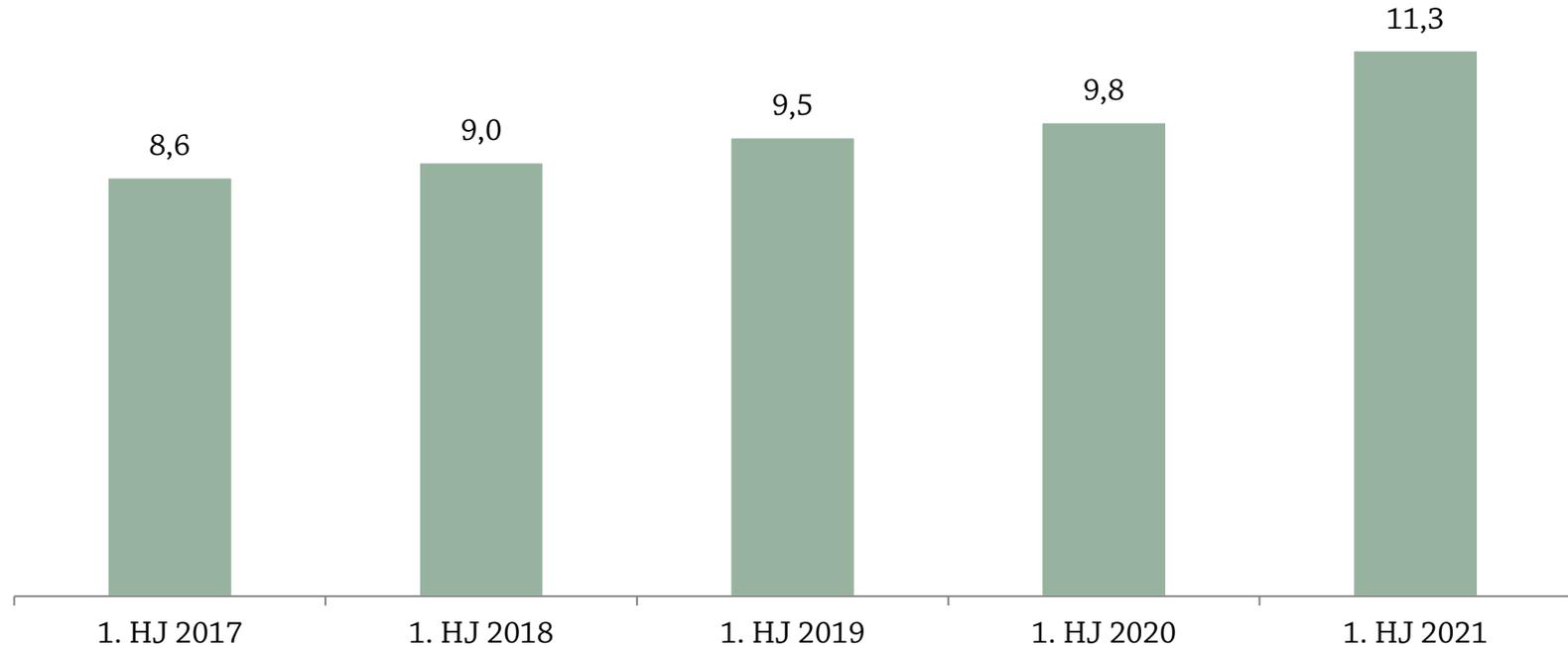


# Entwicklung der Bioanteile

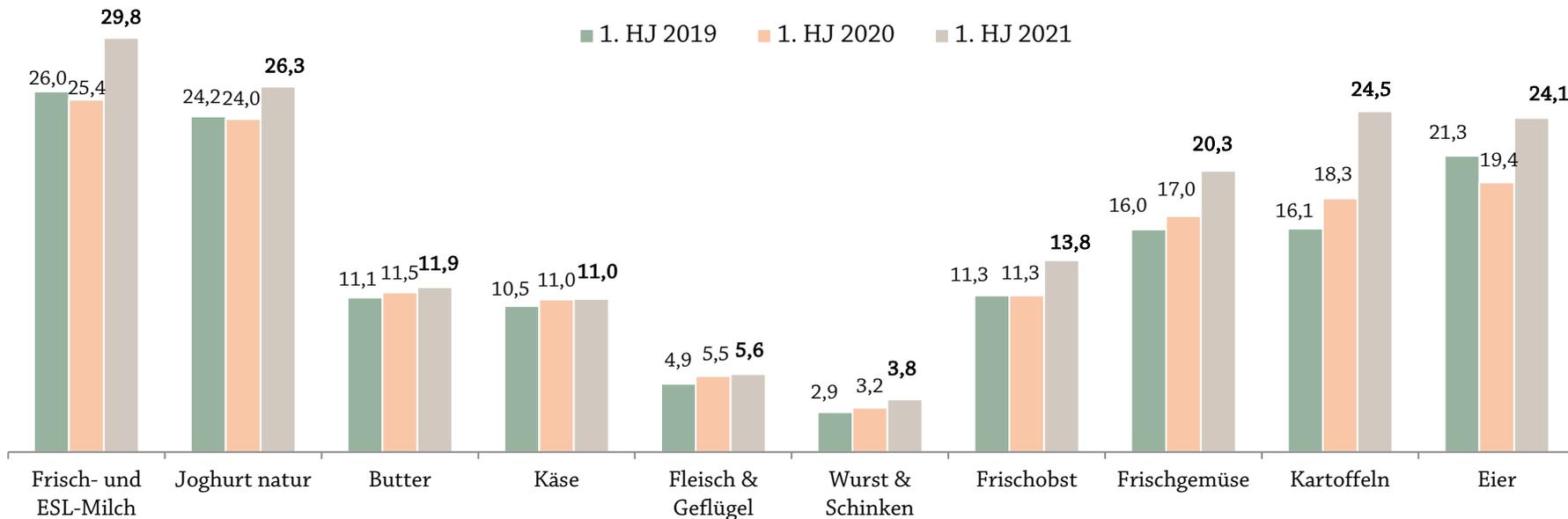
wertmäßige Bio-Anteile der Einkäufe im LEH in Prozent



