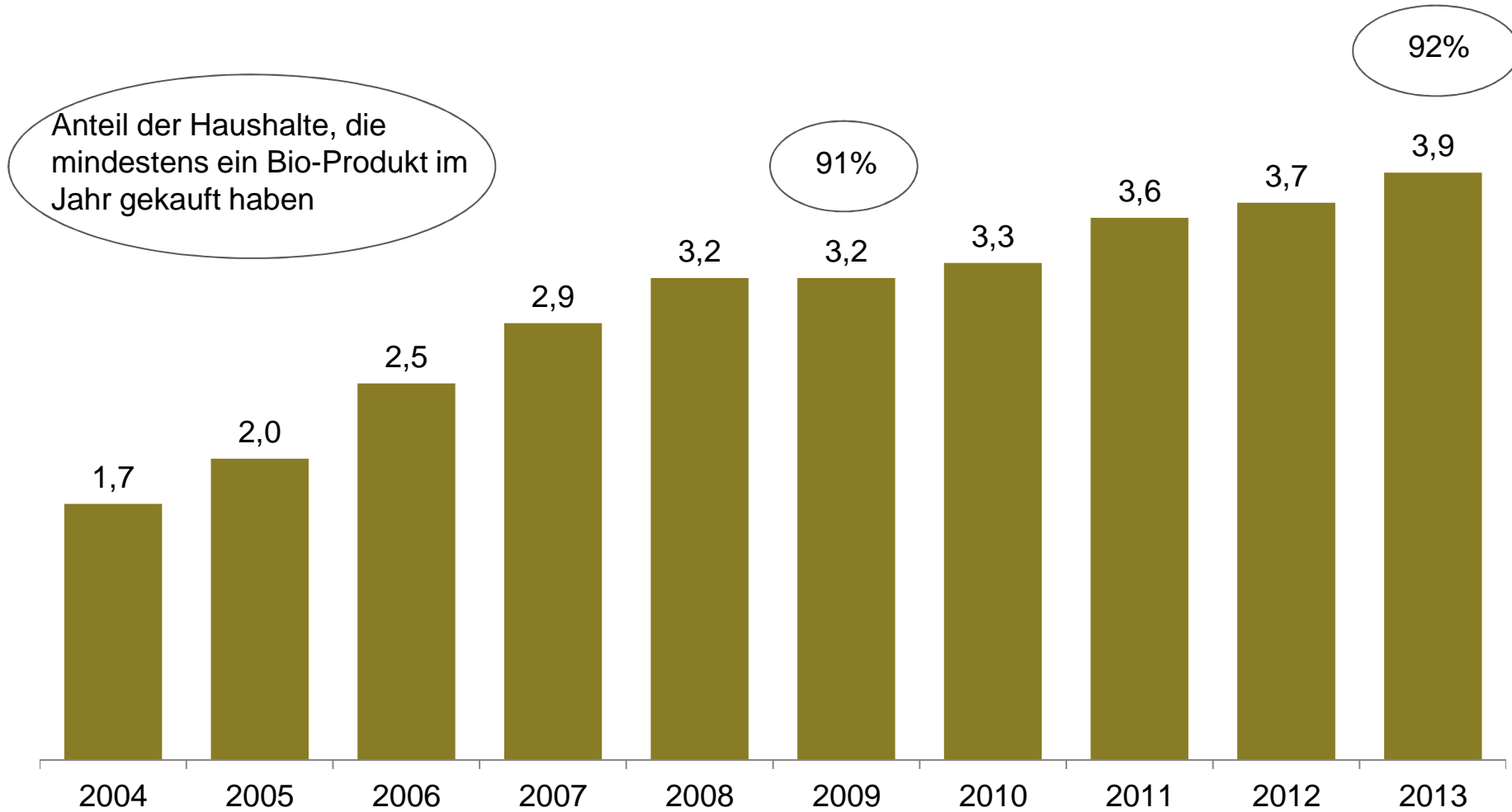


Bio-Lebensmittel haben heute einen Marktanteil von knapp vier Prozent

Marktanteil für Bio-Lebensmittel in Prozent

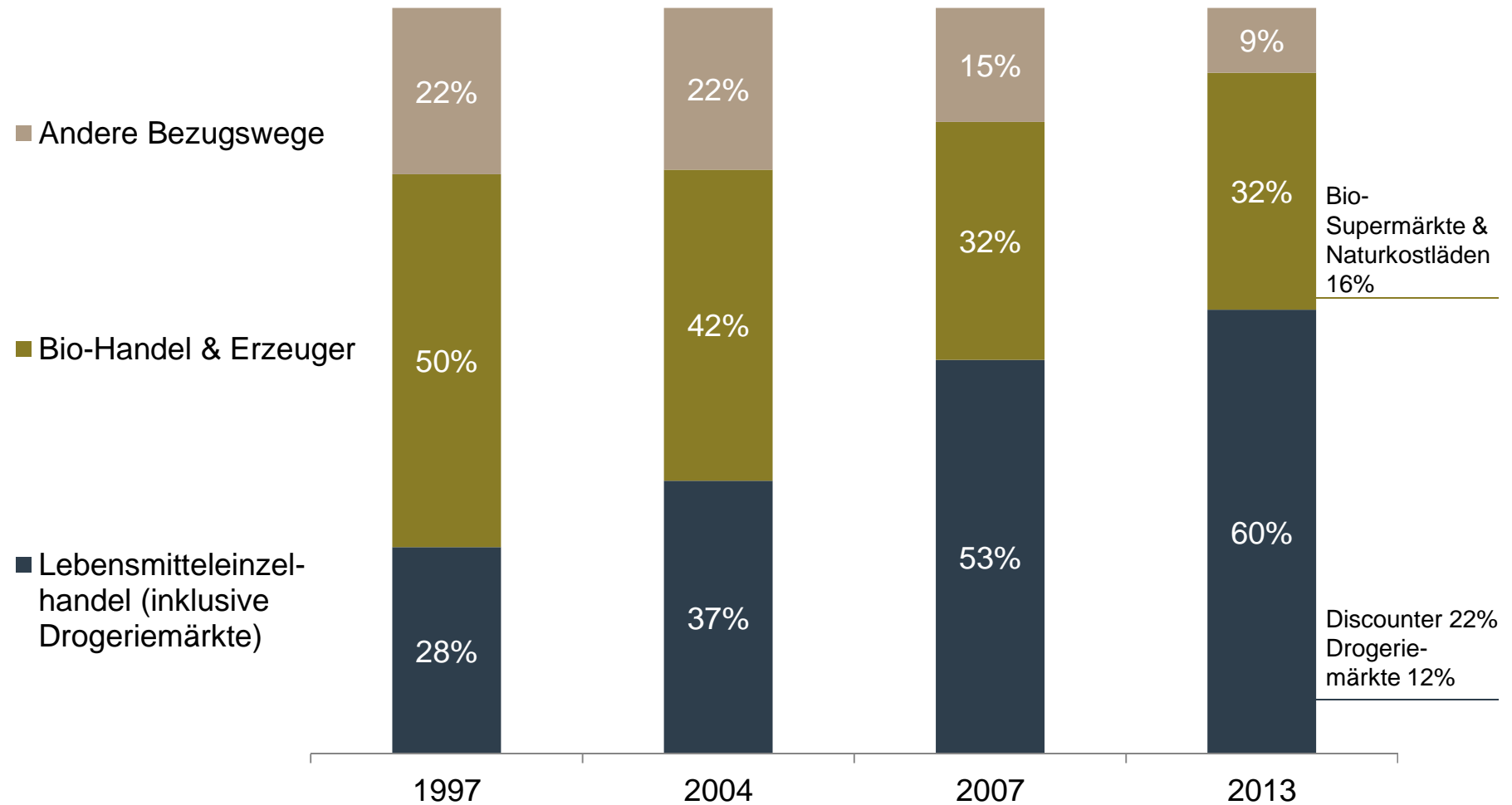
Prozentanteil Food & Getränke an den Gesamtausgaben für Lebensmittel und Getränke



Quelle: GfK Consumer Scan (30.000 Haushalte, für Frische 13.000 Haushalte)

