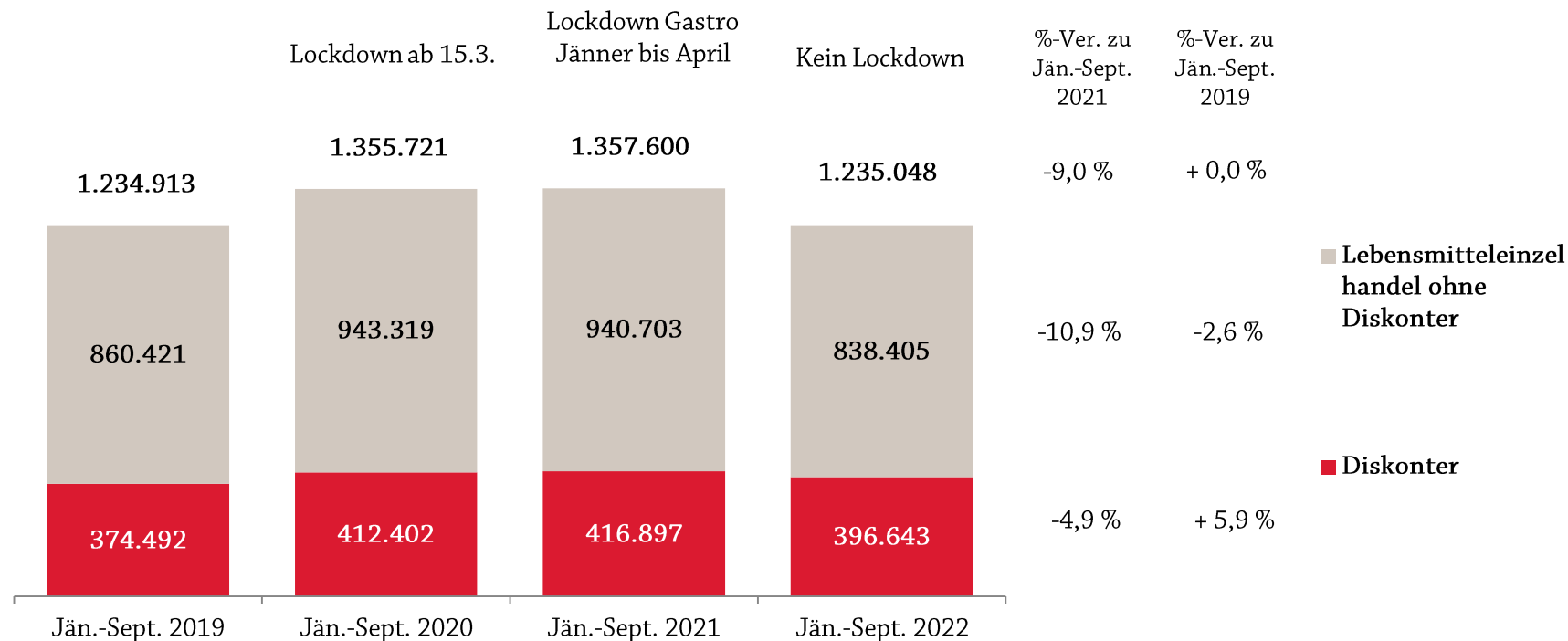


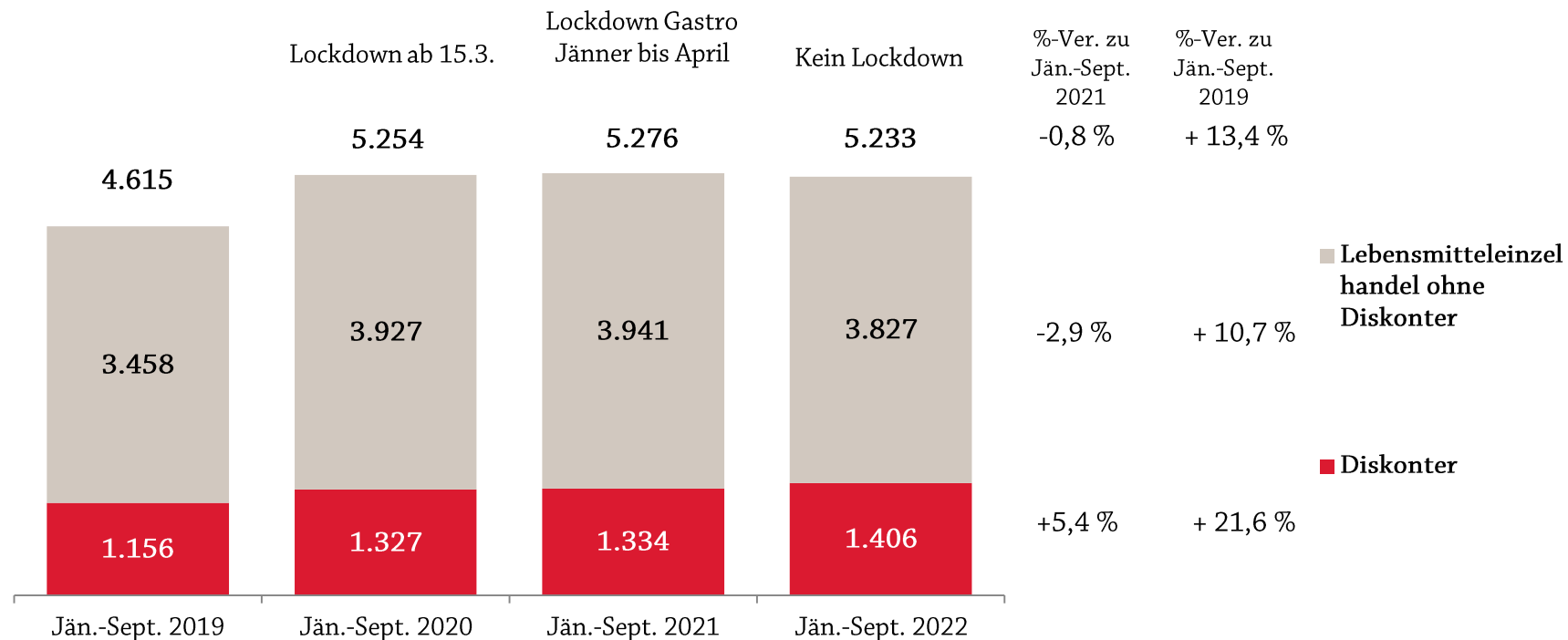
Einkäufe im LEH auf Niveau von 2019

mengenmäßig in Tonnen



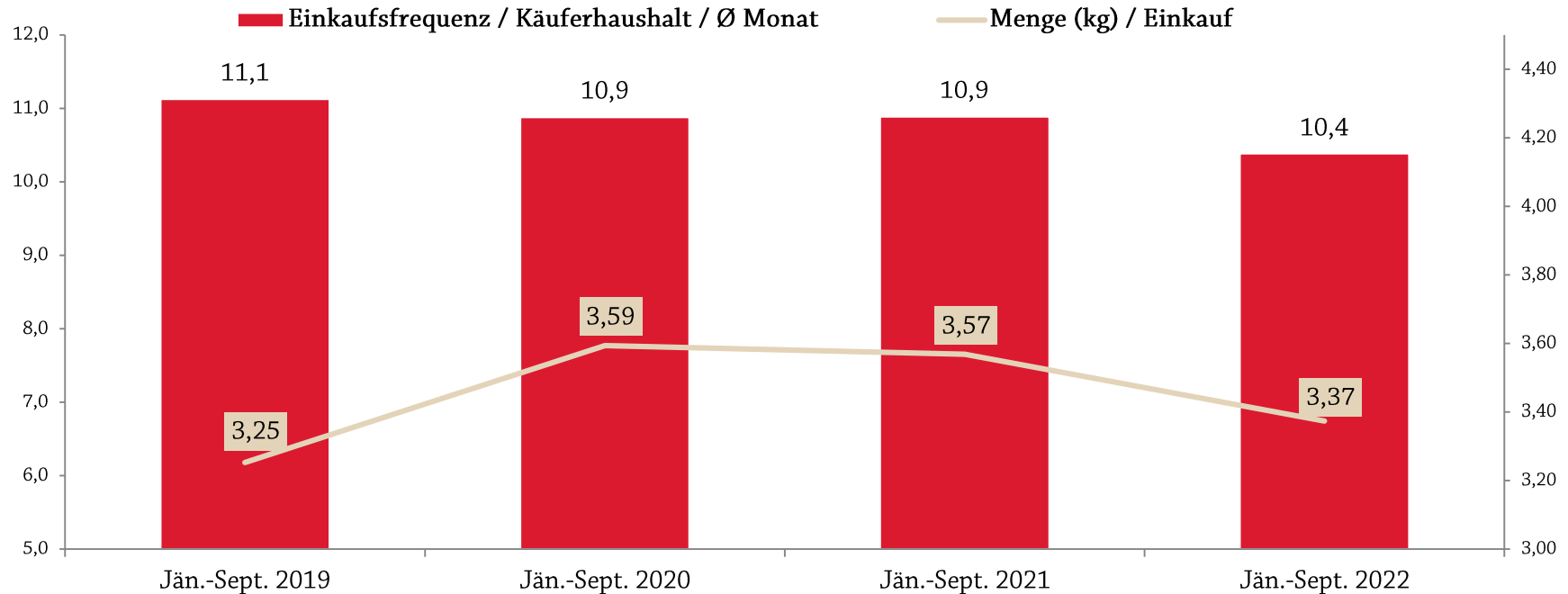
Frischwarenausgaben steigen bei Diskontern

wertmäßig in Mio. Euro













































Einkaufsfrequenz geht zurück

im Lebensmitteleinzelhandel, RollAMA Total



Entwicklung der RollAMA-Warengruppen Jänner – September 2022 im Lebensmitteleinzelhandel

	%-Ver. MENGE VJP	%-Ver. PREIS VJP	%-Ver. WERT VJP
RollAMA Total	-9,0 	9,0 	-0,8 
Weißer Palette (Trinkmilch, Joghurt, Obers, Topfen)	-8,6 	13,0 	3,3 
Bunte Palette (Fruchtojoghurt, Milchmodiggetränke, Desserts)	-7,3 	6,9 	-0,9 
Käse	-5,5 	8,5 	2,5 
Gelbe Fette (Butter und Margarine)	-7,1 	27,9 	18,8 
Fleisch inkl. Geflügel	-12,7 	8,9 	-4,9 
Wurst & Schinken	-6,5 	5,4 	-1,5 
Frischobst	-9,1 	6,8 	-3,0 
Frischgemüse	-12,8 	9,7 	-4,4 
Kartoffeln	-12,4 	14,0 	-0,2 
Obst- und Gemüsekonserven	-6,0 	7,4 	0,9 
Tiefkühl Obst und Gemüse	-9,3 	6,0 	-3,9 
Eier	-4,9 	14,0 	8,5 
Fertiggerichte	-5,9 	3,2 	-3,0 

