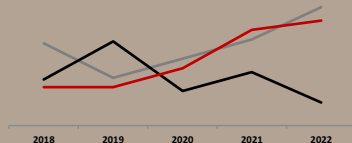
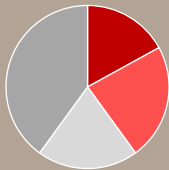
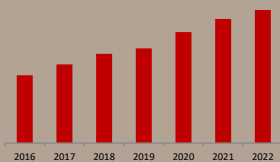


A scenic mountain landscape featuring a calm lake nestled in a valley. The surrounding mountains are steep and rugged, with patches of snow and green vegetation. The sky is blue with scattered white clouds. The overall atmosphere is serene and majestic.

PRESSEGESPRÄCH

CHARTS AMA-MARKETING

Das RollAMA - Haushaltspanel



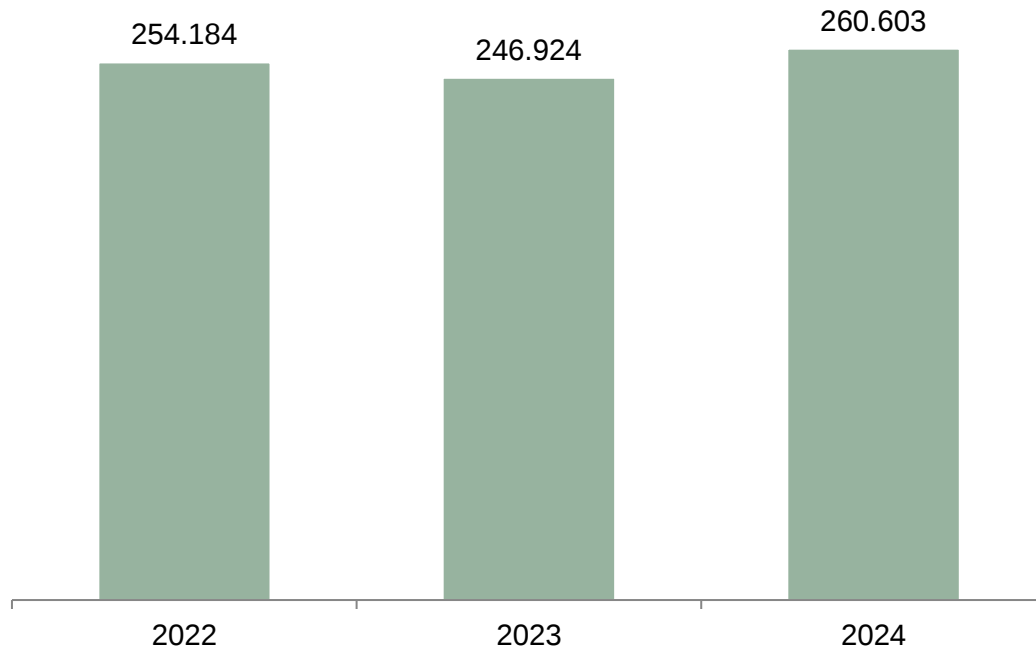
- **RollAMA** = Rollierende AgrarMarktAnalyse
- **Haushaltspanel** im Auftrag der AMA-Marketing GesmbH
- **Datenbasis:** YouGov (vormals GfK) Consumer Panel Austria
- **Datenauswertung:** KeyQUEST Marktforschung
- **Produktgruppen:** Milch, Milchprodukte, Fleisch, Wurst, Frischobst, Frischgemüse, Kartoffeln, Eier, TK-Obst & -Gemüse, Obst & Gemüse-Konserven, Fertiggerichte, pflanzliche Alternativen, Brot und Gebäck sowie weitere Getreideerzeugnisse
- **Abdeckung:** Einkäufe für den Haushaltskonsum, nicht enthalten: Außer Haus-Konsum, Individualverzehr
- **Stichprobe:** 2.800 Haushalte / Jahr

Marktentwicklung RollAMA Bioprodukte

im Lebensmitteleinzelhandel, RollAMA Total*

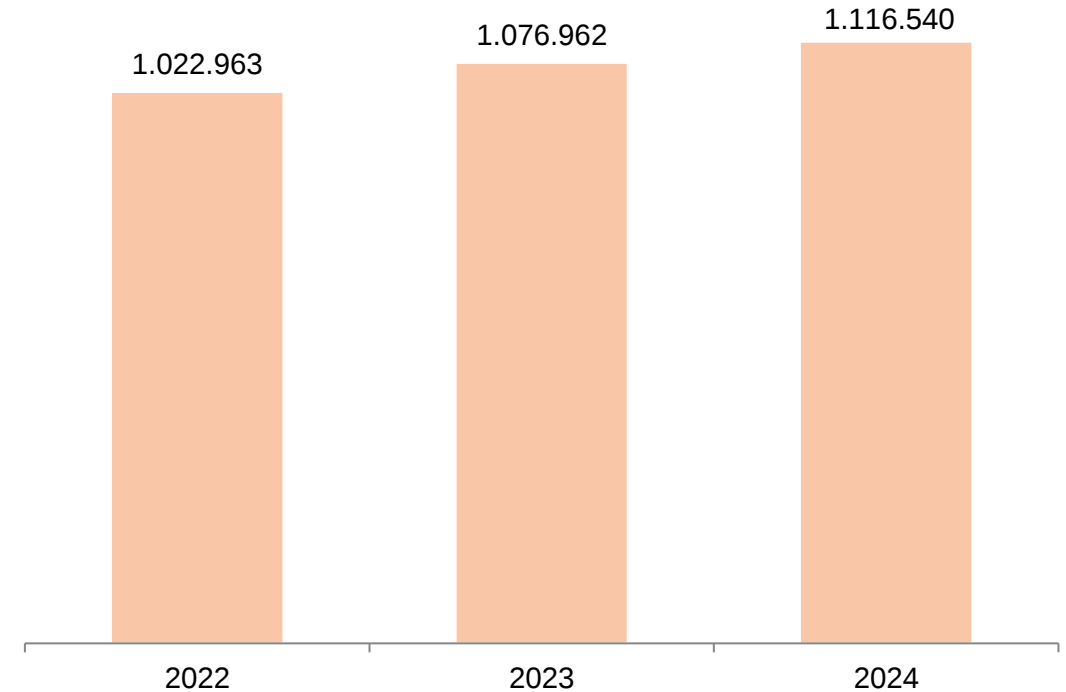
Einkäufe Menge in Tonnen

%-Ver. zu
2023
+ 5,5 %



Einkäufe Wert in 1.000 EUR

%-Ver. zu
2023
+ 3,7 %



AGRARMARKT AUSTRIA MARKETING

* Alle RollAMA-Warengruppen: Weiße und Bunte Palette, Käse, Gelbe Fette, Fleisch & Geflügel, Wurst & Schinken, Frisch-/TK-/Sterilobst & -gemüse, Eier, Fertiggerichte, Backwaren und Mehl, pflanzliche Alternativen

