

MARKTENTWICKLUNG, BIO- ANTEIL UND KÄUFERMOTIVATION IM WANDEL CHANCEN FÜR DEN EIGENEN BETRIEB NUTZEN

Arge Nahtürlich BIO

12.11.2024, Oberwaltenreith

DI Anna Eckl, LK NÖ

EU UND AT AKTUELLE ENTWICKLUNGEN

NIEDERÖSTERREICHS BAUERN. EINE KAMMER.

Verlass di drauf!



DIE EU ALS BIO-PROMOTER...

... UND AUCH ALS BREMSKLOTZ?

**Ziel: 25% Bio-Anteil der EU
LW-Fläche bis 2030**

- **Schwerpunkte**
 - Förderung der Produktion
 - Förderung des Verbrauchs
 - Stärkung der Nachhaltigkeit

**Gleichzeitig: viele Regulierungen,
Vorschriften**

- Bio-Basisrechtakt (1)
- Bio-Durchführungsrechtsakte (9)
- Bio-Delegierte Rechtsakte (19)
- Interpretation letters (+- 300)
- und vieles mehr...

BIO-FLÄCHEN UND BIO-BETRIEBE

- **EU:** 10,39% (2022)
- **AT:** 27,2% (2022)

- Wachstum EU: + 6% pro Jahr

- Wachstum AT: derzeit MINUS
 - 2022 - 2023: minus 933 Höfe bzw. minus 10.000 ha
 - 2023 - 2024: minus 351 Höfe bzw. minus 2.600 ha

ENTWICKLUNG BIO-BETRIEBE UND BIO-FLÄCHEN IN ÖSTERREICH 2024

2024: 24.099 Bio-Betriebe in AT (-351 Betriebe im Vergleich zu 2023);
entspricht einem Rückgang von 1,4%

Burgenland:	-16 Betriebe (-1,2 %)
Kärnten:	-74 Betriebe (-4,1 %)
Niederösterreich	-41 Betriebe (-0,7 %)
Oberösterreich:	-67 Betriebe (-1,4 %)
Salzburg:	-61 Betriebe (-1,7 %)
Steiermark:	-84 Betriebe (-2,0 %)
Tirol:	0 Betriebe (0,0%)
Vorarlberg:	-8 Betriebe (-1,5 %)
Wien:	0 Betriebe (0,0 %)

Datenquelle: BML, Nov. 2024

BIO-FLÄCHENENTWICKLUNG IN ÖSTERREICH (OHNE ALM UND BERGMÄHDER)

2024: rund 584.000 ha (-1.800 ha bzw. -0,3% im Vergleich zu 2023)

Bundesländer	Biofläche 2024 in ha	Änderung zu 2023 in ha	Änd. zu Vorjahr in %
Burgenland	71.800	+2.300	+ 3,3
Kärnten	35.000	-1.300	-3,6
Niederösterreich	229.700	+800	+0,4
Oberösterreich	91.900	-500	-0,6
Salzburg	52.900	-1.000	-1,9
Steiermark	68.200	-1.500	-2,1
Tirol	25.400	-400	-1,3
Vorarlberg	7.200	-200	-3,6
Wien	1.900	0	0,0
Österreich	584.000	-1.800	-0,3

Datenquelle: BML, Nov. 2024

NIEDERÖSTERREICHS BAUERN. EINE KAMMER.

Verlass di drauf!

lk

ÖSTERREICH: BIO-FLÄCHENENTWICKLUNG NACH KULTURARTEN

Kulturarten	Biofläche 2024 in ha	Änderung zu 2023 in ha	Änd. zu Vorjahr in %
Ackerland	293.700	+1.200	+ 0,4
Weingärten	11.000	+550	+5,3
Obstanlagen	4.200	-40	-0,9
Dauergrünland	389.500	-4.000	-1,0
<i>davon intensives GL</i>	175.800	-2.400	-1,4
<i>davon extensives GL</i>	99.100	-900	-0,9
<i>zweimähdige Wiesen</i>	68.700	-1.600	-2,2
<i>einmähdige Wiesen</i>	9.600	+200	+2,0
Hutweiden	18.500	+500	+2,9

2024: biologisch bewirtschaftete landw. Nutzfläche in AT rund 698.600 ha (- 2.600 ha bzw. -0,4% im Vergleich zu 2023)

Acker- und Weingärten: leichtes Plus

Datenquelle: BML, Nov. 2024

**KONSUMENTEN
KONSUMVERHALTEN
MOTIVE FÜR DEN KAUF VON BIO-LEBENSMITTELN**

NIEDERÖSTERREICHS BAUERN. EINE KAMMER.

Verlass di drauf!



ENTSCHEIDUNG BIO ODER KONVENTIONELL

WELCHER NUTZEN UND WELCHE WERTE WERDEN BIO ZUGESPROCHEN?

Bio erhöht den Wert von Lebensmitteln

Welche Werte bzw. besondere Merkmale, die den Wert von Lebensmitteln erhöhen, fallen Ihnen spontan ein?



Angaben in %, n=1.711

Quelle: RolIAMA Motivanalyse November 2023 / AMA-Marketing

AGRARMARKT AUSTRIA MARKETING

Für 41% der Konsument:innen sind Bioprodukte an erster Stelle, wenn es um den Wert bzw. besonderen Stellenwert von Lebensmitteln geht.

