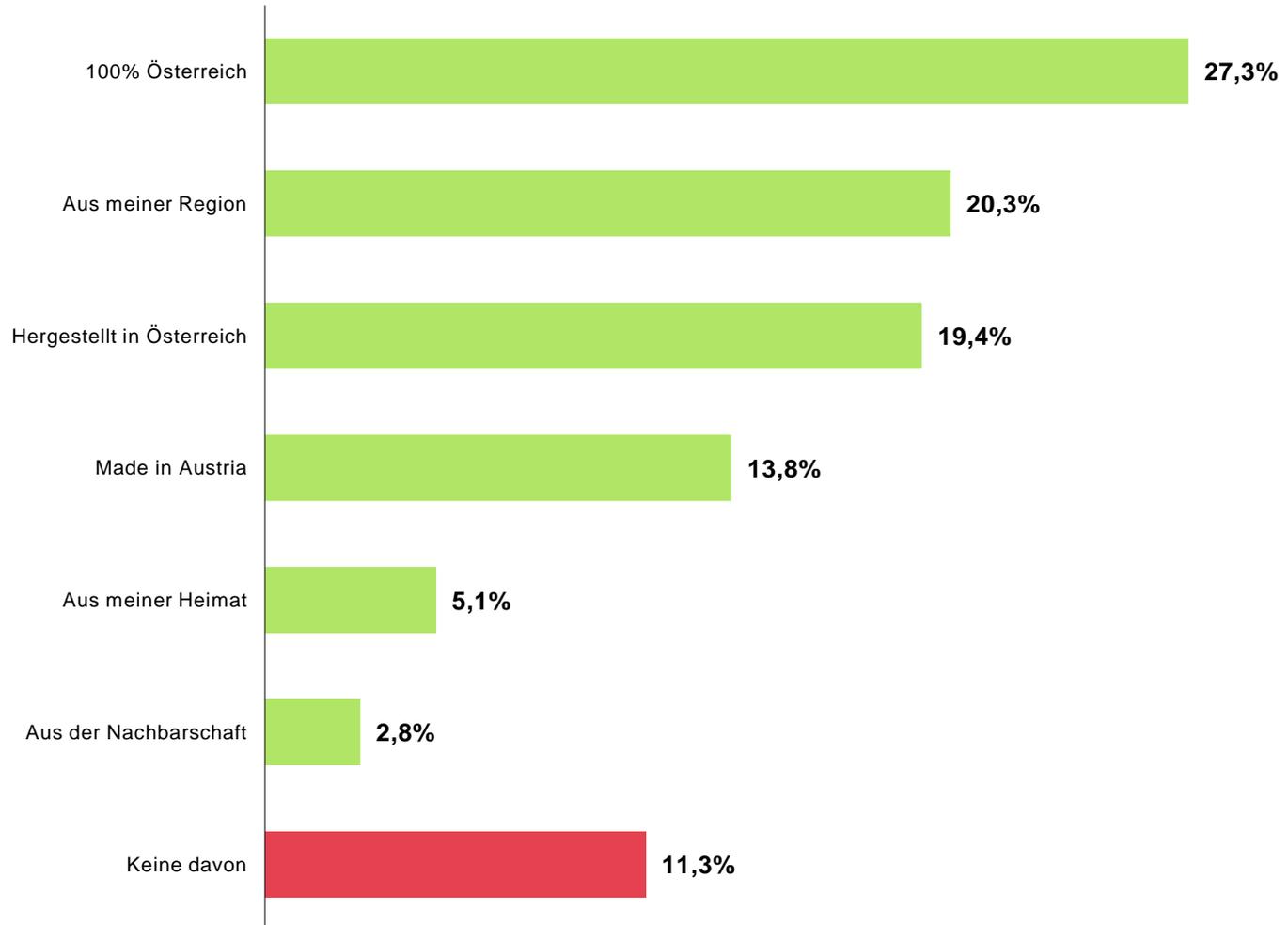
Wie wichtig ist für Ihr Unternehmen die österreichische Herkunft eines Produkts/ einer Marke im Vergleich zu den folgenden Aspekten? || n=355

