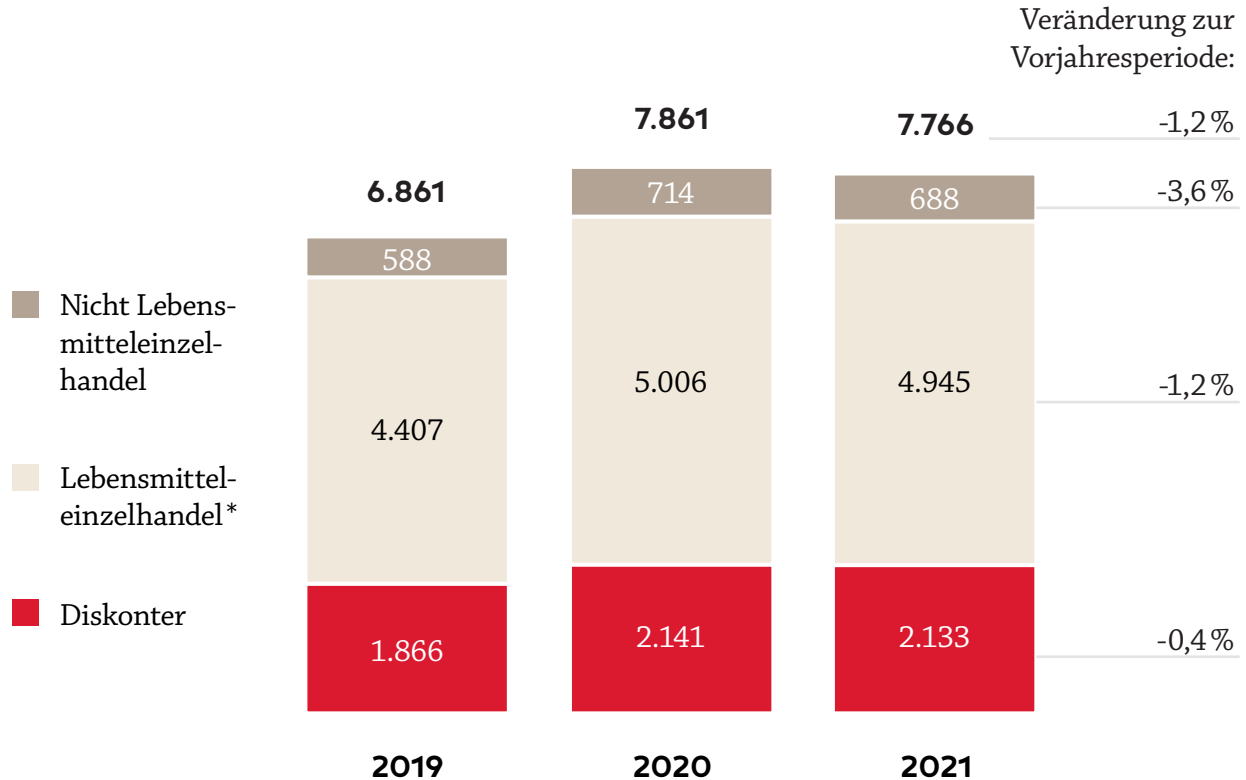


Haushaltsausgaben für frische Lebensmittel und Fertiggerichte





























wertmäßig in Mio. Euro exkl. Brot/Gebäck



Die Haushaltsausgaben sind gegenüber 2020 um 1 Prozent gesunken.

