

BIO-SZENE IN ÖSTERREICH

- Bio-Aktionsmarkt in Österreich
- Bio-Werbemarkt in Österreich (ATL)
- Konsumentenbefragung: Einstellungen & Einkaufsentscheidungen bezüglich Bioprodukte

UMFASSENDE ANALYSE DER BIO-SZENE IN ÖSTERREICH

Bio-Szene in Österreich

Preis- und Promotionsanalyse

Bio-Aktionsmarkt in Österreich



Werbewertanalyse

Bio-Werbemarkt in Österreich (ATL)



Konsumentenbefragung

Einstellungen & Einkaufsentscheidungen
bezüglich Bioprodukte



ERHEBUNGSINHALTE



Preis- und Promotionsanalyse BIO-Aktionsmarkt in Österreich

Definition Bruttowerbewert (BWW)	
Bio-Aktionen	FOOD NONFOOD1
Entwicklung der Bio-Aktionen - Top Kategorien	FOOD NONFOOD1
Anteil der Bio-Aktionen - Top Kategorien	FOOD NONFOOD1
Entwicklung der Bio-Aktionen - Top KeyAccounts	FOOD NONFOOD1
Entwicklung der Aktionen (Bio vers. Gesamt) – Top KeyAcc.	FOOD NONFOOD1
Anteil der Bio-Aktionen - Top KeyAccounts	FOOD NONFOOD1
Anteil der Bio-Aktionen - Kat. & KeyAcc.	FOOD NONFOOD1
Ranking der Bio-Aktionen - Marken	FOOD NONFOOD1
Ranking der Top beworbenen Bio-Produkte	FOOD NONFOOD1



Werbewertanalyse BIO-Werbemarkt in Österreich (ATL)

Bio-Werbung	FOOD NONFOOD1
Entwicklung der Bio-Werbung - Top Kategorien	FOOD
Anteil der Bio-Werbung - Top Kategorien	FOOD
Entwicklung der Bio-Werbung - Werbekanal	FOOD
Entwicklung Werbespendings (Bio vers. Gesamt) - Werbekanal	FOOD
Anteil der Bio-Werbung - Werbekanal	FOOD
Entwicklung der Bio-Werbung - Top Marken	FOOD
Entwicklung Werbespendings (Bio vers. Gesamt) – Top Marken	FOOD
Anteil der Bio-Werbung – Top Marken	FOOD
Anteil der Bio-Werbung - Werbekanal & Kat.	FOOD
Ranking der Bio-Werbung - Marken	FOOD



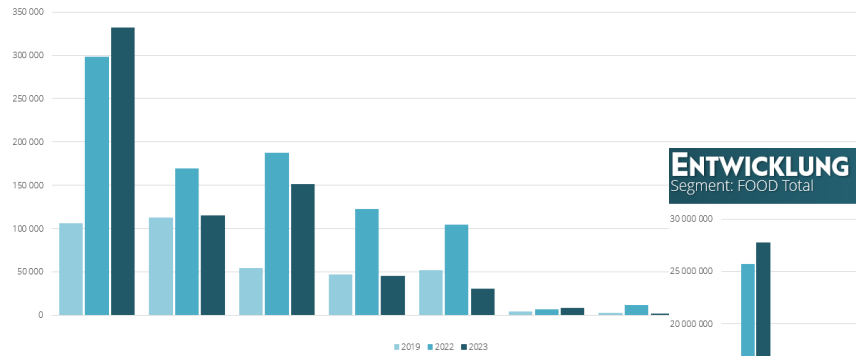
Konsumentenbefragung Einstellungen & Einkaufsentscheidungen bezüglich Bioprodukte

Daten zur Untersuchung
Struktur der Stichprobe
Konsumentenprofile
Einstellungen zu Bioprodukten
Einkaufsbudget und Kaufentscheidungen
Bioprodukte: Lebensmittelindustrie und Lebensmittelhändler

AUSZUG AUS DER STUDIE

ENTWICKLUNG DER BIO-AKTIONEN NACH TOP KEYACCOUNTS 2019 VERS. 2020 VERS. 2023

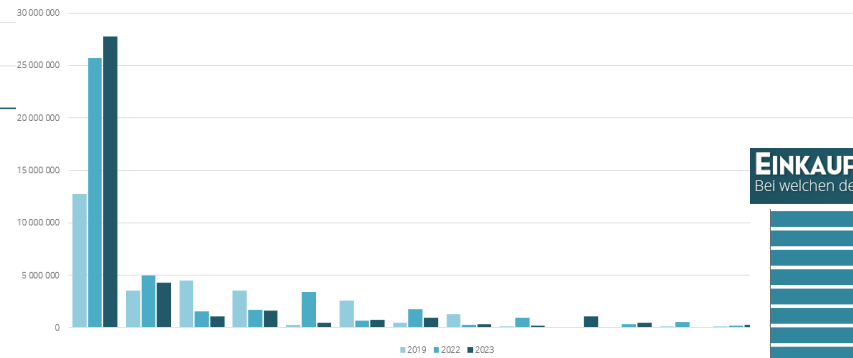
Segment: NONFOOD1 Total



Basis: Bruttowerbewert der Bio-Aktionen

ENTWICKLUNG DER BIO-WERBUNG NACH TOP KATEGORIEN 2023

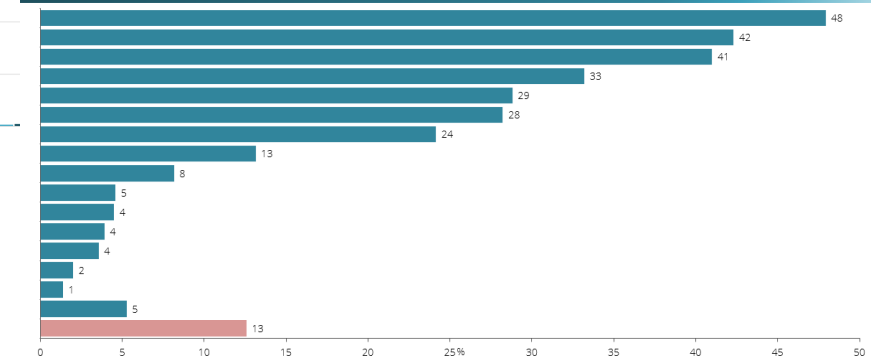
Segment: FOOD Total



Basis: Bruttowerbewert der Bio-Werbung

EINKAUF VON BIOPRODUKTEN NACH LEBENSMITTELHÄNDLERN – 2.2024

Bei welchen der folgenden Lebensmittelhändlern kaufen Sie üblicherweise Bioprodukte?



Basis: Kenner des Begriffes 'Bio' (n=1.158); Hinweis: mehr als eine Antwort möglich; Antwortmöglichkeit 'Ich kaufe nie Bioprodukte' ist exklusiv

INVESTITIONEN

Bio-Szene in Österreich

- Bio-Aktionsmarkt in Österreich
- Bio-Werbemarkt in Österreich (ATL)
- Konsumentenbefragung: Einstellungen & Einkaufsentscheidungen bezüglich Bioprodukte

Investition

1.870,- EUR

FOCUS Institut

Marketing Research Ges.m.b.H.

Maculangasse 8

1220 Vienna

Austria

Mail

office@focusmr.com

Phone

+43/1/258 97 01

Web

www.focusmr.com

