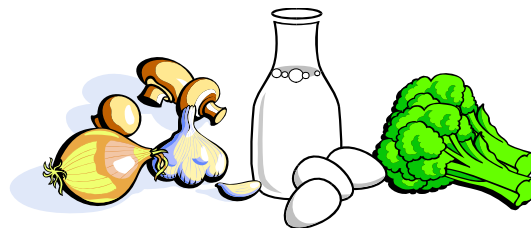


RollAMA Motivanalyse

Bioprodukte

Februar 2007

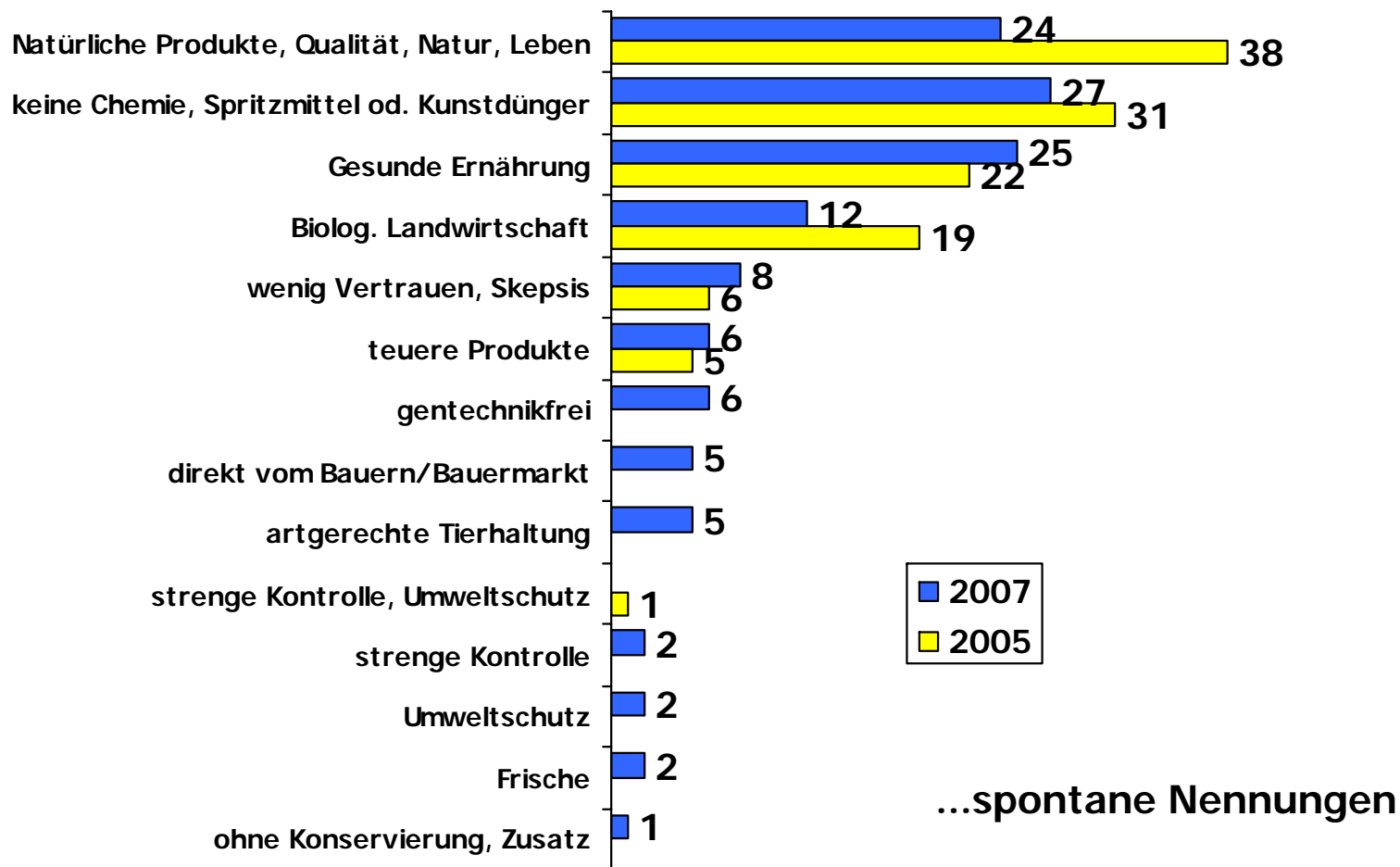


AGRARMARKT AUSTRIA



Mit Bio verbindet man Natürlichkeit und Qualität

Frage: Wenn Sie den Begriff Bio hören oder lesen, was verbinden Sie damit? Woran müssen Sie da spontan denken.



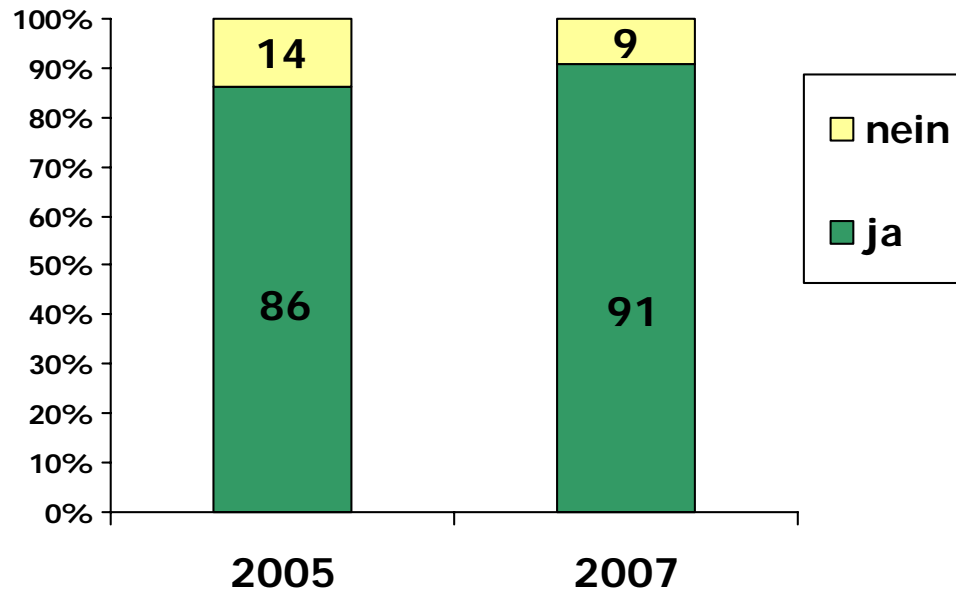
Quelle: RollAMA Motivanalyse Februar 07/ AMA Marketing

Angaben in %, n=401 Befragte

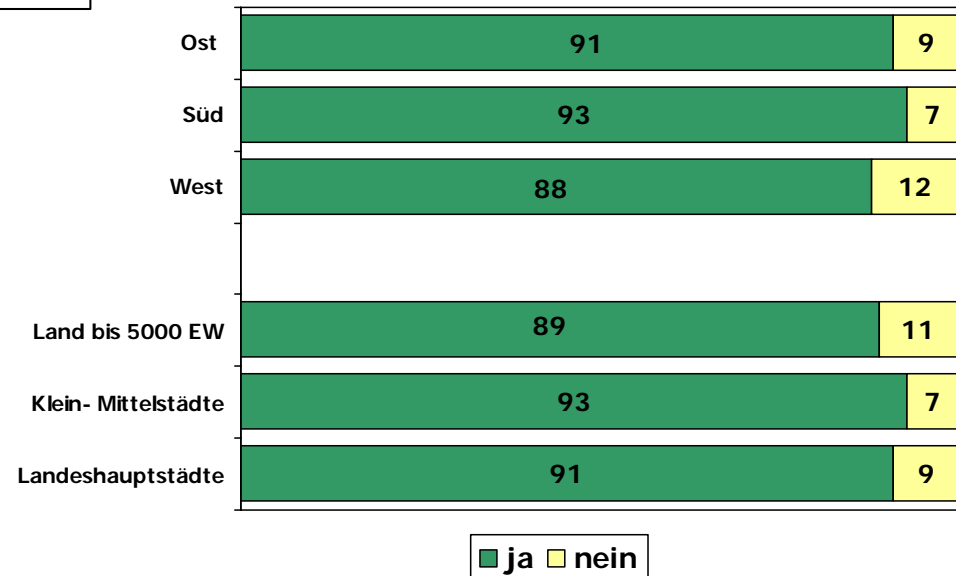


91 % geben an Bioprodukte zu kaufen

Frage: Kaufen Sie für Ihren Haushalt zumindest ab und zu Bioprodukte?