Chart 9

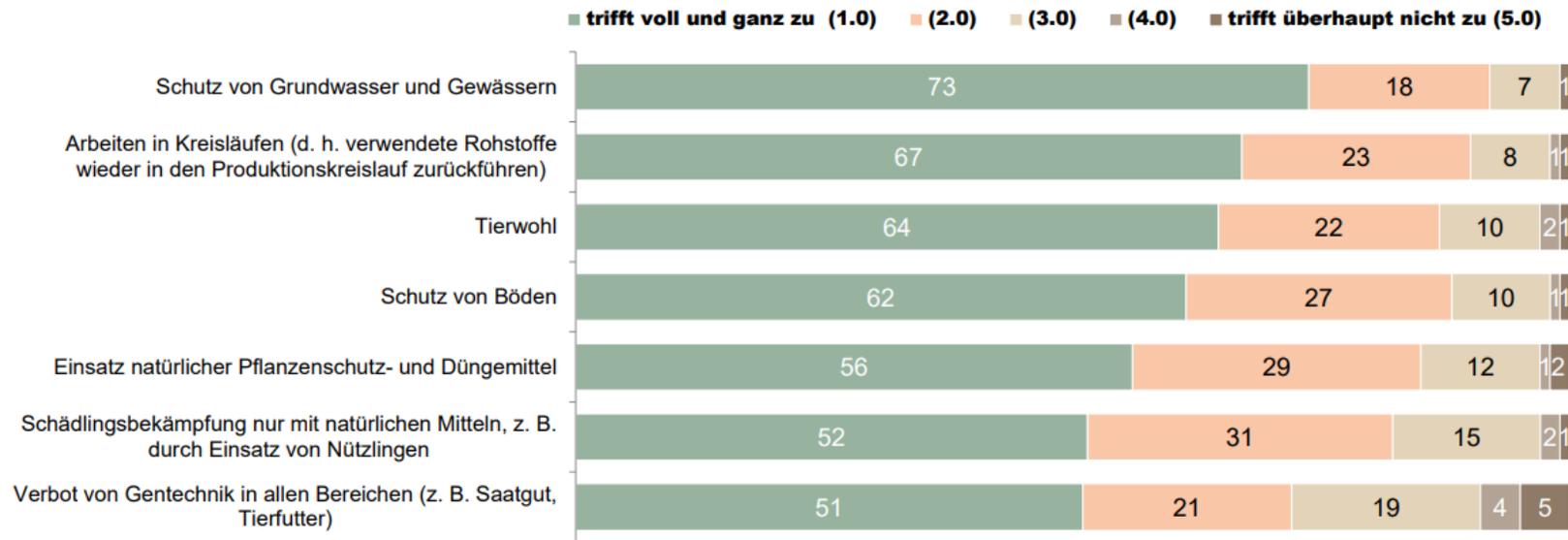
di drauf!

lk

MEHRWERT VON BIO-PRODUKTION

Bio als Beitrag zum Klimaschutz

In welchen Bereichen halten Sie die biologische Produktion von Lebensmitteln für besonders nachhaltig?



Angaben in %, n=1.802

Quelle: RollAMA Motivanalyse Juli 2023 / AMA-Marketing

Chart 10

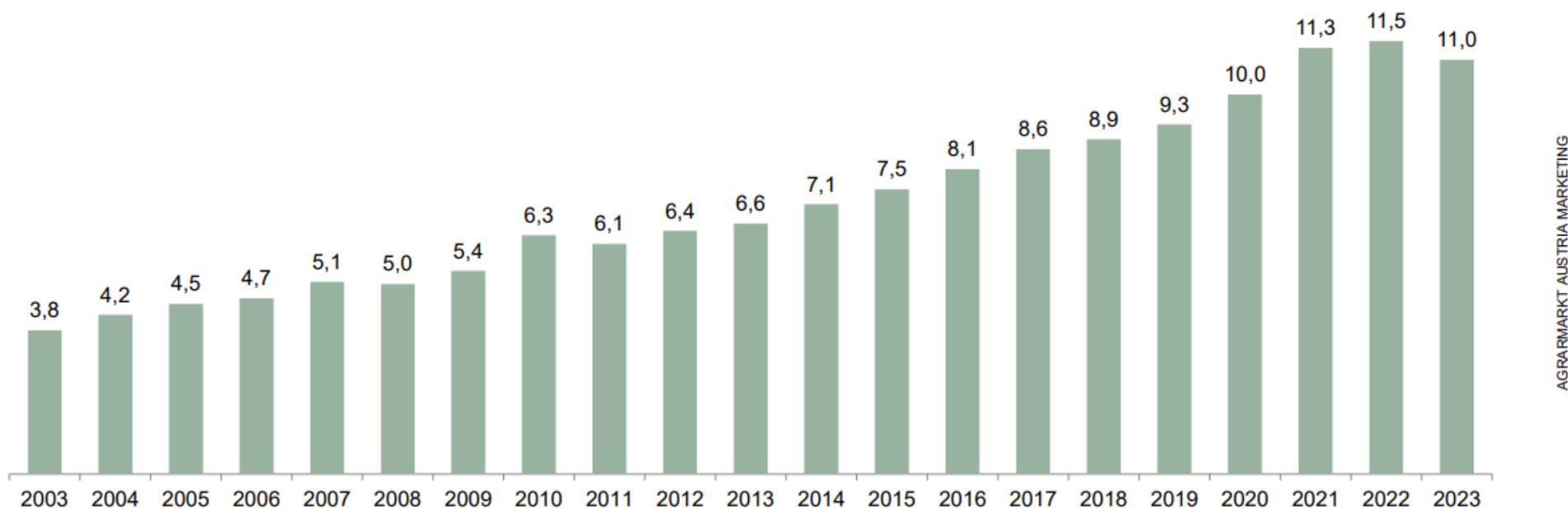
AGRARMARKT AUSTRIA MARKETING

Besondere Bedeutung bei den Konsument:innen:

- Schutz von Grundwasser und Gewässern
- Kreislaufwirtschaft
- Tierwohl

Langfristige Entwicklung der Bio-Anteile

im Lebensmitteleinzelhandel, wertmäßiger Anteil in Prozent, RollAMA Total*



* Alle RollAMA-Warenguppen: Weiße und Bunte Palette, Käse, Gelbe Fette, Fleisch & Geflügel, Wurst & Schinken, Frisch-/TK-/Sterilobst & -gemüse, Eier, Fertiggerichte, exkl. Brot

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

Chart 12

RollAMA
ROLLIERENDE AGRARMARKT-ANALYSE

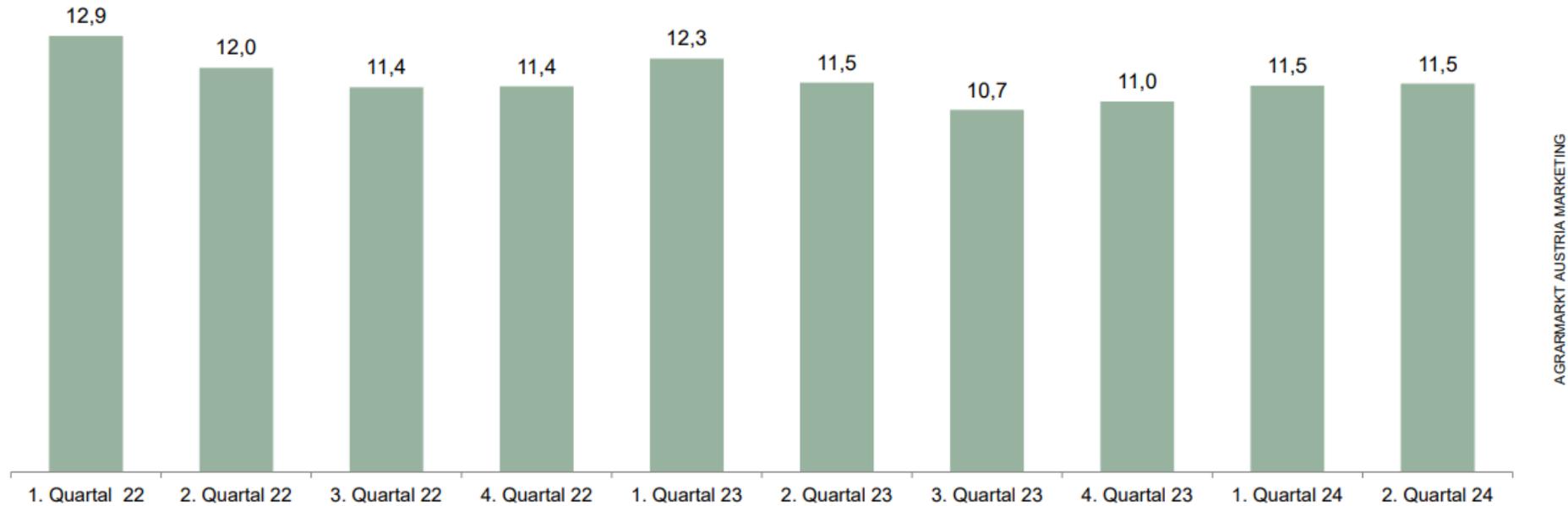
NIEDERÖSTERREICHS BAUERN. EINE KAMMER.