Aufpreisbereitschaft für regional produzierte Produkte



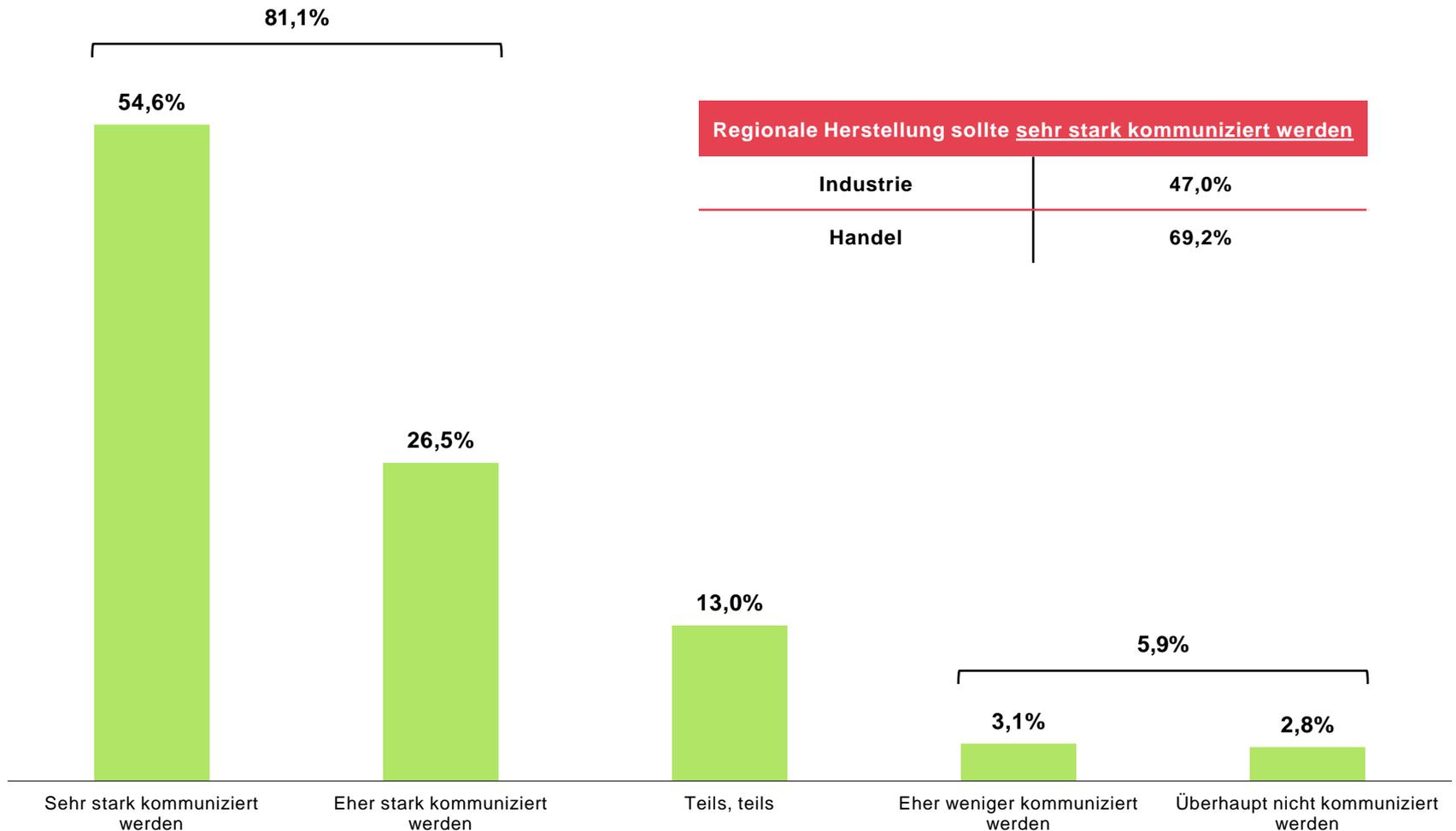
Was schätzen Sie, wie hoch ist die Aufpreisbereitschaft der österreichischen Konsumenten für regional produzierte Produkte/ Marken bzw. Produkte/ Marken "Made in Austria"? Das heißt, wie viel, schätzen Sie, sind die österreichischen Konsumenten bereit für diese Produkte/ Marken mehr zu bezahlen im Vergleich zu Produkten/ Marken, die nicht (zur Gänze) regional/ in Österreich produziert wurden? [...] || n=355