Preise steigen um 13 Prozent

im Lebensmitteleinzelhandel, %-Veränderung Preis ggü. VJP, Durchschnittspreise*

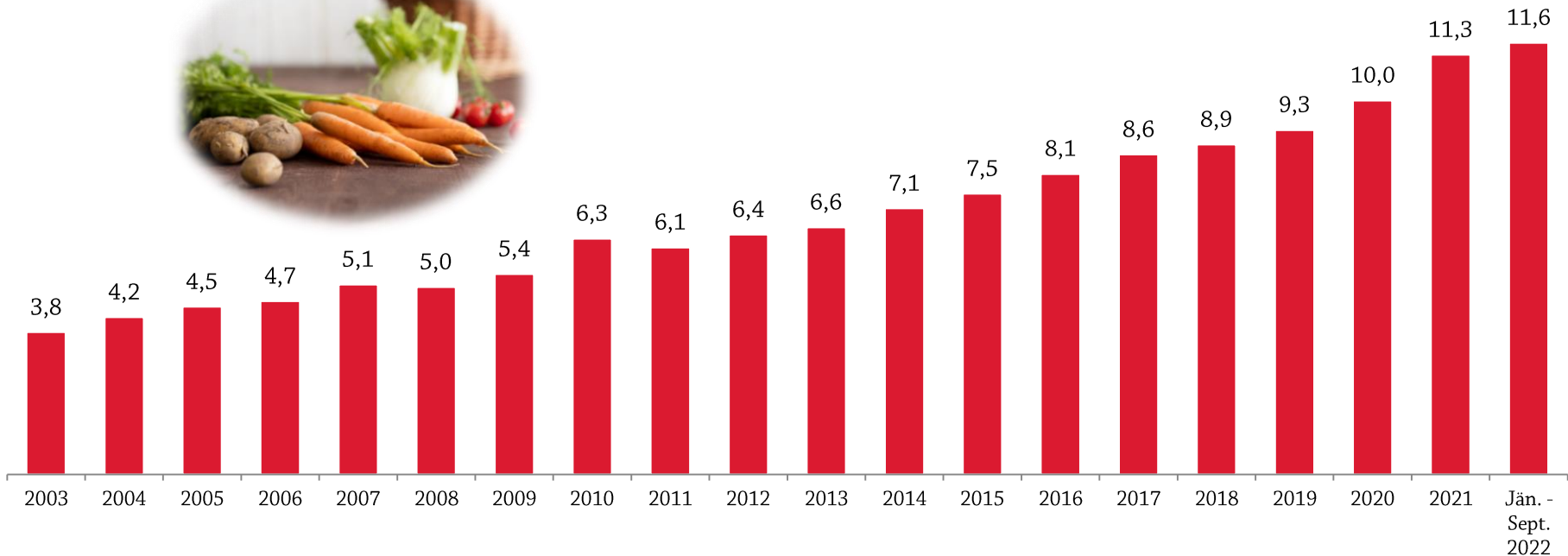
	2021	Jänner 2022	Februar 2022	März 2022	April 2022	Mai 2022	Juni 2022	Juli 2022	August 2022	Sept. 2022
RollAMA Total	0,1	0,9	4,1	4,0	11,0	9,7	13,8	12,4	15,3	12,8
Weißer Palette (Trinkmilch, Joghurt, Obers, Topfen)	-1,5	4,0	7,7	8,5	11,8	7,8	17,9	21,5	22,3	18,8
Bunte Palette (Fruchtjoghurt, Milchmischgetränke, Desserts)	-2,3	-0,6	2,9	2,3	6,6	6,7	17,6	10,3	10,1	8,2
Käse	-0,5	1,0	0,2	2,9	6,7	7,6	10,9	16,3	15,5	17,3
Gelbe Fette (Butter und Margarine)	-0,7	15,8	17,7	14,6	28,2	33,4	34,8	36,0	39,6	32,1
Fleisch inkl. Geflügel	-1,3	0,6	3,1	2,6	10,1	15,0	11,3	11,9	12,8	15,7
Wurst & Schinken	-1,5	-3,4	0,3	0,7	4,1	6,6	11,4	12,3	11,2	6,9
Frischobst	0,0	-0,1	6,0	8,2	6,6	6,9	12,6	5,0	9,4	7,0
Frischgemüse	4,0	1,2	6,7	6,7	14,0	14,9	14,7	11,6	9,9	9,3
Kartoffeln	-2,0	9,0	9,2	9,8	18,7	23,6	14,8	13,6	17,2	8,9
Obst- und Gemüsekonserven	3,5	8,3	7,3	4,9	8,4	9,5	4,6	8,2	6,6	8,5
Tiefkühl Obst und Gemüse	-0,4	-3,2	5,6	2,3	9,9	7,5	13,7	5,4	12,1	8,1
Eier	0,6	3,2	3,1	3,4	16,8	23,6	23,9	24,5	22,4	15,8
Fertiggerichte	0,2	-1,4	-0,8	-3,5	2,0	5,2	6,1	6,9	9,7	9,8

