

Bio Studie

Eine Nielsen Studie mit Analysen aus
Nielsen Handelspanel
Nationaler & Internationaler Konsumentenforschung
Sekundärrecherchen

Oktober 2007



Bio Studie - Quellen

- Laufende Warengruppenerhebungen via Handelspanel (Nielsen MarketTrack) im Lebensmittelhandel und in den Drogeriemärkten für Food, Drug und Frischesortiment
- Telefonbefragung (repräsentativ für Österreich bei 1000 Personen) im Sommer 2007



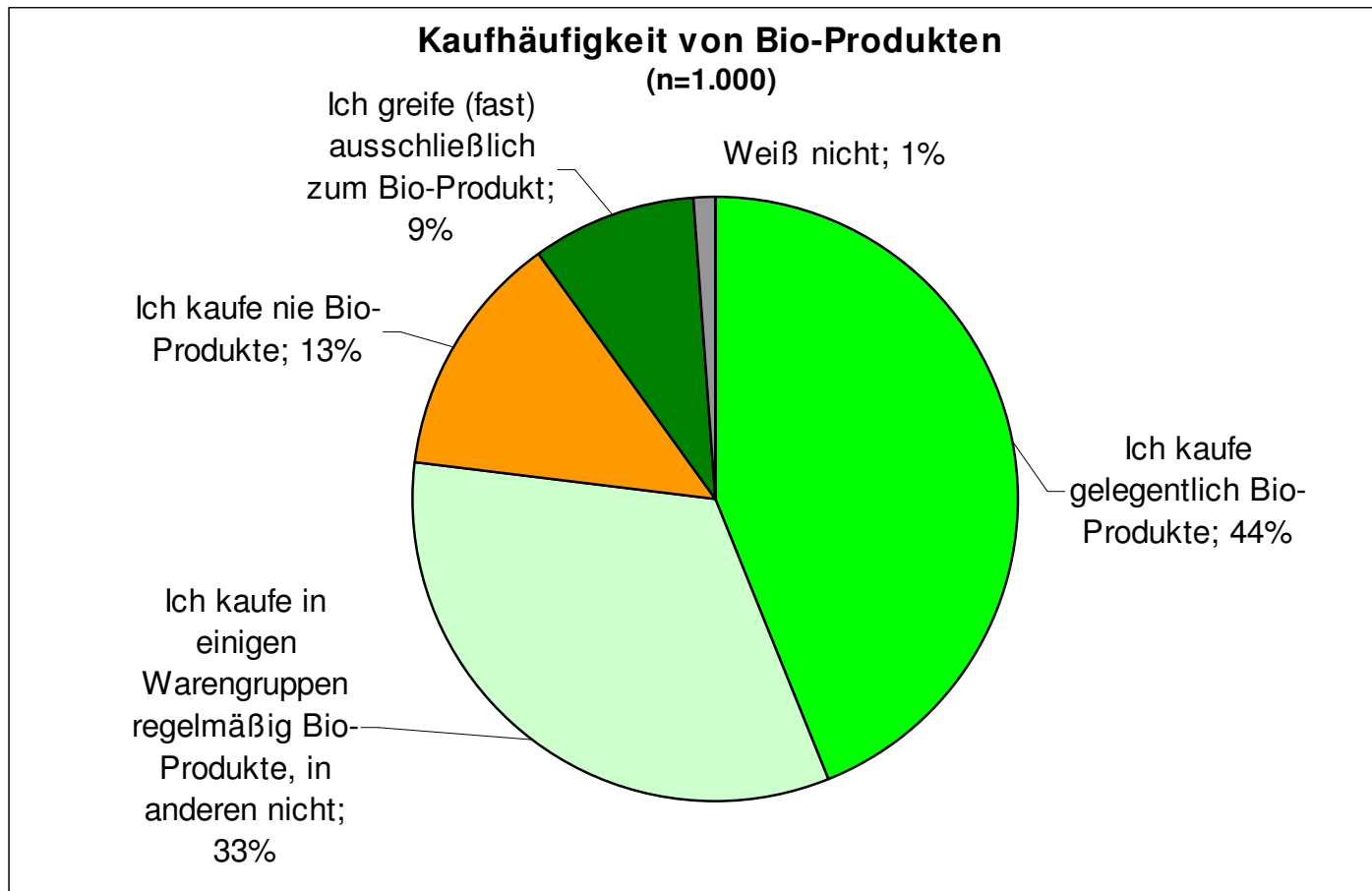
Bio-Anteile bei Lebensmittel: an der Spitze liegt die Kategorie Babynahrung gefolgt von Reform

