

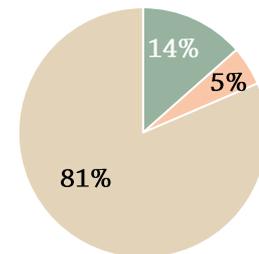
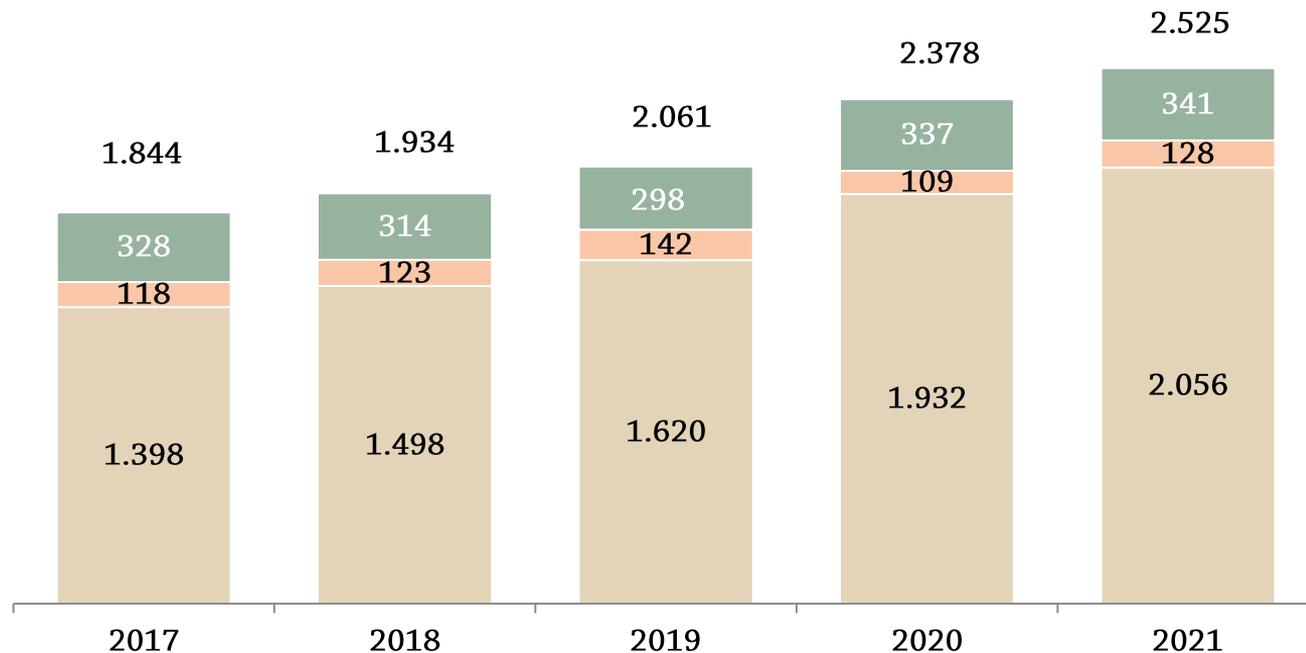
A photograph of fresh organic vegetables arranged on a dark wooden surface. In the foreground, there are several bright orange carrots with green tops, a few small round potatoes, and several red cherry tomatoes. In the background, a bunch of green leafy vegetables is visible, along with a white ceramic container holding more green herbs. The lighting is soft and natural, highlighting the textures of the produce.

