

Bio am POS

Handelsunternehmen verdanken den Bio-Intensivkäufern den größten Teil der Bio-Umsätze. Dies ergab eine Analyse des Einkaufsverhaltens von 100.000 Käufern. Die CMA und die Forschungsgruppe gdp haben eine groß angelegte Grundlagenstudie zum Kauf von Bio-Artikeln im LEH durchgeführt und das Einkaufsverhalten von 100.000 Käufern über den Zeitraum eines Jahres untersucht.

Der Marktanteil von Bio-Artikeln am gesamten LEH-Umsatz ist mit unter drei Prozent noch sehr gering. Dabei zeigen die jüngsten zweistelligen Zuwachsraten für Bio-Artikel, dass hier ein großes Potenzial besteht. „Bio wird bisher nicht schwerpunktmäßig

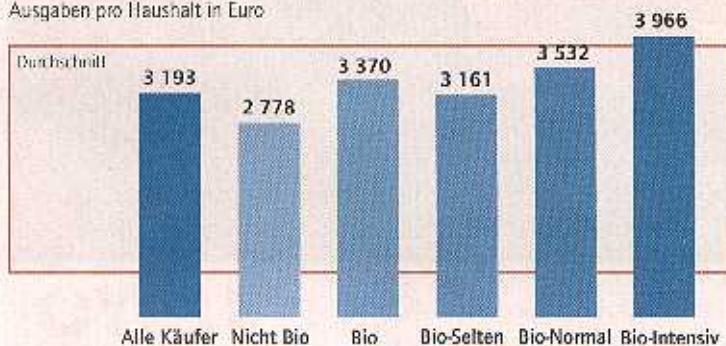
raum von zwölf Monaten berücksichtigt. Das umfassende Datenmaterial mit hohen Fallzahlen auf Artikel-Ebene liefert tiefgehende Erkenntnisse über Käufertypen, Ausgabeverhalten und Promotions-effizienzen.

Ein zentrales Ergebnis der Studie ist, dass mit einer kleinen Gruppe von „Bio-Intensivkäufern“ mehr als die Hälfte des gesamten Umsatzes an Bio-Waren erwirtschaftet wird. Bei den Gesamtausgaben pro Haushalt liegen die „Bio-Intensivkäufer“ ebenfalls weit vorne: Sie geben rund ein Drittel mehr für ihre Einkäufe aus als „Nicht-Bio-Käufer“ und stellen insgesamt eine lohnende Zielgruppe für den Handel dar. In dem Untersu-

Mit Bio steigt der Warenkorb

Gesamtausgaben der einzelnen Käufergruppen

Ausgaben pro Haushalt in Euro



Quelle: gdp

Lebensmittel
Zerlegung

im klassischen Handel verkauft, wo die meisten Kundenkontakte bestehen“, so Karsten Ziebell, zuständig für Produkte aus ökologischer Erzeugung und POS-Marketing bei der CMA, „wir wollen Handel und Industrie beim Aufbau der Category Bio unterstützen“.

Die Forschungsgruppe gdp führte die „Bio-Studie“ auf der Basis von Kundenkartendaten durch. Die Stichprobe von 100.000 anonymisierten Kundenkartennutzern einer national vertretenen Handelskette ist nach Institutsangaben vermutlich die größte Bio-Stichprobe überhaupt. Alle Einkaufsakte wurden über einen Zeit-

raum von zwölf Monaten berücksichtigt. Das umfassende Datenmaterial mit hohen Fallzahlen auf Artikel-Ebene liefert tiefgehende Erkenntnisse über Käufertypen, Ausgabeverhalten und Promotions-effizienzen. Insgesamt erwies sich der Bio-Anteil bei Kindernahrung sowie Obst und Gemüse am größten.

CMA und gdp bereiten ein neues Category-Management-Projekt auf der Basis von Kundenkartendaten vor. Dabei sollen die Potenziale von Bio-Obst und -Gemüse für ein großes Handelsunternehmen ermittelt werden. ■