Interessante Auslobungen für das Unternehmen



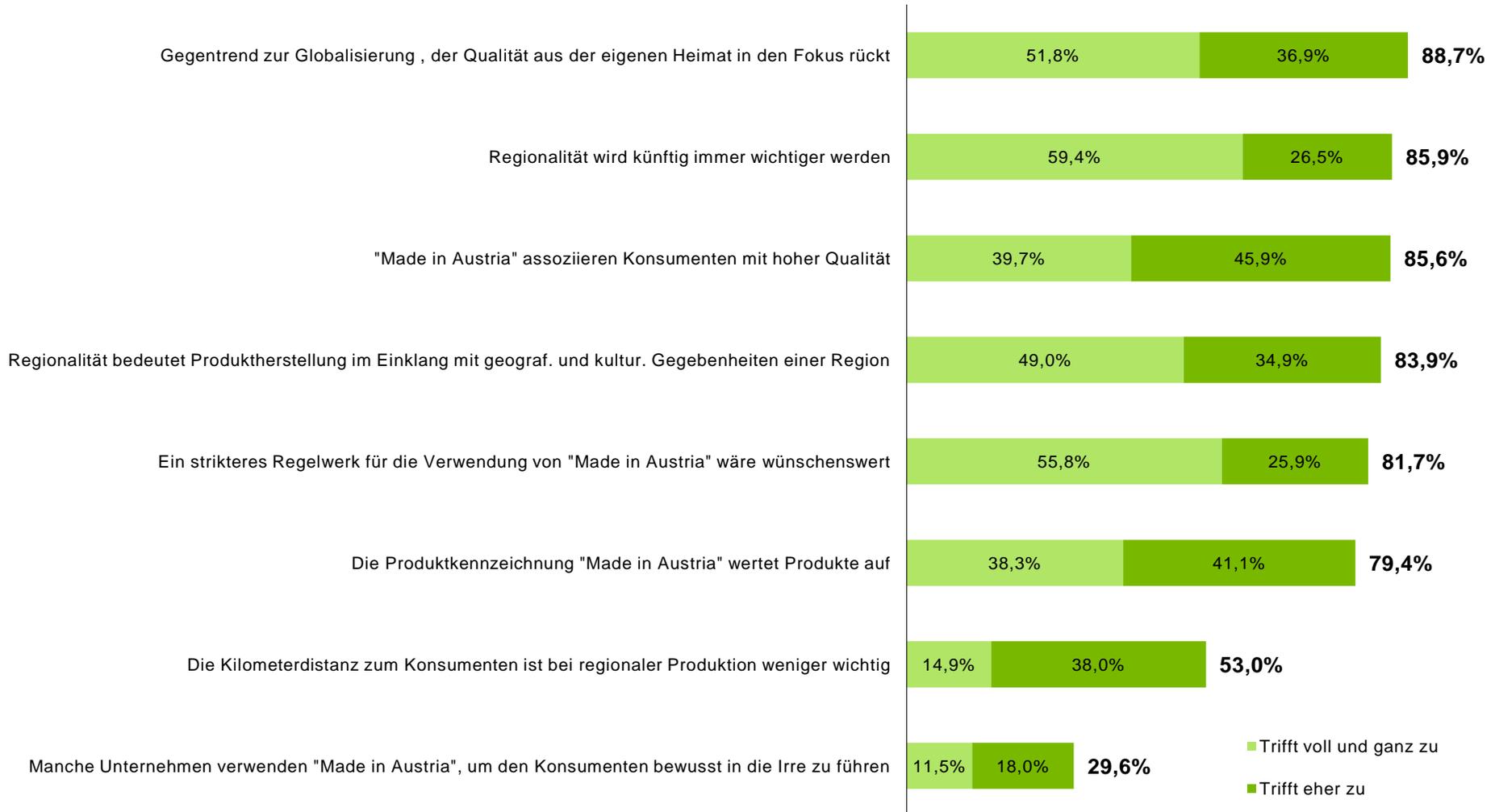
Welche der folgenden Auslobungen ist für Ihr Unternehmen am interessantesten bzw. relevantesten? || n=355