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

# Milch und Joghurt haben höchsten Bioanteil

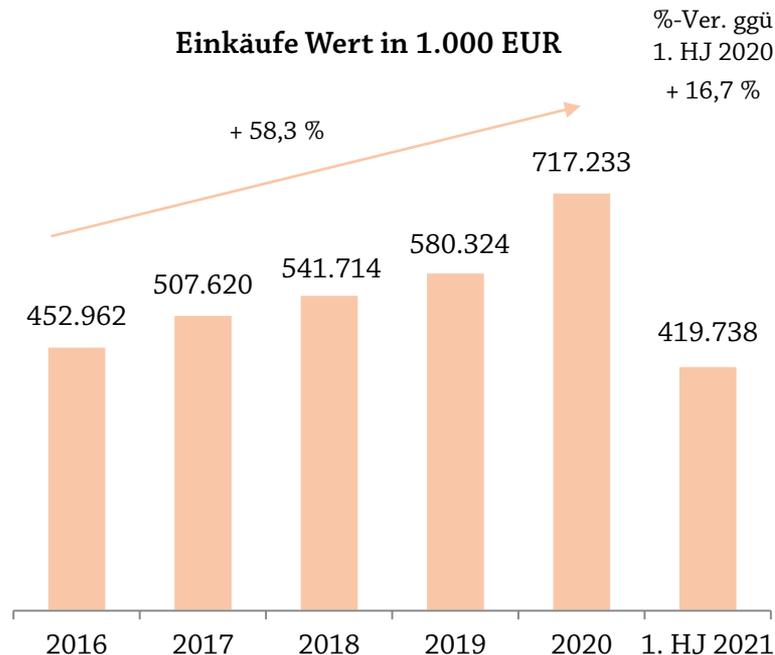
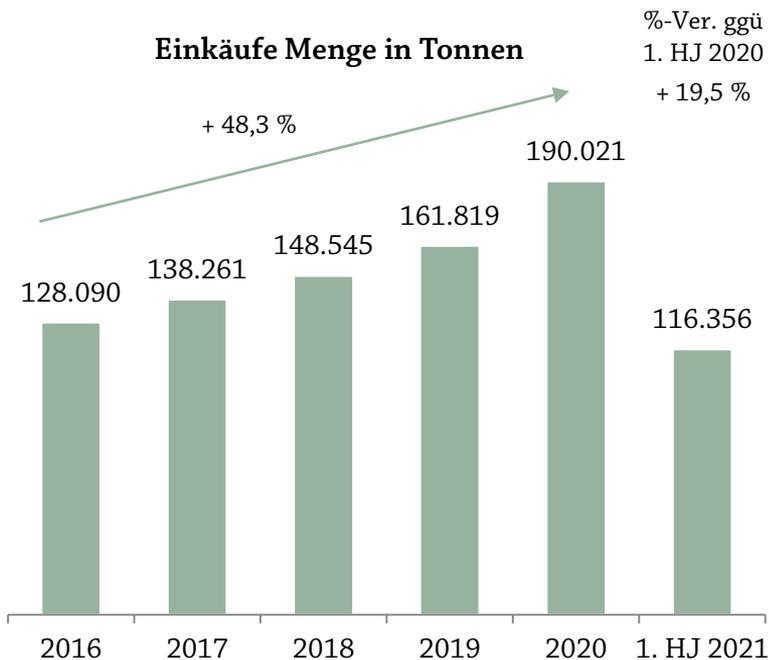
wertmäßige Bio-Anteile der Einkäufe im LEH in Prozent



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

# Marktentwicklung RollAMA Bioproducte

## Lebensmitteleinzelhandel

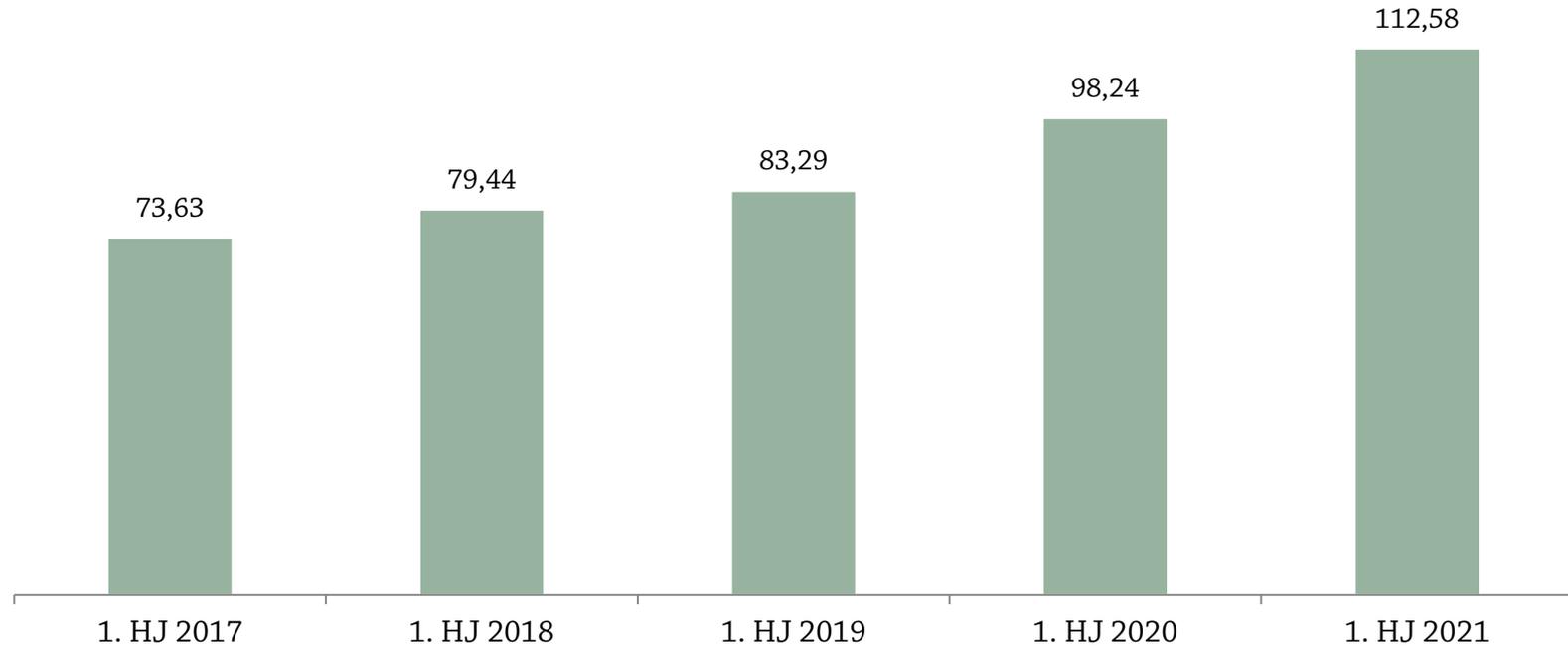


\* Alle RollAMA-Warengruppen: Weiße und Bunte Palette, Käse, Gelbe Fette, Fleisch & Geflügel, Wurst & Schinken, Frisch-/TK-/Sterilobst & -gemüse, Eier, Fertiggerichte, exkl. Brot