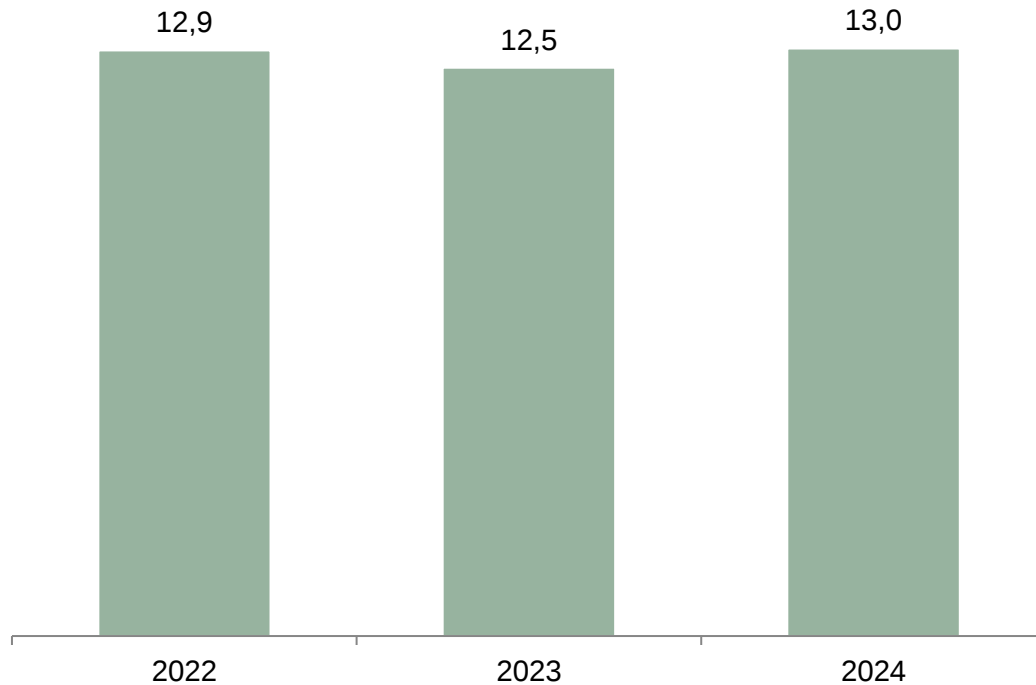
Chart 1

Quelle: © RollAMA/AMA-Marketing, Feldarbeit: Consumer Panel Austria GfK/Auswertung: KeyQuest Marktforschung

