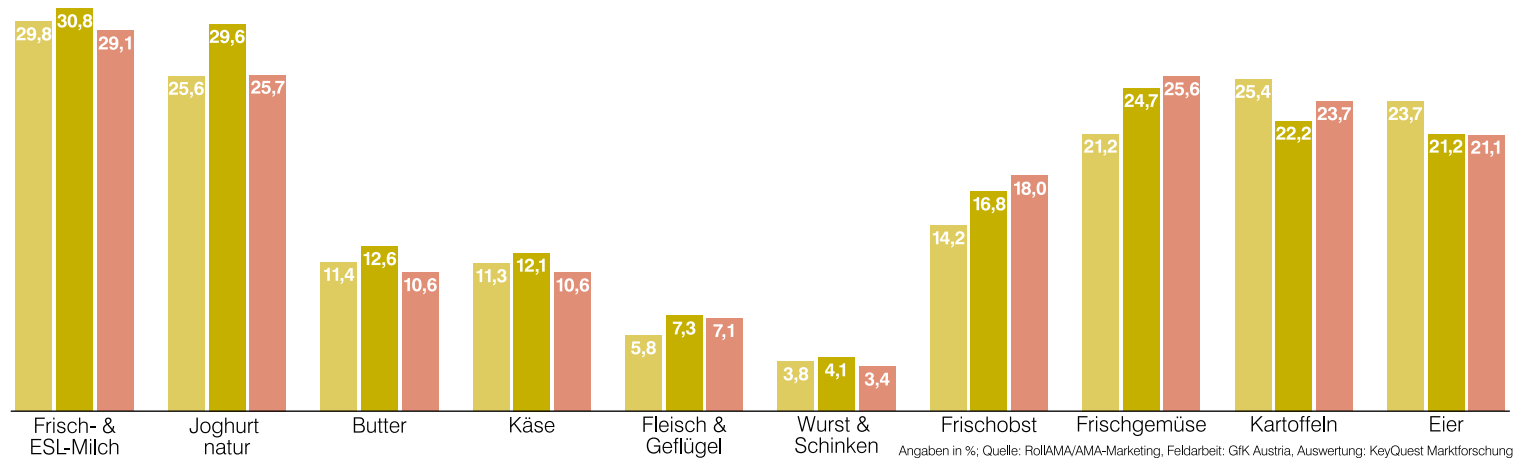


Bioanteile nach Warengruppen

Wertmäßige Bio-Anteile der Einkäufe im LEH

Bio beweist Stabilität, Dynamik bremsen sich aber ein

● 1. Quartal 2021 ● 1. Quartal 2022 ● 1. Quartal 2023



Aktionen gefragt, Bio hält sich gut

Neue RollAMA-Daten: Die Teuerung befeuert Aktionen und ebnet den Weg zum Diskont, aber Bio bleibt resilient.

WIEN. Die Einkaufsmengen der österreichischen Haushalte sinken – im ersten Quartal 2023 lagen sie bei den von der RollAMA erhobenen Produktbereichen (v.a. Frische) unter dem Vor-Corona-Niveau von 2019. Dafür kostete der „RollAMA-Einkaufskorb“ im Schnitt um 16,6% mehr als im Vorjahr, wiewohl die Konsumenten verstärkt Aktionsartikel kaufen.

Weniger für mehr Geld

Insgesamt ging die Einkaufsmenge im ersten Quartal 2023 im Vergleich zum Vorjahr um fünf Prozent (verglichen mit 2019 um zwei Prozent) zurück.

Die Ausgaben stiegen hingegen um elf Prozent zur Vorjahresperiode). Die Teuerungen geben den Diskontern Auftrieb: Nahezu ein Drittel al-

ler Einkaufsausgaben wird dort generiert (29,5%).

Der kleine Fels in der anbrüllenden Teuerungswelle lautet auf Bio. Das dynamische Wachstum hat sich zwar abgeschwächt, aber die Anteile bleiben im Großen und Ganzen stabil. Besonders bei Obst und Gemüse geht der Kurs in Richtung Bio.

Milchprodukte aus biologischer Produktion stagnieren auf hohem Niveau, und bei Fleisch wird öfter zu Bio gegriffen als vor zwei Jahren. Mit ein Grund für die Trend-Stabilität: Die Preisunterschiede zwischen Bio und konventioneller Ware wurden geringer – was sich auf die Umsatzanteile auswirkt, den günstigeres Bio ist weniger Umsatz.

Grundlegend ist aber in allen Warenbereichen die Beliebtheit

der Rabatte und Aktionen steigend – angesichts der Teuerung keine Überraschung. In Aktion gekauft werden bevorzugt: Gelbe Fette, etwa Butter sowie Fleisch und Geflügel. Darüber hinaus landet fast die Hälfte al-

ler Fleischeinkäufe mittlerweile rabattiert im Einkaufskorb (45,3%). Auch bei Wurst und Schinken greifen Konsumenten häufiger zu Aktionsartikeln (32,9%).

Etwas diffizil ist derzeit die Situation beim Gemüse: Die hohen Energiepreise ließen viele Glashäuser in ganz Europa während der Wintermonate kalt bleiben, die Produktion ging zurück und somit auch das Angebot. Somit wurden im ersten Quartal um 17% weniger Tomaten, Paprika & Co. als im Vorjahr gekauft. Da Paprika & Co. des Österreichers Lieblingsgemüse ist, wirkt sich das auf die Gesamtmenge des Gemüsekaufs aus, die um 8,5% sank. (red)

Diskonter gewinnen Marktanteile

Stetiger Trend zum Frischeeinkauf beim Diskonter

Zuletzt verlieren auch Verbrauchermärkte an Terrain

● Supermärkte ● Diskonter ● Verbrauchermärkte ● Sonstige