# Ausgaben für Bioprodukte

## in Euro je Käuferhaushalt, RollAMA Total, LEH

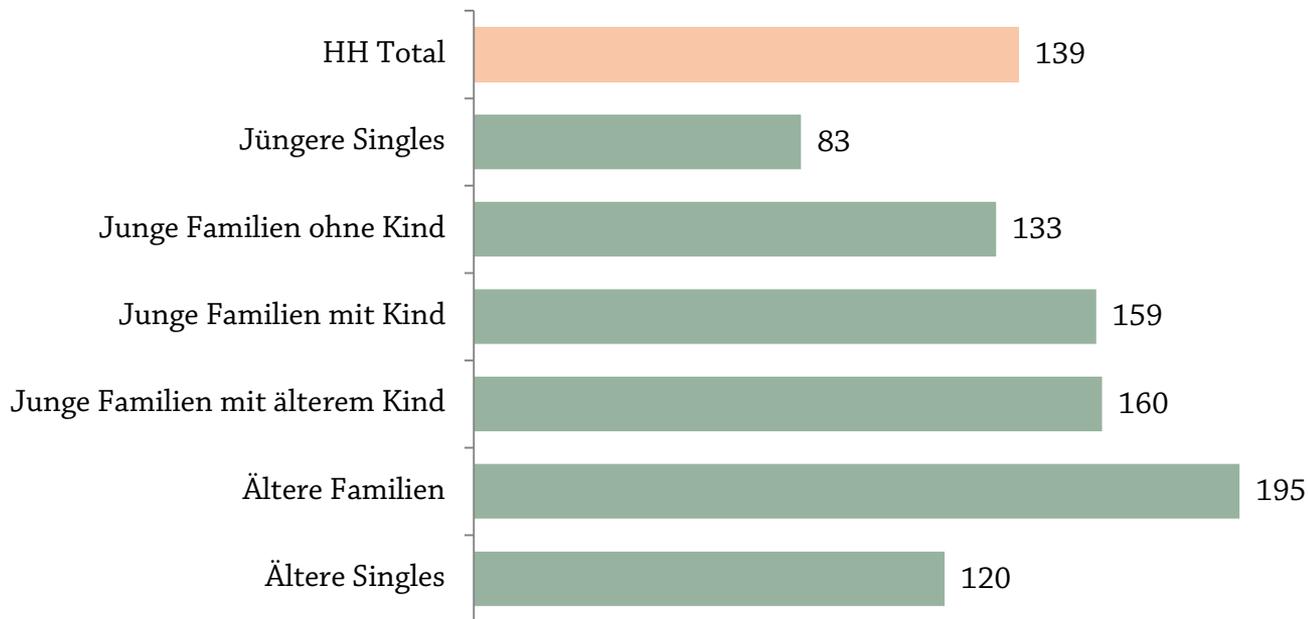
%-Ver. ggü  
1. HJ 2020  
+ 14,6 %



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

# Bio-Haushalte: Ältere Familien

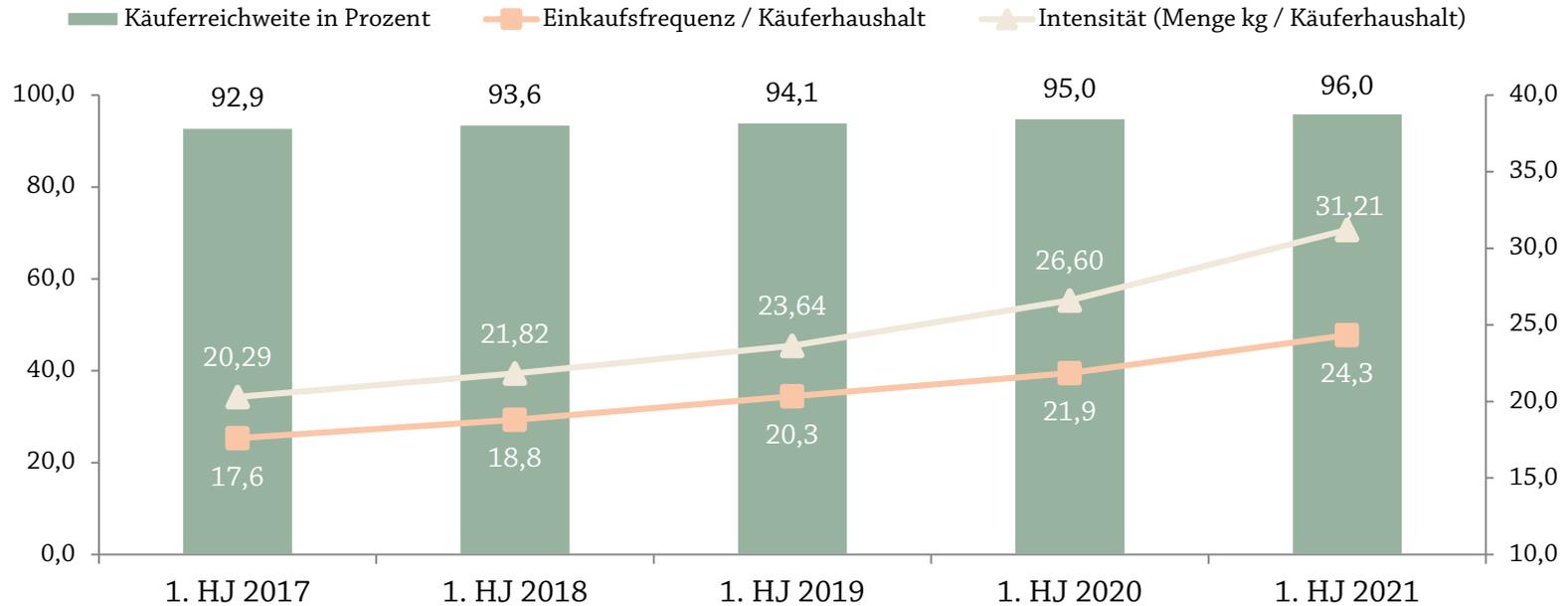
Ø Ausgaben im Käuferhaushalt in EUR für RollAMA Total Bio, 1. Halbjahr 2021