Verlass di drauf!

lk

Bio-Anteile bleiben auf Vorjahresniveau

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

Chart 21

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

RollAMA
ROLLIERENDE AGRARMARKT-ANALYSE

NIEDERÖSTERREICHS BAUERN. EINE KAMMER.

Verlass di drauf!

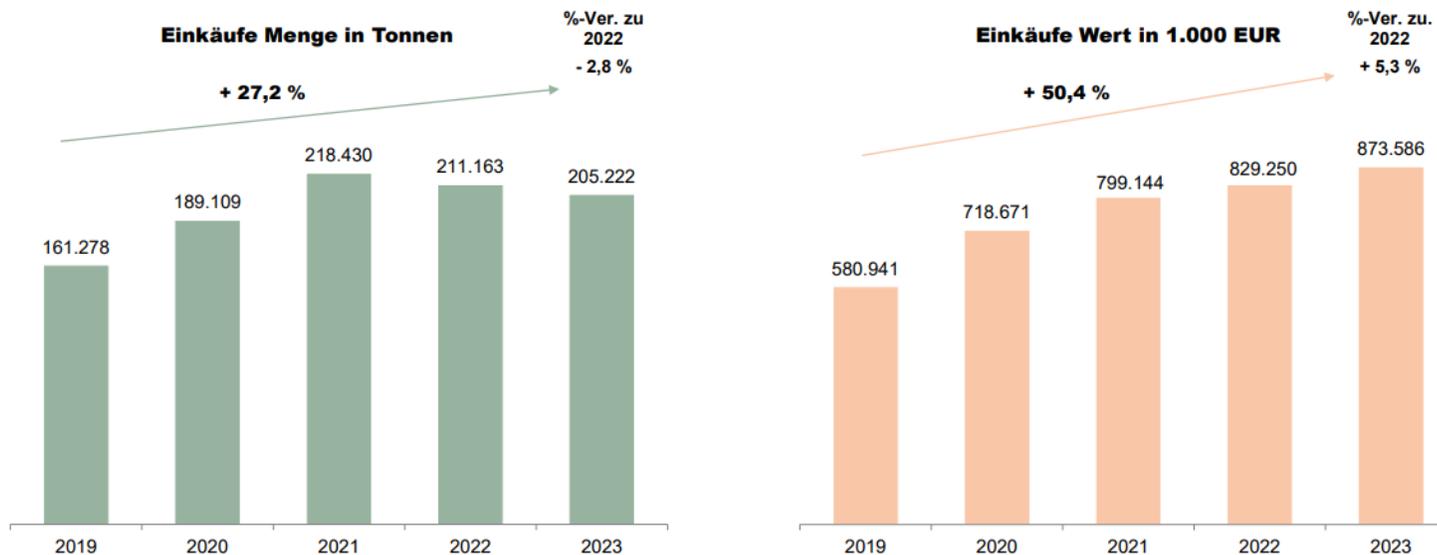
lk

MARKTENTWICKLUNG

BIOLEBENSMITTEL ERFREUEN SICH AUCH IN ZEITEN DER INFLATION UND TEUERUNGEN WEITERHIN GROßER BELIEBTHEIT

Marktentwicklung **RollAMA Bioprodukte**

im Lebensmitteleinzelhandel, RollAMA Total*



Absatz 2023 leicht rückläufig (-2,8%)
Im Zeitraum 2019-2023: Wachstum von +27,2% eingekaufte Bio-Mengen

Umsatz an Bioprodukten im Lebensmittelhandel um 5,3% gesteigert.

2024: auf stabilem Niveau

Chart 1

* Alle RollAMA-Warengruppen: Weiße und Bunte Palette, Käse, Gelbe Fette, Fleisch & Geflügel, Wurst & Schinken, Frisch-/TK-/Sterilobst & -gemüse, Eier, Fertiggerichte, exkl. Brot
Quelle: © RollAMA/AMA-Marketing, Feldarbeit: Consumer Panel Austria GfK/Auswertung: KeyQuest Marktforschung

RollAMA
ROLLIERENDE AGRARMARKT-ANALYSE

NIEDERÖSTERREICHS BAUERN. EINE KAMMER.