Käuferreichweite in 20 Wochen laut ROLLAMA Haushaltspanel:
87%



Quelle: ROLLAMA Motivanalyse Februar 07/ AMA Marketing

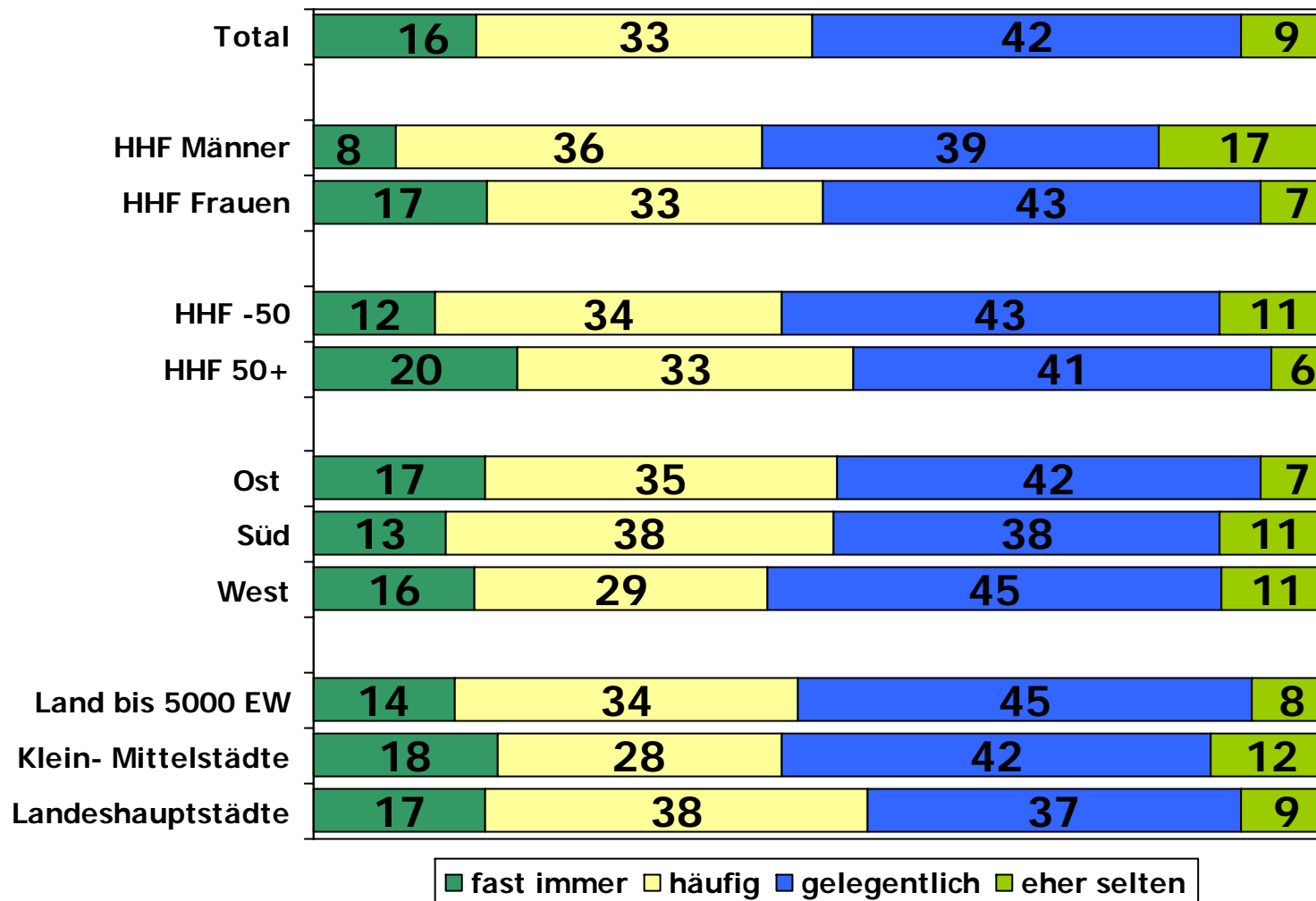
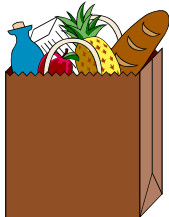
Angaben in %, n=401 Befragte



Kauffrequenz von Bioprodukten

Basis: Bioprodukte-Käufer, 91%=100%

Frage: Und wie häufig kaufen Sie Bioprodukte?



