

## Preissteigerung: Sind Bio-Lebensmittel noch interessant?

Die Lebensmittelpreise steigen. Und damit auch die Preise für Bioprodukte. In einer Umfrage der Offerista Group Austria geben 61 Prozent der Befragten an, dass sie seit der extremen Preissteigerung ihren Konsum von Bioprodukten eingeschränkt haben.



*Viele Österreicher:innen haben seit den Preissteigerungen ihren Konsum von Bioprodukten eingeschränkt. (© Offerista Group Austria)*

Sind Bioprodukte für die Österreicher:innen überhaupt noch interessant? Und wo kaufen die Österreicher:innen ihre Bio-Lebensmittel? Die Offerista Group Austria hat den Österreicher:innen Fragen rund um Bio gestellt.

Das lesen Sie in diesem Artikel

- **Wo kaufen die Österreicher:innen generell ihre**

## **Lebensmittel?**

- **Diskonter oder Biomarkt?**
- **Wie beliebt ist Bio eigentlich?**
- **Fragen rund um den Einkaufsort**
- **64 Prozent erledigen ihre Einkäufe mit dem Auto**
- **Führen die Preissteigerungen zum Wechsel des Stamm-Einkaufsortes?**
- **Studiensteckbrief:**

## **Wo kaufen die Österreicher:innen generell ihre Lebensmittel?**

Hauptsächlich im Discounter. Mehr als jede bzw. jeder Zweite (52 Prozent) gibt an, seinen bzw. ihren Lebensmitteleinkauf hauptsächlich bei einem Discounter, wie HOFER, Lidl oder PENNY, zu erledigen. Ähnlich beliebt ist der Supermarkt. 44 Prozent der Befragten kaufen ihre Waren bei BILLA, SPAR, BILLA PLUS & Co. Wochenmarkt (3 Prozent) und Biomärkte, wie denn's Biomarkt oder Martin Reformstark (1 Prozent) spielen eine untergeordnete Rolle in der Lebensmittelbeschaffung.

Vor allem bei den jungen Erwachsenen sind die Diskonter sehr beliebt. 59 Prozent der Teilnehmer:innen im Alter von 25 bis 34 Jahren geben an, hier am öftesten einzukaufen, wohingegen es bei der Gruppe 55+ nur 48 Prozent sind.

## **Diskonter oder Biomarkt?**

Auf die Frage, wo öfter eingekauft wird – im Discounter oder im Biomarkt – liegt der Discounter mit 91 Prozent ganz klar an der Spitze. Nur 9 Prozent besorgen ihre Lebensmittel öfter im Biomarkt. 38 Prozent der Befragten erledigen einmal wöchentlich ihren Einkauf im Discounter. Knappe 38 Prozent frequentieren diesen sogar mehrmals die Woche.

Die Befragten am Land gehen größten Teils wöchentlich, jene in der Stadt mehrmals die Woche in den Discounter. Ein gänzlich anderes Bild

ergibt sich bei der Frage nach der Häufigkeit des Einkaufs in einem Biomarkt. Mit 35 Prozent geben die meisten an, gar nicht in einem Biomarkt einzukaufen. Die Zweitmeisten (31 Prozent) haben sich bei dieser Frage für die Antwortmöglichkeit "seltener" entschieden.

## **Wie beliebt ist Bio eigentlich?**

Bioprodukte im Supermarkt oder Diskonter sind für 72 Prozent der Österreicher:innen eine gute Alternative. Obwohl die Biomärkte für die meisten nicht sehr relevant sind, ist jedoch der Kauf von Bioprodukten den meisten wichtig. 29 Prozent greifen zumindest gelegentlich zu Bio und 28 Prozent geben an, dass sie oft biologisch einkaufen. Am meisten auf Biostandard geachtet wird bei Obst und Gemüse. 73 Prozent achten hier darauf.