\* 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, Intensität steigt

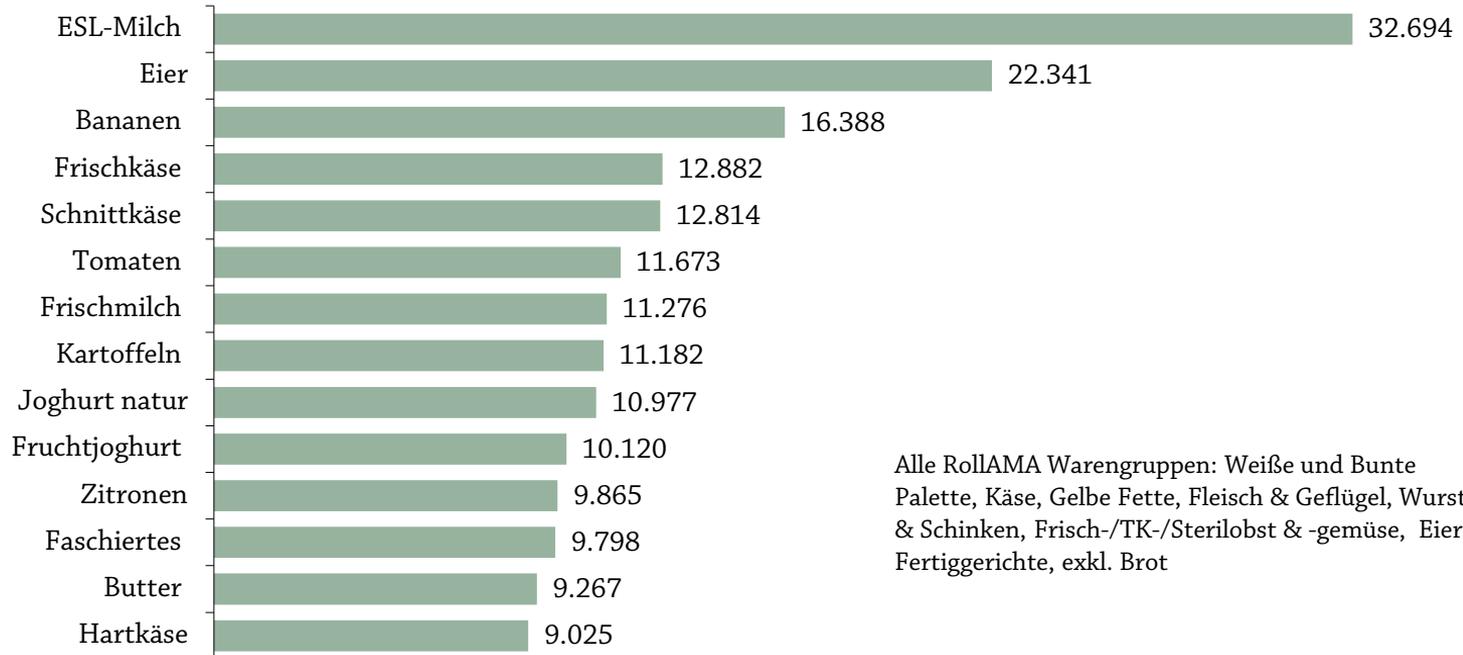
## Lebensmitteleinzelhandel



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

# Top RollAMA Bioproducte 1. Halbjahr 2021

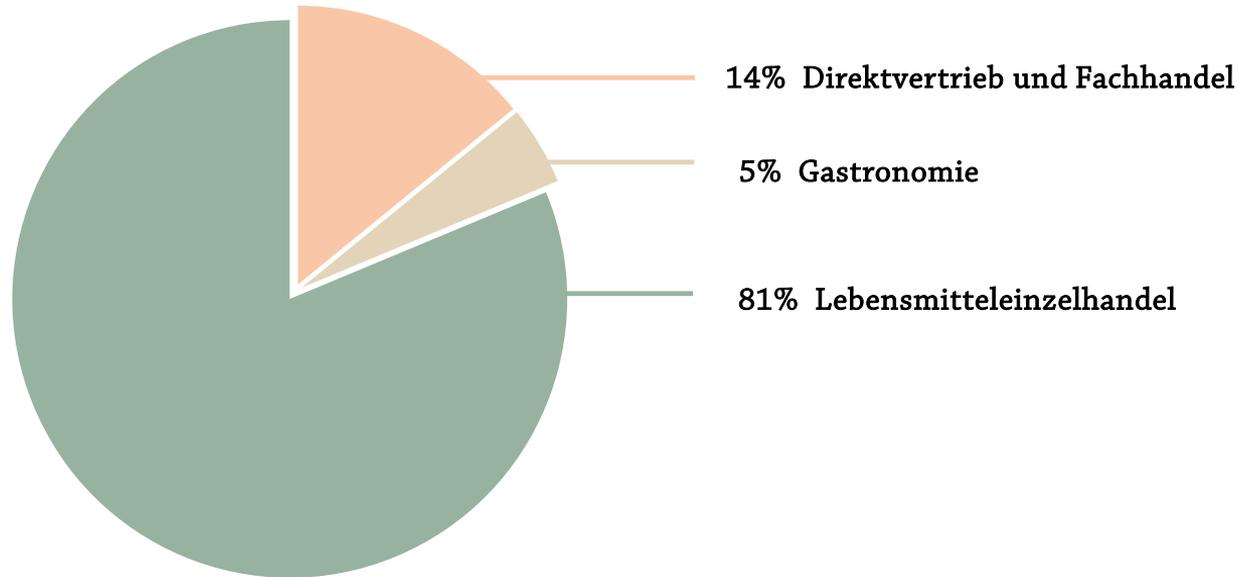
im Lebensmitteleinzelhandel, Wert in 1.000 Euro