Quelle: RollAMA Motivanalyse Februar 07/ AMA Marketing

Angaben in %, n=401 Befragte



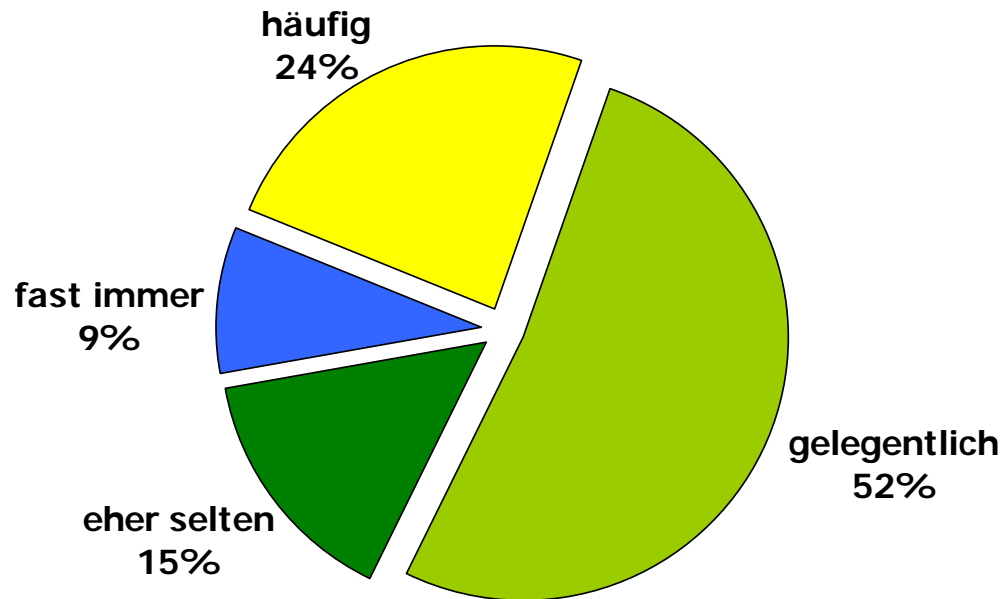
Kauffrequenz von Bioprodukten

Basis: Bioprodukte-Käufer

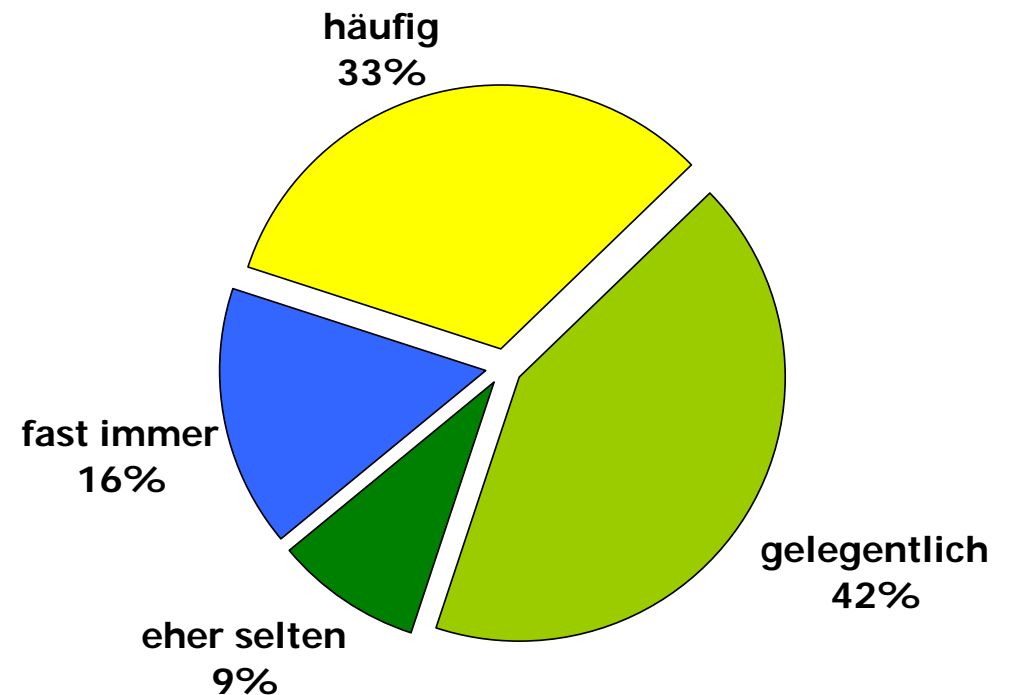
Frage: Und wie häufig kaufen Sie Bioprodukte?



Jahr 2005



Jahr 2007



Quelle: RollAMA Motivanalyse Februar 07/ AMA Marketing

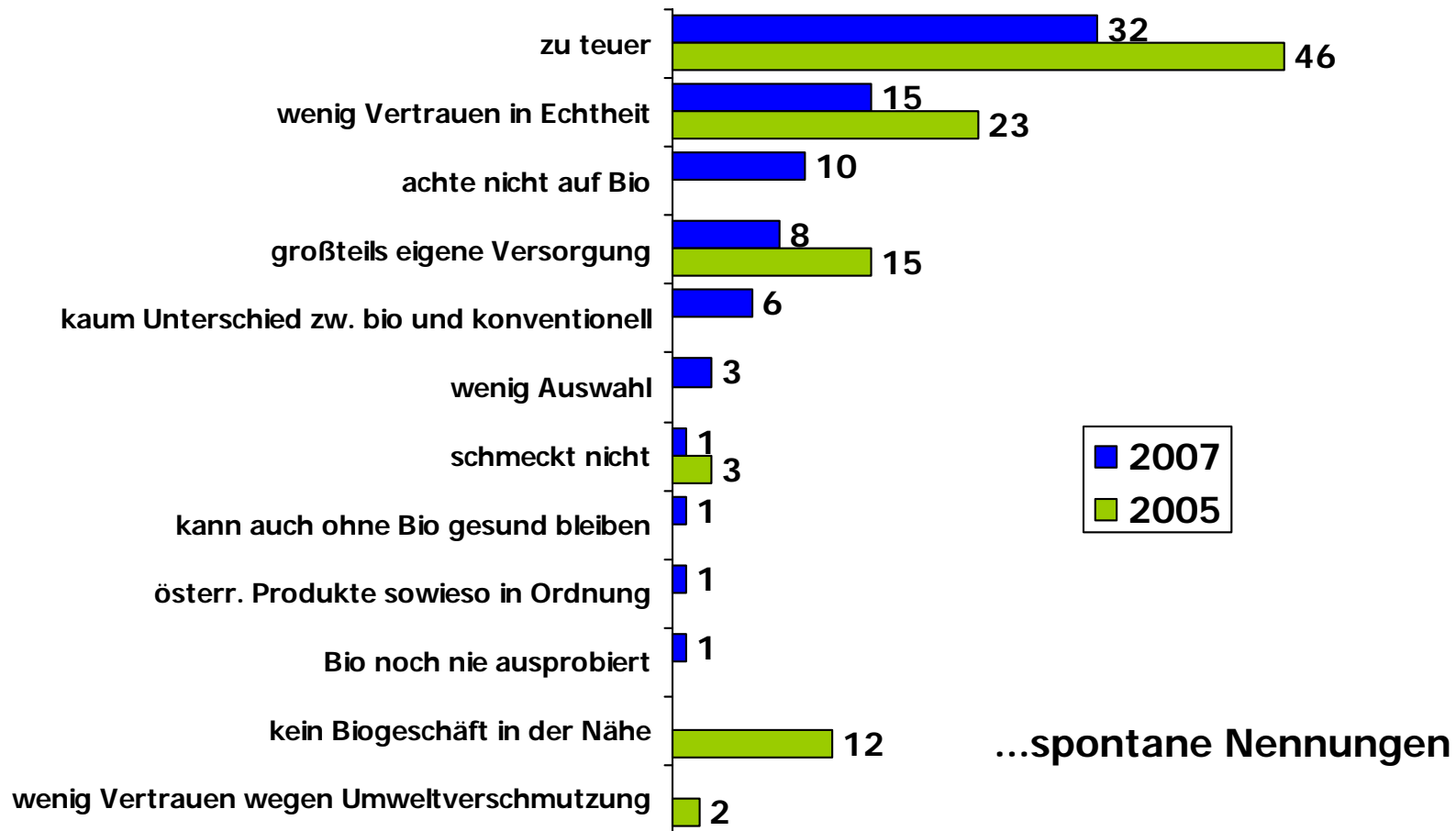
Angaben in %, n=401 Befragte



Höherer Preis ist Hauptgrund für Nicht-Kauf von Bio

Basis: Bioprodukte-Käufer eher selten bzw. Nicht Käufer

Frage: Können Sie mir kurz begründen, warum Sie selten/nie Bioprodukte kaufen?