LH inkl. H/L aufl. Jahr bis KW 33/07

KATEGORIEN	% Umsatzanteil BIO	Gesamtumsatz der Kat. in Mio. €
FOOD TOTAL	4,4%	8.198,6
BABY-FOOD	39,0%	16,7
REFORM	26,2%	47,9
MOLKEREIPRODUKTE	7,2%	1.215,8
FRISCHE exkl. MOPRO	6,2%	3.123,5
GRUNDNAHRUNG	6,1%	285,0
HEISSGETRÄNKE	3,1%	218,5
CONVENIENCE	2,5%	644,0
PIKANTE SNACKS	2,3%	118,8
TIEFKUEHLKOST	1,5%	418,2
ALKOHOLFREIE GETRAENKE	0,8%	734,3
SUESSWAREN	0,5%	622,0
ALKOHOLISCHE GETRÄNKE	0,2%	753,9

Quelle: Nielsen MarketTrack – auflaufendes Jahr bis KW 33/07

Kaufhäufigkeit: 85% der Österreicher kaufen zumindest gelegentlich Bio-Produkte



Quelle: Eigene Darstellung nach nationaler CATI-Studie Aug. 2007

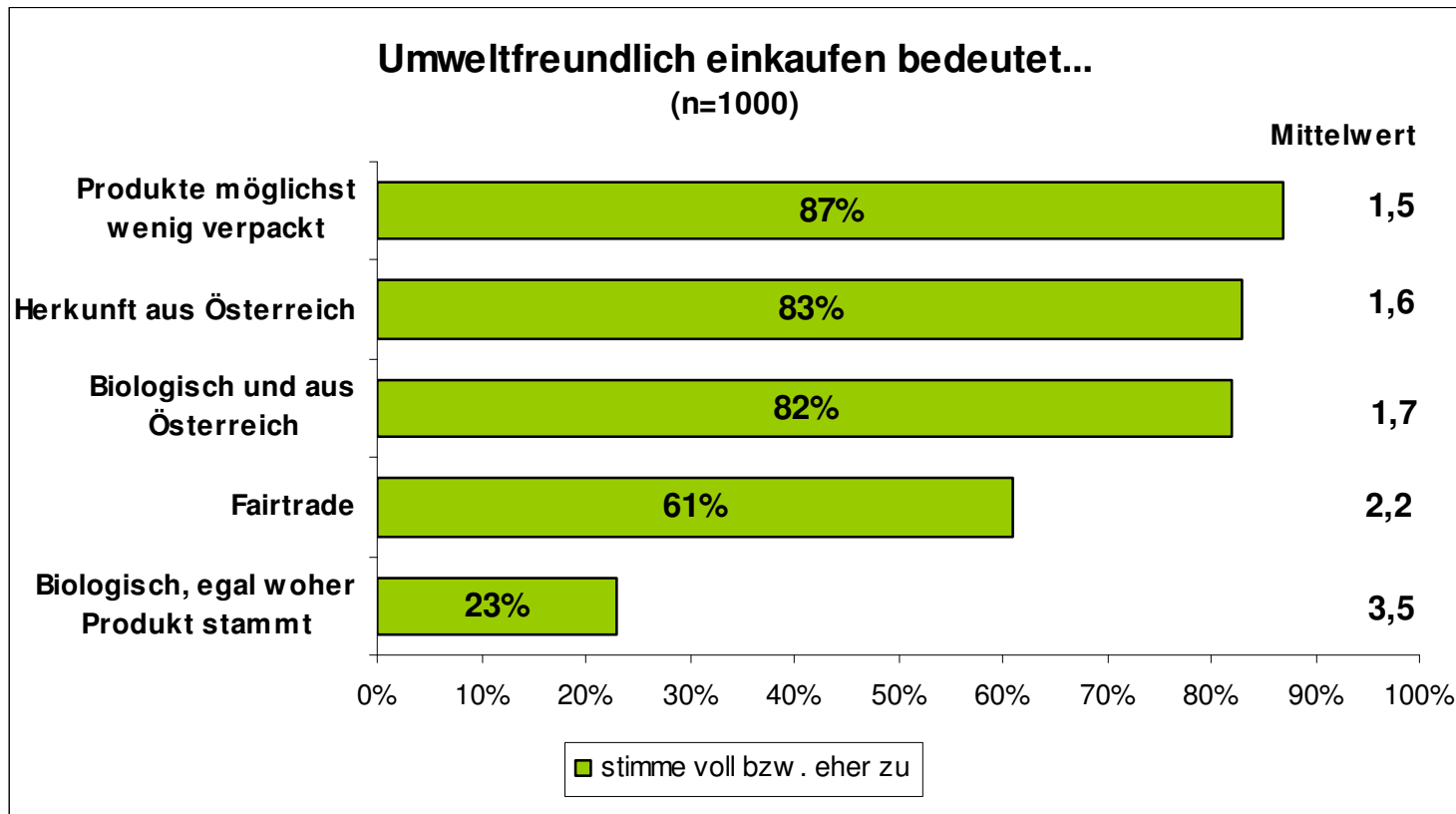
Confidential & Proprietary

Copyright © 2007 The Nielsen Company

nielsen

Umweltfreundlichkeit: möglichst geringe Verpackung sowie Herkunft aus Österreich am wichtigsten