GESAMTMARKT BIO

Entwicklung des Biomarkts in Österreich

Einkäufe in Mio. EUR

Chart 1



2021

- Direktvertrieb und Fachhandel
- Gastronomie
- Lebensmittel-einzelhandel*

* inkl. Biosupermärkte

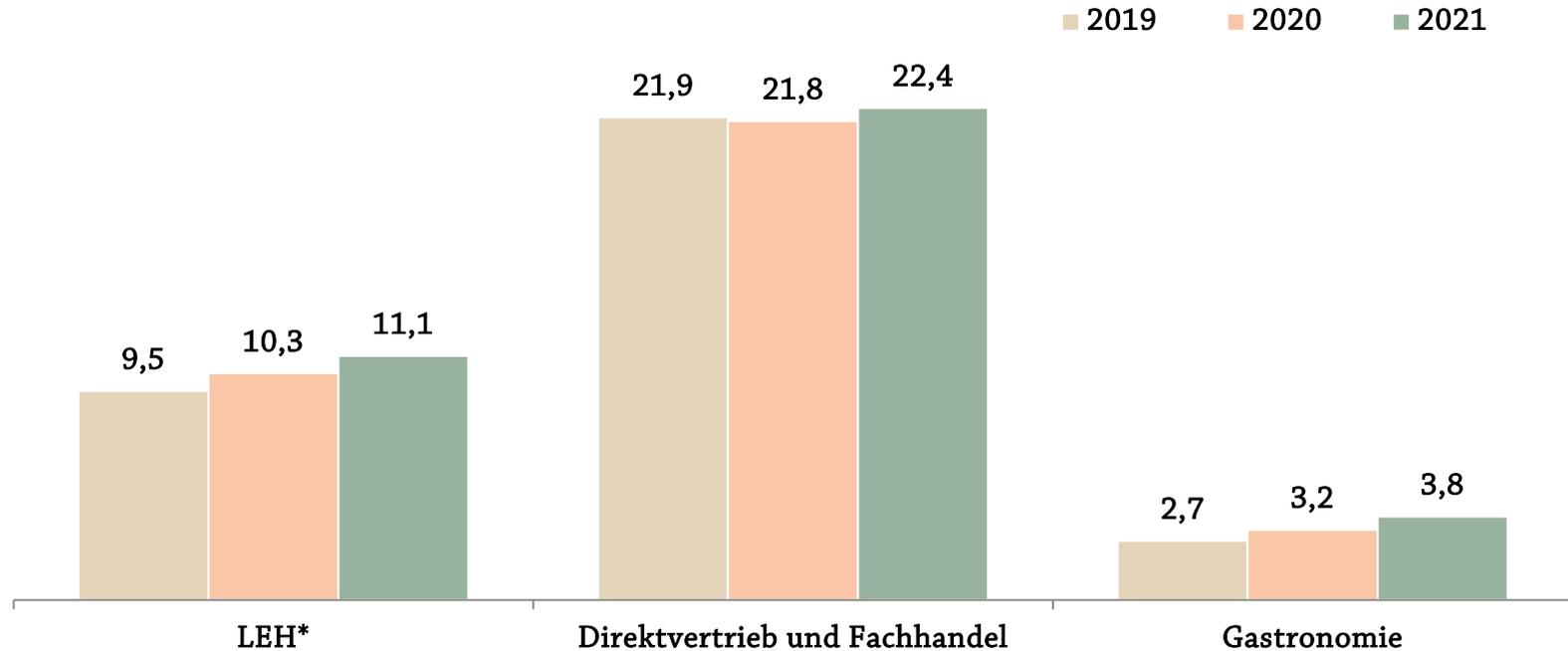
Quelle: NielsenIQ LH inkl. Hofer/Lidl, GfK, GASTRO-DATA, teilweise geschätzt