Kommunikation regionaler Herstellung nach außen



Regionale Herstellung sollte <u>sehr stark kommuniziert werden</u>	
Industrie	47,0%
Handel	69,2%

Zutreffende Aussagen: Regionalität für das Unternehmen

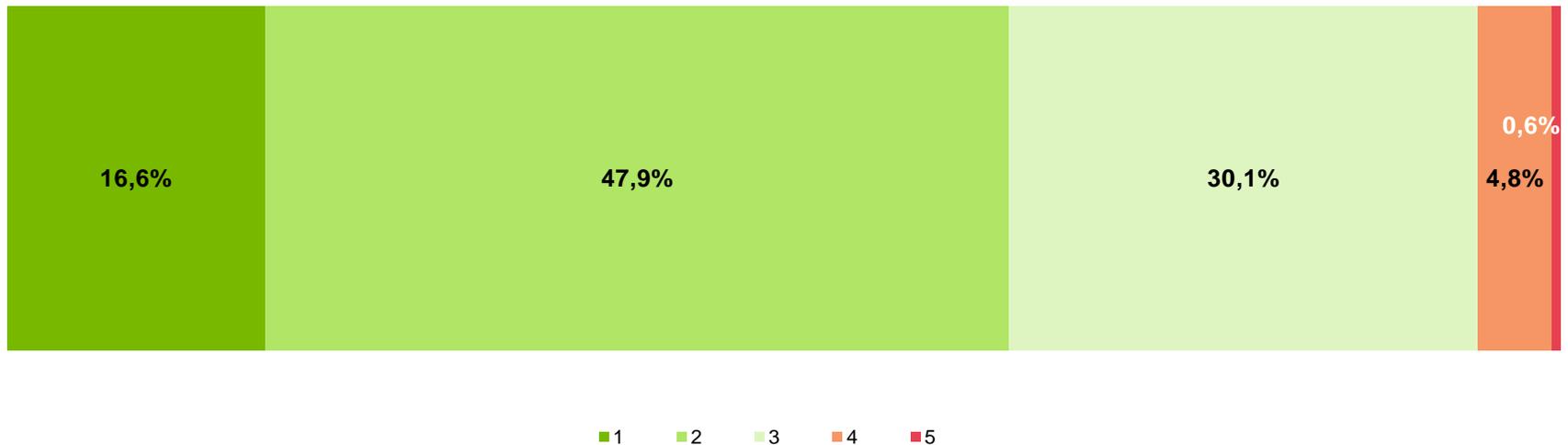


Inwiefern treffen die folgenden Aussagen zum Thema Regionalität für Ihr Unternehmen bzw. Ihre Branche zu? || n=355 ||
 Top-2-Box: Trifft voll und ganz zu / Trifft eher zu