biologische Produkte unabhängig von der Herkunft für 77% der Konsumenten nicht umweltfreundlich



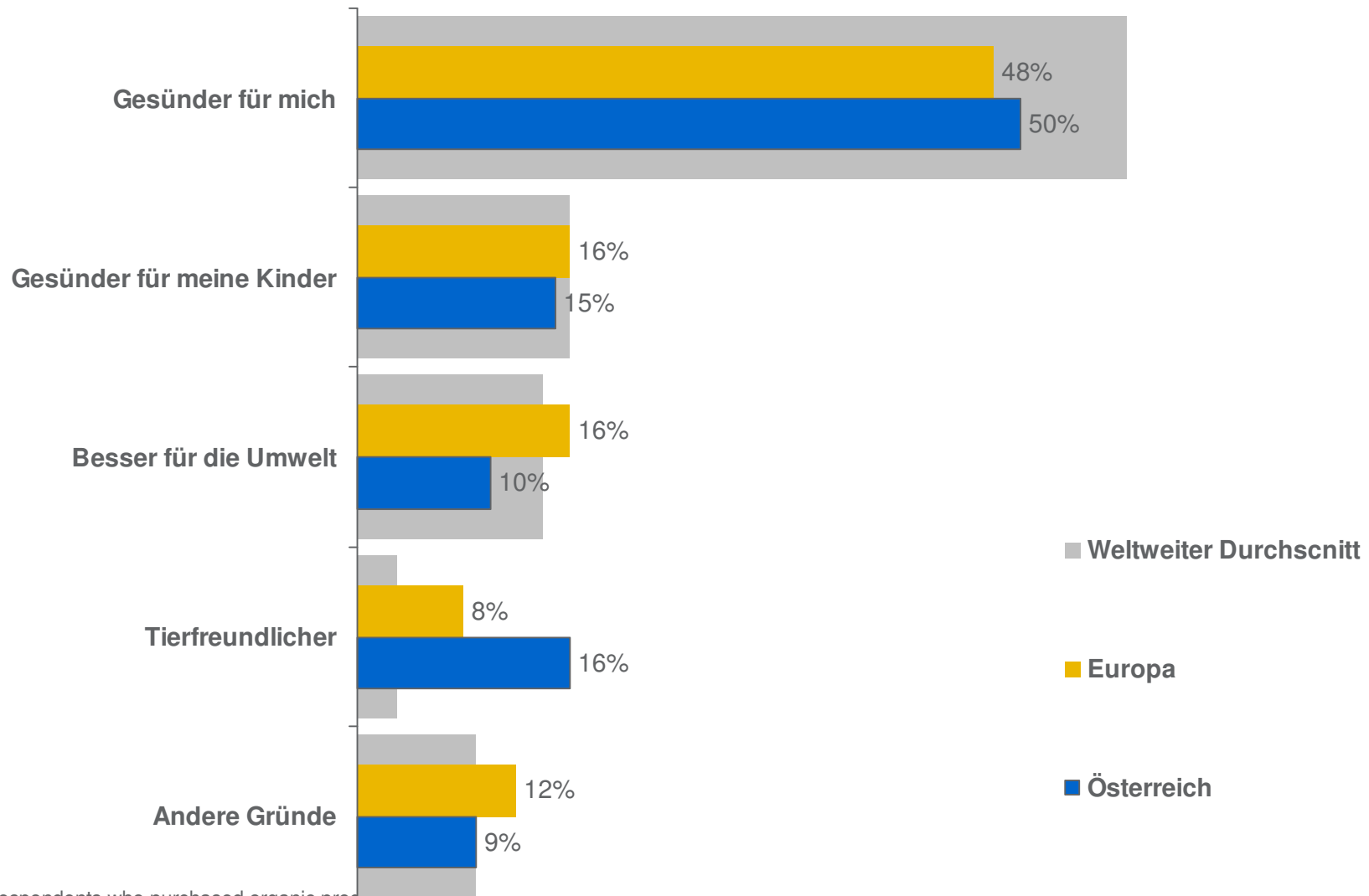
Quelle: Eigene Darstellung nach nationaler CATI-Studie Aug. 2007

Confidential & Proprietary

Copyright © 2007 The Nielsen Company

nielsen

Aus welchem Hauptgrund kaufen Sie Bio-Produkte?