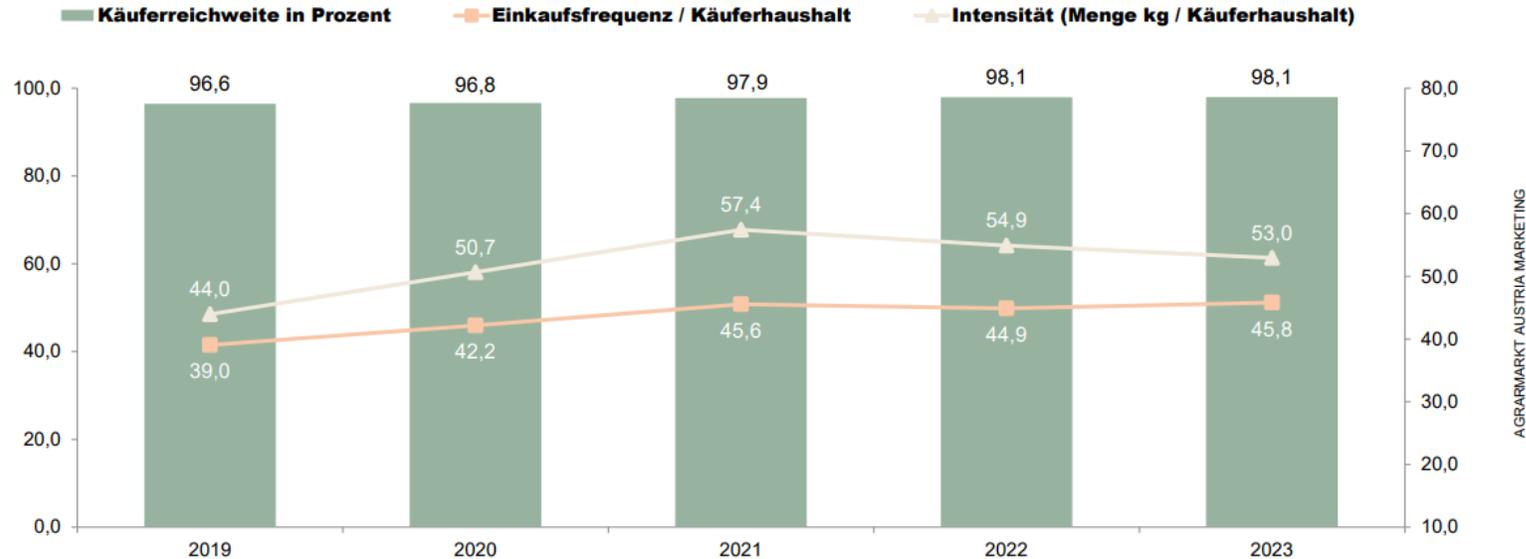
Verlass di drauf!

lk

KÄUFERREICHWEITE

BIO KANN KÄUFER:INNEN UND EINKAUFSFREQUENZ HALTEN

Fast alle Österreicherinnen & Österreicher kaufen Bio
im Lebensmitteleinzelhandel



Käuferreichweite ist mit 98,1% hoch und stabil.

Menge an gekauften Bio-Produkten: leicht gesunken (von 55 auf 53 kg/Haushalt)

Chart 2

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

RollAMA
ROLLIERENDE AGRARMARKT-ANALYSE

NIEDERÖSTERREICHS BAUERN. EINE KAMMER.

Verlass di drauf!

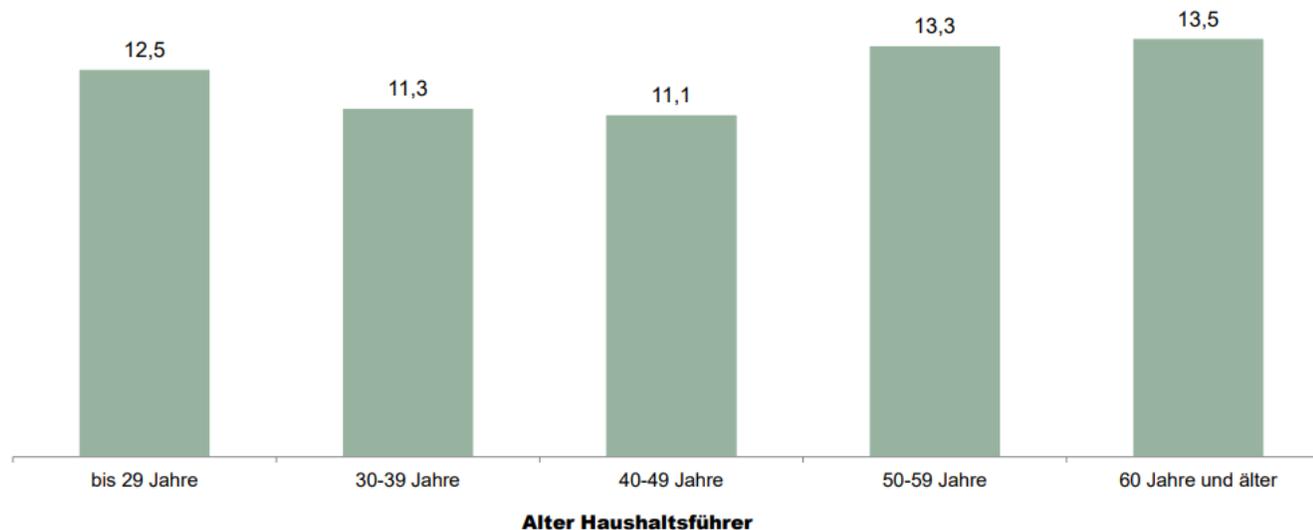
lk

WER KAUFT BIO-PRODUKTE?

BIO WIRD VON ALLEN ALTERSSCHICHTEN GEKAUFT

Junge und Ältere kaufen mehr Bio

wertmäßiger Anteil in Prozent, RollAMA total*



AGRARMARKT AUSTRIA MARKETING

Bio wird von allen Altersschichten gekauft, wobei Junge und Ältere mehr Bio kaufen.

* 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: Consumer Panel Austria GfK/Auswertung: KeyQuest Marktforschung

Chart 27

NIEDERÖSTERREICHS BAUERN. EINE KAMMER.

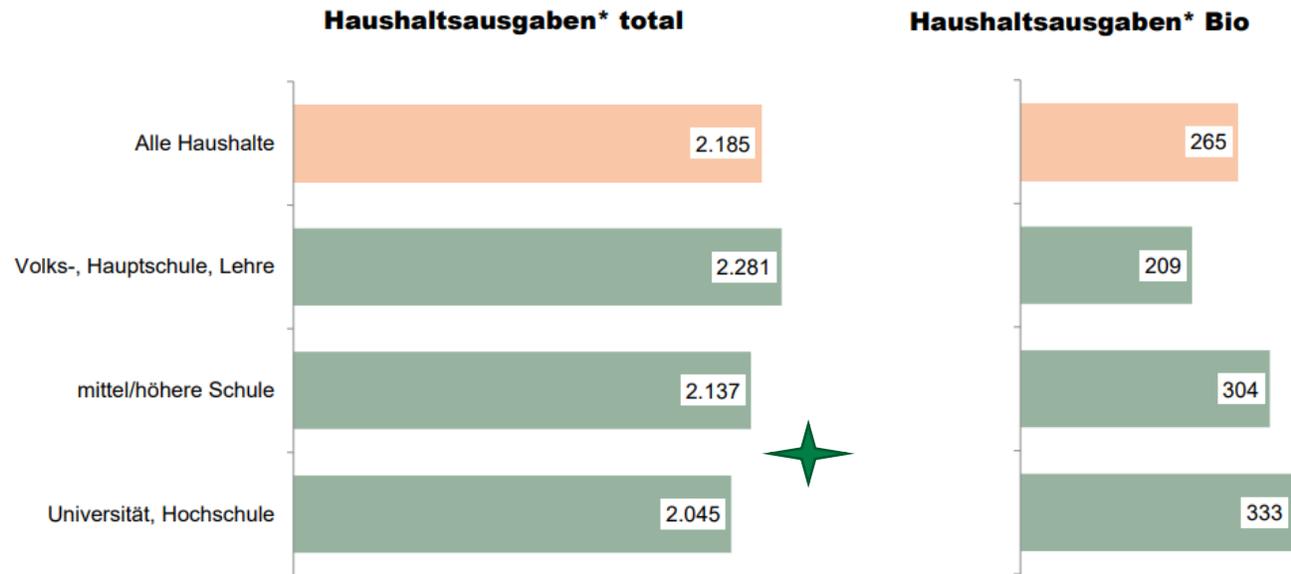
RollAMA
ROLLIERENDE AGRARMARKET-ANALYSE
Verlass di drauf!

