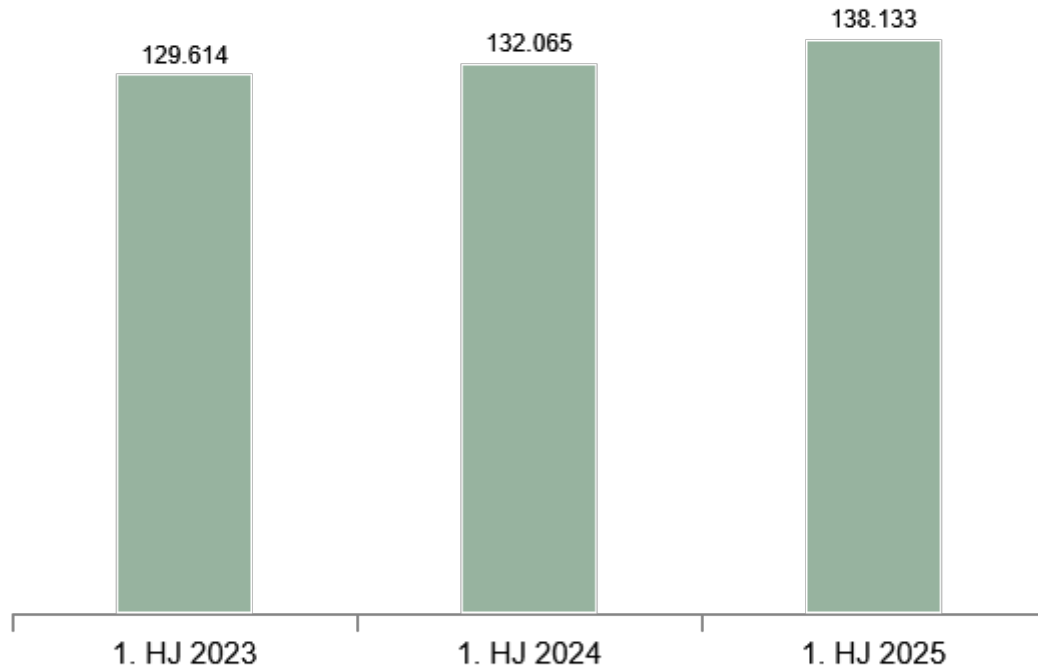


Marktentwicklung RollAMA Bio-Produkte

im Lebensmitteleinzelhandel, RollAMA Total*

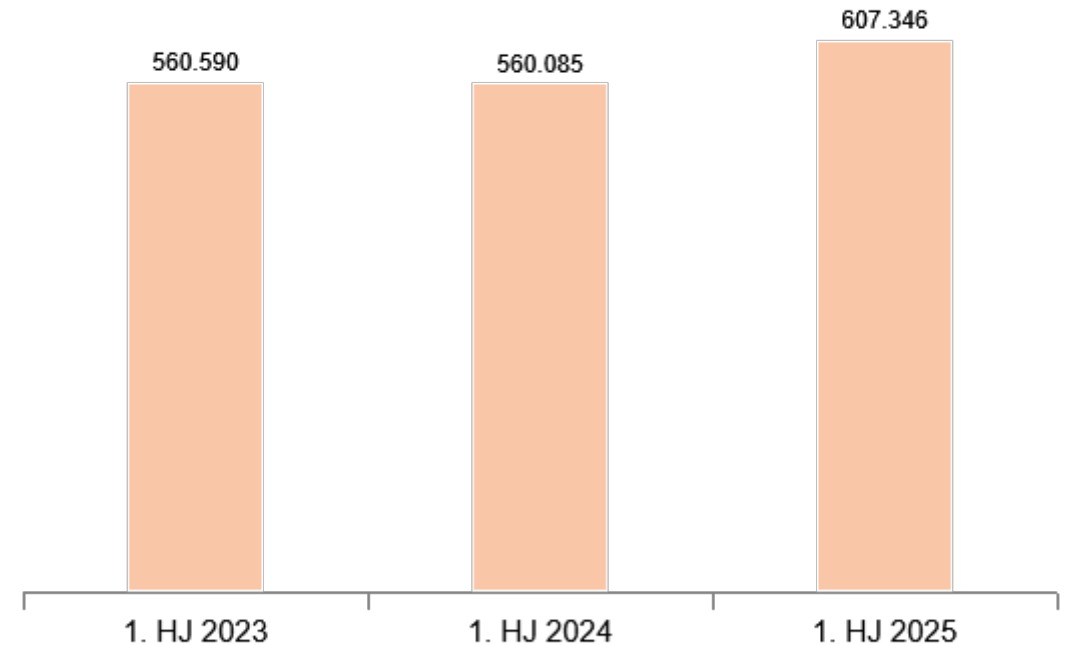
Einkäufe Menge in Tonnen

%-Ver. zum
1. HJ 2024
+ 4,6 %



Einkäufe Wert in 1.000 EUR

%-Ver. zum
1. HJ 2024
+ 8,4%



AGRARMARKT AUSTRIA MARKETING

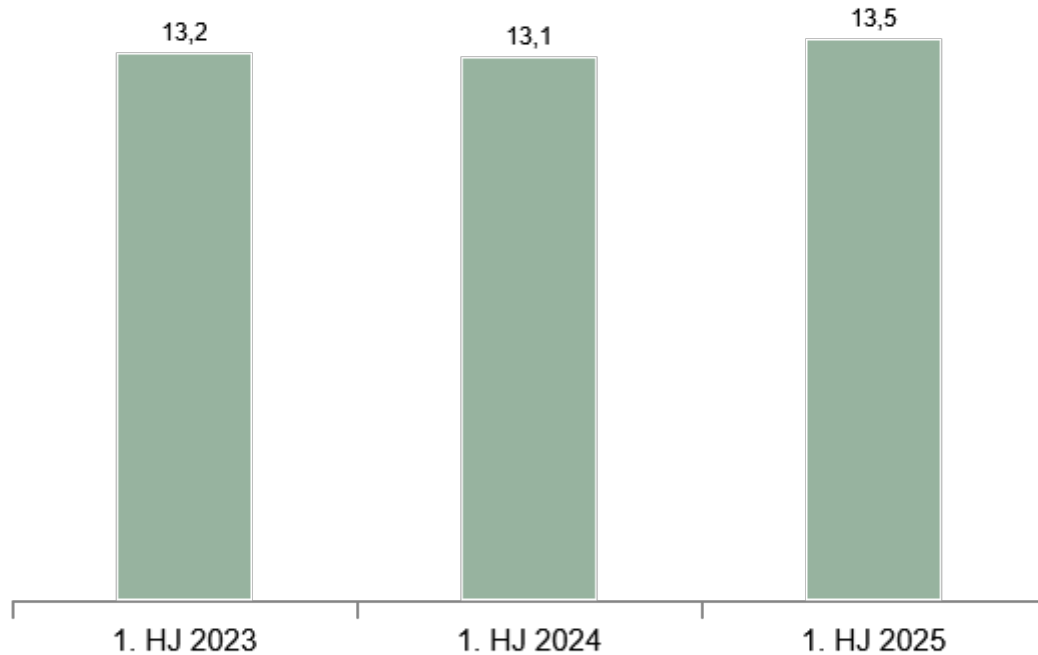
* Alle RollAMA-Warengruppen: Weiße und Bunte Palette, Käse, Gelbe Fette, Fleisch & Geflügel, Wurst & Schinken, Frisch-/TK-/Sterilobst & -gemüse, Eier, Fertiggerichte, Backwaren und Mehl, pflanzliche Alternativen

Quelle: © RollAMA/AMA-Marketing, Feldarbeit: YouGov Shopper Panel / Auswertung: KeyQuest Marktforschung