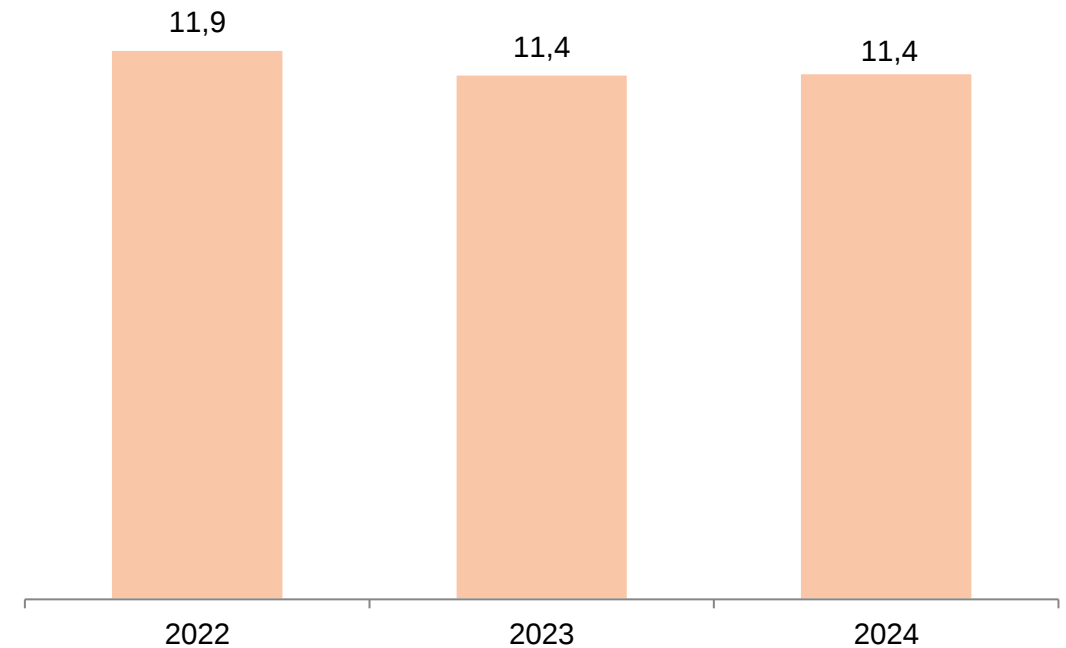
Entwicklung der Bio-Anteile

im Lebensmitteleinzelhandel, RollAMA Total*

Mengenmäßiger Anteil in Prozent



Wertmäßiger Anteil in Prozent

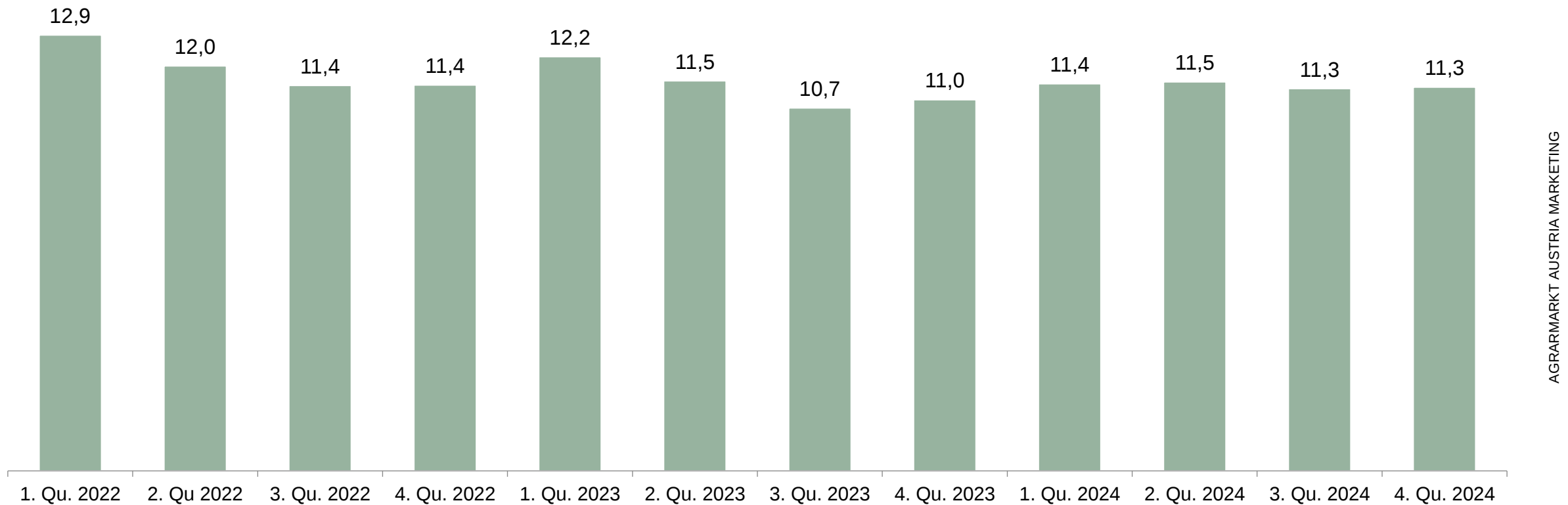


AGRARMARKT AUSTRIA MARKETING

* Alle RollAMA-Warengruppen: Weiße und Bunte Palette, Käse, Gelbe Fette, Fleisch & Geflügel, Wurst & Schinken, Frisch-/TK-/Sterilobst & -gemüse, Eier, Fertiggerichte, Backwaren und Mehl, pflanzliche Alternativen

Entwicklung der Bioanteile

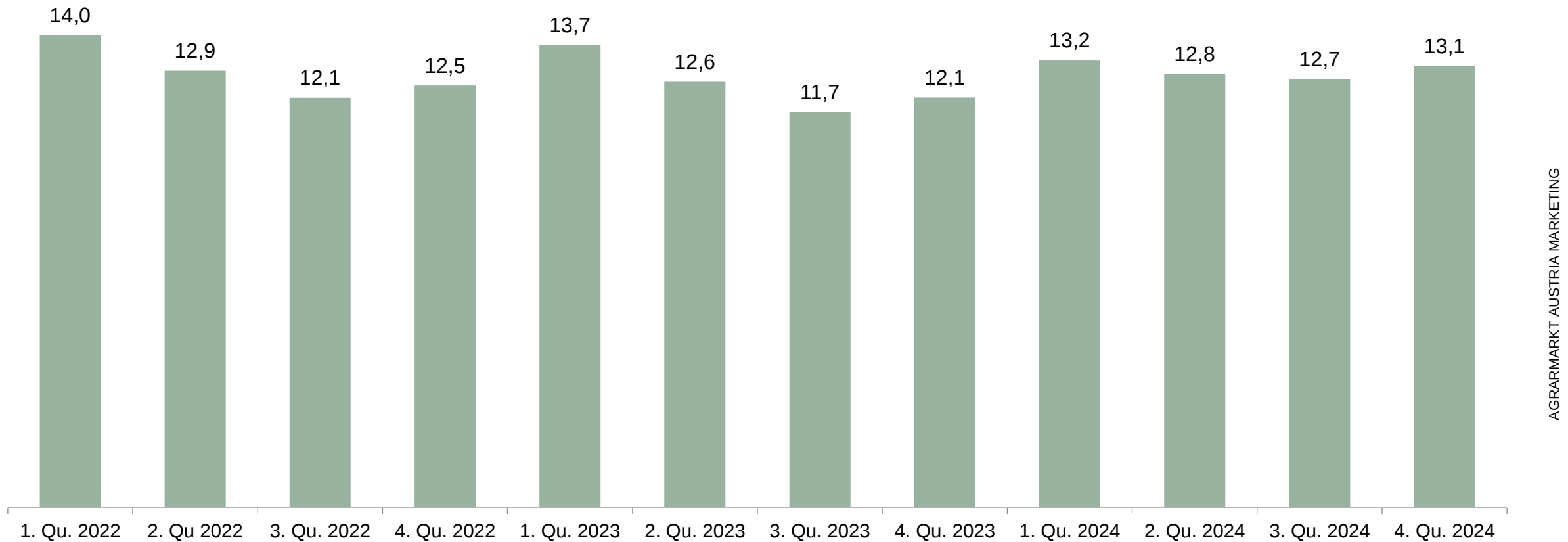
im Lebensmitteleinzelhandel, wertmäßiger Anteil in Prozent, RollAMA Total*



* Alle RollAMA-Warengruppen: Weiße und Bunte Palette, Käse, Gelbe Fette, Fleisch & Geflügel, Wurst & Schinken, Frisch-/TK-/Sterilobst & -gemüse, Eier, Fertiggerichte, Backwaren und Mehl, pflanzliche Alternativen

Entwicklung der Bioanteile

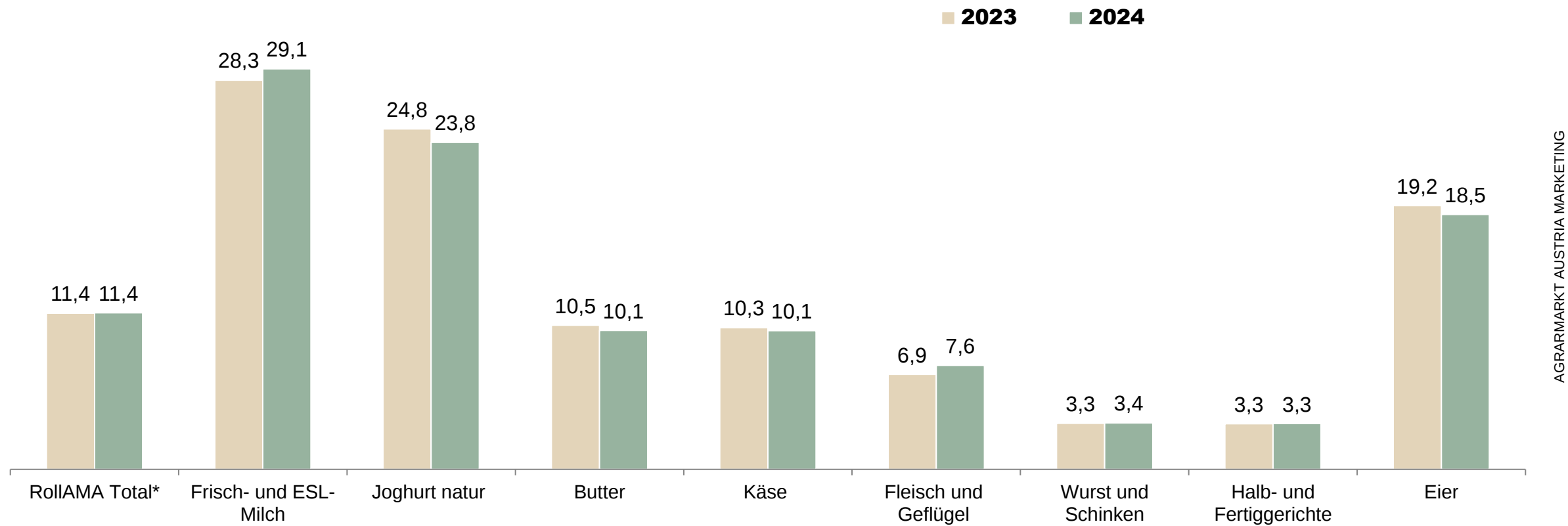
im Lebensmitteleinzelhandel, mengenmäßiger Anteil in Prozent, RollAMA Total*