Quelle: RollAMA Motivanalyse Februar 07/ AMA Marketing

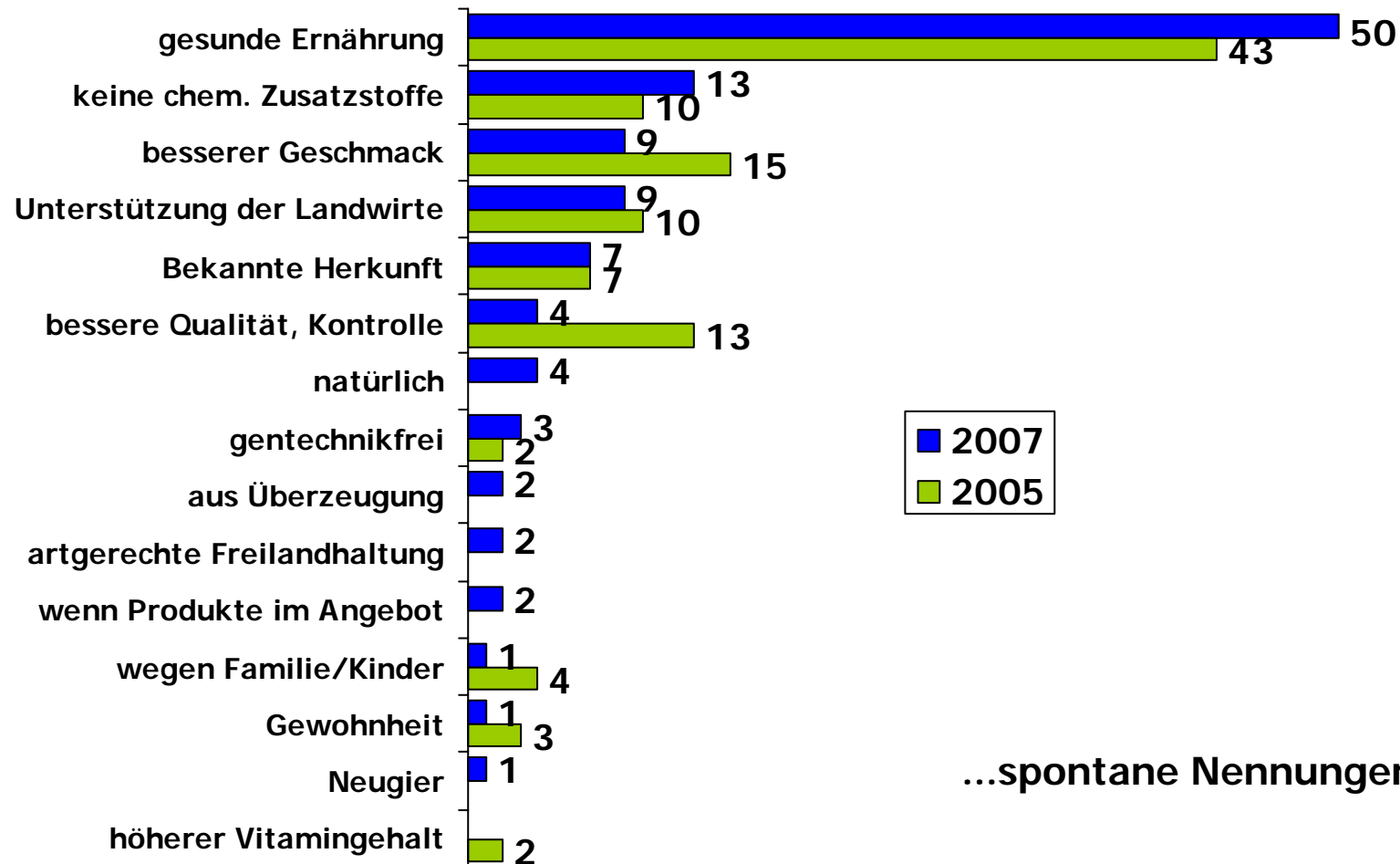
Angaben in %, n=401 Befragte



Gesunde Ernährung gibt Ausschlag für den Kauf von Bioprodukten

Basis: Bioprodukte-Käufer immer/häufig/gelegentlich

Frage: Was gibt für Sie den Ausschlag zum Kauf von Bioprodukten?



...spontane Nennungen

Quelle: RollAMA Motivanalyse Februar 07/ AMA Marketing

Angaben in %, n=401 Befragte



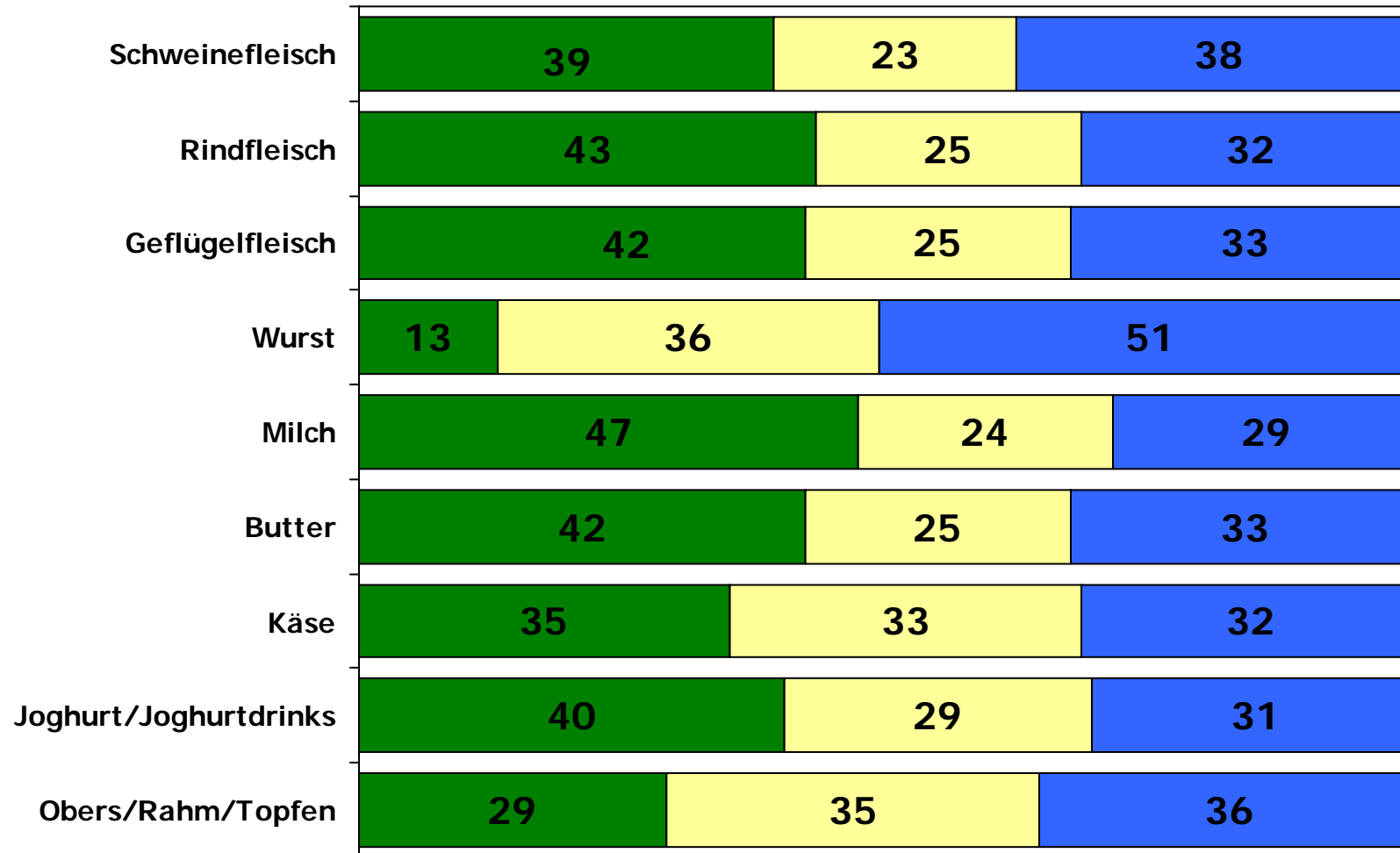
AGRARMARKT AUSTRIA



Kauffrequenz nach Produkten

Basis: total

Frage: Bei welchen Produkten achten Sie immer/gelegentlich/nie auf Bio?