Qualität: Österreichisch vs. im Ausland produziert

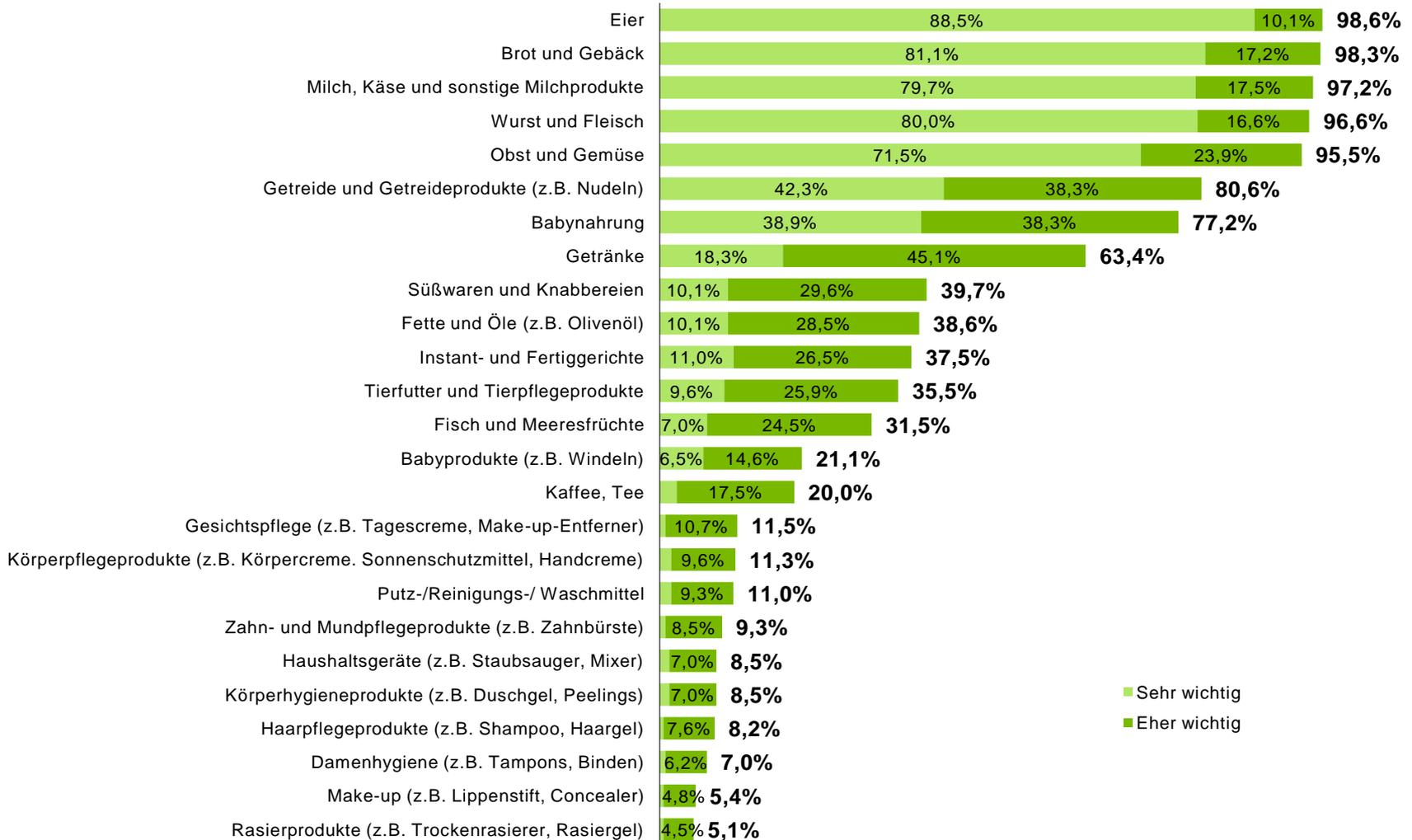
1 = unsere **österreichischen** Produkte /
Marken sind viel besser