*) Über alle Produkte und Qualitäten, nicht vergleichbar mit VPI

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

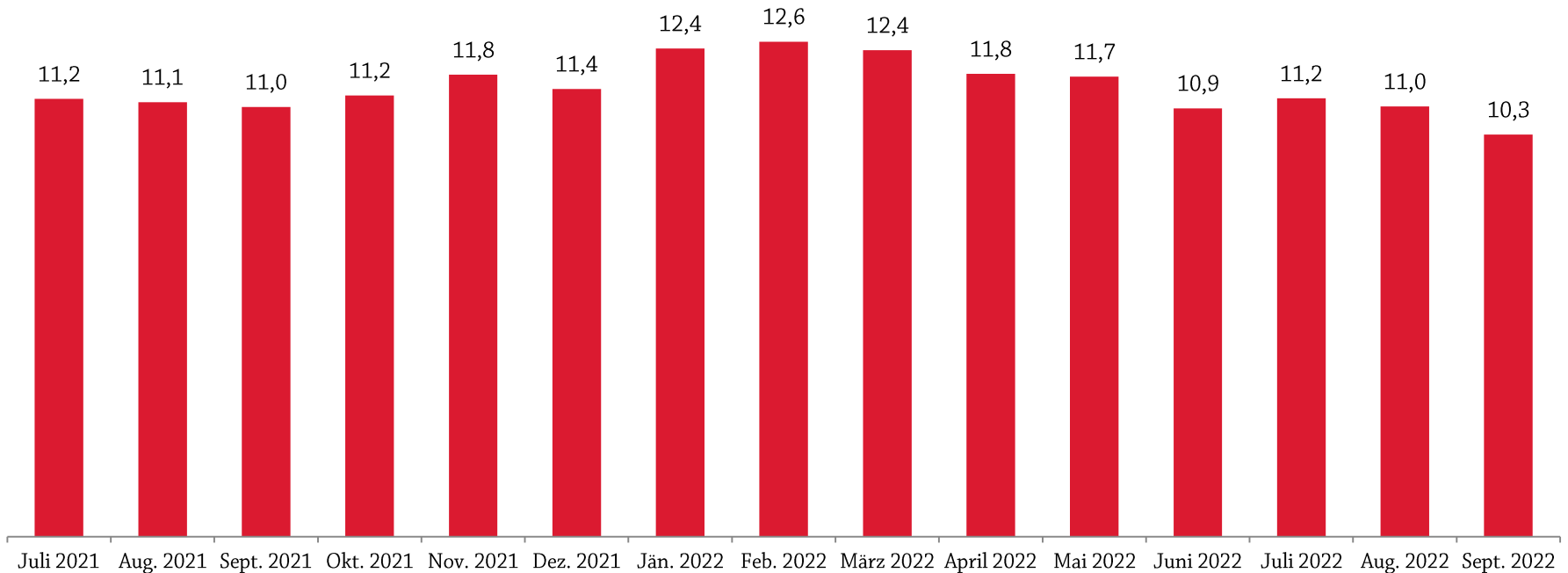


Langfristig stetiges Wachstum der Bio-Anteile im Lebensmitteleinzelhandel, wertmäßiger Anteil in Prozent, RollAMA Total