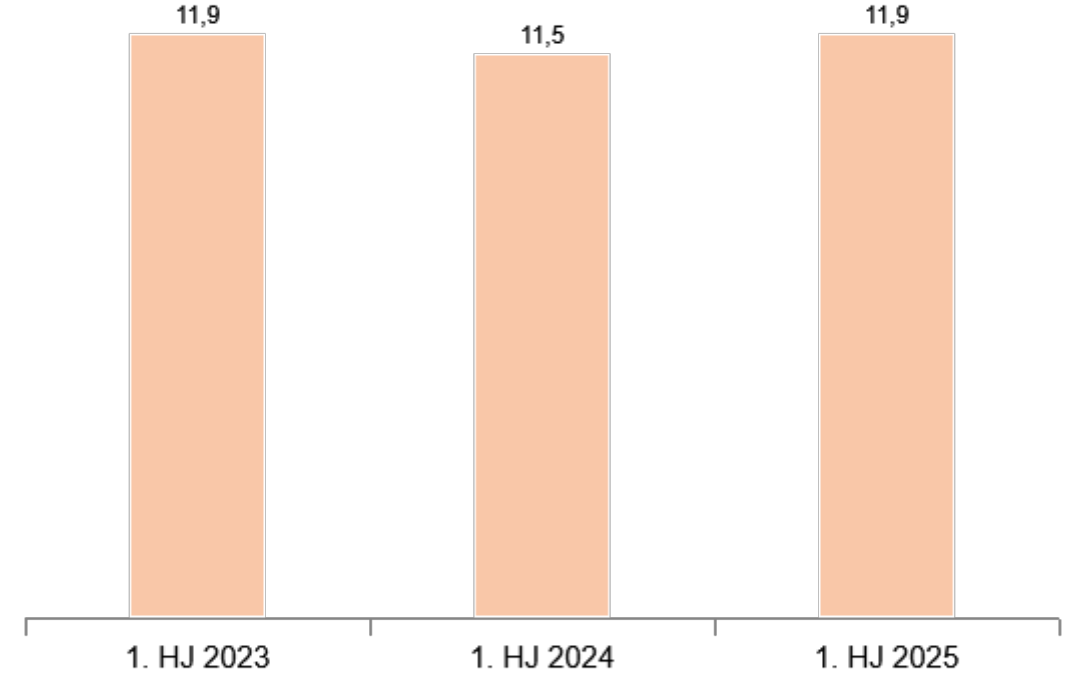
Entwicklung der Bio-Anteile

im Lebensmitteleinzelhandel, RollAMA Total*

Mengenmäßige Anteile in Prozent



Wertmäßige Anteile in Prozent



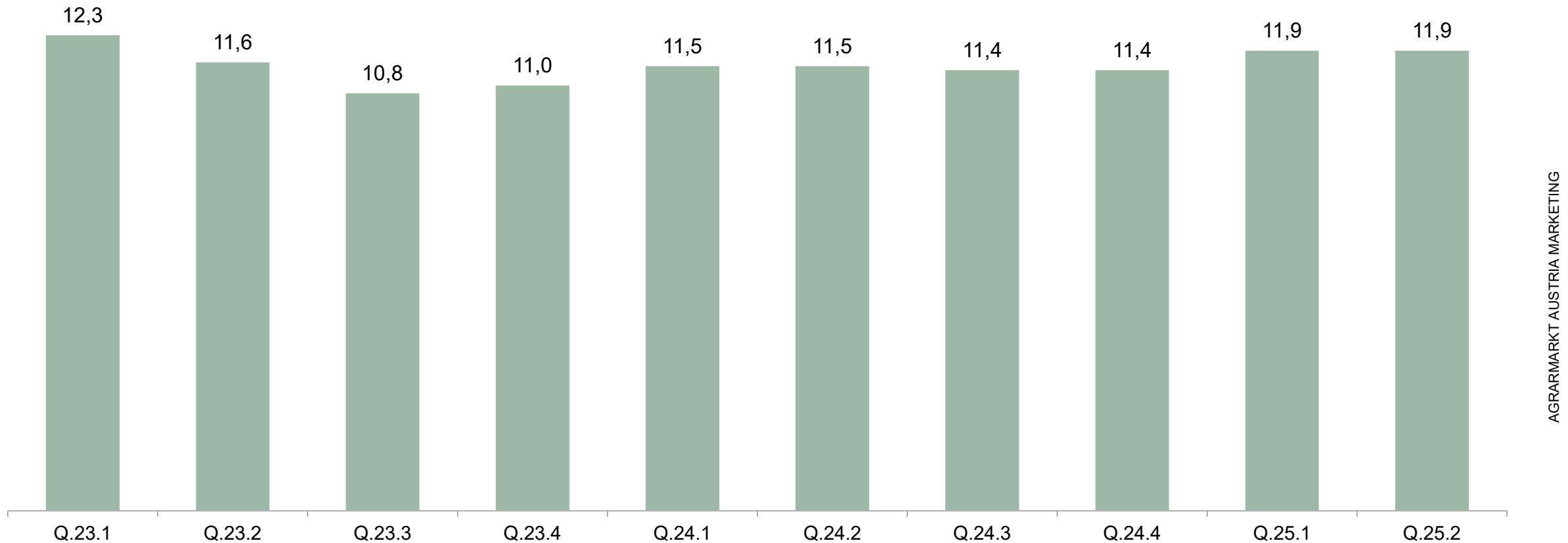
AGRARMARKT AUSTRIA MARKETING

* 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

Quelle: © RollAMA/AMA-Marketing, Feldarbeit: YouGov Shopper Panel / Auswertung: KeyQuest Marktforschung