* Alle RollAMA-Warengruppen: Weiße und Bunte Palette, Käse, Gelbe Fette, Fleisch & Geflügel, Wurst & Schinken, Frisch-/TK-/Sterilobst & -gemüse, Eier, Fertiggerichte, Backwaren und Mehl, pflanzliche Alternativen

Bioanteil tierischer Warengruppen

im Lebensmitteleinzelhandel, wertmäßiger Anteil in Prozent



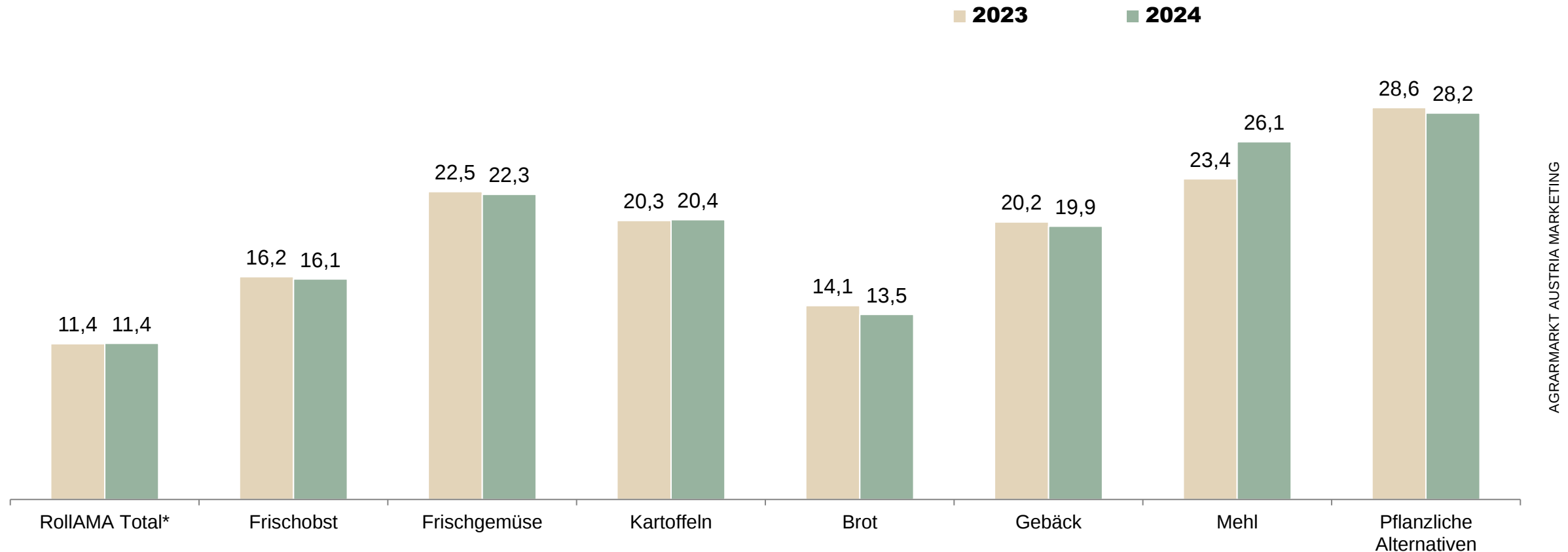
* Alle RollAMA-Warengruppen: Weiße und Bunte Palette, Käse, Gelbe Fette, Fleisch & Geflügel, Wurst & Schinken, Frisch-/TK-/Sterilobst & -gemüse, Eier, Fertiggerichte, Backwaren und Mehl, pflanzliche Alternativen

Chart 5

Quelle: © RollAMA/AMA-Marketing, Feldarbeit: Consumer Panel Austria GfK/Auswertung: KeyQuest Marktforschung

Bioanteil pflanzlicher Warengruppen

im Lebensmitteleinzelhandel, wertmäßiger Anteil in Prozent



* Alle RollAMA-Warengruppen: Weiße und Bunte Palette, Käse, Gelbe Fette, Fleisch & Geflügel, Wurst & Schinken, Frisch-/TK-/Sterilobst & -gemüse, Eier, Fertiggerichte, Backwaren und Mehl, pflanzliche Alternativen