■ Immer

■ Gelegentlich

■ Selten/Nie

Quelle: RollAMA Motivanalyse Februar 07/ AMA Marketing

Angaben in %, n=401 Befragte



AGRARMARKT AUSTRIA

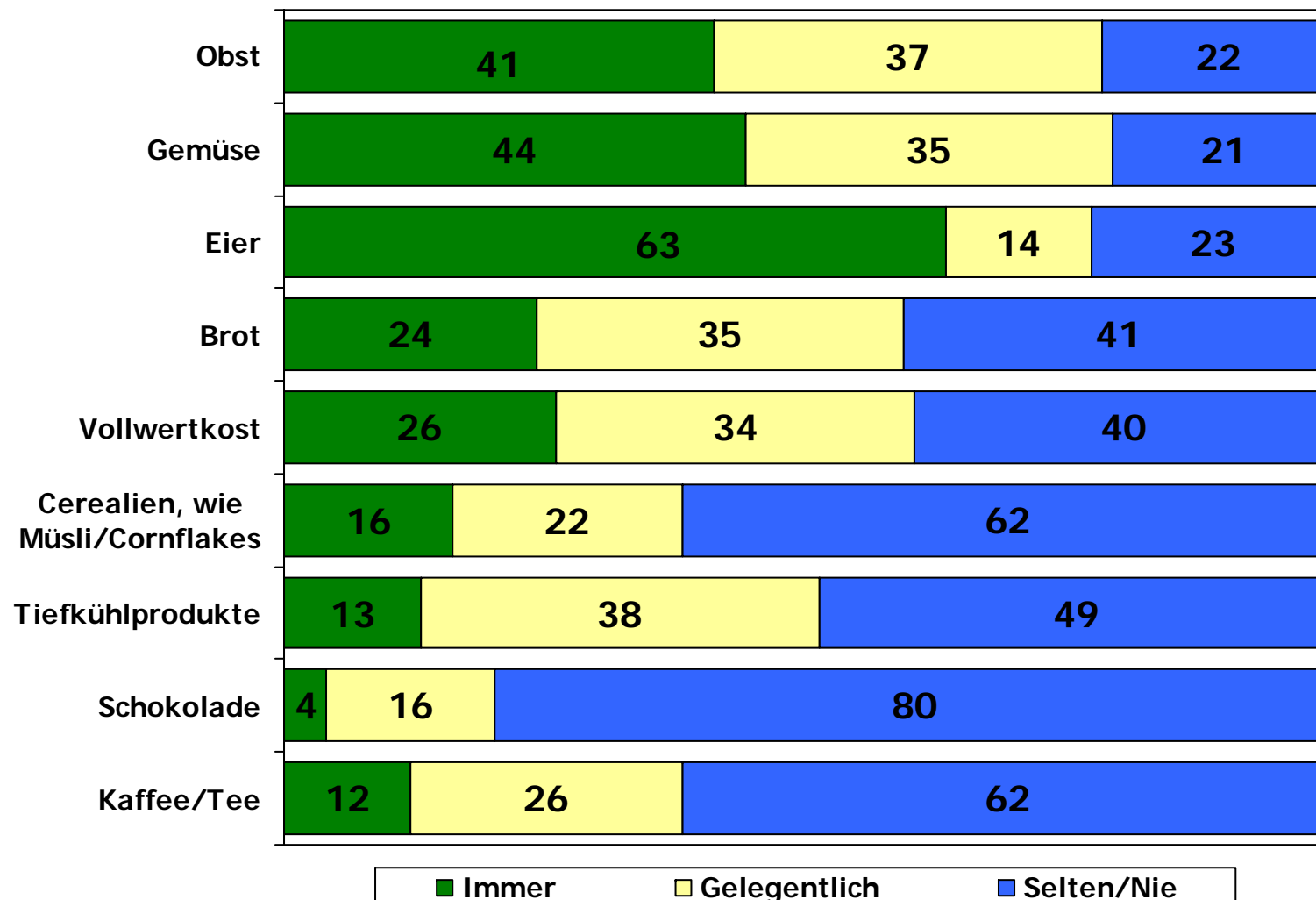


Kauffrequenz nach Produkten

Basis: total

Frage: Bei welchen Produkten achten Sie immer/gelegentlich/nie auf Bio?

...Fortsetzung



Quelle: RollAMA Motivanalyse Februar 07/ AMA Marketing

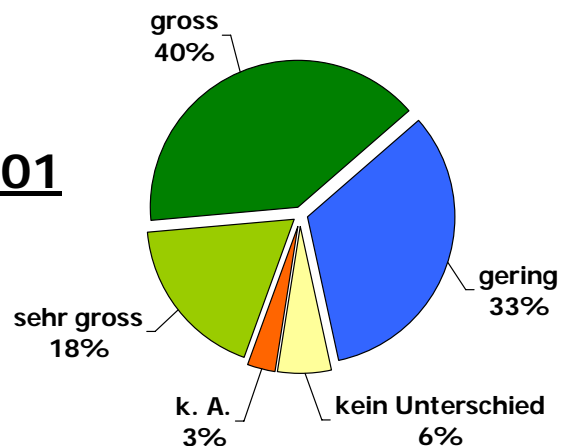
Angaben in %, n=401 Befragte



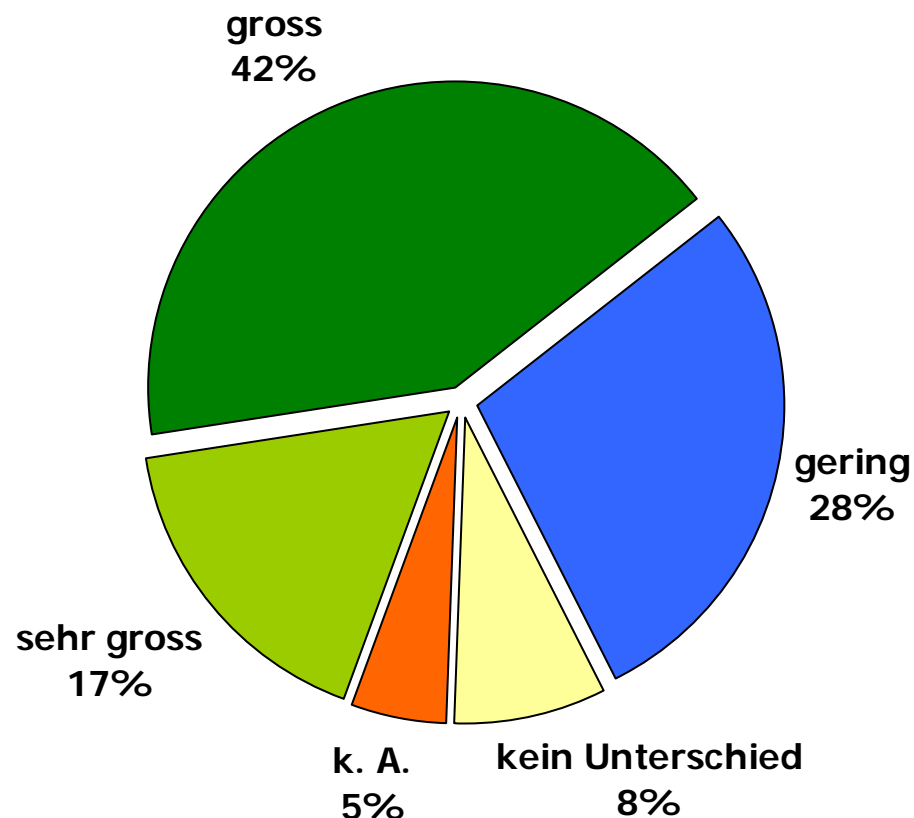
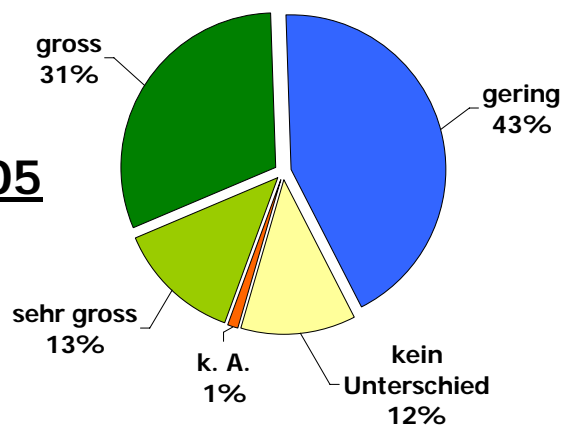
Qualitätsunterschiede von Produkten aus traditioneller und Bio-LW