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

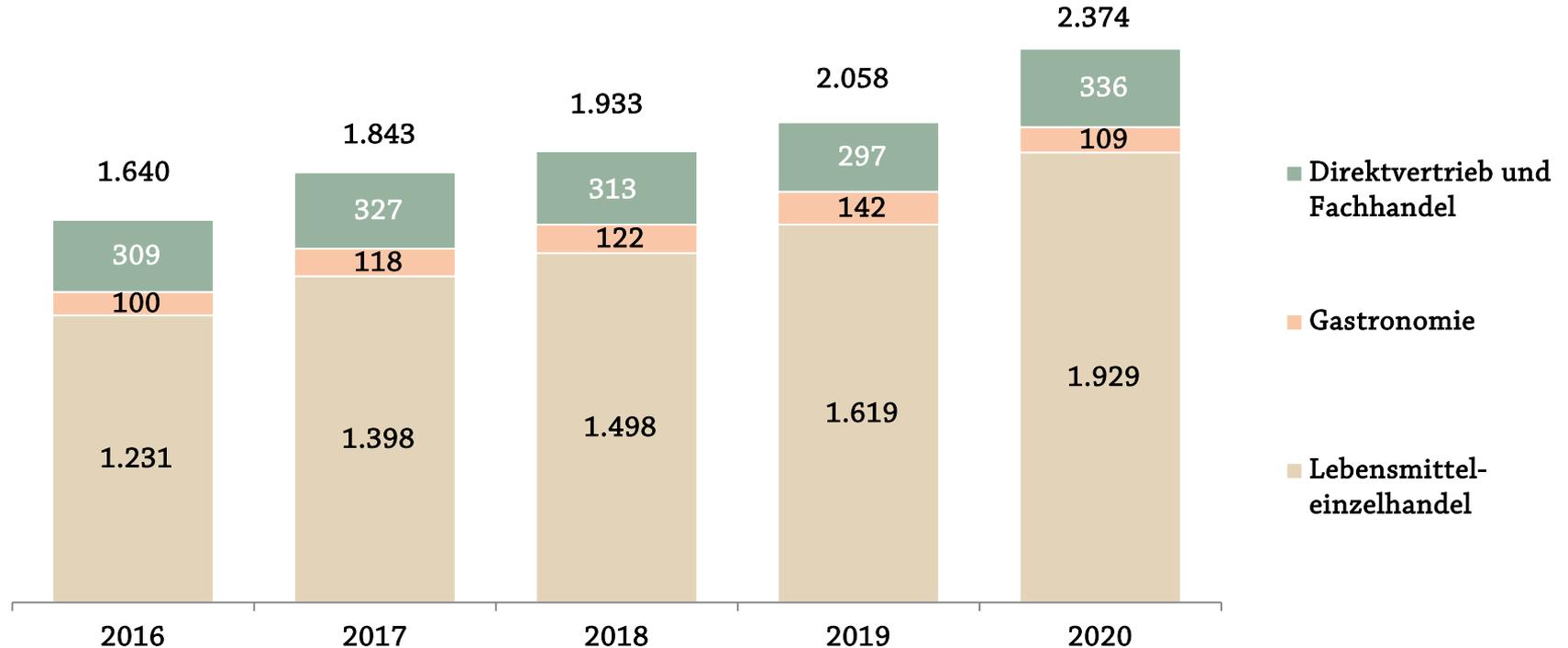
# Einkauf von Biolebensmitteln in Österreich 2020

Gesamtwert: 2.374 Mio. EUR



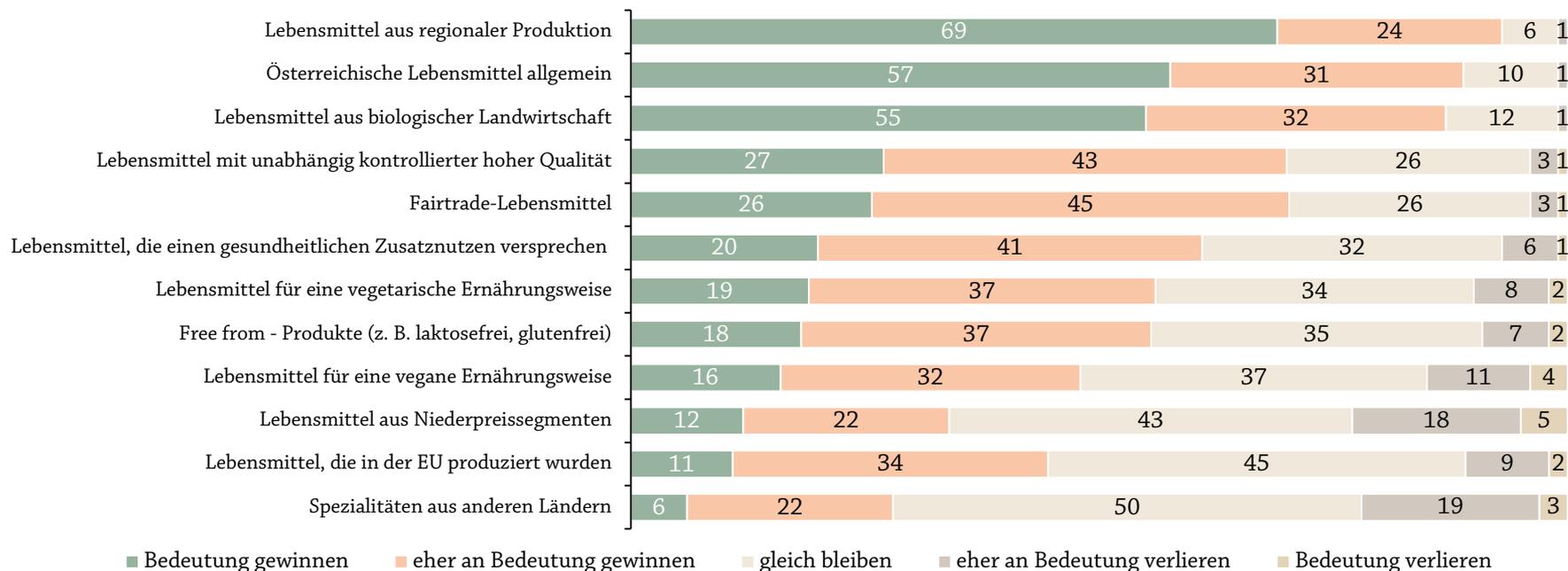
# Entwicklung des Biomarkts in Österreich

Einkäufe in Mio. EUR



# Regional und Bio gewinnen an Bedeutung

Blicken Sie nun bitte in die Zukunft: Was meinen Sie, wird die Bedeutung folgender Lebensmittel in Zukunft an Bedeutung gewinnen, gleichbleiben oder an Bedeutung verlieren?