Entwicklung Bio vs. Konventionell

im Lebensmitteleinzelhandel, wertmäßige Prozentveränderung 2023 vs. 2024

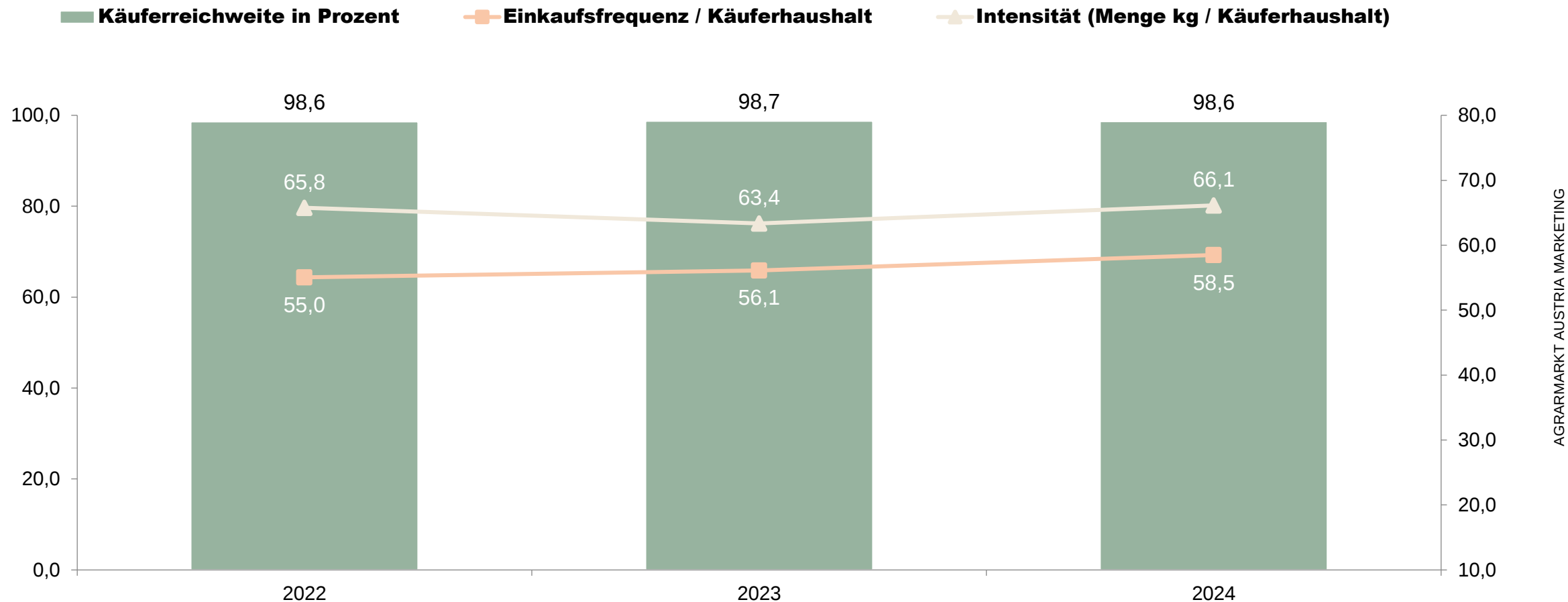
	BIO	Konventionell
	%-Ver. Wert VJP	%-Ver. Wert VJP
RollAMA Total	 3,7	 3,3
Milchprodukte	 2,1	 2,2
Fleisch inkl. Geflügel	 12,3	 1,8
Wurst & Schinken	 3,0	 1,9
Eier	 5,8	 10,4
Halb- und Fertiggerichte	 3,0	 2,8
Frischobst	 7,1	 8,5
Frischgemüse inkl. Kartoffeln	 3,6	 4,6
Brot, Gebäck und Mehl	 1,2	 3,3

AGRAMARKT AUSTRIA MARKETING

* Alle RollAMA-Warengruppen: Weiße und Bunte Palette, Käse, Gelbe Fette, Fleisch & Geflügel, Wurst & Schinken, Frisch-/TK-/Sterilobst & -gemüse, Eier, Fertiggerichte, Backwaren und Mehl, pflanzliche Alternativen