60% des Bio-Umsatzes werden heute im Lebensmittel-einzelhandel gemacht

Marktanteil der Vertriebswege für Bio-Lebensmittel

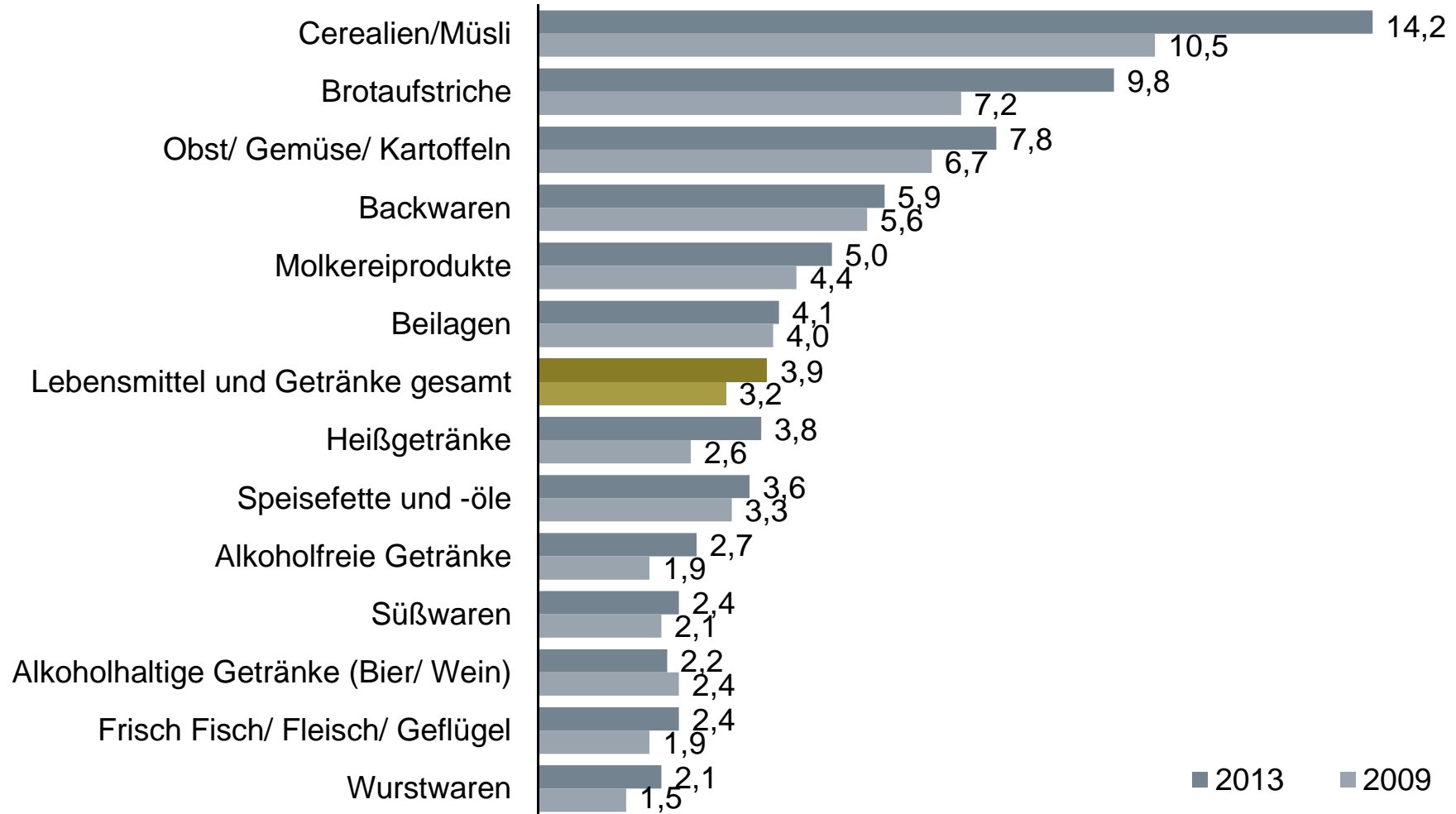


Quelle: GfK Consumer Scan (30.000 Haushalte, für Frische 13.000 Haushalte)

In fast allen Warengruppen ist der Umsatzanteil für Bio-Produkte in den letzten Jahren gestiegen

Anteil des Bio-Segments am jeweiligen Gesamtsortiment

(Basis: Konsumausgaben – Wert; in gerundeten %)