Beinahe ex aequo auf dem zweiten und dritten Platz ist die Relevanz bei Fleisch (61) und Eiern (60) für die Konsument:innen wichtig. Milch, Käse und Joghurt sind ebenfalls für mehr als die Hälfte der Befragten (55) eine interessante Produktkategorie für den Biostandard.

Für die meisten Befragten heißt es Ja. 61 Prozent geben an, dass sie seit der extremen Preissteigerung ihren Konsum von Bioprodukten eingeschränkt haben. Und für jene, die angegeben haben, dass sie nie zu Bioprodukten greifen, geben 87 Prozent an, dass sie diese nicht kaufen, weil der Preis zu hoch ist. 12 Prozent der Nicht-Biokäufer:innen meinen, dass das Sortiment nicht breit genug aufgestellt sei.

## **Fragen rund um den Einkaufsort**

Für die meisten Befragten spielen bei der Wahl ihres Einkaufsortes Faktoren, wie Preis (73 Prozent) und damit eingehend gute Angebote (70) eine große Rolle. Die Frische der Produkte spielen für 54 Prozent eine Rolle und die Regionalität für 37 Prozent.

## **64 Prozent erledigen ihre Einkäufe mit dem Auto**

28 Prozent und damit die meisten Österreicher:innen fahren zwischen 1 bis 5 km bis zu ihrer favorisierten Einkaufsstätte. Spannend ist hier, dass

23 Prozent nur 101 bis 500 m benötigen, um die Shoppingdestination zu erreichen.

Bei dieser Frage ist ein deutlicher Unterschied zwischen Land und Stadt erkennbar. Wird erstere Distanz mehrheitlich von Landbewohner:innen angegeben, ist zweitens ein eher städtisches Phänomen. Auf die Frage, wie man/frau zum Einkaufsort gelangt, gibt es einen klaren Gewinner: Das Auto. Bereits in der letzten Studie der **Offerista Group Austria** hat sich gezeigt, dass 59 Prozent trotz hoher Spritpreise und Kosten nicht auf die Ausgaben rund um das Auto verzichten können oder wollen.

Und auch in der aktuellen Umfrage wird die Beliebtheit, die das Auto hierzulande genießt, deutlich. 64 Prozent der Österreicher:innen geben demnach an, mit dem Auto zur Einkaufsstätte zu kommen. 26 Prozent erledigen den Einkauf zu Fuß. Am Land fahren 87 Prozent mit dem Auto zu ihrer Einkaufsdestination. Aber auch in der Stadt nutzen die meisten (48 Prozent) ein Auto. Knapp dahinter erledigen aber auch 40 Prozent der Städter:innen den Einkauf zu Fuß.

## **Führen die Preissteigerungen zum Wechsel des Stamm-Einkaufsortes?**

67 Prozent der Österreicher:innen haben trotz der enormen Preissteigerungen den Stamm-Einkaufsort nicht gewechselt. Nichtsdestotrotz geben 33 Prozent an, dass sie eine Alternative gefunden haben bzw. überlegen zu wechseln.

„61 Prozent geben an, dass sie seit der extremen Preissteigerung ihren Konsum von Bioprodukten eingeschränkt haben, das ist ein Ergebnis unserer aktuellen Studie. Aber ebenso konnten wir zeigen, dass Bioprodukte im Diskonter und Supermarkt eine gute Alternative sind. Damit die Konsument:innen über das Bio-Angebot informiert werden, eignet sich die entsprechende Angebotsauspielung über Offline und Online, so wie wir sie bieten“, so Oliver Olschewski, Geschäftsführer der Offerista Group Austria.

## **Studiensteckbrief:**

Die Studie basiert auf einer Online-Datenerhebung der Offerista Group Austria, die im Zeitraum von 31. August bis 7. September 2022 über die hauseigene App wogibtswas.at durchgeführt wurde. Befragt wurden 2.999 Personen ab 18 Jahren – davon 34 Prozent männlich, 65 Prozent weiblich und 1 Prozent divers.

**Die Studie gibt es hier: [xxxx](#)**

**Besuchen Sie uns auf: [fleischundco.at](https://fleischundco.at)**