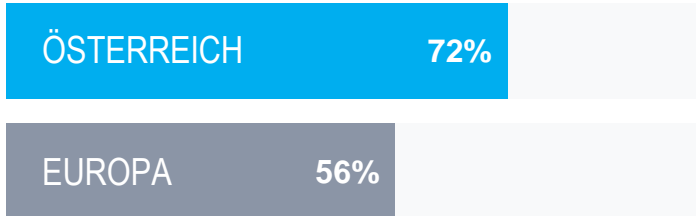


LOKAL 2.0 – ECHE REGIONALITÄT

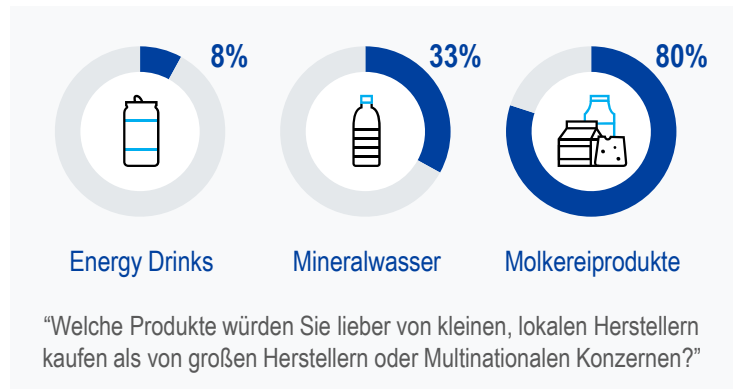
LOKALE PRODUKTE ZÄHLEN

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



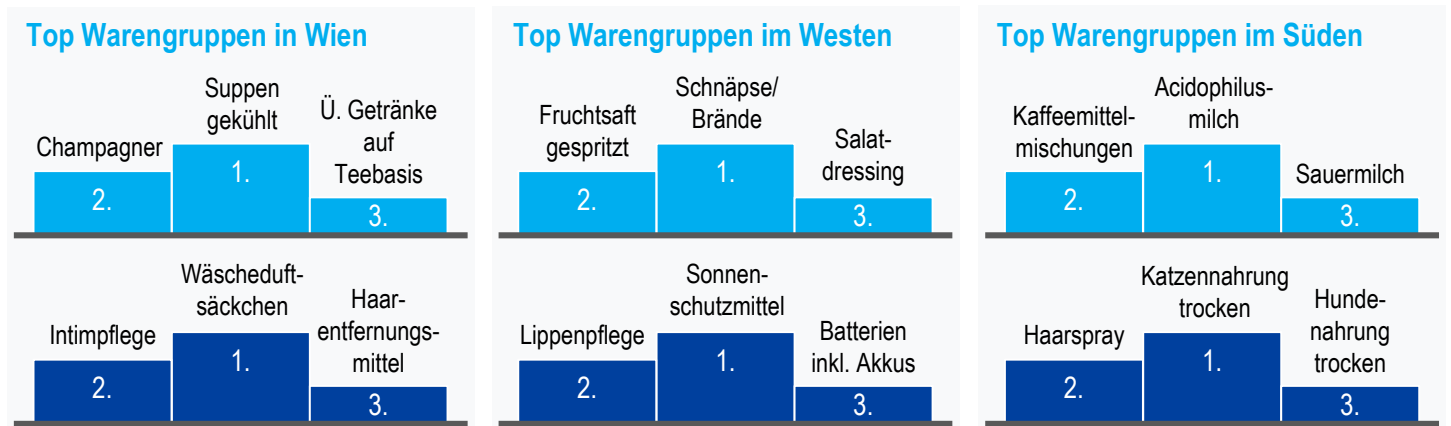
Quelle: Global Consumer Loyalty Survey 2019

BESONDERS BEI MOLKEREIPRODUKTEN



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 Süd: Steiermark, Kärnten, Osttirol und Südburgenland; LH bzw. LH+DFH exkl. H/L, MAT KW16/19

NIELSEN STORE CLUSTERING STUDIE 2019