lk

WER KAUFT BIO?

Je höher die Bildung desto mehr Bio

Ø Ausgaben im Käuferhaushalt in EUR 2023



AGRARMARKT AUSTRIA MARKETING

Personen mit höherem Bildungsniveau geben mehr Geld für Bio-Produkte aus als Personen mit niedrigerem Bildungsniveau.

★ führt daher, dass Außerhauskonsum bei RollAMA nicht berücksichtigt ist

Chart 8

* Alle RollAMA-Warengruppen: Weiße und Bunte Palette, Käse, Gelbe Fette, Fleisch & Geflügel, Wurst & Schinken, Frisch-/TK-/Sterilobst & -gemüse, Eier, Fertiggerichte, exkl. Brot

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

RollAMA
ROLLIERENDE AGRARMARKT-ANALYSE

NIEDERÖSTERREICHS BAUERN. EINE KAMMER.

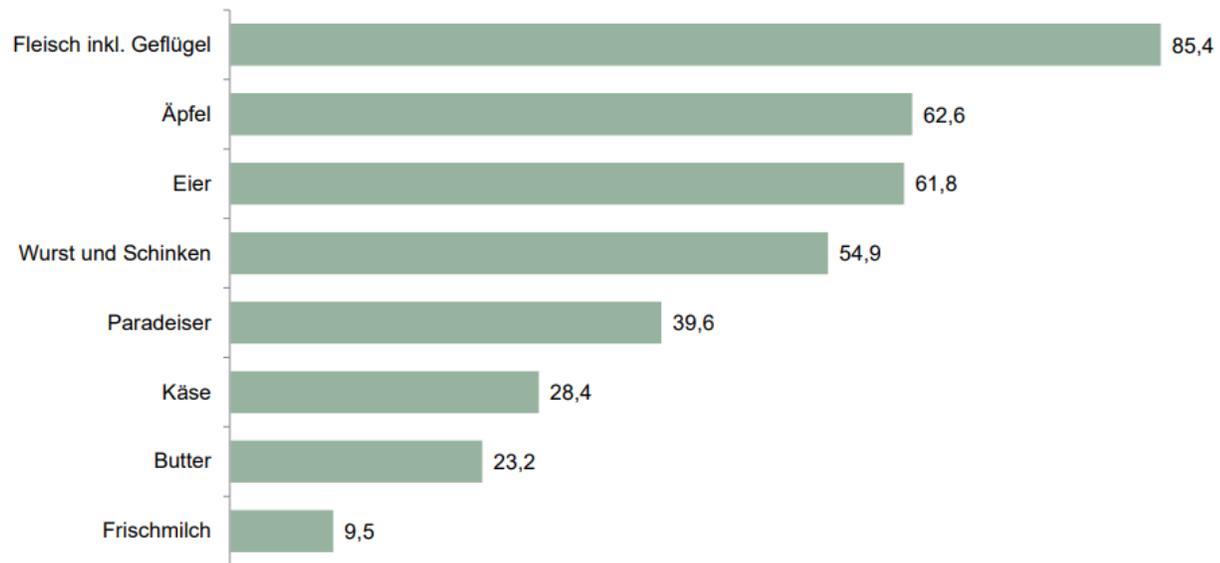
Verlass di drauf!

lk

PREISDIFFERENZEN ZWISCHEN BIO UND KONV. PRODUKTEN

Bio-Preisdifferenzen

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



AGRARMARKT AUSTRIA MARKETING

Preisdifferenzen zwischen biologischen und konventionellen Produkten recht unterschiedlich:

Frischmilch: knapp 10%

Butter: 23,2%

Käse: 28,4%

Eier: 61,8%

Fleisch inkl. Geflügel: 85,4%

Chart 3

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

RollAMA
ROLLIERENDE AGRARMARKET-ANALYSE

NIEDERÖSTERREICHS BAUERN. EINE KAMMER.

Verlass di drauf!

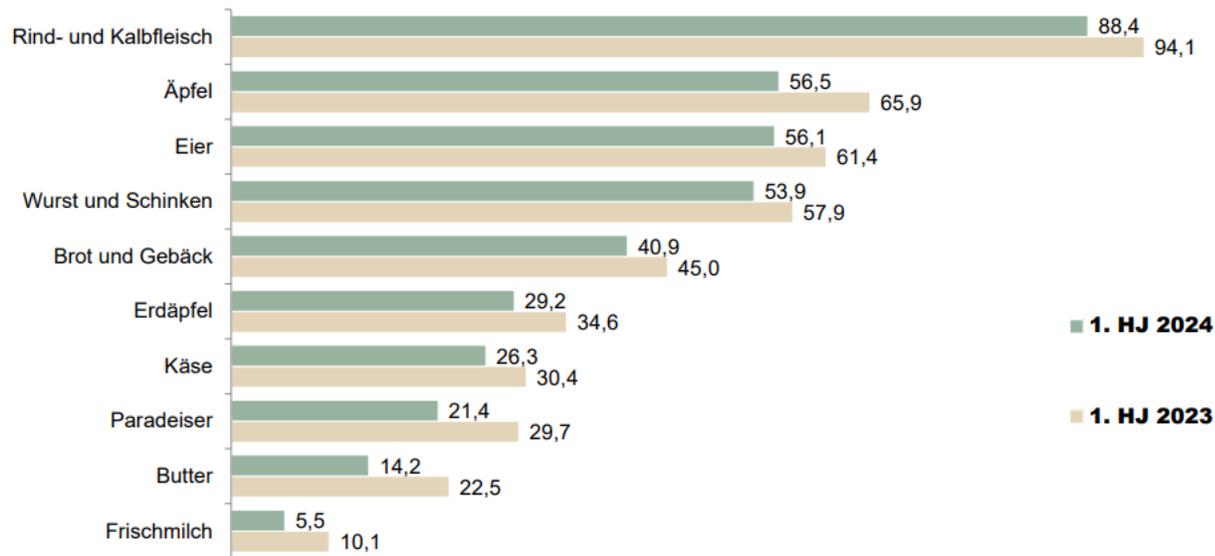
lk

PREISDIFFERENZEN VERRINGERN SICH AKTUELL

VERGLEICH 1. HALBJAHR 2023 - 2024

Bio-Preisdifferenzen werden geringer

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



Vor allem bei Milch und Milchprodukten werden die Preisdifferenzen geringer.