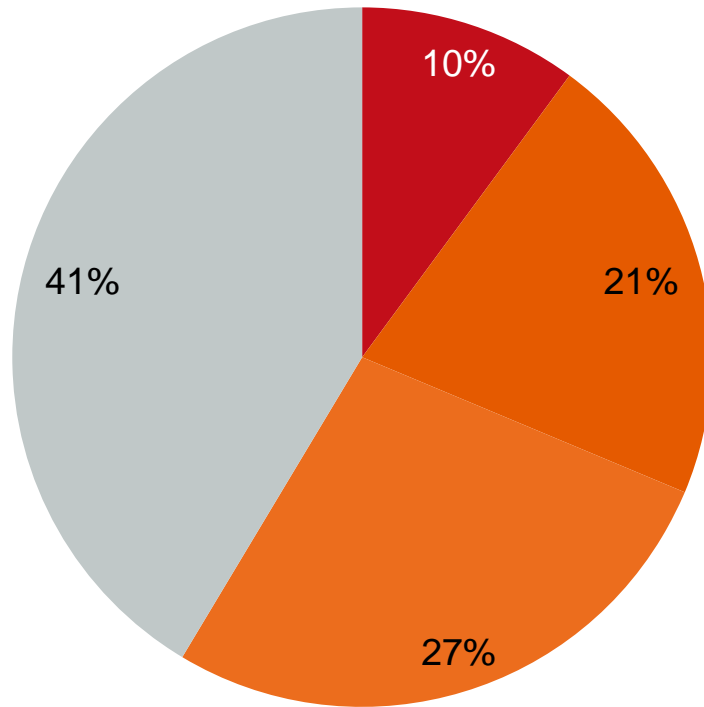


Quelle: GfK Consumer Scan (30.000 Haushalte, für Frische 13.000 Haushalte)

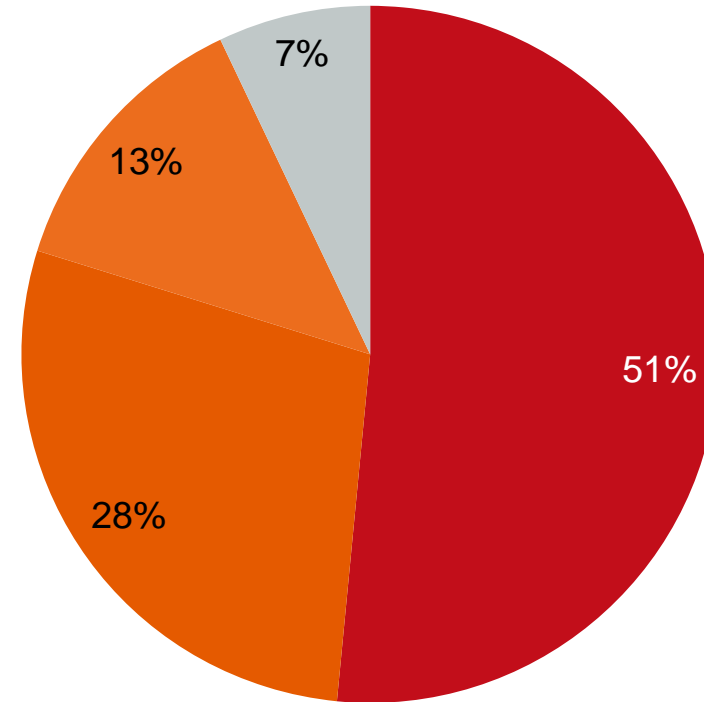
Die Hälfte des Gesamt-Bio-Umsatzes wird von nur zehn Prozent der Haushalte generiert

Verteilung von Bio-Käufertypen und deren Beitrag zum Gesamtumsatz – Jahr 2013

Bio – Käufertypen*



Umsatzverteilung für Bio-Produkte



■ Intensivkäufer ■ Häufig-Käufer ■ Ab-und-zu-Käufer ■ Kein Bio/ Zufallskäufer

**Intensivkäufer = ein Einkauf pro Woche | Häufig-Käufer = ein Einkauf innerhalb von 14 Tagen | Ab-und-zu-Käufer = weniger als einmal pro Monat | Zufallskäufer = weniger als 5mal pro Jahr | Nicht-Käufer = kein Bioprodukt (Bedingungen gelten für Bio ohne Babykost)*

Quelle: GfK Consumer Scan 2013 (30.000 Haushalte, für Frische 13.000 Haushalte)

Bio-Produkte werden in erster Linie mit dem Verzicht auf Zusatzstoffe verbunden

Einstellungen zu Bio-Produkten

in %, gerundet



Quelle: GfK Verein, Bio-Befragung von 2.085 Personen, April/ Mai 2014