Bioanteile wieder bei knapp 12%

im Lebensmitteleinzelhandel, wertmäßige Anteile in Prozent, RollAMA Total*

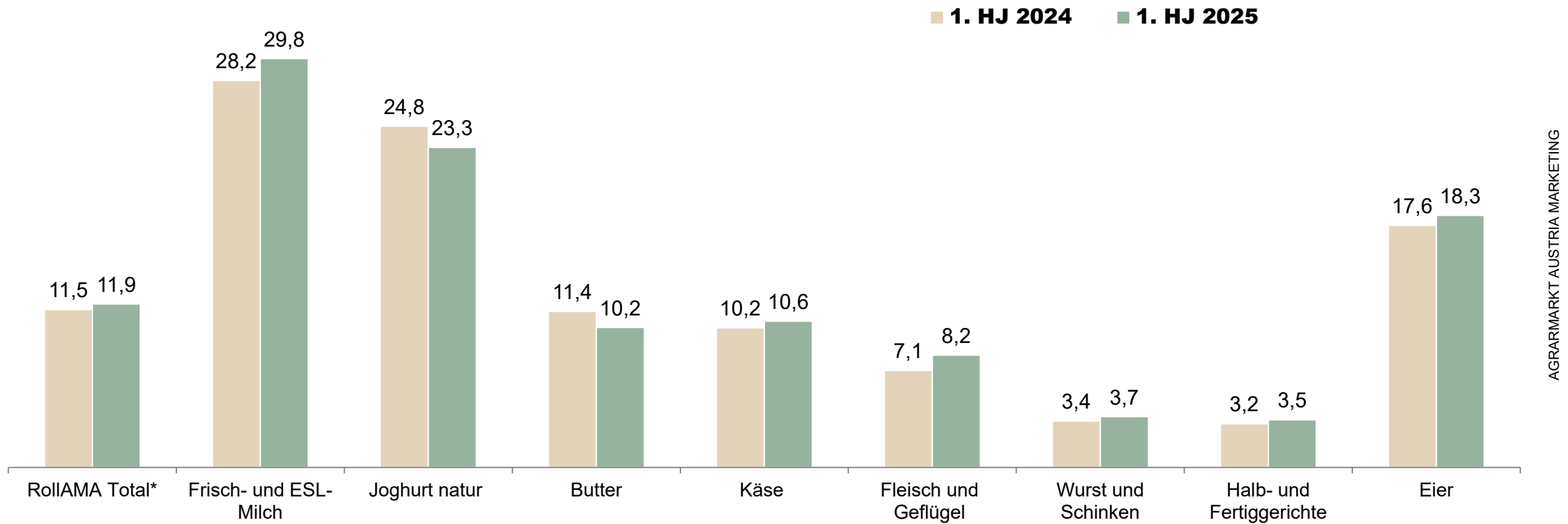


* Alle RollAMA-Warengruppen: Weiße und Bunte Palette, Käse, Gelbe Fette, Fleisch & Geflügel, Wurst & Schinken, Frisch-/TK-/Sterilobst & -gemüse, Eier, Fertiggerichte, Backwaren und Mehl, pflanzliche Alternativen