5 = **im Ausland** Produkte /
Marken sind viel besser



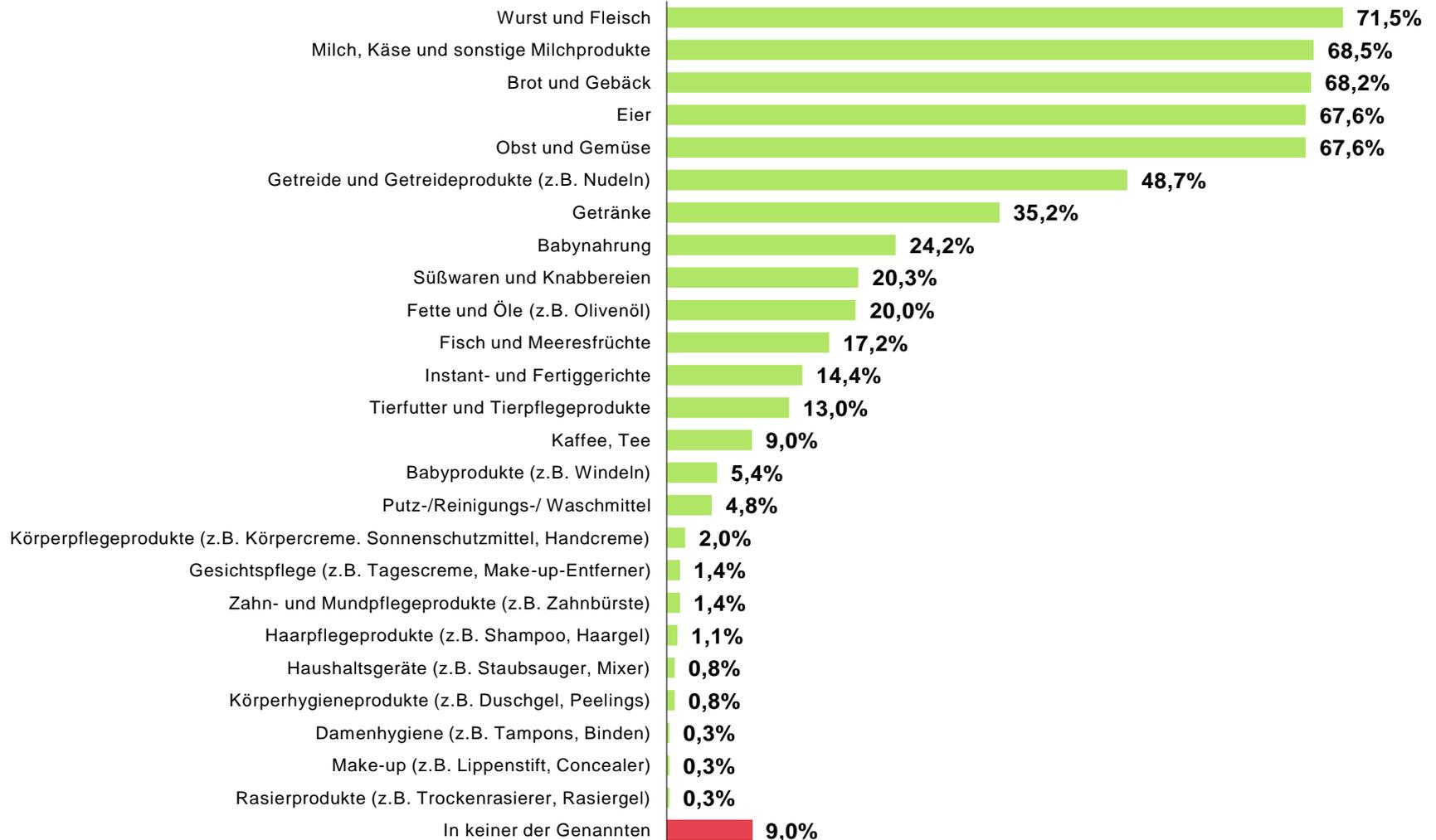
Wenn Sie nun konkret an Ihre Branche (mit der Sie zusammenarbeiten) denken - wie würden Sie die Qualität österreichischer Produkte/ Marken aus Ihrem Bereich im Vergleich zu im Ausland produzierten Produkten/ Marken einschätzen? || n=355