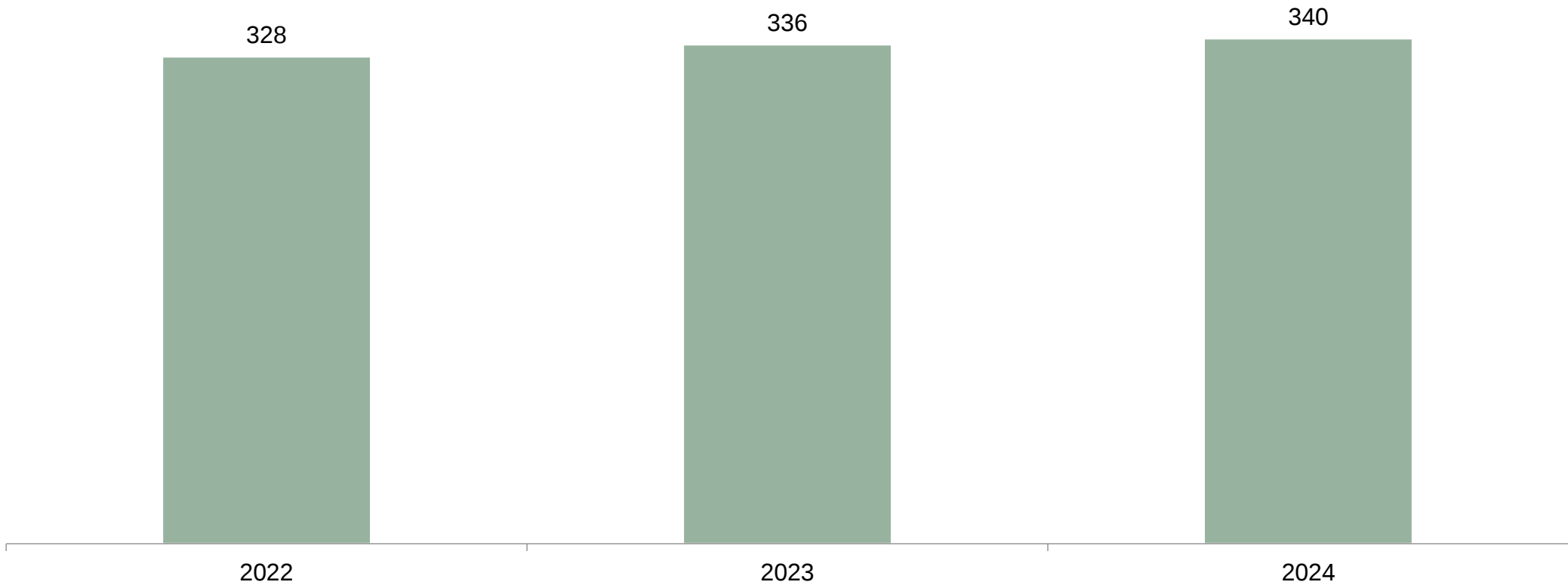
Einkaufsfrequenz und Intensität steigen

im Lebensmitteleinzelhandel



Ausgaben für Bioprodukte

Haushalte total, in Euro je Käuferhaushalt, RollAMA Total*

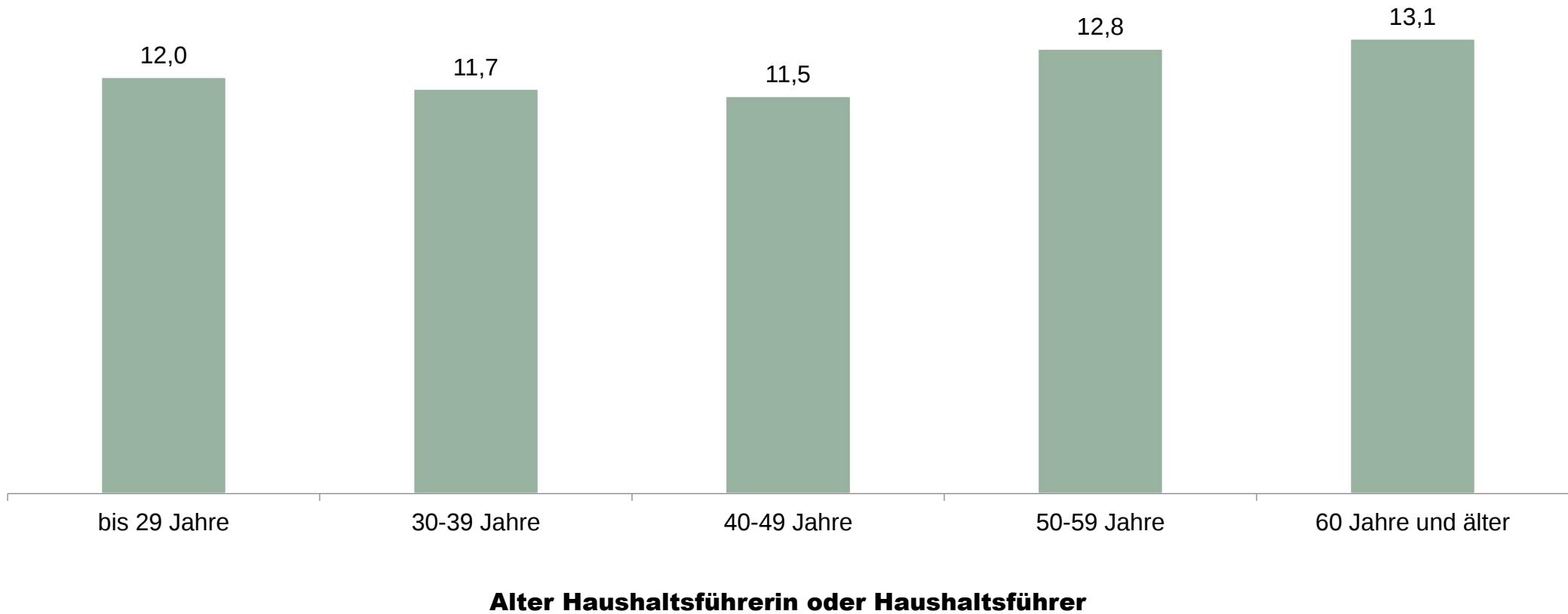


AGRARMARKT AUSTRIA MARKETING

* Alle RollAMA-Warenguppen: Weiße und Bunte Palette, Käse, Gelbe Fette, Fleisch & Geflügel, Wurst & Schinken, Frisch-/TK-/Sterilobst & -gemüse, Eier, Fertiggerichte, Backwaren und Mehl, pflanzliche Alternativen

Ältere kaufen mehr Bio

wertmäßiger Bio-Anteil in Prozent, RollAMA Total*

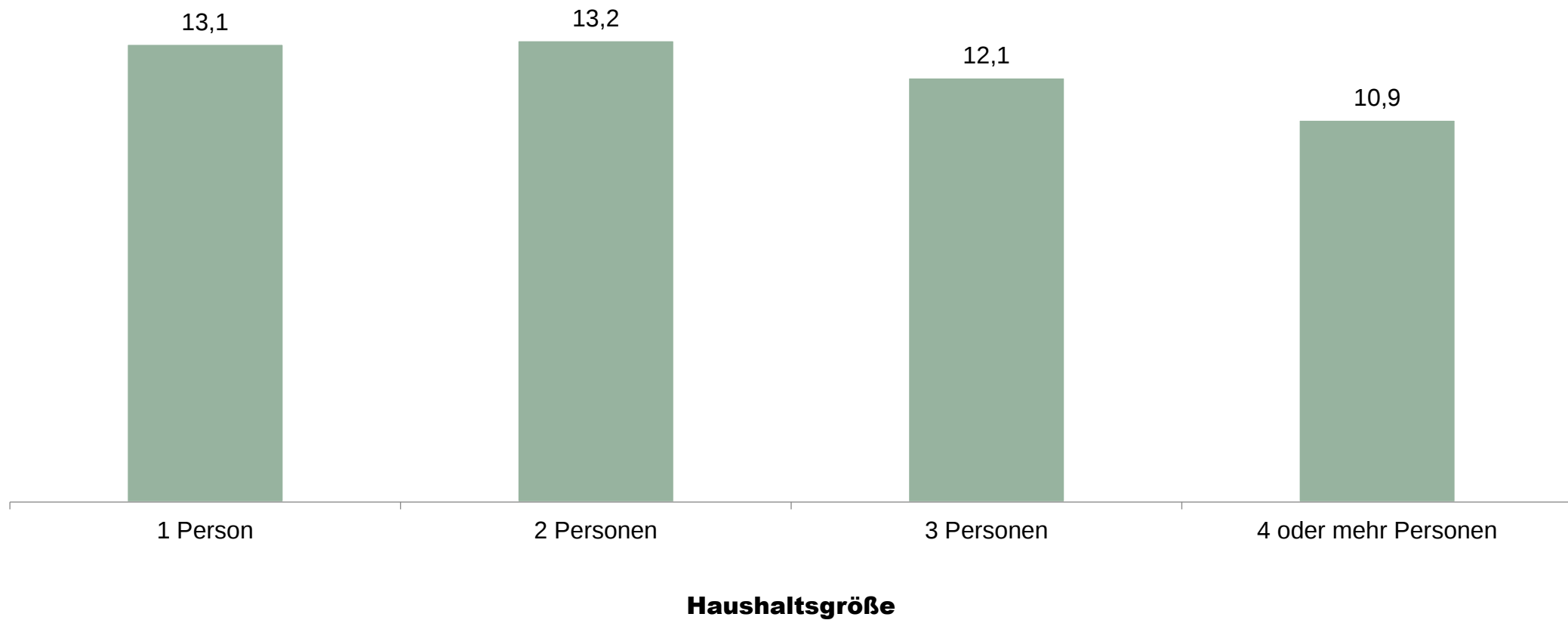


AGRARMARKT AUSTRIA MARKETING

* Alle RollAMA-Warengruppen: Weiße und Bunte Palette, Käse, Gelbe Fette, Fleisch & Geflügel, Wurst & Schinken, Frisch-/TK-/Sterilobst & -gemüse, Eier, Fertiggerichte, Backwaren und Mehl, pflanzliche Alternativen