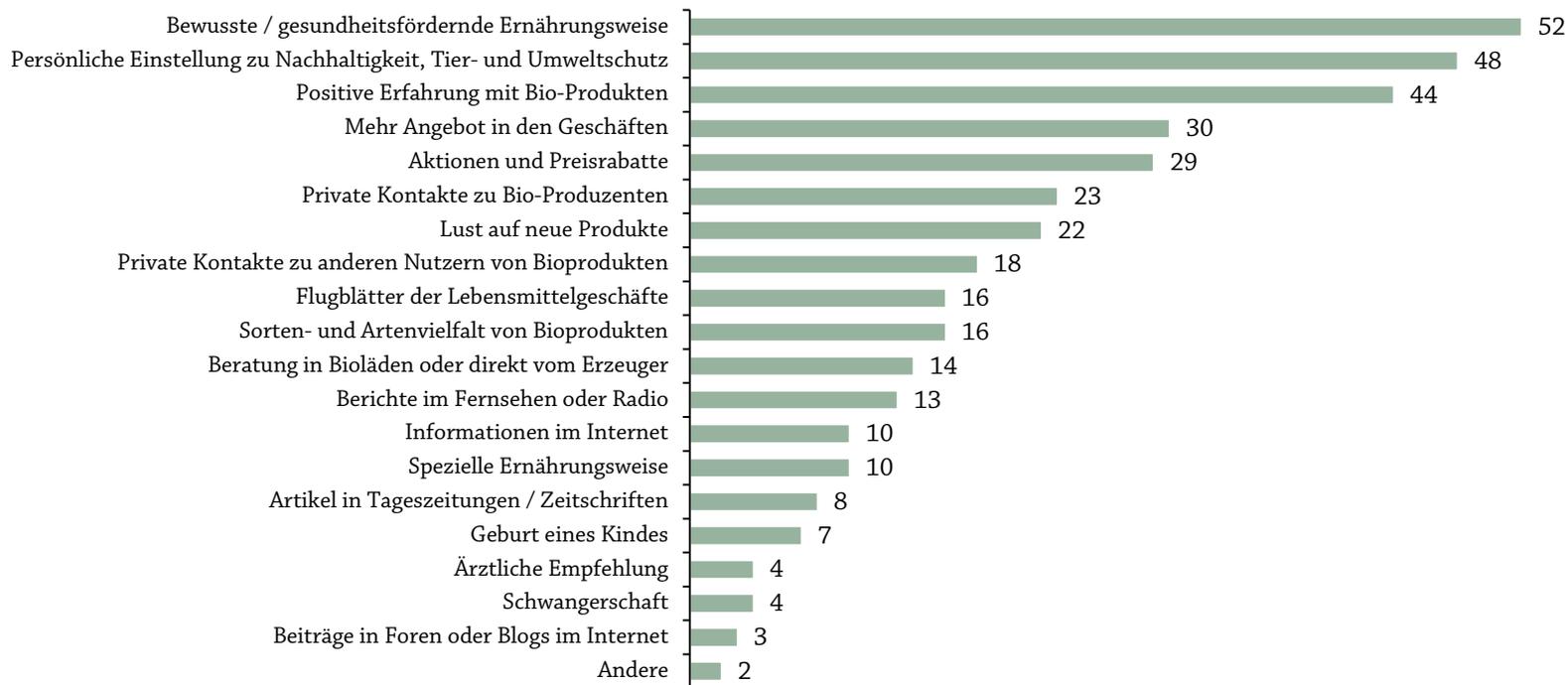
10 Angaben in %, n=2.007

Quelle: RollAMA Motivanalyse April 2021 / AMA-Marketing



# Bewusste Ernährung weckt das Interesse an Bioprodukte

Was hat bislang Ihr Interesse an Bioprodukten geweckt bzw. gestärkt?



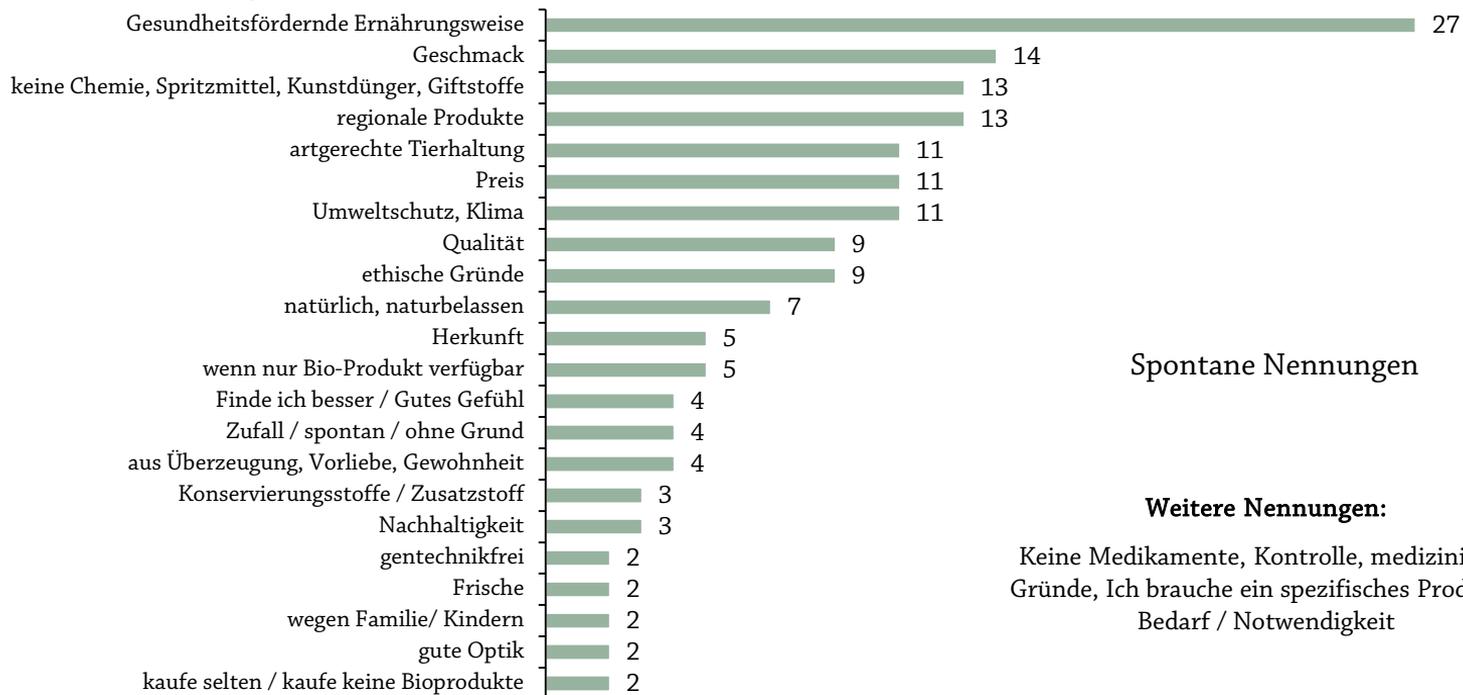
11 Angaben in %, n=1.874, Basis: Personen die zumindest selten Bio-Lebensmittel kaufen