Chart 26

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

RollAMA
ROLLIERENDE AGRARMARKT-ANALYSE

NIEDERÖSTERREICHS BAUERN. EINE KAMMER.

Verlass di drauf!

lk

BIOANTEILE NACH WARENGRUPPEN

Bioanteile nach Warengruppen

wertmäßige Bio-Anteile der Einkäufe im LEH inkl. Hofer / Lidl in Prozent

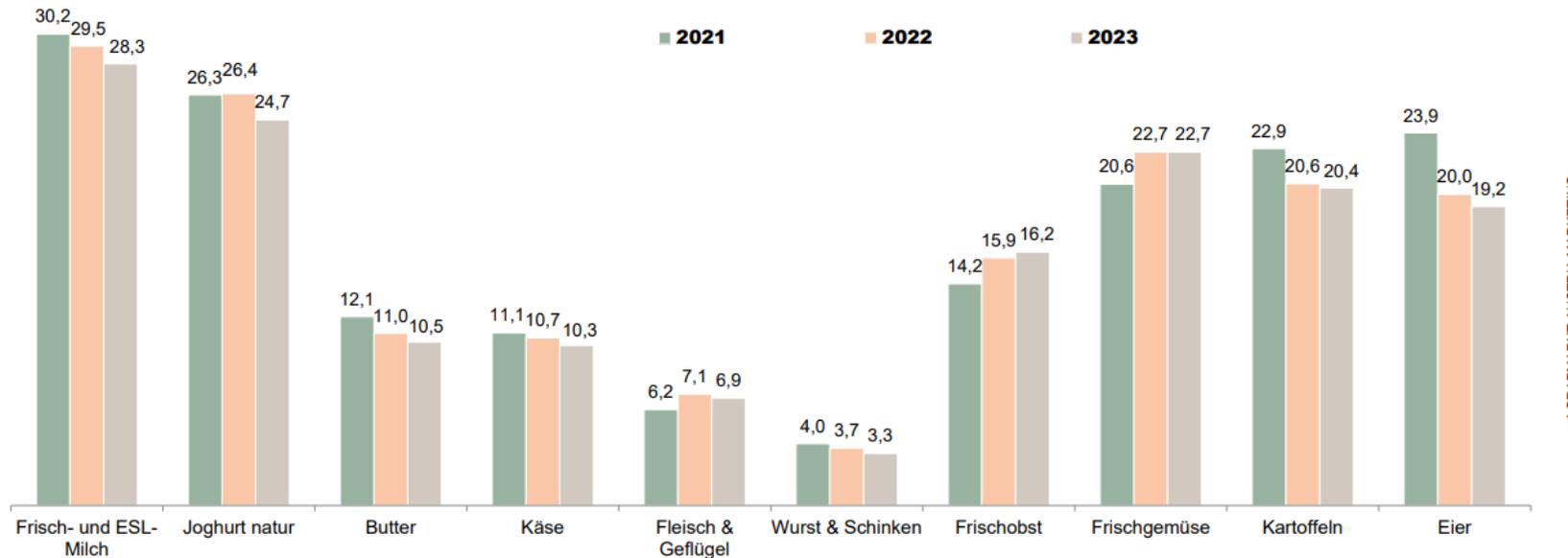


Chart 4

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

RollAMA
ROLLIERENDE AGRARMARKT-ANALYSE

Höchster wertmäßiger Anteil:
Frisch- und ESL-Milch, gefolgt
von Joghurt.

Fleisch und Geflügel trotz
hoher Preisdifferenzen stabil
bei ca. 7%

2024: Anteile weiter stabil

NIEDERÖSTERREICHS BAUERN. EINE KAMMER.

Verlass di drauf!

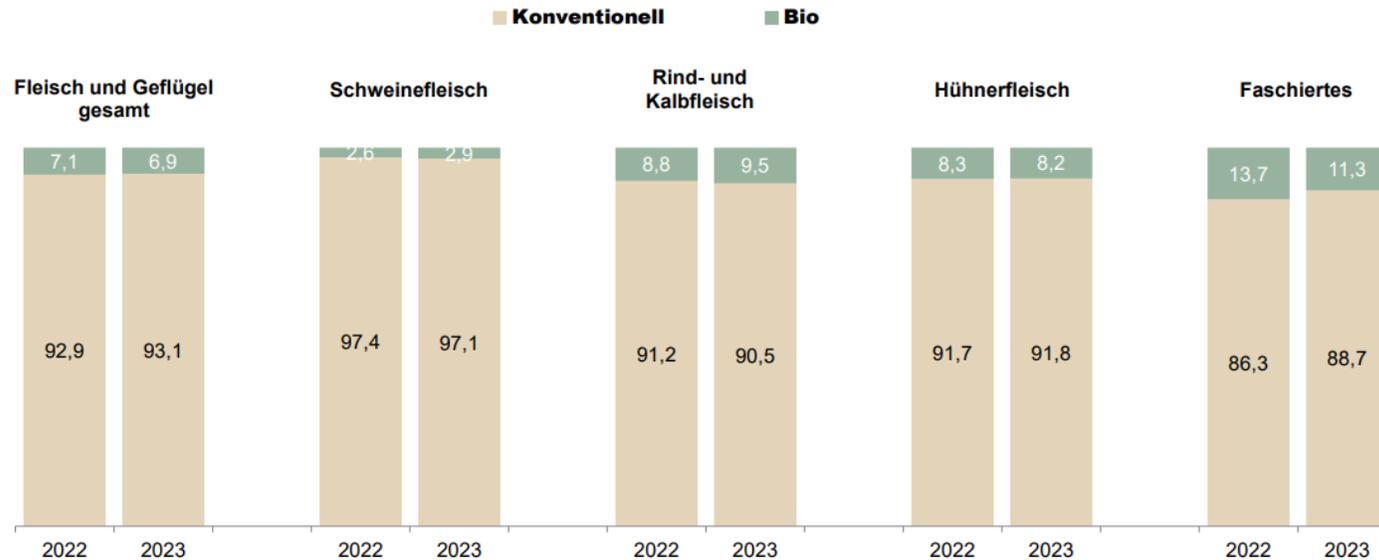
lk

BIOANTEILE NACH FLEISCHARTEN

MARKTENTWICKLUNG IN ANBETRACHT DER TEUERUNGEN ZUFRIEDENSTELLEND

Bioanteile nach Fleischarten

wertmäßige Bio-Anteile der Einkäufe im LEH in Prozent



Von 2022 auf 2023:

- Absatz: -5,3% (2023: 3.900 t)
- Umsätze: +3,5% (2023: 67,3 Mill. €)

Höchster Anteil:

- Faschiertes: 11,3%
- Rind- und Kalbfleisch: 9,5%

Geringster Anteil:

- Schweinefleisch: knapp 3%

Chart 6

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

RollAMA
ROLLIERENDE AGRARMARKT-ANALYSE

NIEDERÖSTERREICHS BAUERN. EINE KAMMER.

Verlass di drauf!

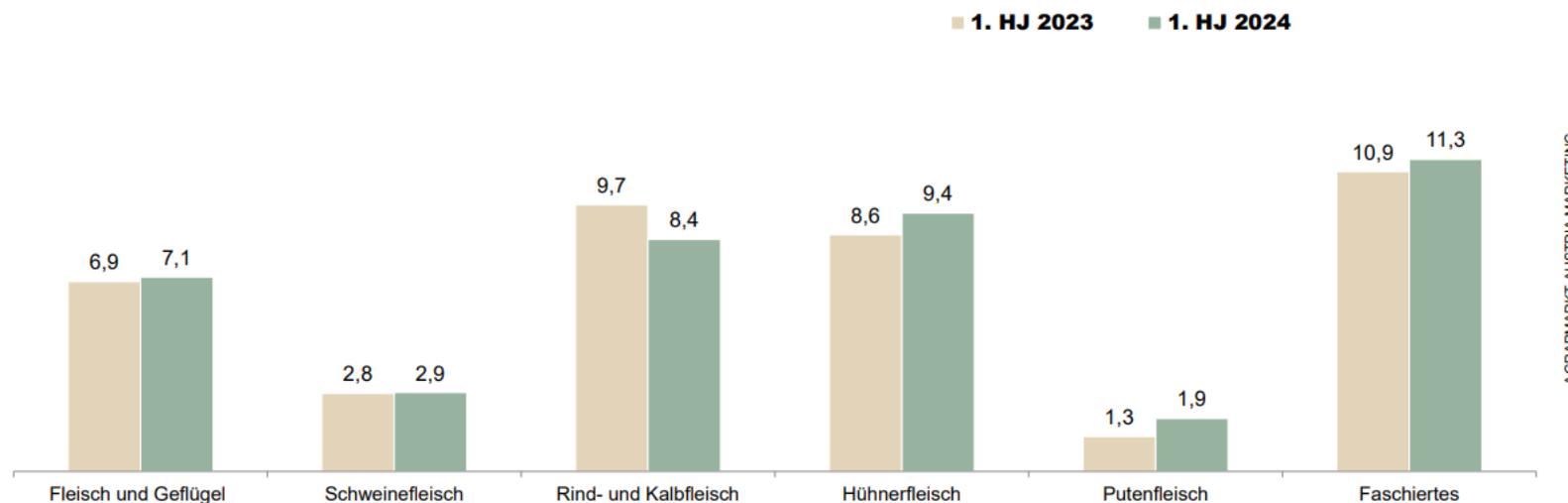
lk

BIOANTEILE FLEISCH

VERGLEICH 1. HALBJAHR 2023 - 2024

Mehr Bio-Huhn und Bio-Faschiertes

Bioanteile im Lebensmitteleinzelhandel, wertmäßiger Anteil in Prozent



Geflügel und Faschiertes:
leicht steigend

Schweinefleisch: stabil

Rind- und Kalbfleisch:
Rückgang

Chart 23

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

RollAMA
ROLLIERENDE AGRARMARKT-ANALYSE

NIEDERÖSTERREICHS BAUERN. EINE KAMMER.

Verlass di drauf!

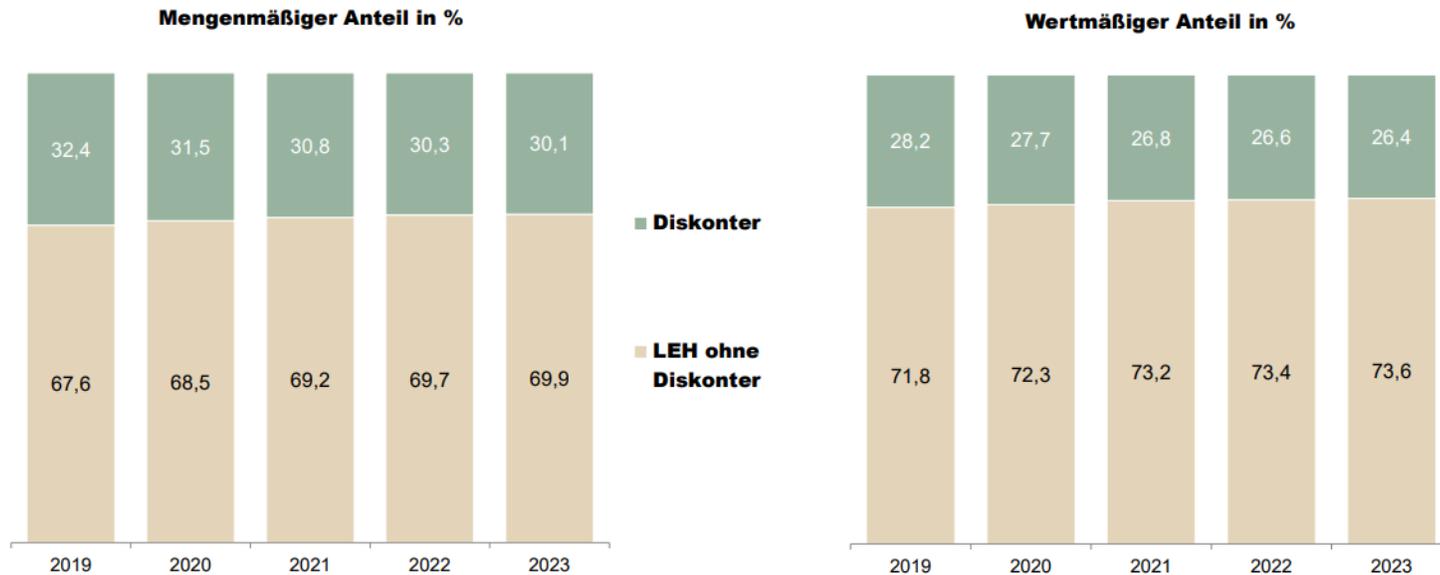
lk

BIO IM LEBENSMITTELEINZELHANDEL

SOWOHL SUPERMÄRKTE ALS AUCH DISKONTER SETZEN AUF BIO

Diskonter vs. klassischer LEH

Marktanteile Bio



LEH setzt verstärkt auf Bio und investiert in Bio-Eigenmarken.