Kleine Haushalte kaufen mehr Bio

wertmäßiger Bio-Anteil in Prozent, RollAMA Total*

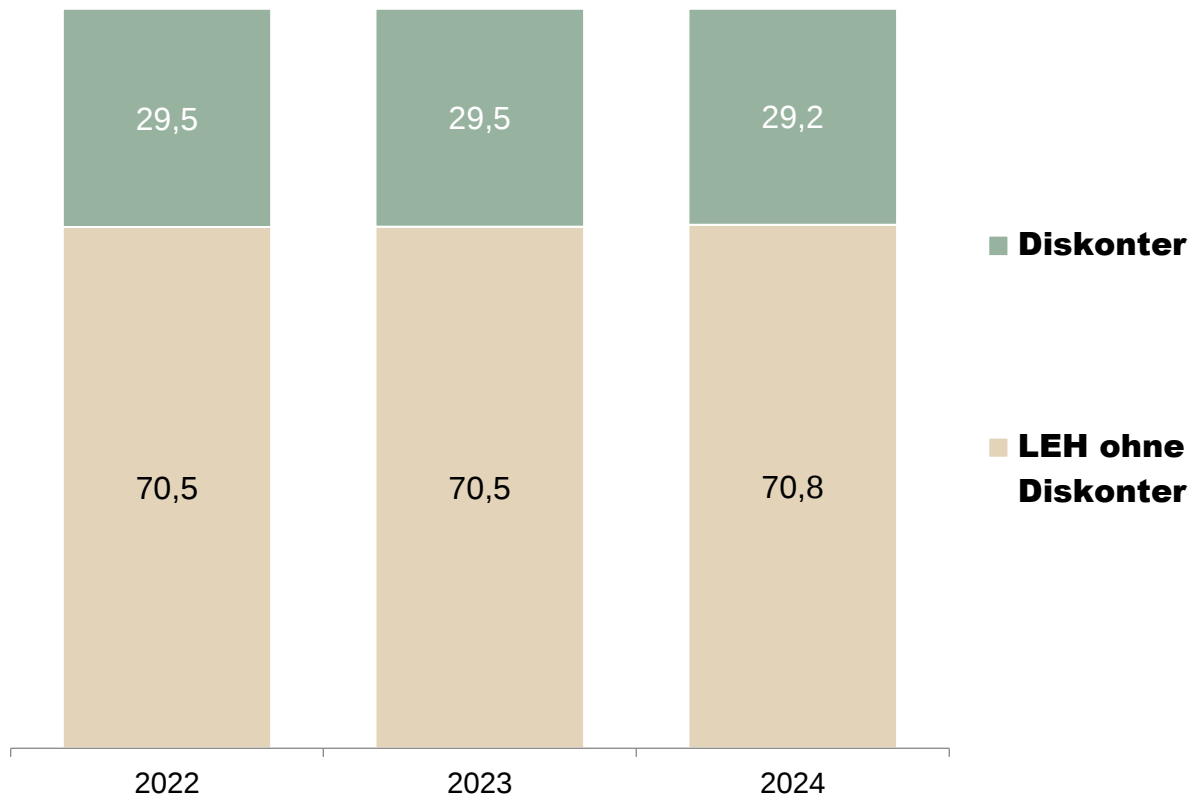


* Alle RollAMA-Warengruppen: Weiße und Bunte Palette, Käse, Gelbe Fette, Fleisch & Geflügel, Wurst & Schinken, Frisch-/TK-/Sterilobst & -gemüse, Eier, Fertiggerichte, Backwaren und Mehl, pflanzliche Alternativen