© AMA-Marketing 2022



Bioanteile am jeweiligen Markt

Wertmäßig in Prozent



* inkl. Biosupermärkte

Quelle: NielsenIQ LH inkl. Hofer/Lidl, GfK, GASTRO-DATA, teilweise geschätzt

© AMA-Marketing 2022

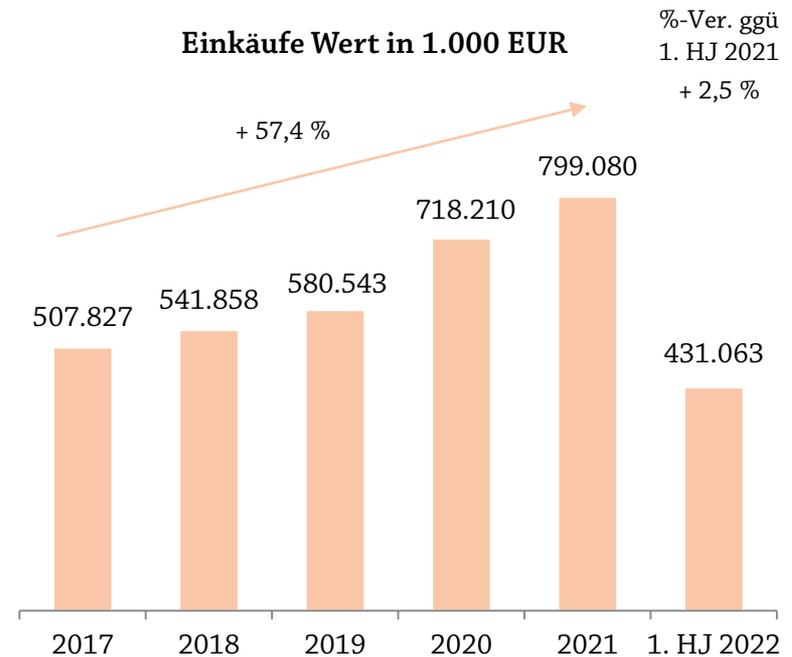
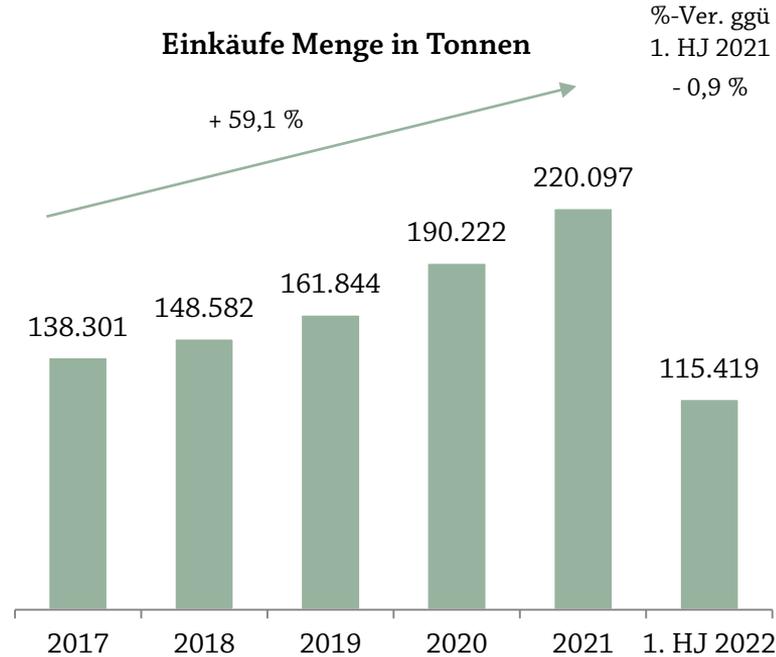
A photograph of fresh vegetables including potatoes, carrots, and tomatoes on a dark surface. The vegetables are arranged in a cluster, with some in the foreground and others in the background. The background is slightly blurred, showing more green leafy vegetables and a wooden surface.

HAUSHALTSEINKÄUFE IM LEH

RollAMA, 1. Halbjahr 2022

Marktentwicklung RollAMA Bioproducte

Lebensmitteleinzelhandel



* Alle RollAMA-Warenguppen: Weiße und Bunte Palette, Käse, Gelbe Fette, Fleisch & Geflügel, Wurst & Schinken, Frisch-/TK-/Sterilobst & -gemüse, Eier, Fertiggerichte, exkl. Brot

Preisentwicklung* der RollAMA-Warengruppen Bio vs. Konventionell im Lebensmitteleinzelhandel, 1. Halbjahr 2022

	BIO	Konventionell
	%-Ver. PREIS VJP	%-Ver. PREIS VJP
RollAMA Total	3,5	7,8
Weißer Palette (Trinkmilch, Joghurt, Obers, Topfen)	4,9	10,7
Bunte Palette (Fruchtjoghurt, Milchsüßgetränke, Desserts)	0,6	6,2
Käse	3,6	4,9
Gelbe Fette (Butter und Margarine)	8,2	25,6
Fleisch inkl. Geflügel	9,5	6,1
Wurst & Schinken	6,7	3,0
Frischobst	-0,4	7,6
Frischgemüse	1,6	10,1
Kartoffeln	0,1	19,0
Obst- und Gemüsekonserven	4,1	8,0
Tiefkühl Obst und Gemüse	-0,5	5,5
Eier	4,9	15,0
Fertiggerichte	0,1	1,0