Frage: Wenn Sie Produkte aus traditioneller Landwirtschaft mit den Erzeugnissen aus biologischer Landwirtschaft vergleichen. Sind da Ihrer Meinung nach die Qualitätsunterschiede

Jahr 2001



Jahr 2005



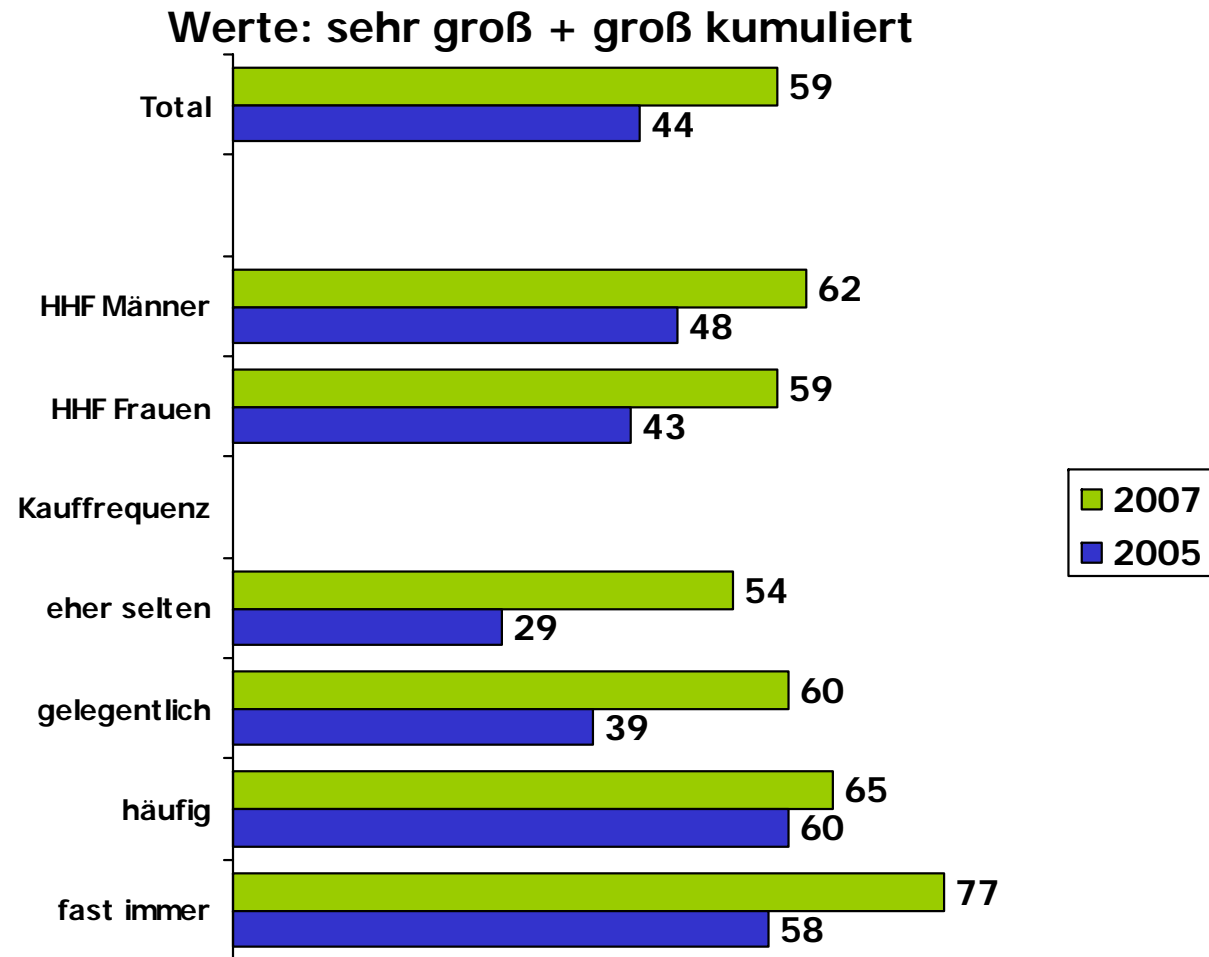
Quelle: RollAMA Motivanalyse Februar 07/ AMA Marketing

Angaben in %, n=401 Befragte



Bio-Käufer glauben an Qualitätsunterschied zu konventionellen Produkten

Frage: Wenn Sie Produkte aus traditioneller Landwirtschaft mit den Erzeugnissen aus biologischer Landwirtschaft vergleichen. Sind da Ihrer Meinung nach die Qualitätsunterschiede sehr groß, groß, gering, oder gibt es keine?