Quelle: © RollAMA/AMA-Marketing, Feldarbeit: YouGov Shopper Panel / Auswertung: KeyQuest Marktforschung

30% Bioanteil bei Milch

im Lebensmitteleinzelhandel, wertmäßige Anteile in Prozent

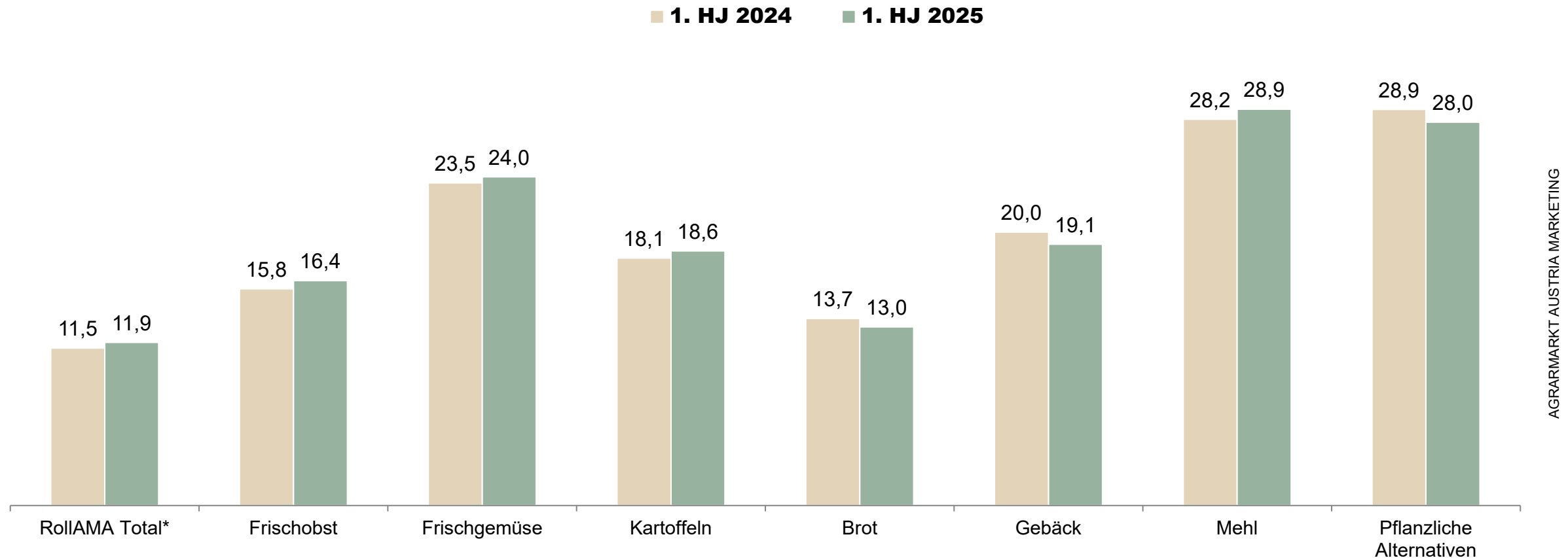


* Alle RollAMA-Warengruppen: Weiße und Bunte Palette, Käse, Gelbe Fette, Fleisch & Geflügel, Wurst & Schinken, Frisch-/TK-/Sterilobst & -gemüse, Eier, Fertiggerichte, Backwaren und Mehl, pflanzliche Alternativen

Quelle: © RollAMA/AMA-Marketing, Feldarbeit: YouGov Shopper Panel / Auswertung: KeyQuest Marktforschung