Entwicklung RollAMA-Warengruppen

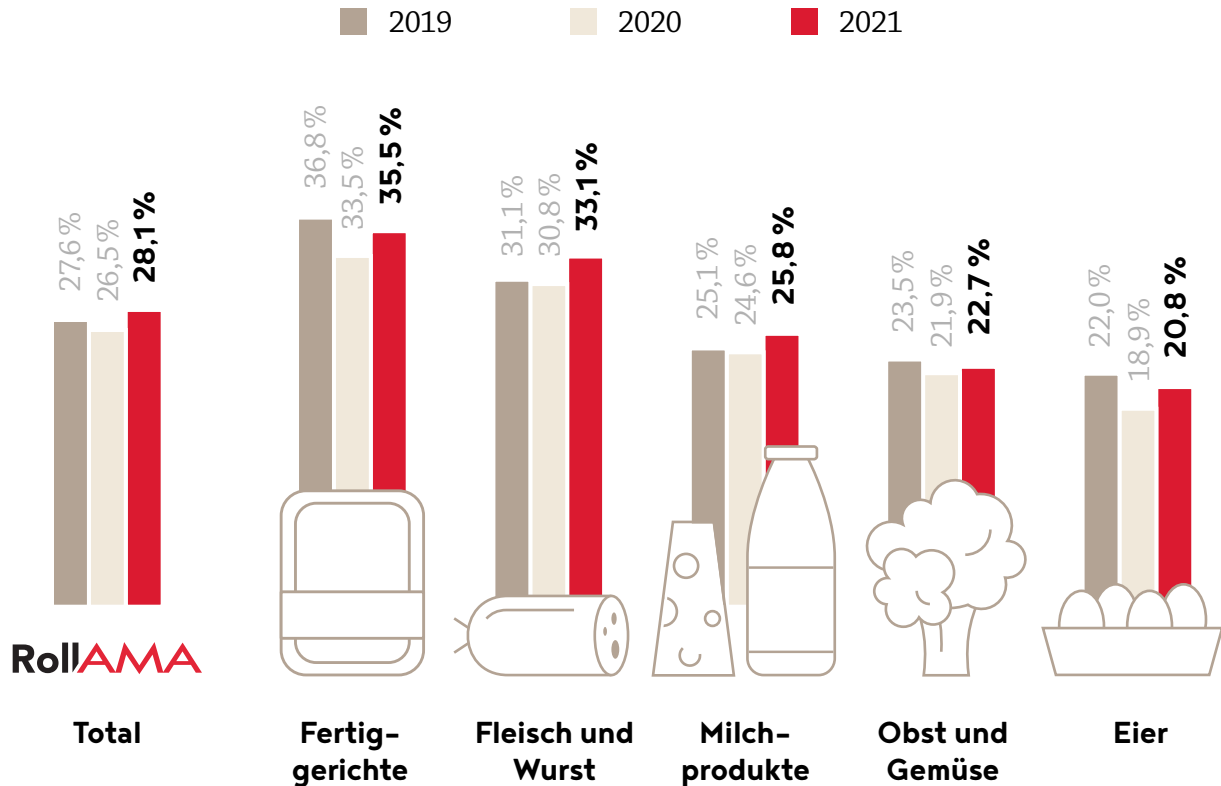
im Lebensmitteleinzelhandel 2021

	Ver. Menge zur Vorjahresperiode		Ver. Wert zur Vorjahresperiode	
RollAMA Total		-1,0 %		-1,0 %
Weiße Palette (Trinkmilch, Joghurt, Obers, Topfen)		-1,9%		-3,4%
Bunte Palette (Fruchtjog., Milchmischgetr., Desserts)		5,3%		2,8%
Käse		0,1%		-0,4%
Gelbe Fette (Butter und Margarine)		-4,6%		-5,4%
Fleisch inkl. Geflügel		-0,6%		-1,9%
Wurst und Schinken		-2,5%		-4,0%
Frischobst		0,3%		0,2%
Frischgemüse		-1,4%		2,5%
Kartoffeln		-5,7%		-7,6%
Obst- und Gemüsekonserven		-4,6%		-1,3%
Tiefkühl Obst und Gemüse		0,8%		0,4%
Eier		-6,1%		-5,5%
Fertiggerichte		3,8%		4,1%

Das langsame Abflauen der Pandemie lässt den Haushaltsbedarf sinken.

Aktionsanteile nach Warengruppen

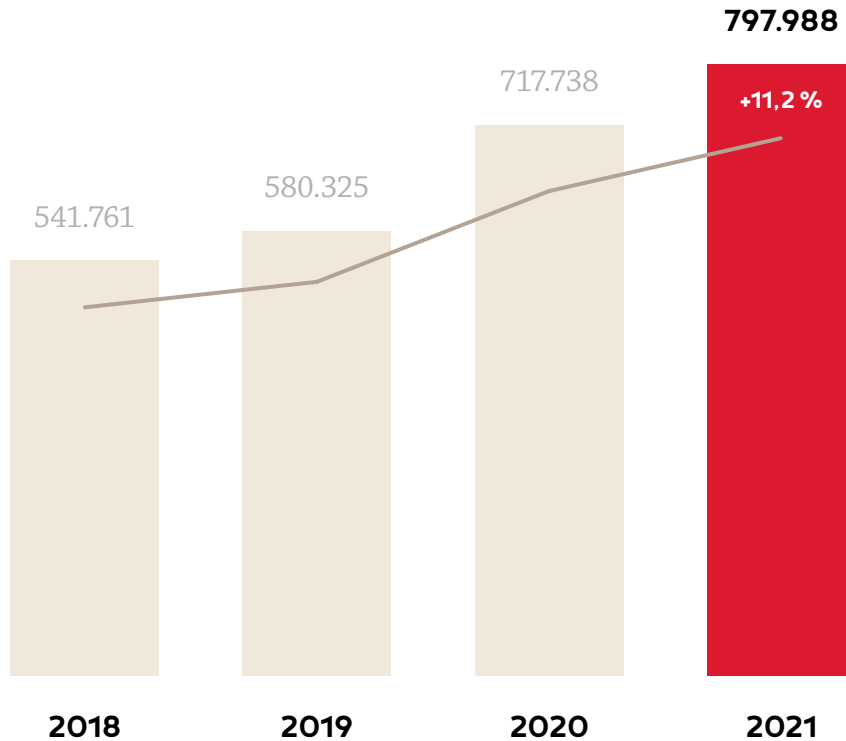
wertmäßiger Anteil im Lebensmitteleinzelhandel