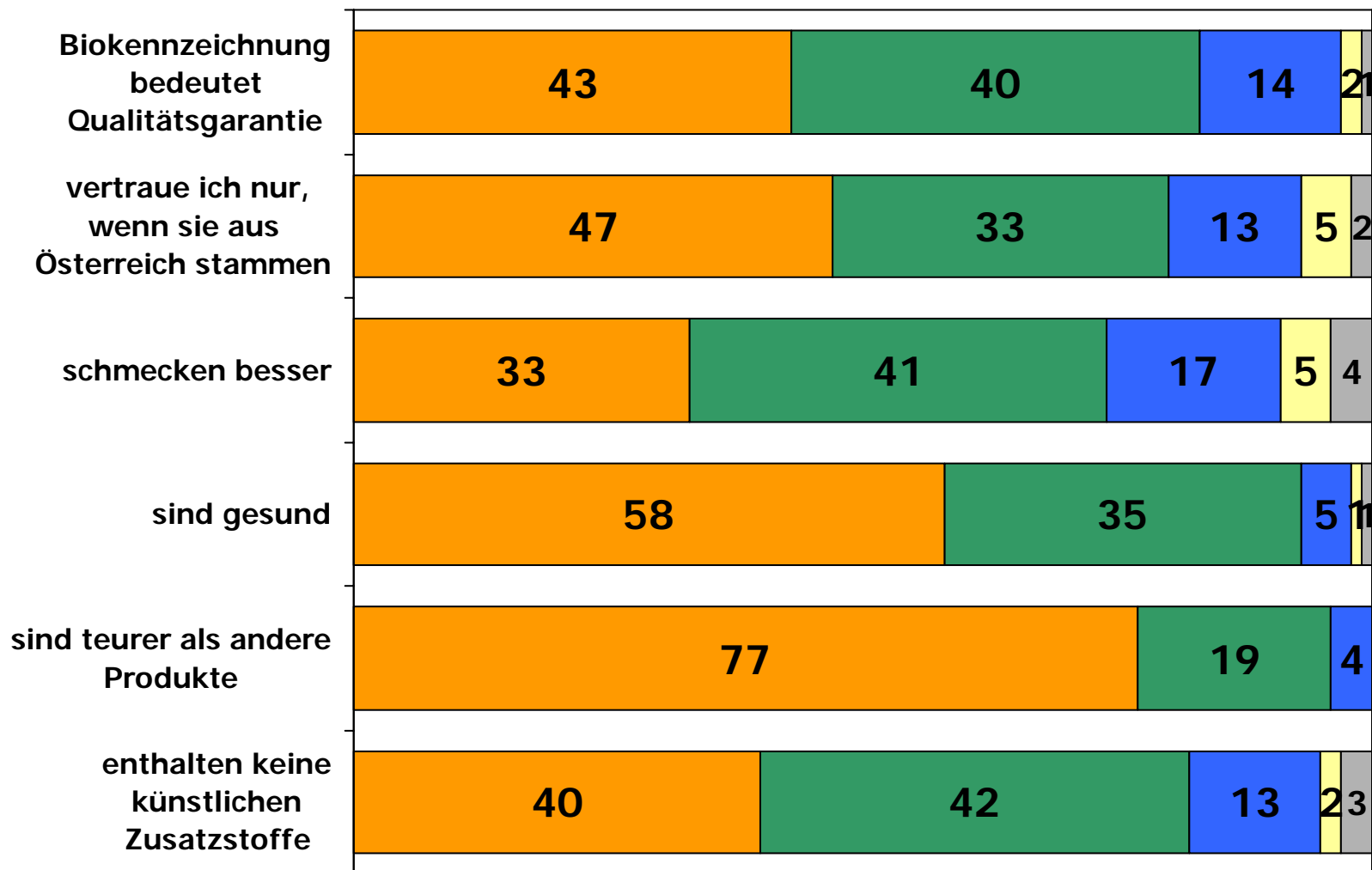
Quelle: RollAMA Motivanalyse Februar 07/ AMA Marketing

Angaben in %, n=401 Befragte



Aussagen zu Bioprodukten

Frage: Bitte sagen Sie mir, inwieweit Sie nachfolgenden Aussagen zustimmen.



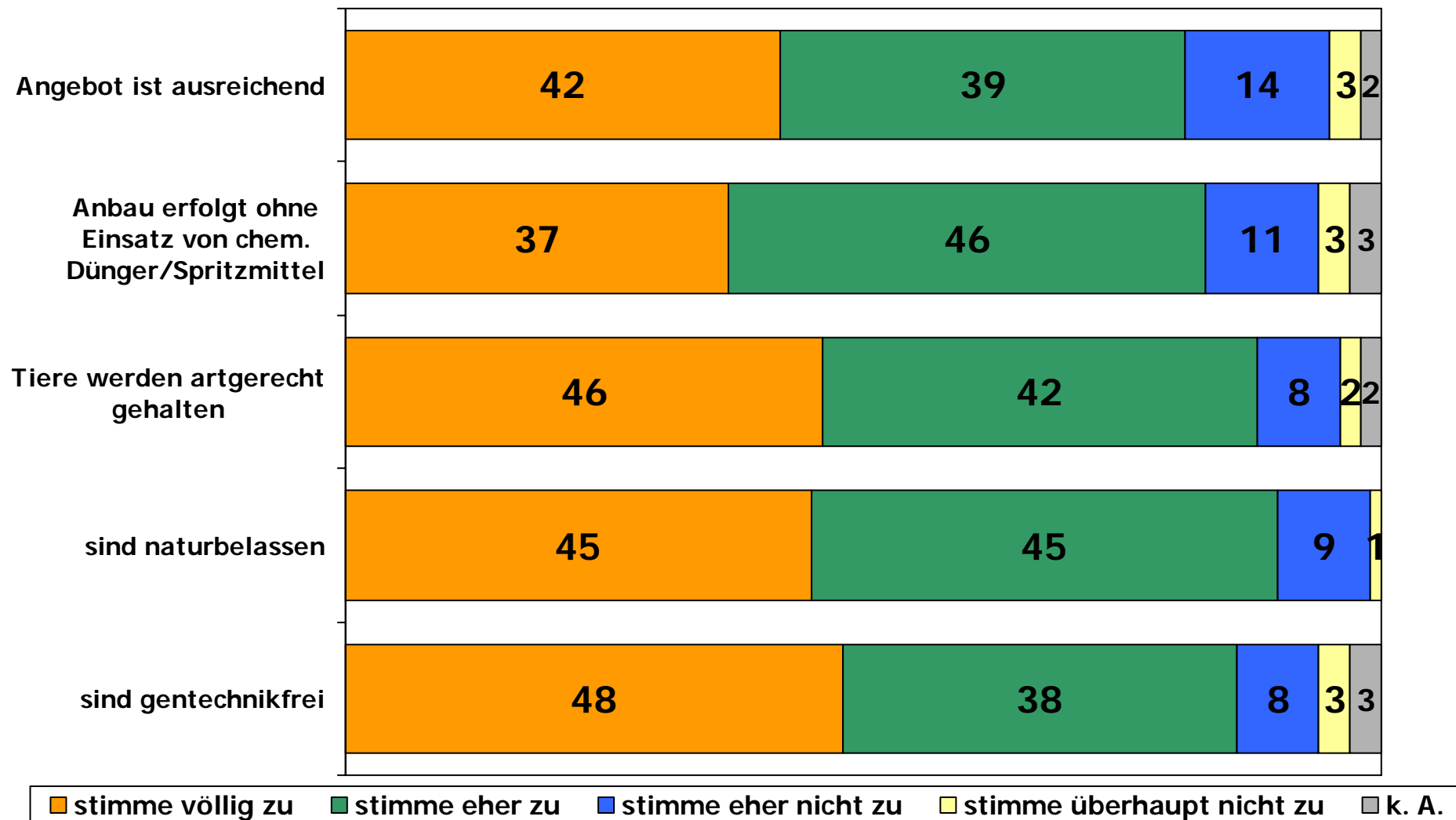
■ stimme völlig zu
 ■ stimme eher zu
 ■ stimme eher nicht zu
 ■ stimme überhaupt nicht zu
 ■ k. A.



Aussagen zu Bioprodukten

Frage: Bitte sagen Sie mir, inwieweit Sie nachfolgenden Aussagen zustimmen.