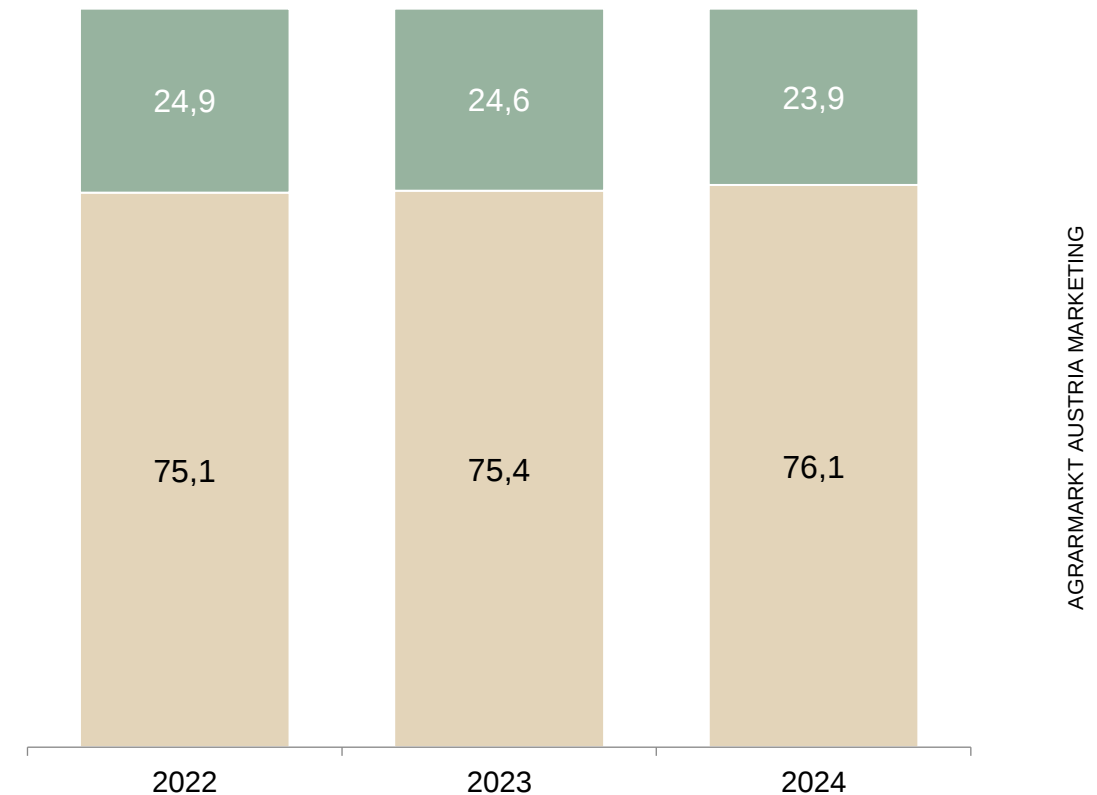
Marktanteile Bio: Diskonter vs. LEH

im Lebensmitteleinzelhandel, RollAMA Total*

Mengenmäßiger Anteil in %



Wertmäßiger Anteil in %

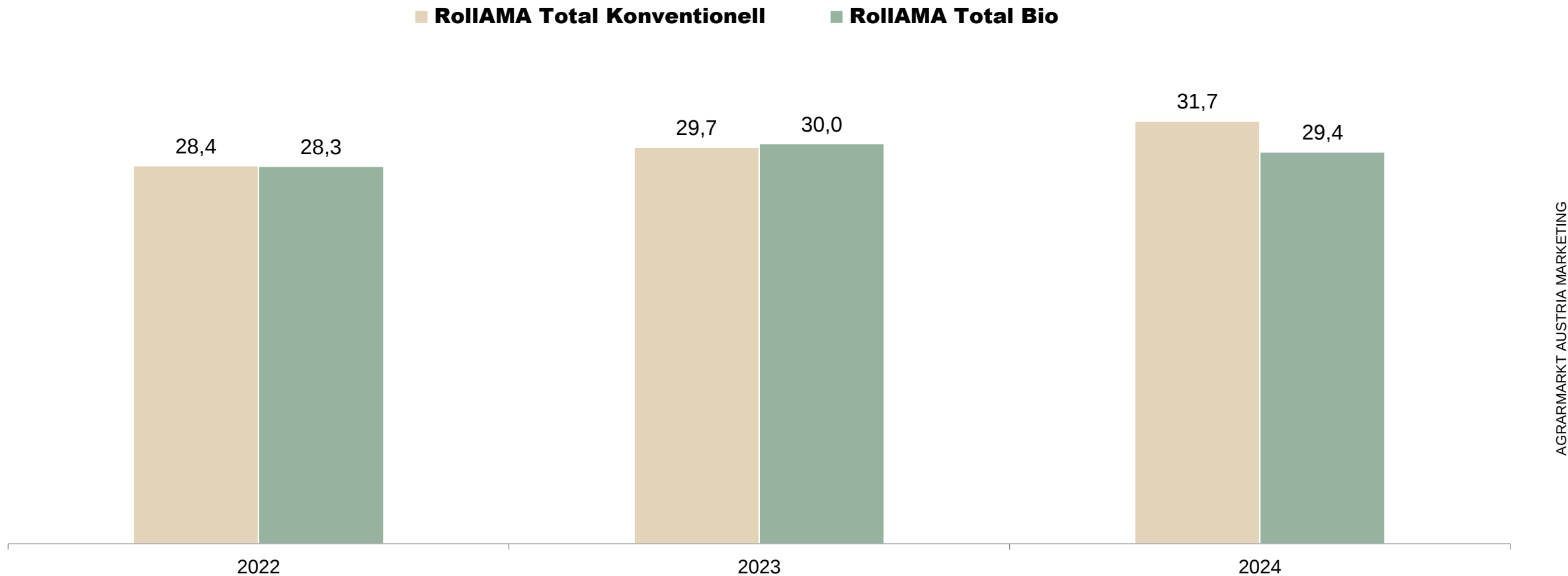


AGRARMARKT AUSTRIA MARKETING

* Alle RollAMA-Warengruppen: Weiße und Bunte Palette, Käse, Gelbe Fette, Fleisch & Geflügel, Wurst & Schinken, Frisch-/TK-/Sterilobst & -gemüse, Eier, Fertiggerichte, Backwaren und Mehl, pflanzliche Alternativen

Entwicklung der Aktionsanteile

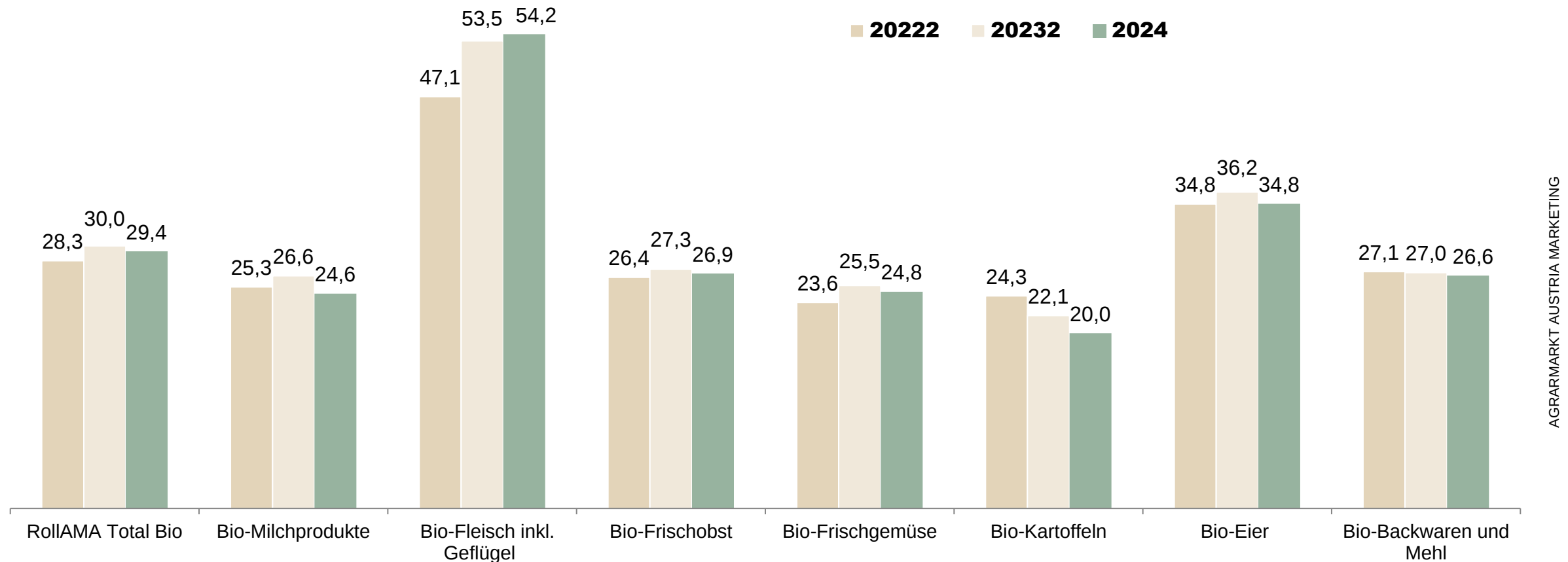
im Lebensmitteleinzelhandel, wertmäßiger Anteil in Prozent



* Alle RollAMA-Warenguppen: Weiße und Bunte Palette, Käse, Gelbe Fette, Fleisch & Geflügel, Wurst & Schinken, Frisch-/TK-/Sterilobst & -gemüse, Eier, Fertiggerichte, Backwaren und Mehl, pflanzliche Alternativen

Die Hälfte der Ausgaben für Biofleisch in Aktion

im Lebensmitteleinzelhandel, wertmäßiger Anteil in Prozent



* Alle RollAMA-Warengruppen: Weiße und Bunte Palette, Käse, Gelbe Fette, Fleisch & Geflügel, Wurst & Schinken, Frisch-/TK-/Sterilobst & -gemüse, Eier, Fertiggerichte, Backwaren und Mehl, pflanzliche Alternativen