

## Biomarkt in Österreich wächst weiter

Utl.: Haushalte geben im Schnitt 158 Euro/Jahr für Bioprodukte aus =

Wien (OTS) - Der österreichische Biomarkt wächst kontinuierlich und hat im abgelaufenen Jahr wertmäßig um weitere 7% gegenüber 2018 zugelegt. Im heimischen Lebensmitteleinzelhandel (LEH) wurden 2019 biologische Lebensmittel (ohne Brot und Gebäck) im Wert von 580 Mio. Euro gekauft, das bedeutet jährliche Ausgaben von 158 Euro pro Haushalt für Bioprodukte. Jeder Österreicher kauft mindestens einmal im Jahr ein biologisches Lebensmittel, die Käuferreichweite liegt laut aktuellen RollAMA-Zahlen bei 96,7%. Sowohl die Einkaufshäufigkeit als auch die eingekaufte Menge an Bioprodukten steigen seit Jahren kontinuierlich an.

Höchster Bioanteil in den Bereichen Milch, Joghurt und Eier

Der Bioanteil über alle RollAMA-Warengruppen beträgt 8,9%. Damit liegt Österreich auf Platz vier im europäischen Ranking - hinter Dänemark, der Schweiz und Schweden. Den höchsten Bioanteil im LEH verzeichnen die Sortimente Milch, Joghurt und Eier, gefolgt von Erdäpfeln und Gemüse. Ebenfalls über dem Durchschnitt liegt der Bioanteil bei Butter, Obst und Käse. Unterdurchschnittlich fällt er bei Fleisch und Geflügel sowie bei Wurst und Schinken aus.

Im August vorigen Jahres analysierte die AMA-Marketing die Motive für den Kauf von Bioprodukten. Bio-Lebensmittel werden von 59% der Befragten als Beitrag zu einer guten Ernährung gesehen. Bei jedem zweiten Teilnehmer bestärkt der Kauf von Bio-Lebensmitteln die persönliche Einstellung, nachhaltig und im Sinne des Tier- und Umweltschutzes zu handeln. Positive Erfahrungen mit Bioprodukten lassen 46% wieder zu diesem Segment greifen.

Bio auch im Export gefragt

Wichtigster Exportmarkt für österreichische Lebensmittel ist Deutschland, das gilt auch für Bioprodukte. "Deutsche Konsumenten assoziieren mit Österreich und unseren Lebensmitteln vor allem hohe Qualität und Natürlichkeit, das sind zwei wesentliche Aspekte von Bio-Lebensmitteln. Diese Attribute passen daher perfekt in unsere Exportstrategie", erklärte heute Michael Blass, Geschäftsführer der

AMA-Marketing, auf der "Biofach", der Weltleitmesse für Bio-Lebensmittel, die vom 12. bis 15. Februar in Nürnberg stattfindet.

Die AMA-Marketing legt den Schwerpunkt ihrer Exportaktivitäten auf informations- und kontaktintensive Maßnahmen, wie Schulungen für Thekenkräfte, Verkostungen am Point-of-Sale oder Auftritte bei Genuss-Messen. "Gerade bei Konsumenten-Messen wie 'eat&STYLE' oder 'Slow Food' erreichen wir ein Publikum mit großer Affinität für hochqualitative Kulinarik. Diese Zielgruppe ist an Informationen über Bio und die Herstellung von Bioprodukten sehr interessiert", so Blass.

Darüber hinaus setzt die AMA-Marketing auch b2b-Initiativen auf neuen, vielversprechenden Märkten. 2020 werden die AMA und heimische Produzenten erstmals auf der 'Organic Food Iberia' in Spanien vertreten sein. "Dieser Markt wächst im Bereich Bio-Lebensmittel derzeit extrem stark. Hier treffen eine wachsende Kaufkraft und eine starke Nachfrage nach Bioprodukten zusammen. Die Produktion im eigenen Land kann dem gar nicht gerecht werden", erklärt der Chef der AMA-Marketing. Bewährt hat sich auch die Präsenz auf der "Nordic Organic Food Fair" (NOFF) in Malmö, der größten skandinavischen Biomesse. (Schluss)

~

Rückfragehinweis:

Manuela Schürr

AMA-Marketing Unternehmenskommunikation

Tel.-Nr.: +43/50 3151-401, Mobil: +43/664/8376178

E-Mail: manuela.schuerr@amainfo.at

~

Digitale Pressemappe: <http://www.ots.at/pressemappe/5465/aom>

\*\*\* OTS-ORIGINALTEXT PRESSEAUSSENDUNG UNTER AUSSCHLISSLICHER  
INHALTLICHER VERANTWORTUNG DES AUSSENDERS - WWW.OTS.AT \*\*\*

OTS0057 2020-02-14/10:44

141044 Feb 20

Link zur Aussendung:

[https://www.ots.at/presseaussendung/OTS\\_20200214\\_OTS0057](https://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20200214_OTS0057)