



## PRESSEMITTEILUNG

### Elf Prozent Bio im Supermarkt

Gründe für den Griff zu Bio: sich gut ernähren und der Umwelt etwas Gutes tun

*(Wien, 1. September 2021) Corona hat der Nachfrage nach Bio einen zusätzlichen Turbo verliehen. Mehr als elf Prozent der frischen Lebensmittel im Lebensmitteleinzelhandel werden in Bio-Qualität gekauft. Das zeigen die aktuellen Zahlen aus dem RollAMA-Haushaltspanel<sup>\*)</sup>. Eine aktuelle Motivanalyse liefert die Gründe, warum Konsumenten zu Bio greifen: Sie wollen sich gut ernähren und der Umwelt etwas Gutes tun.*

Der Anteil an frischen Bio-Lebensmitteln (exkl. Brot und Gebäck) hat mit mehr als elf Prozent im ersten Halbjahr 2021 einen neuerlichen Rekord erreicht (Chart 1). „Corona hat die Menschen noch aufgeschlossener für die Qualität von Lebensmitteln gemacht. Bio-Produkte können davon besonders profitieren“, erklärt Michael Blass, Geschäftsführer der AMA-Marketing. Den höchsten Bio-Anteil im österreichischen LEH verbuchen die Sortimente Milch und Naturjoghurt. Fast jedes dritte Produkt dieser Kategorie wurde biologisch produziert. Erdäpfel, Eier und Frischgemüse liegen ebenfalls weit über dem Durchschnitt. Jedes zehnte Produkt in den Warengruppen Obst, Butter und Käse stammt aus biologischer Landwirtschaft. Bio-Fleisch und Bio-Geflügel haben in den ersten sechs Monaten dieses Jahres leicht zugelegt. Auch der Bio-Anteil von Wurst und Schinken ist gestiegen (Chart 2).

### 113 Euro pro Haushalt im ersten Halbjahr

Insgesamt machte der Lebensmitteleinzelhandel (LEH) 2020 mit Bio-Frischwaren exkl. Brot und Gebäck Umsätze im Wert von 717 Mio. Euro. Die Zahlen des ersten Halbjahrs 2021 (420 Mio. Euro) lassen mit einem Plus von fast 17 Prozent darauf hoffen, dass am Ende des heurigen Jahres ein weiterer Umsatzrekord zu erwarten ist. Auch die Menge steigt kontinuierlich. Von Jänner bis Juni wurde mengenmäßig fast zwanzig Prozent mehr Bio eingekauft als in der Vorjahresperiode, die von strengen Lockdowns und der geschlossenen Gastronomie geprägt war (Chart 3). 113 Euro hat ein Haushalt im ersten Halbjahr durchschnittlich für Bio-Produkte im LEH ausgegeben (Chart 4). Besonders bio-affin sind ältere Familien und junge Familien mit Kindern. Sie kauften deutlich mehr Bio-Lebensmittel ein als der Durchschnitt (Chart 5).

*\*) Die RollAMA ist die rollierende Agrarmarktanalyse der AMA-Marketing in Zusammenarbeit mit der GfK und KeyQUEST Marktforschung. Basis ist das GfK-Haushaltspanel. Dabei führen 2.800 österreichische Haushalte Aufzeichnungen über ihre Einkäufe im Lebensmitteleinzelhandel. Die RollAMA-Daten umfassen die Warengruppen Fleisch und Geflügel, Wurst, Milch und Milchprodukte, Käse, Obst, Gemüse, Erdäpfel, Eier, Tiefkühlprodukte, Fertiggerichte, aber nicht Brot und Gebäck.*

**Agrarmarkt Austria Marketing GesmbH**  
Dresdner Straße 68a  
1200 Wien, Postfach 214  
UID ATU39009407  
Firmenbuchnummer 135101d, HG Wien  
Zertifiziert nach: ISO 9001:2015,  
ISO 14001:2015, EMAS

Telefon +43 50 3151-404  
Telefax +43 50 3151-499  
[manuela.schuerr@amainfo.at](mailto:manuela.schuerr@amainfo.at)  
[www.amainfo.at](http://www.amainfo.at)



### **So gut wie jeder Haushalt kauft Bio**

Nahezu jeder Haushalt in Österreich kaufte in den vergangenen Monaten mindestens einmal ein Bio-Produkt. Das zeigt die extrem hohe Käuferreichweite von 96 Prozent. Bei durchschnittlich 24 Einkaufsfällen landeten insgesamt 31 Kilo Bio-Lebensmittel im Wagerl. Es steigt also nicht nur die Frequenz, sondern auch die Intensität (Chart 6). Umsatzstärkstes Bio-Produkt war im ersten Halbjahr ESL-Milch, gefolgt von Eiern und Bananen (Chart 7).