Mehr als ein Viertel der Ausgaben entfallen auf Aktionsprodukte.

Marktentwicklung RollAMA Bio-Produkte

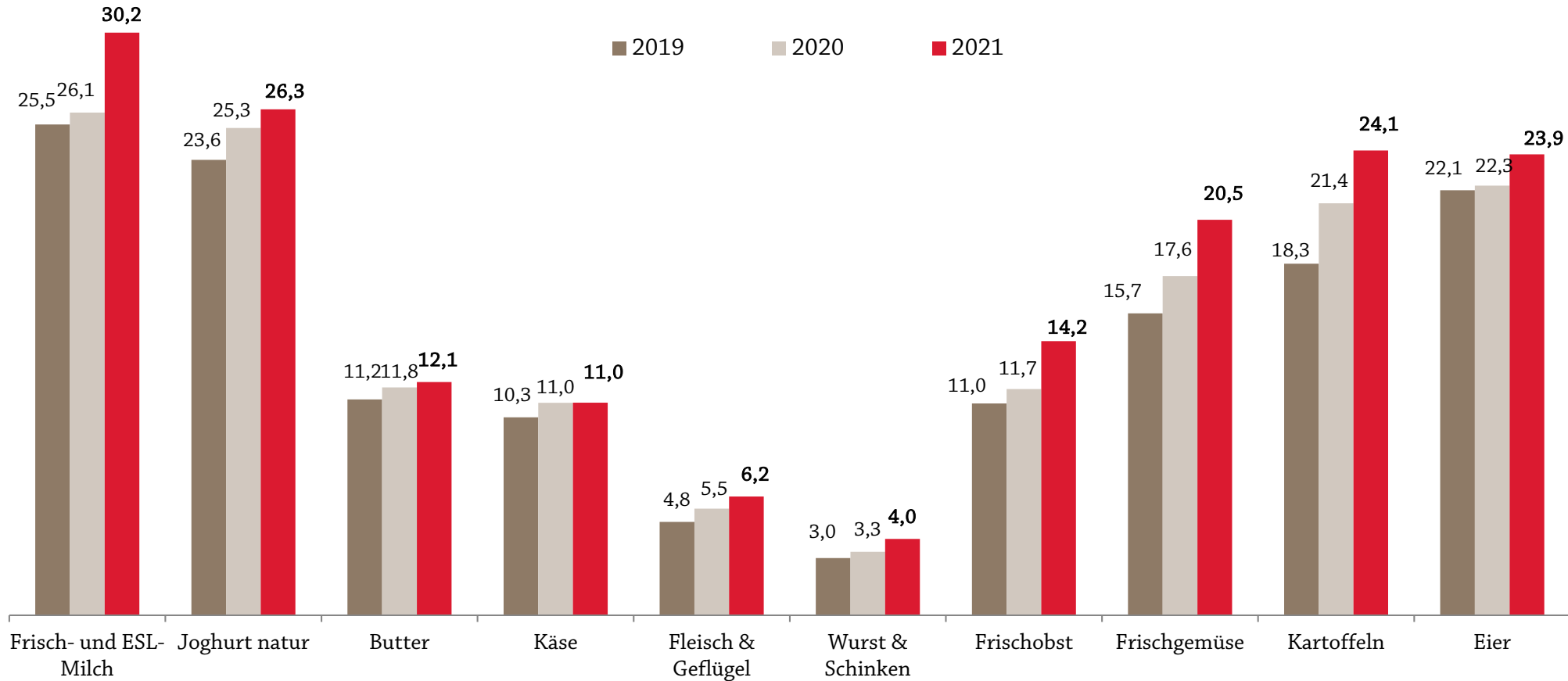
Wert in 1.000 Euro im Lebensmitteleinzelhandel



Bioausgaben stiegen um 11 Prozent gegenüber 2020.