...Fortsetzung



Quelle: RollAMA Motivanalyse Februar 07/ AMA Marketing

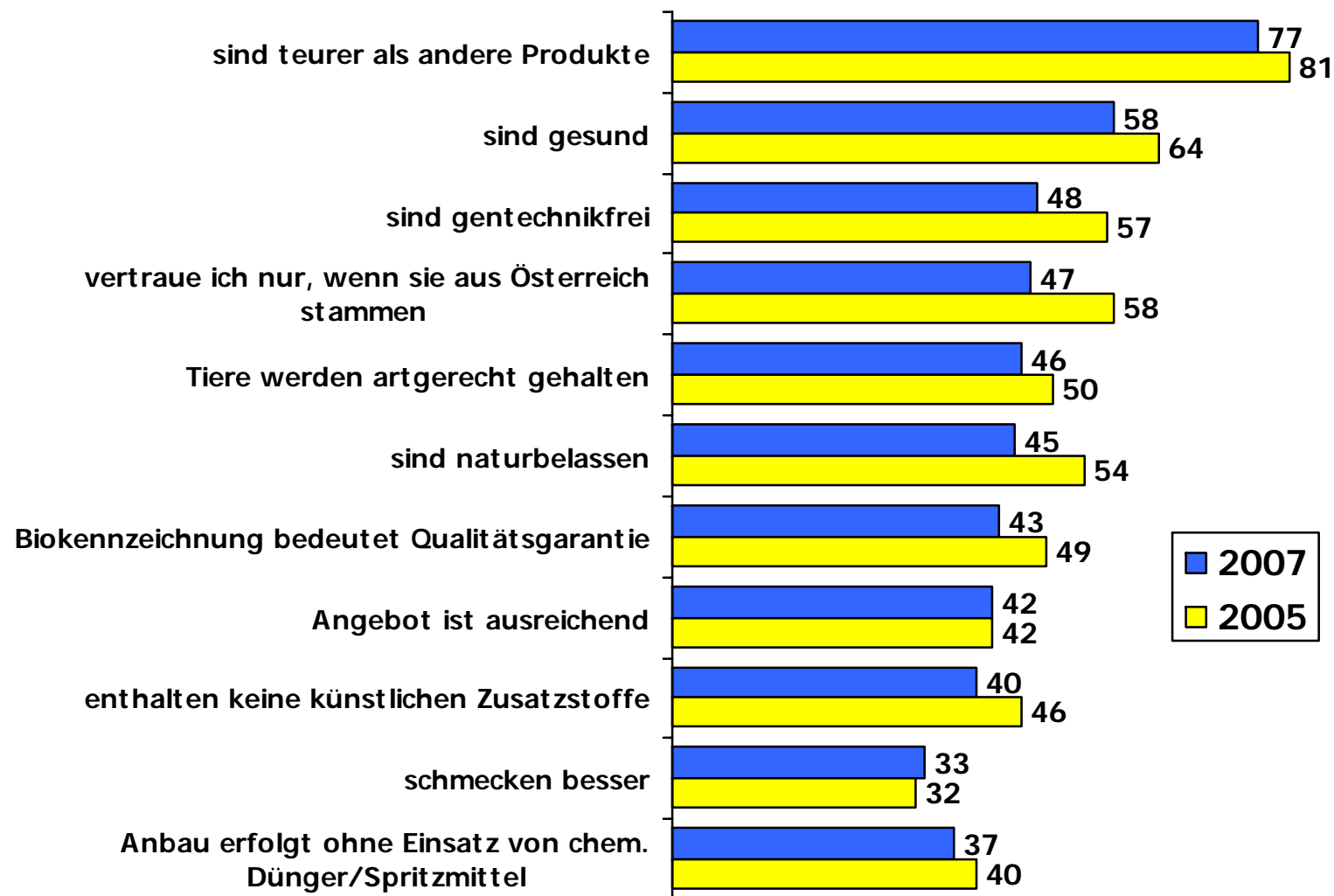
Angaben in %, n=401 Befragte



Aussagen zu Bioprodukten

Frage: Bitte sagen Sie mir, inwieweit Sie nachfolgenden Aussagen zustimmen.

Werte: Stimme völlig zu



Quelle: RollAMA Motivanalyse Februar 07/ AMA Marketing

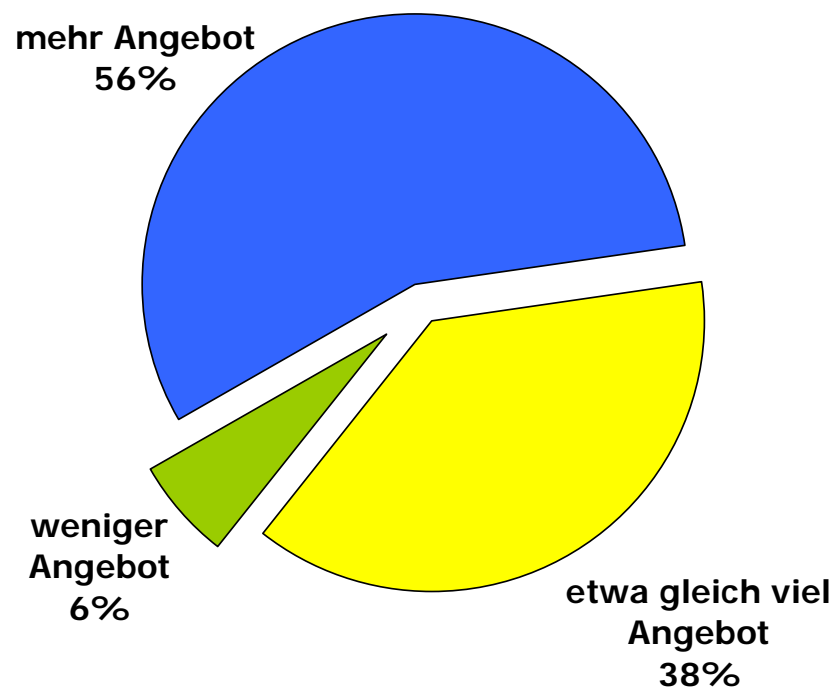
Angaben in %, n=401 Befragte



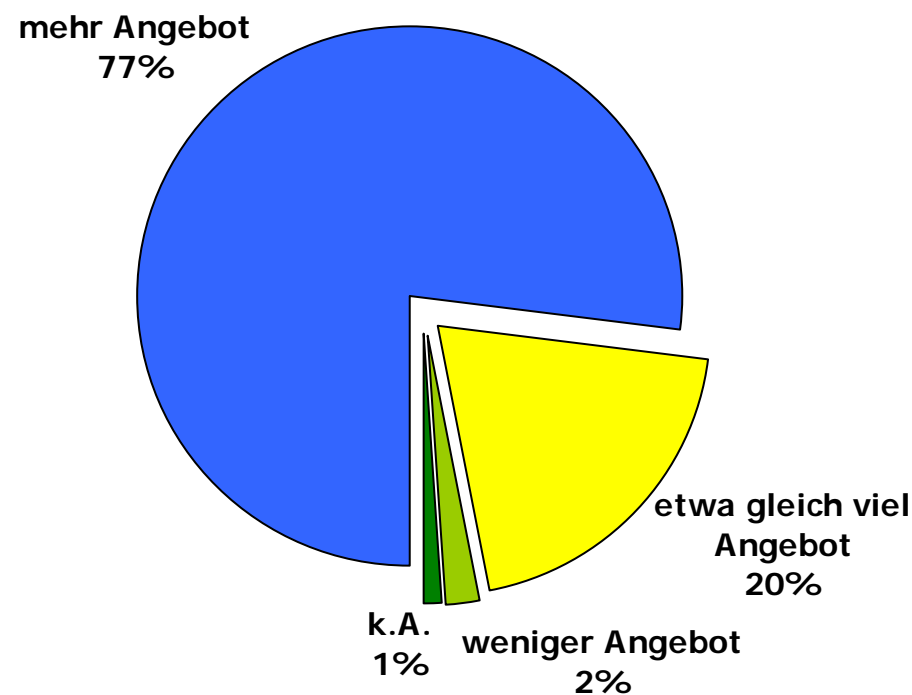
Erwartete Entwicklung bei Bioprodukten

Frage: Wie schätzen Sie die zukünftige Bedeutung von Bioprodukten ein? Wird es Ihrer Meinung nach in Zukunft mehr, etwa gleich viel oder weniger Angebot an Bioprodukten geben?

Jahr 2005



Jahr 2007



Quelle: RollAMA Motivanalyse Februar 07/ AMA Marketing

Angaben in %, n=401 Befragte