Wichtigkeit österreichischer Herkunft für den Konsumenten aus Unternehmenssicht



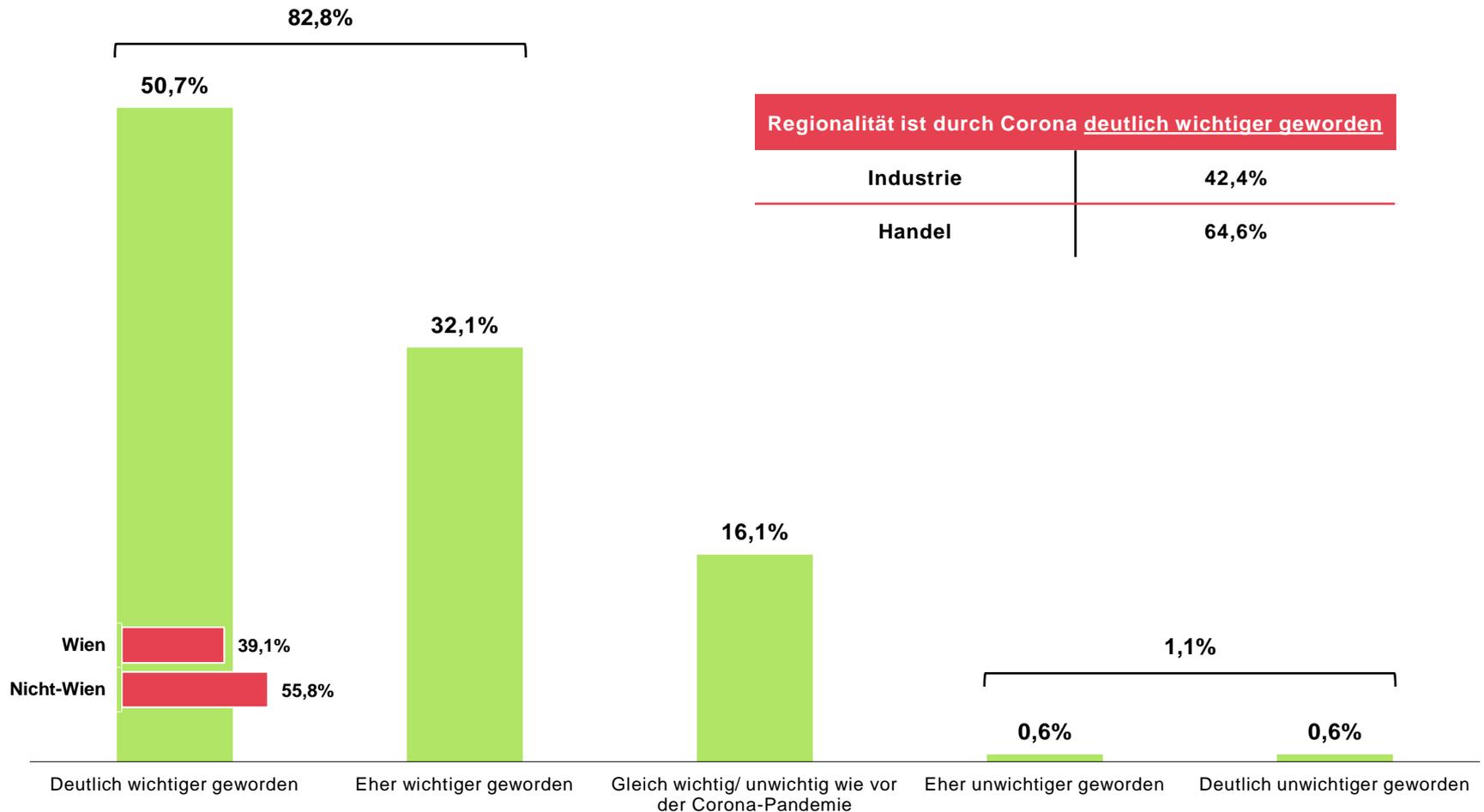
Wie wichtig ist den österreichischen Konsumenten Ihrer Meinung nach eine österreichische Herkunft bei den folgenden Warengruppen? || n=355 ||
 Top-2-Box: Sehr wichtig / Eher wichtig