Bioanteile nach Warengruppen

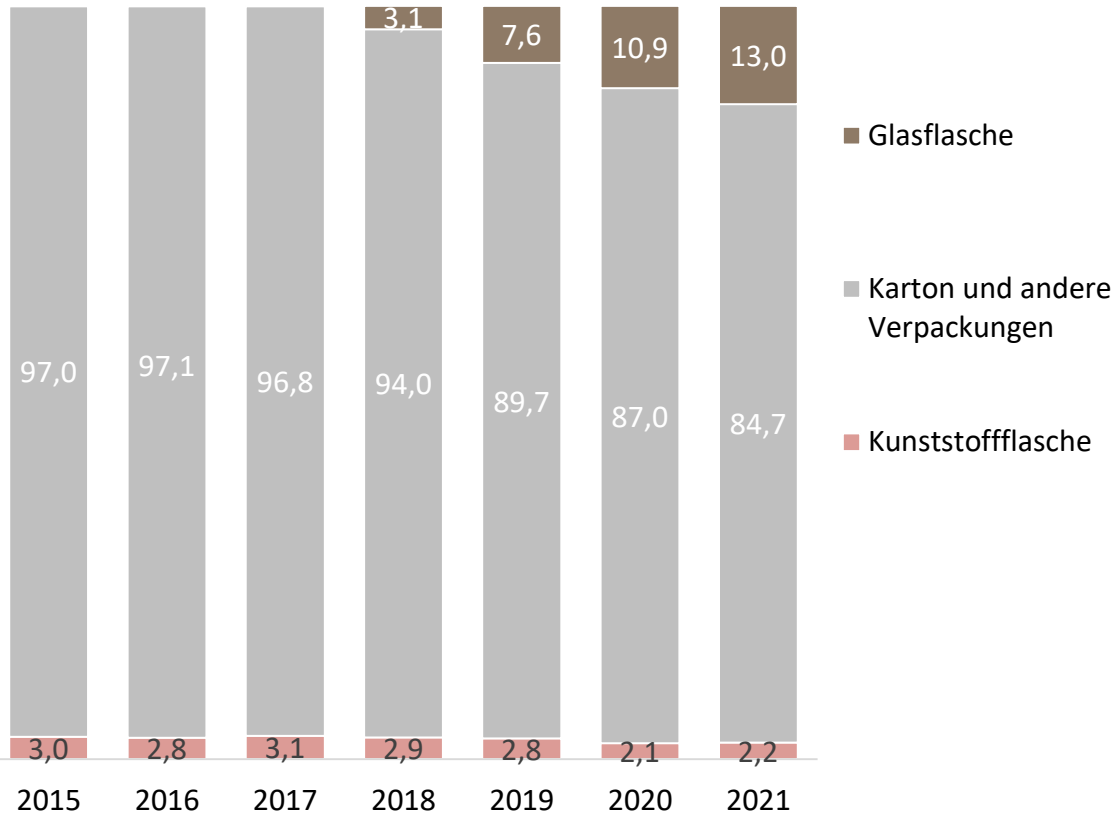
wertmäßige Bio-Anteile der Einkäufe im LEH in Prozent