### **Lebensmittelhandel ist wichtigster Vertriebsweg**

Ein Blick auf den Bio-Gesamtmarkt, der alle Vertriebswege und Produkte beinhaltet, zeigt die Bedeutung des Lebensmitteleinzelhandels. 81 Prozent aller Bio-Lebensmittel werden über den LEH vertrieben und zu Hause konsumiert, 14 Prozent über den Direktvertrieb und den Fachhandel, fünf Prozent des Bio-Gesamtmarktes entfallen auf die Gastronomie (Chart 8). Insgesamt stieg der Verkauf von Biolebensmitteln in Österreich seit 2016 von 1,6 auf 2,4 Milliarden Euro (Chart 9).

### **Gründe für Bio: sich gut ernähren**

In einer Motivanalyse wollte die AMA die Einstellungen zu Bio erkunden und fragte, welche Lebensmittel künftig an Bedeutung gewinnen werden. Lebensmittel aus der Region, aus Österreich und Bio-Produkte wurden dabei am häufigsten genannt (Chart 10). Der Wunsch, sich gut zu ernähren, weckt bei vielen das Interesse an Bio. Nachhaltigkeit, Tier- und Umweltschutz sind ebenfalls vielfach ein Anlass, sich mit Bio zu beschäftigen. Motivierend wirkt auch eine positive Erfahrung mit Bio-Produkten. Angebote in den Geschäften und Aktionen schaffen Anreize, sich für Bio zu interessieren (Chart 11). Gefragt nach dem konkreten Kaufmotiv liegt die eigene Ernährungsweise an erster Stelle, gefolgt vom Geschmack und dem Verzicht auf chemisch-synthetische Dünge- und Pflanzenschutzmittel in der biologischen Landwirtschaft (Chart 12).

### **Frauen kaufen häufiger Bio**

Junge Frauen kaufen Bio-Produkte auch aus ideellen Beweggründen. Sie wollen damit ein Zeichen für die Umwelt setzen (Chart 13) und konsumieren Bio-Lebensmittel auch besonders häufig. Zwanzig Prozent der befragten Frauen gönnen sich so gut wie täglich ein Bio-Produkt, 37 Prozent mehrmals in der Woche (Chart 14). Eine höhere Ausbildung verstärkt die Konsumhäufigkeit von Bio-Lebensmitteln (Chart 15).



### **Bio-Aktionstage im September**

Der September steht bei der AMA ganz im Zeichen von Bio. Im Zuge der Bio-Aktionstage sind für heuer drei Schwerpunkte geplant: eine Blogger-Tour, eine Volksschulaktion und eine Online-Rätselrallye. Fünf Wochen lang werden Blogger durch Österreich touren, Bio-Betriebe besuchen und darüber berichten. Die Bio-Volksschulaktion richtet sich an Schüler der vierten Klasse Volksschule.

„Wir stellen Materialien zum Thema Bio zur Verfügung, die in unterschiedlichen Unterrichtsfächern eingesetzt werden können“, erklärt Barbara Köcher-Schulz, Bio-Managerin der AMA. Die Bio-Aktionstage werden von Inseraten und Advertorials in reichweitenstarken Publikums- und Fachmedien begleitet. Ein TV-Spot läuft bereits seit 16. August bis Mitte September und erklärt in Stil eines aufklappbaren Buches die wichtigsten Kriterien der biologischen Landwirtschaft.

Mehr unter [www.bioinfo.at](http://www.bioinfo.at)

### Rückfragehinweis:

Manuela Schürr, Unternehmenskommunikation

Tel. +43 664 83 76 178, [manuela.schuerr@amainfo.at](mailto:manuela.schuerr@amainfo.at)

---

Die AMA-Marketing GesmbH ist die österreichische Plattform für Qualität, Absatzförderung und Kommunikation bei landwirtschaftlichen Erzeugnissen und Lebensmitteln. Sie zeichnet Spitzenleistungen in der Lebensmittelwirtschaft mit dem AMA-Gütesiegel und dem AMA-Biosiegel aus. Ihre Aufgaben sind gesetzlich geregelt. Die Finanzierung erfolgt über Agrarmarketingbeiträge der Landwirte, Mittel der Europäischen Union sowie Gebühren der Lizenznehmer.