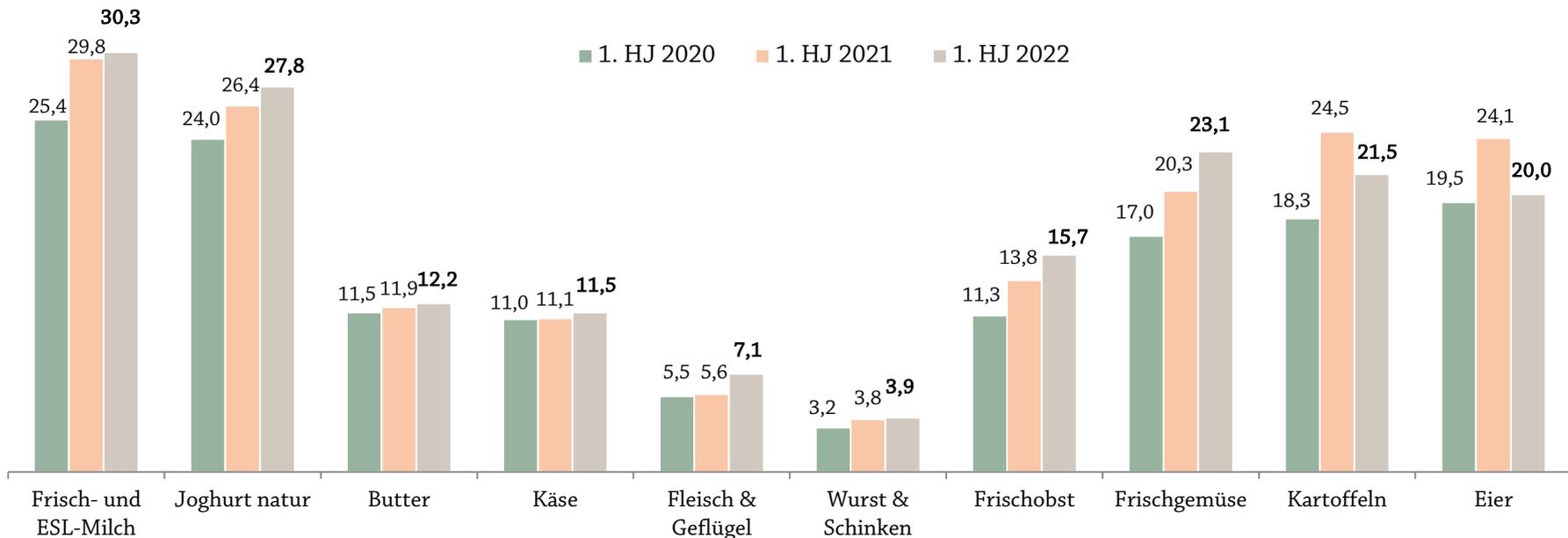
*) Über alle Produkte und Arten, nicht vergleichbar mit VPI

Quelle: © RollAMA/AMA-Marketing, n=2.800 Haushalte in A



Milch und Joghurt haben höchsten Bioanteil

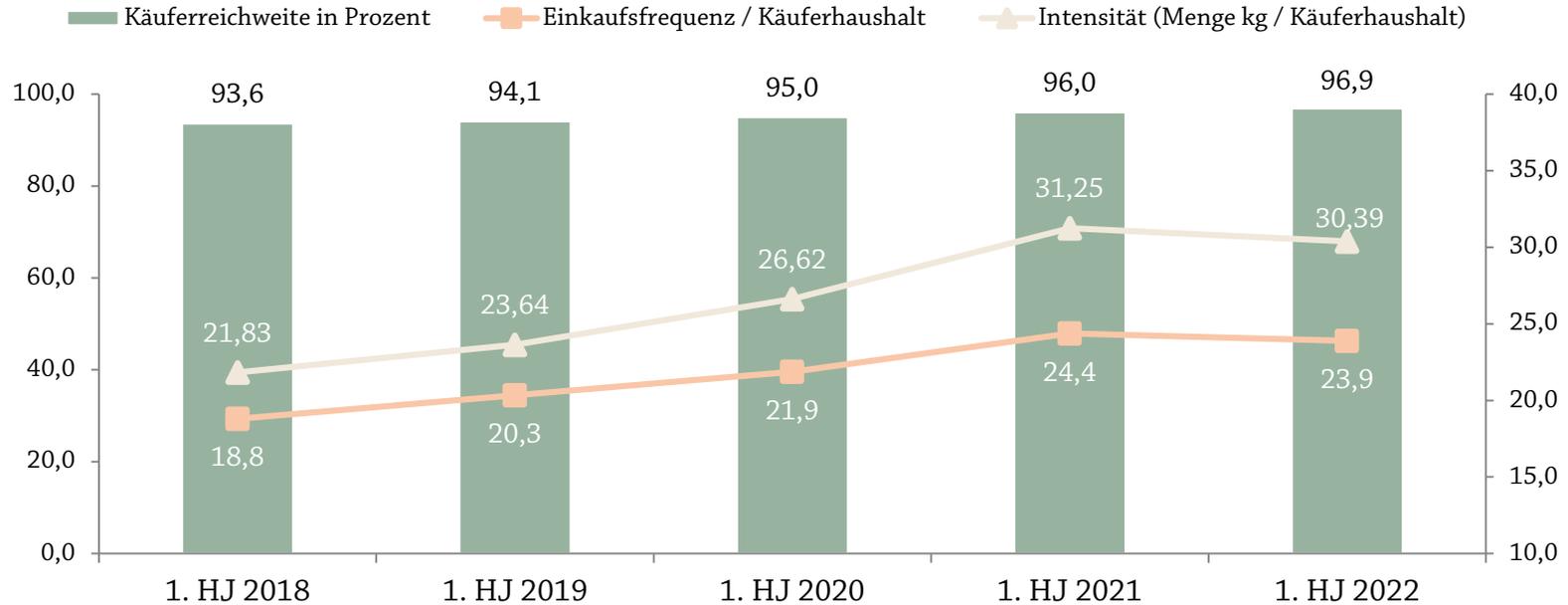
wertmäßige Bio-Anteile der Einkäufe im LEH in Prozent