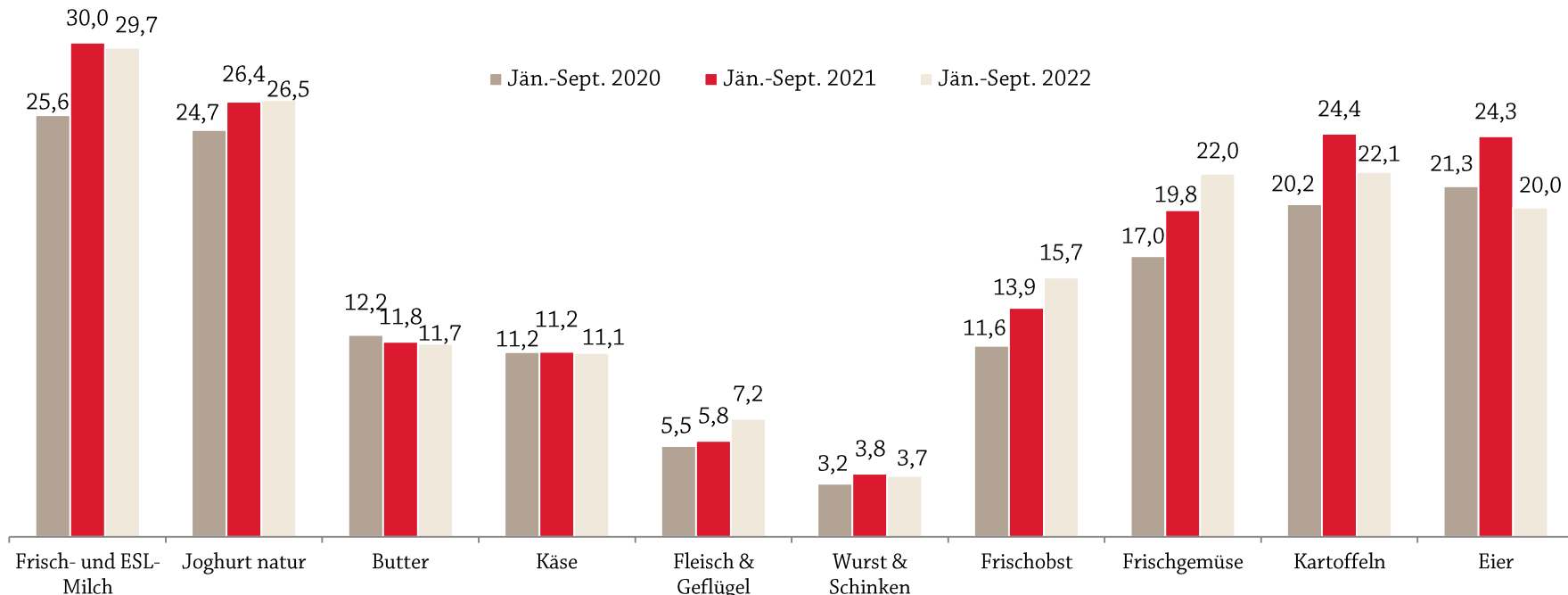
Inflation nagt am Erfolg von Bio

im Lebensmitteleinzelhandel, wertmäßiger Anteil in Prozent, RollAMA Total



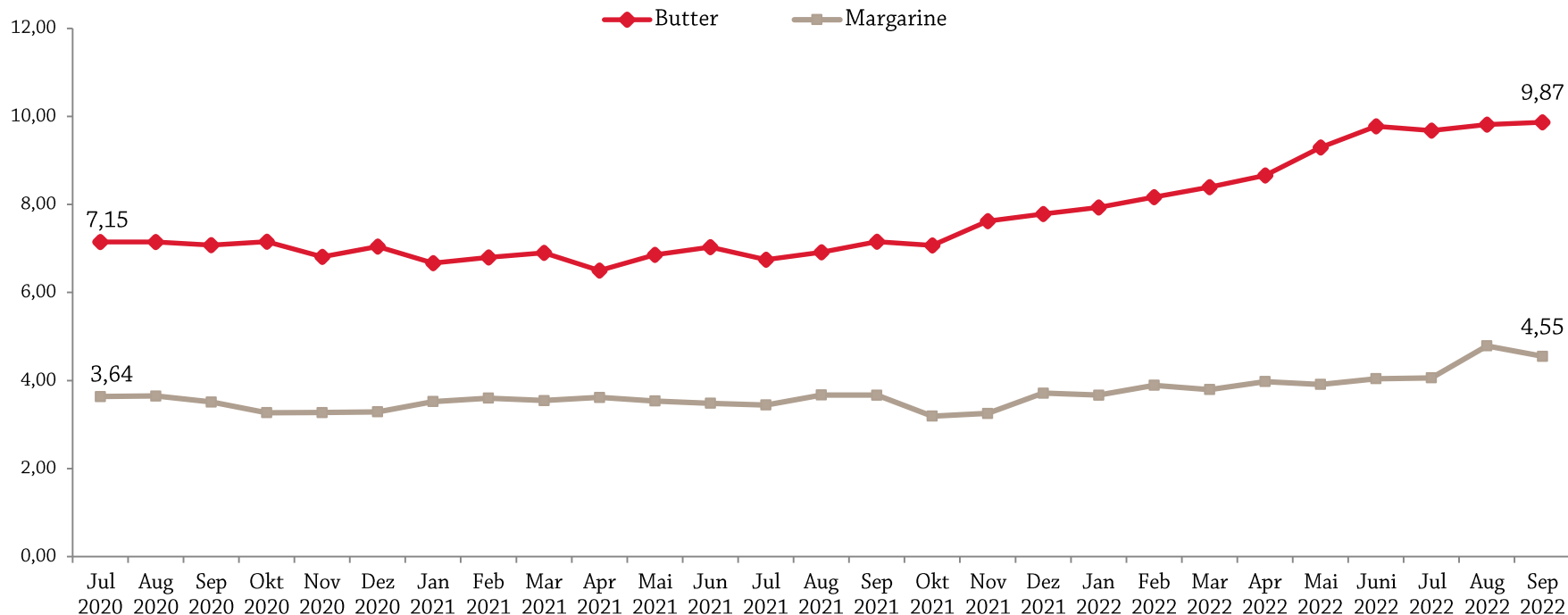