Anteil am Biomarkt
 Supermärkte: ca. 70%
 Diskonter: ca. 30%

AGRAMARKT AUSTRIA MARKETING

Chart 7

* Alle RollAMA-Warengruppen: Weiße und Bunte Palette, Käse, Gelbe Fette, Fleisch & Geflügel, Wurst & Schinken, Frisch-/TK-/Sterilobst & -gemüse, Eier, Fertiggerichte, exkl. Brot
 Quelle: © RollAMA/AMA-Marketing, Feldarbeit: Consumer Panel Austria GfK/Auswertung: KeyQuest Marktforschung



NIEDERÖSTERREICHS BAUERN. EINE KAMMER.

Verlass di drauf!



TRENDS IM KONSUMVERHALTEN

- „Regional – Saisonal – Bio“ als neue Richtung
- Sicherheit und Qualität zählen besonders in Krisenzeiten – BIO ist ein wichtiges Qualitätsmerkmal
- Konsument muss einen Mehrwert erkennen können
- Produkte müssen erklärt und inszeniert werden
- Mehrwert muss auch mehr Wert sein
- Braucht neue Konzepte – auch und vor allem vom Lebensmitteleinzelhandel

SCHLUSSFOLGERUNGEN FÜR DIE INDIVIDUELLE BETRIEBSENTWICKLUNG

NIEDERÖSTERREICHS BAUERN. EINE KAMMER.

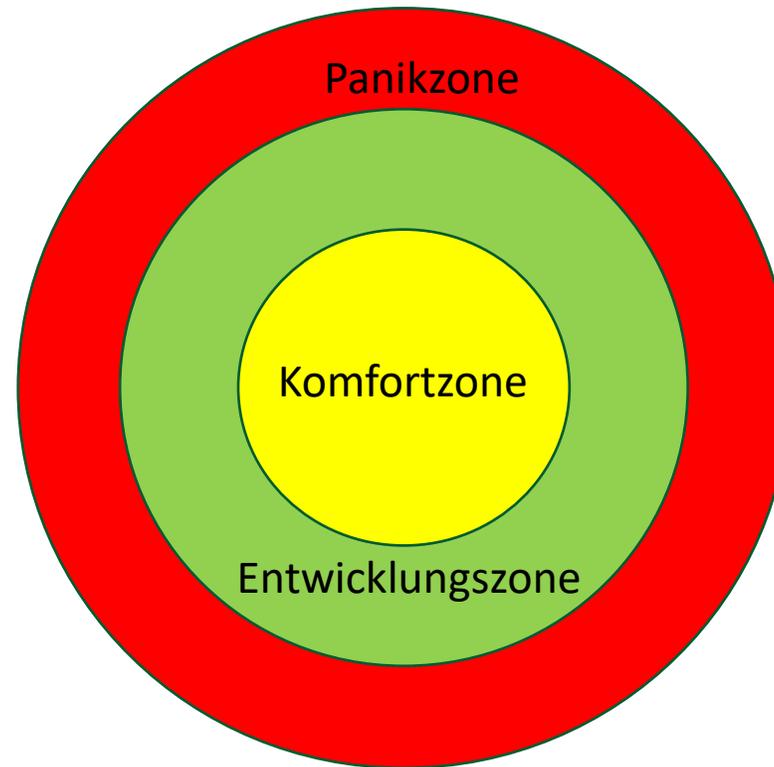
Verlass di drauf!



CHANCEN FÜR DEN EIGENEN BETRIEB?

NUTZEN!!!

**Wenn der Wind der
Veränderung weht,
bauen die einen Mauern
und die anderen Windmühlen.**



WIR HABEN ES AUCH SELBST IN DER HAND...

- Veränderungsphasen sind Teil jedes Lebens - menschlich und auch betrieblich
- Jede Krise birgt auch Chancen für Weiterentwicklung - offen sein für neue Möglichkeiten und Betriebsentwicklung
- Rahmen für eigenes Handeln ausloten
 - Risikoabschätzung
 - Ressourcenabschätzung
- Fachlich und betriebswirtschaftlich abgesicherte Entscheidungen treffen
- Erfolg und Veränderung hat 3 Buchstaben: TUN





Termin

Mittwoch, 04. Dezember 2024
19:00 - 22:00 Uhr

Örtlichkeit

Online Seminarraum,
zu Hause am PC

Anmeldung

Bis spätestens 29.11.2024

Online oder unter
LK NÖ, T 05 0259 23100



Teilnahmebeitrag

€ 20,- gefördert
€ 40,- ungefordert

Anerkennung



ÖPUL-BIO Anerkennung: 3h

3-0087660

**Webinar: Bedrohung Klimawandel für
Tierhaltung und Weidewirtschaft -
Was können wir tun?**

Der Klimawandel zeigt seine dramatischen Auswirkungen auf die Landwirtschaft und die Tierhaltung. Wetterextreme verursachen enorme Schäden und erfordern neue Wege in der Bewirtschaftung unserer landwirtschaftlichen Flächen. Nach dem erfolgreichen Webinar "Klimafitte Weide" setzen wir den nächsten Schritt. Wie können wir Ammoniakemissionen senken, Stalltemperaturen erträglicher machen und Klimaschutzstrategien für den Hof und Grünland-/Futterwirtschaft in der Praxis realisieren? Über die Umsetzung seines Weidemanagements im Trockengebiet berichtet ein Praktiker.

Vortragsthemen und Referenten

- Dr. Thomas Guggenberger, HBLFA Raumberg-Gumpenstein
„Klimawandel: Die Weidezeit wird knapp“
- Ing. Eduard Zentner, HBLFA Raumberg-Gumpenstein
„Auswirkungen des Klimawandels auf die Wiederkäuerhaltung, Maßnahmen und Potentiale“
- Christian Krehan, praktischer Landwirt
„20 Jahre Weidehaltung im Trockengebiet – ein Praktiker berichtet“

Moderation: DI Anna Eckl, Bioberatung LK NÖ

Herzlichen Dank für Ihre
Aufmerksamkeit!