* Alle RollAMA-Warengruppen: Weiße und Bunte Palette, Käse, Gelbe Fette, Fleisch & Geflügel, Wurst & Schinken, Frisch-/TK-/Sterilobst & -gemüse, Eier, Fertiggerichte, exkl. Brot

Fast jeder Österreicher kauft Bio

Lebensmitteleinzelhandel



* Alle RollAMA-Warengruppen: Weiße und Bunte Palette, Käse, Gelbe Fette, Fleisch & Geflügel, Wurst & Schinken, Frisch-/TK-/Sterilobst & -gemüse, Eier, Fertiggerichte, exkl. Brot

Quelle: © RollAMA/AMA-Marketing, n=2.800 Haushalte in A





DIE MOTIVE FÜR BIO-LEBENSMITTEL

QUALITATIVE ANALYSE

August 2022

Die Gründe Bio Lebensmittel zu verwenden

BIO LEBENSMITTEL SIND GESÜNDER

- Weniger Spritzmittel, Düngung

BIO LEBENSMITTEL HABEN BESSEREN GESCHMACK

- Vor allem bei Fleisch wird ein Unterschied bemerkt – aber auch bei Obst und Gemüse

LOKALE ANBIETER/ UNTERSTÜTZUNG DER BAUERN

- Biologische Lebensmittel mit weiten Transportwegen werden nicht als nachhaltig gesehen

TIERWOHL:

- Tiere werden als Lebewesen mit Respekt behandelt
- Aus lokaler Produktion: die Bauern haben einen Bezug zu den Tieren

NACHHALTIGIGKEIT:

- Bio ist Teil einer nachhaltigen Philosophie/ wird vom Kampf gegen den Klimawandel getrieben
- Respekt vor den anderen Lebewesen des Planeten/ respektvoller Umgang mit Ressourcen
- Biologische Lebensmittel mit weiten Transportwegen werden nicht als nachhaltig gesehen

Durchschnitts-
konsumenten

Heavy User

Entwicklung in den letzten 10 Jahren



In den letzten 10 Jahren gab es eine deutliche Steigerung der Verwendung biologischer Lebensmittel

- Häufigkeit und Regelmäßigkeit der Verwendung biologischer Nahrungsmittel haben sich verstärkt
- Deutlich verbesserte Verfügbarkeit: In allen Einkaufsquellen – von Supermärkten über Diskonter bis zu Bauernmärkten – wurde das Bio-Angebot ausgebaut
- Die Entwicklung der Klimakrise/ das Bewusstsein für CO2 Fußabdruck/ der Nachhaltigkeitsgedanke haben den Trend zu Bio-Qualität und Regionalität verstärkt – vor allem die junge Generation treibt diese Entwicklung
- Das Bewusstsein gegenüber Massentierhaltung ist enorm gestiegen, durch Tierschutzbewegungen, Medienberichte, Bücher, Filme
- Generell mehr Aufklärung und verstärkter öffentlicher Diskurs - das Thema ist auch in den Schulen sehr präsent und das führte zu einem höheren Bewusstsein der jüngeren Menschen