Quelle: RollAMA Motivanalyse April 2021 / AMA-Marketing



# Gesundheitsfördernde Ernährungsweise ist wichtigstes Kaufmotiv

Was gibt für Sie den Ausschlag zum Kauf von Bioprodukten? Bitte nennen Sie uns Ihre Gründe, warum Sie Bioprodukte kaufen.



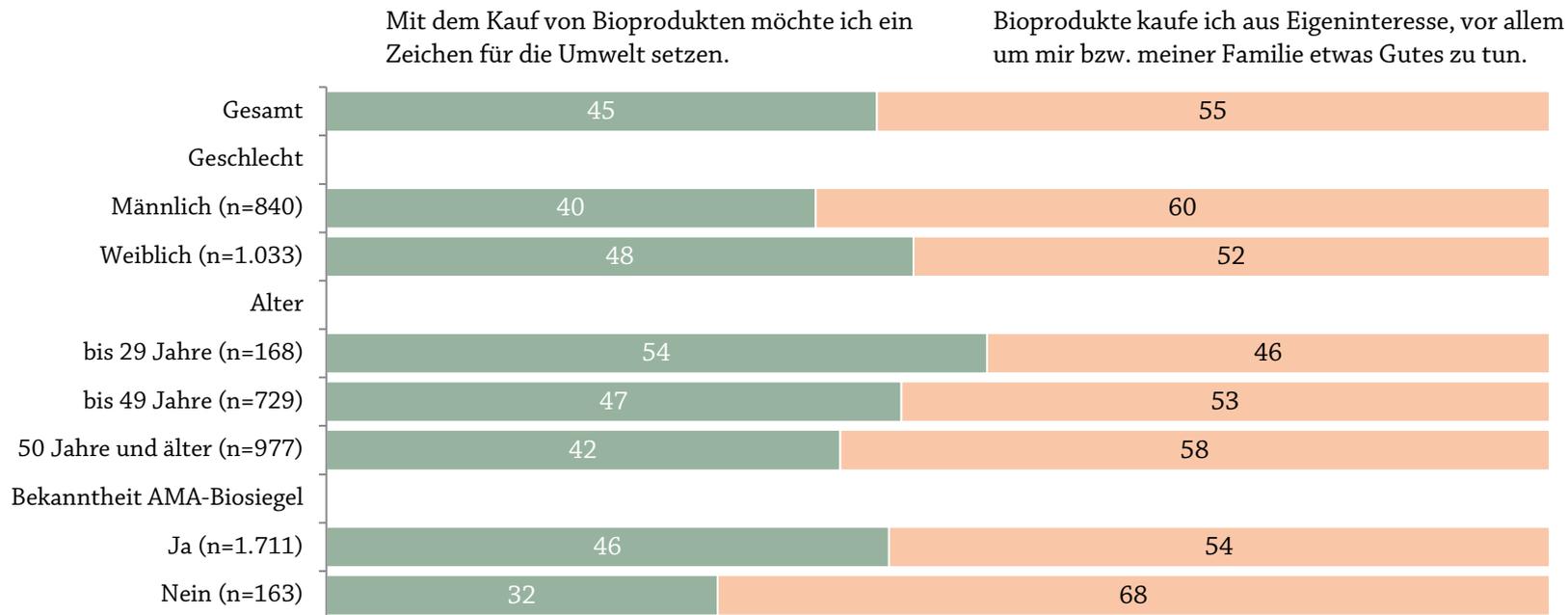
Spontane Nennungen

Weitere Nennungen:

Keine Medikamente, Kontrolle, medizinische Gründe, Ich brauche ein spezifisches Produkt / Bedarf / Notwendigkeit

# Junge Frauen möchten mit Bioprodukten ein Zeichen für die Umwelt setzen

Welcher Aussage des Aussagenpaares stimmen Sie persönlich eher zu?