Plus bei Bioanteilen im pflanzlichen Bereich

im Lebensmitteleinzelhandel, wertmäßige Anteile in Prozent

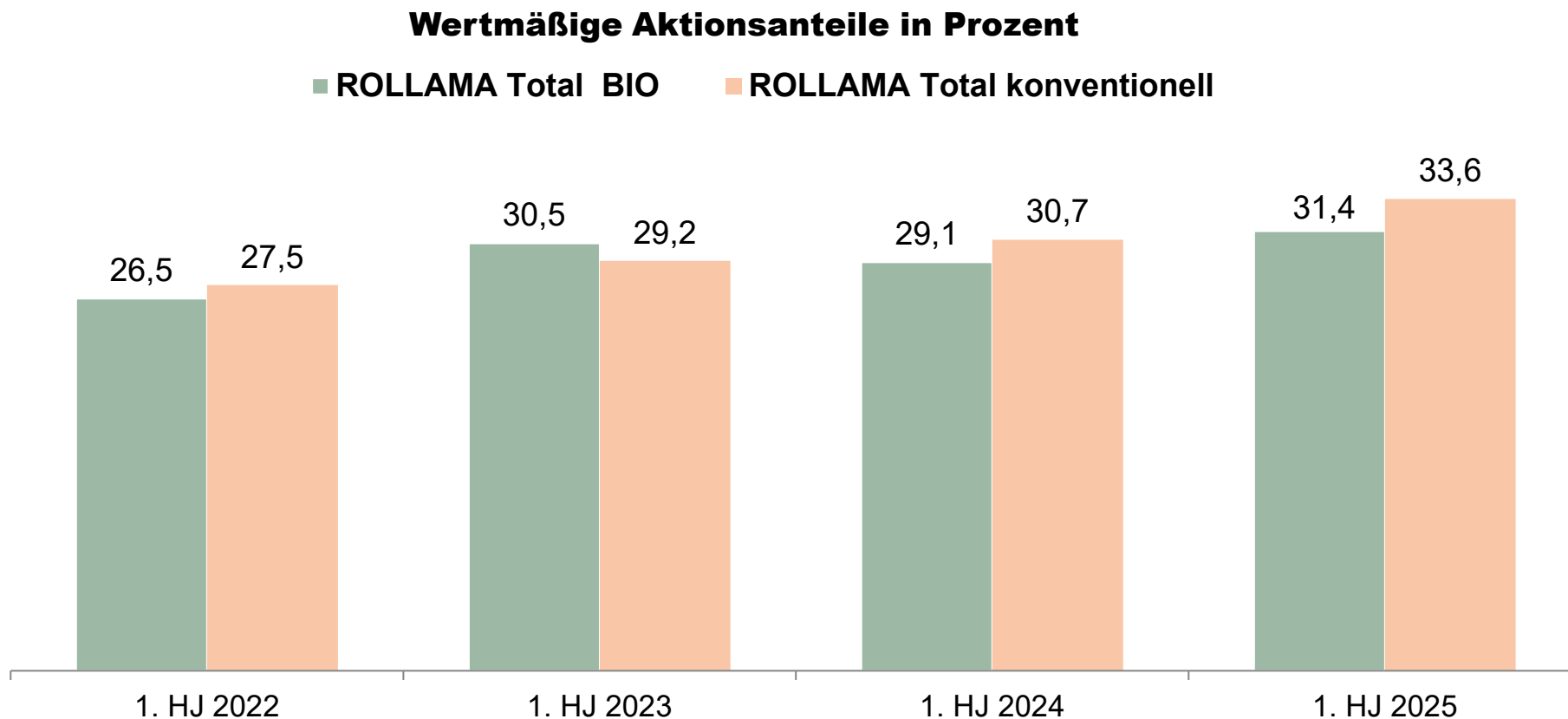


* Alle RollAMA-Warengruppen: Weiße und Bunte Palette, Käse, Gelbe Fette, Fleisch & Geflügel, Wurst & Schinken, Frisch-/TK-/Sterilobst & -gemüse, Eier, Fertiggerichte, Backwaren und Mehl, pflanzliche Alternativen

Quelle: © RollAMA/AMA-Marketing, Feldarbeit: YouGov Shopper Panel / Auswertung: KeyQuest Marktforschung

Auch Bioprodukte werden häufig in Aktion gekauft

im Lebensmitteleinzelhandel, 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

Quelle: © RollAMA/AMA-Marketing, Feldarbeit: YouGov Shopper Panel / Auswertung: KeyQuest Marktforschung

Bio-Preisdifferenzen

laut RollAMA-Haushaltspanel, Ø Preisunterschiede Bio/Konventionell in Prozent,
Basis: Preis/kg im Lebensmitteleinzelhandel