Mehr Bio bei Fleisch

im Lebensmitteleinzelhandel, wertmäßiger Anteil in Prozent



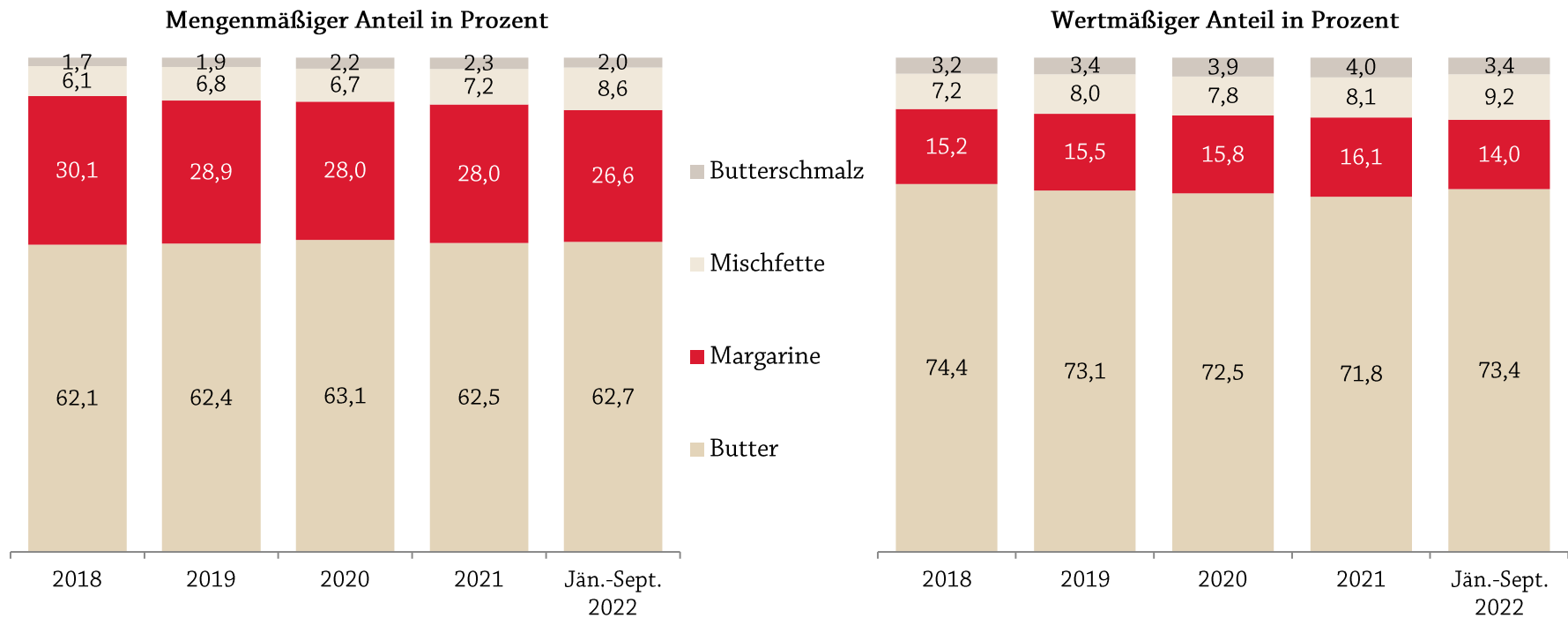
Butter- und Margarinepreise driften auseinander