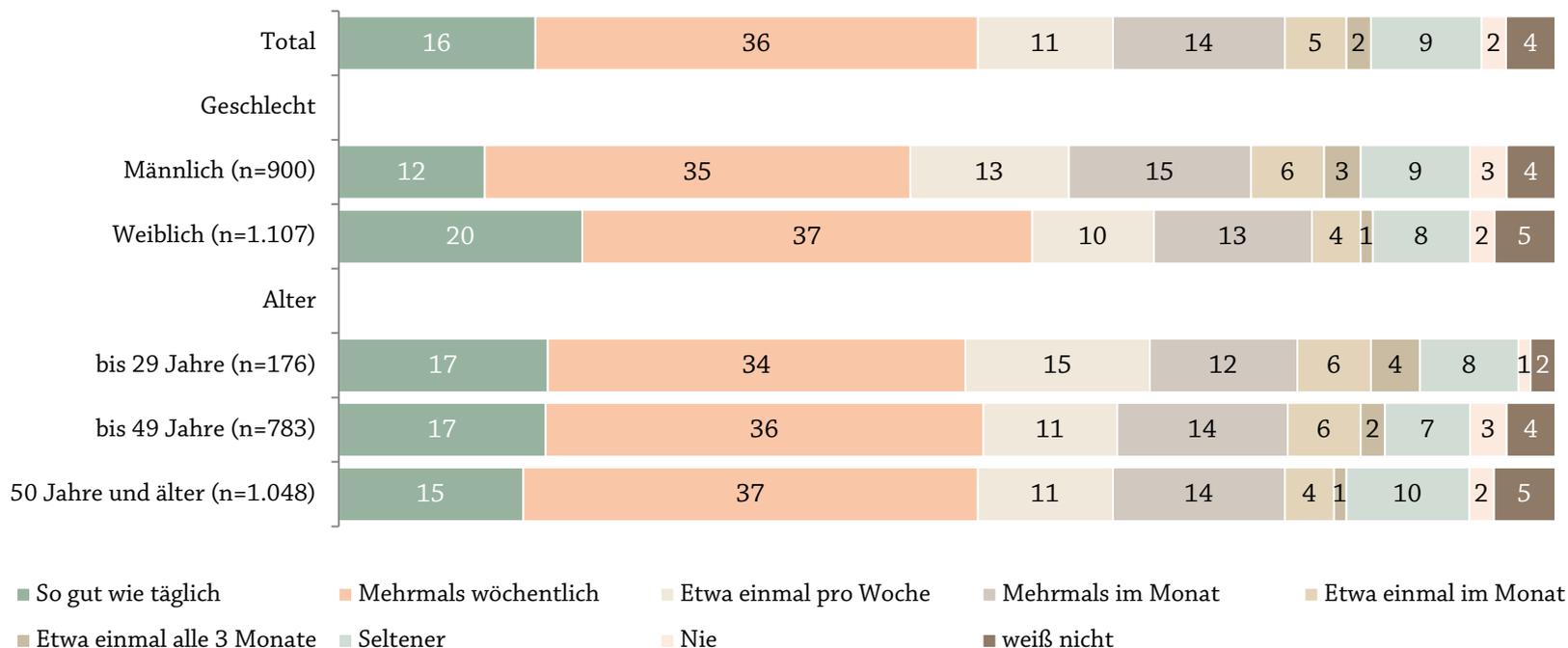
13 Angaben in %, n=1.874, Basis: Personen die zumindest selten Bio-Lebensmittel kaufen

Quelle: RollAMA Motivanalyse April 2021 / AMA-Marketing



# Frauen konsumieren öfter Bio-Lebensmittel als Männer

Wie häufig konsumieren Sie Bio-Lebensmittel?



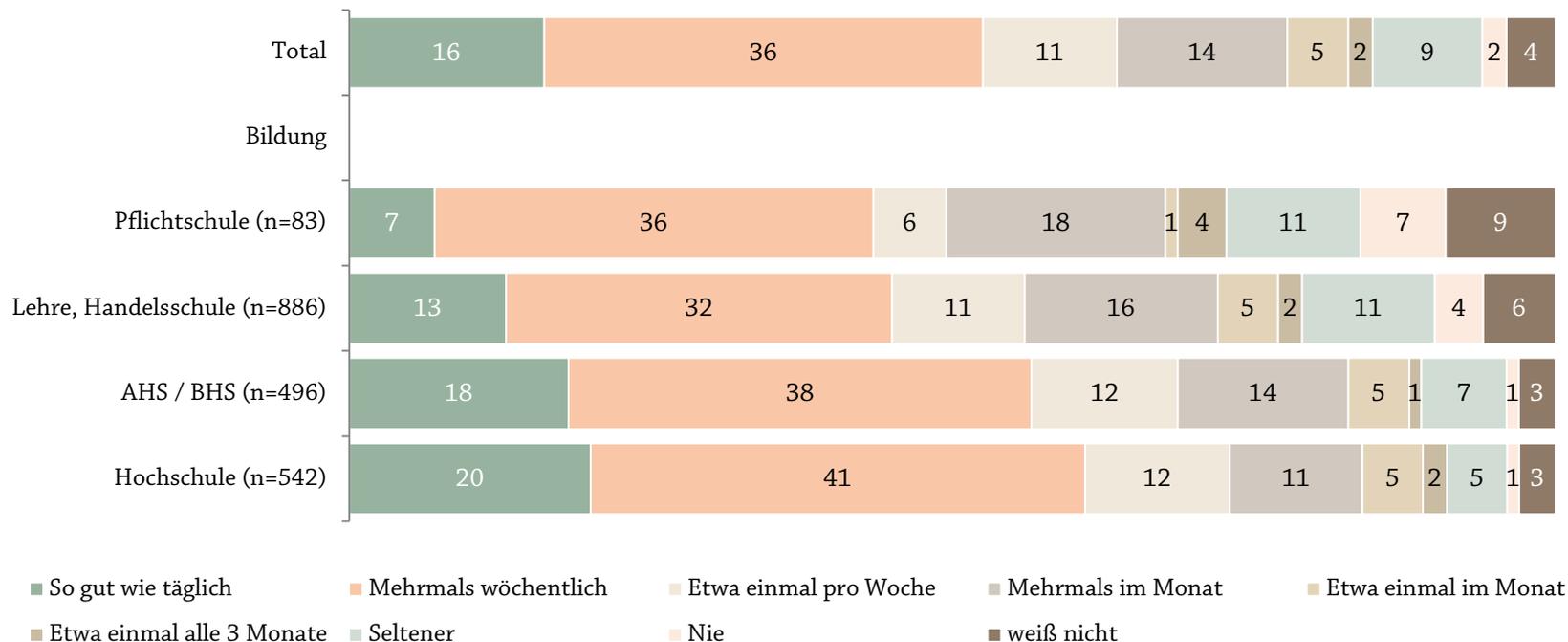
14 Angaben in %, n=2.007

Quelle: RollAMA Motivanalyse April 2021 / AMA-Marketing



# Je höher die Bildung, umso öfter wird Bio konsumiert

Wie häufig konsumieren Sie Bio-Lebensmittel?



15 Angaben in %, n=2.007

Quelle: RollAMA Motivanalyse April 2021 / AMA-Marketing