„Made in Austria“: Erfolgsversprechende Warengruppen



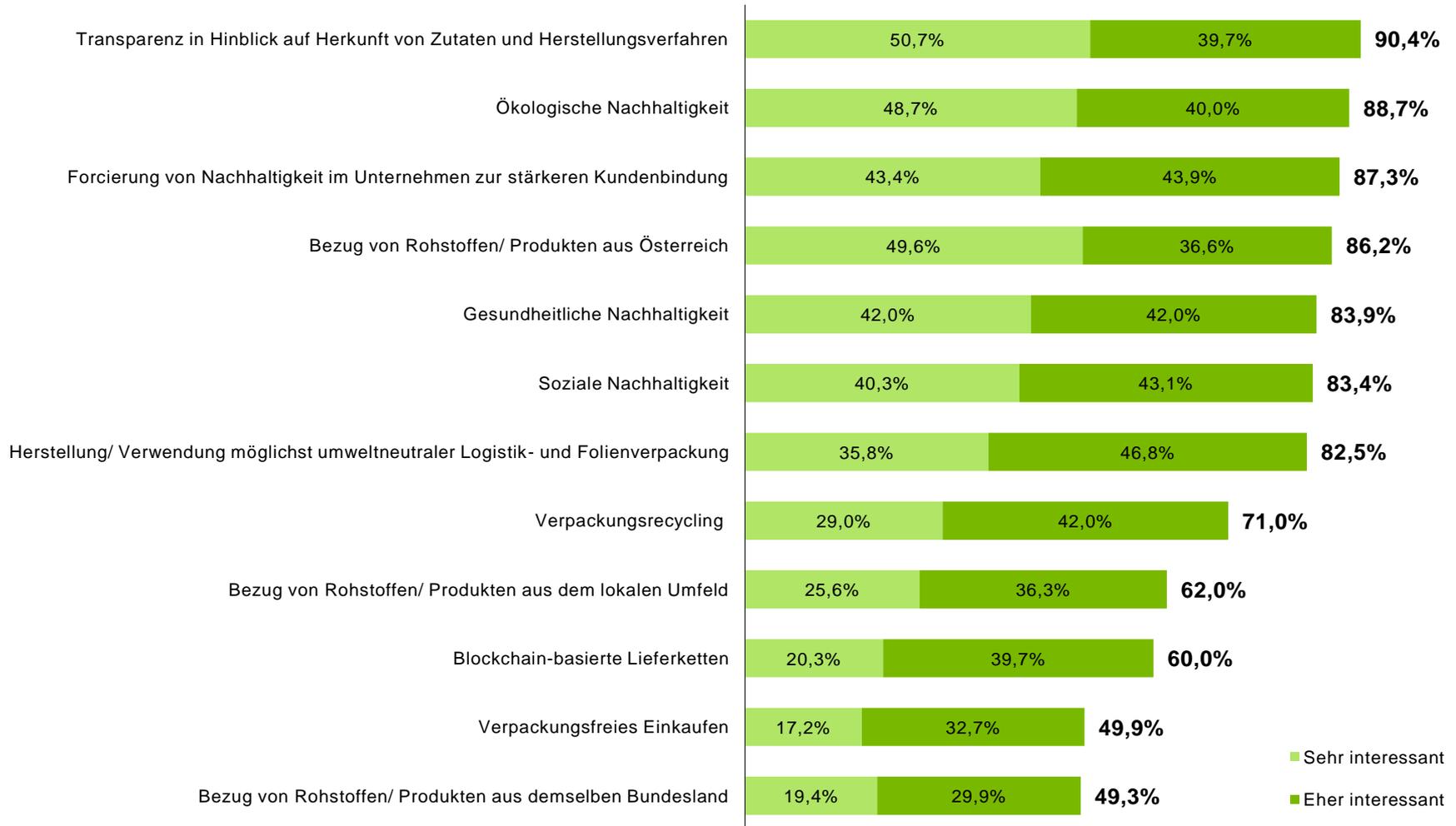
Und in welcher Warengruppe sind Produkte/ Marken "Made in Austria" für Ihr Unternehmen besonders erfolgsversprechend? || n=355 || Mehrfach-Nennung möglich

Veränderung der Bedeutung von Regionalität bzw. österreichischer Herkunft in der Corona-Pandemie



[...] Inwiefern hat sich die Bedeutung von Regionalität bzw. die österreichische Herkunft von Produkten/ Marken für Ihr Unternehmen während der Corona-Pandemie verändert? || n=355 || MW 1,7

Zukünftig interessante Entwicklungen in Punkto Nachhaltigkeit und Regionalität



[...] Welche der folgenden Entwicklungen aus dem Bereich Nachhaltigkeit und Regionalität werden in Zukunft in Ihrer FMCG-Branche interessant sein? || n=355 || Top-2-Box: Sehr interessant / Eher interessant

**einfach
schnell
fragen.**

Lisa Patek, MSc
Marketing & PR

l.patek@marketagent.com
02252 909 009 28

Mühlgasse 59
2500 Baden

www.marketagent.com



marketagent.