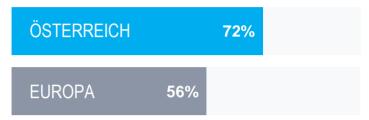
LOKAL 2.0 – ECHTE REGIONALITÄT

LOKALE PRODUKTE ZÄHLEN

72% der ÖsterreicherInnen kaufen nur oder hauptsächlich heimische Produkte, sind Produkten aus anderen Ländern gegenüber aber offen. Das ist der höchste Wert in Europa.



Quelle: Global Consumer Loyalty Survey 2019

BESONDERS BEI MOLKEREIPRODUKTEN



"Welche Produkte würden Sie lieber von kleinen, lokalen Herstellern kaufen als von großen Herstellern oder Multinationalen Konzernen?"

REGIONALE STÄRKEN DER WARENGRUPPEN

Ranking nach Umsatzindex der Warengruppe: Regionaler Marktanteil an Food Total vs. Regionaler Marktanteil in der Warengruppe

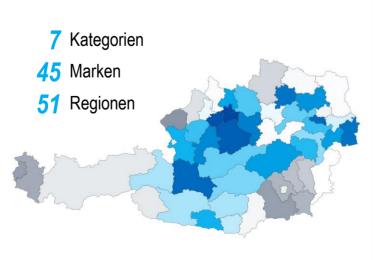


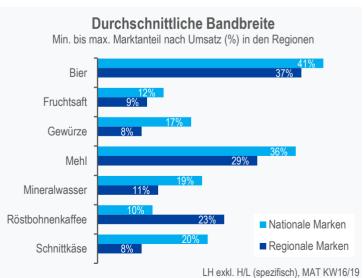




 $Nielsen\ Region\ West:\ Salzburg,\ Tirol\ (exkl.\ Osttirol),\ Vorarlberg;\ Nielsen\ Region\ S\"{u}d:\ Steiermark,\ K\"{a}rnten,\ Osttirol\ und\ S\"{u}dburgenland;\ LH\ bzw.\ LH+DFH\ exkl.\ H/L,\ MAT\ KW16/19$

NIELSEN STORE CLUSTERING STUDIE 2019





Quellen: Global Consumer Loyalty Survey 2019, Consumer Confidence Global Survey 2017; Nielsen Markettrack und Nielsen Store Clustering Studie 2019