im Lebensmitteleinzelhandel, Preis / kg



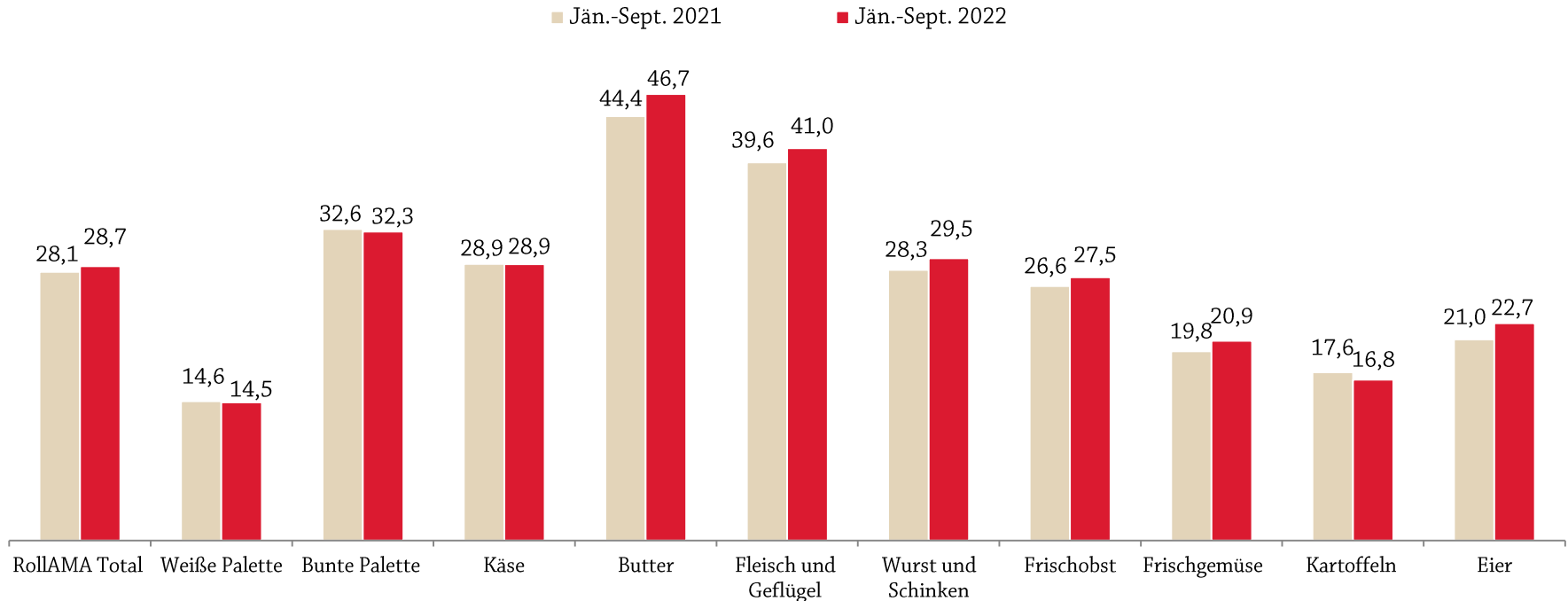
Alles in Butter

Anteile an Gelbe Fette total im Lebensmitteleinzelhandel



Jeder dritte Euro für Aktionen

im Lebensmitteleinzelhandel, wertmäßiger Anteil in Prozent



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