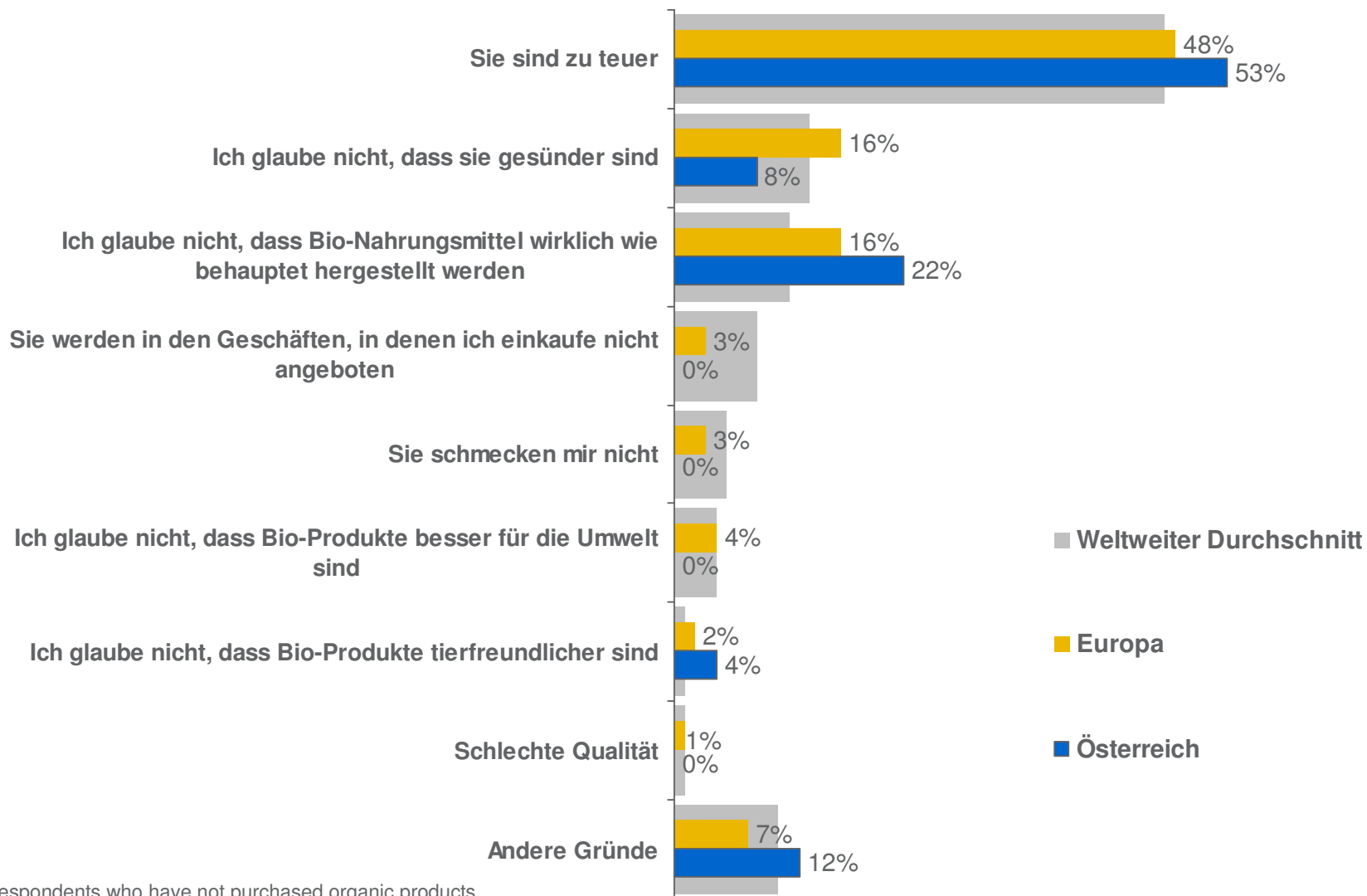


Base: Respondents who purchased organic products

Confidential & Proprietary Copyright © 2007 The Nielsen Company



Aus welchem Hauptgrund kaufen Sie keine Bio-Produkte?



Base: Respondents who have not purchased organic products
 Confidential & Proprietary Copyright © 2007 The Nielsen Company