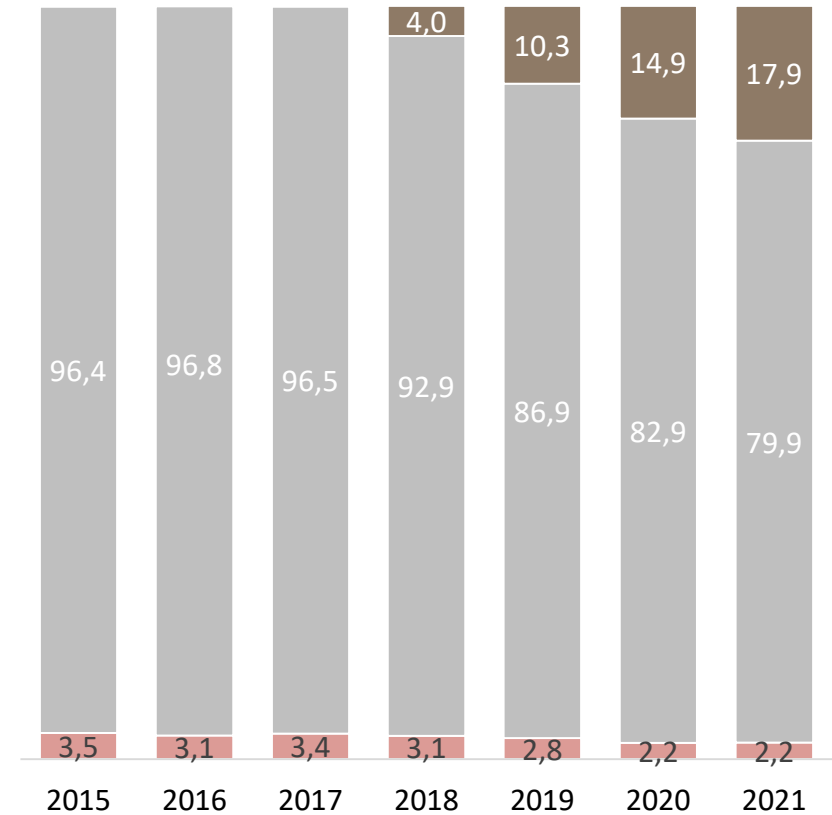
Milchflasche Glas erreicht 13 Prozent Anteil am Markt

Anteile in Prozent, LEH

Mengenmäßiger Anteil



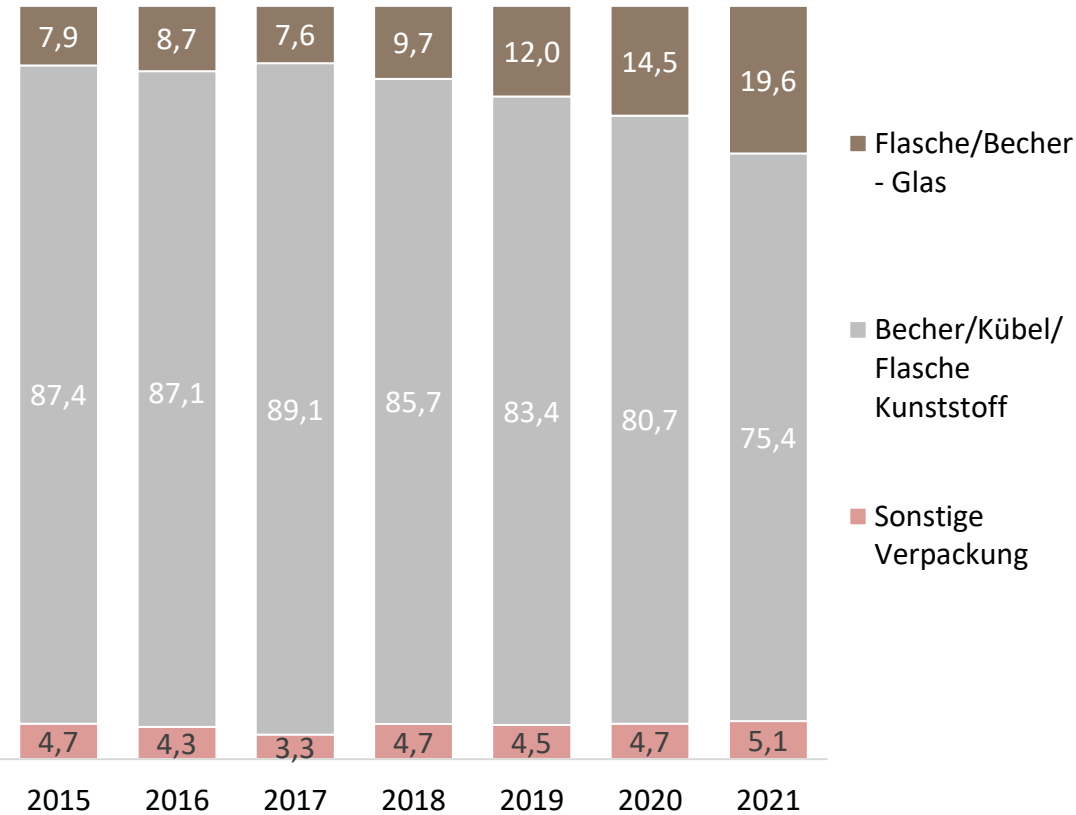
Wertmäßiger Anteil



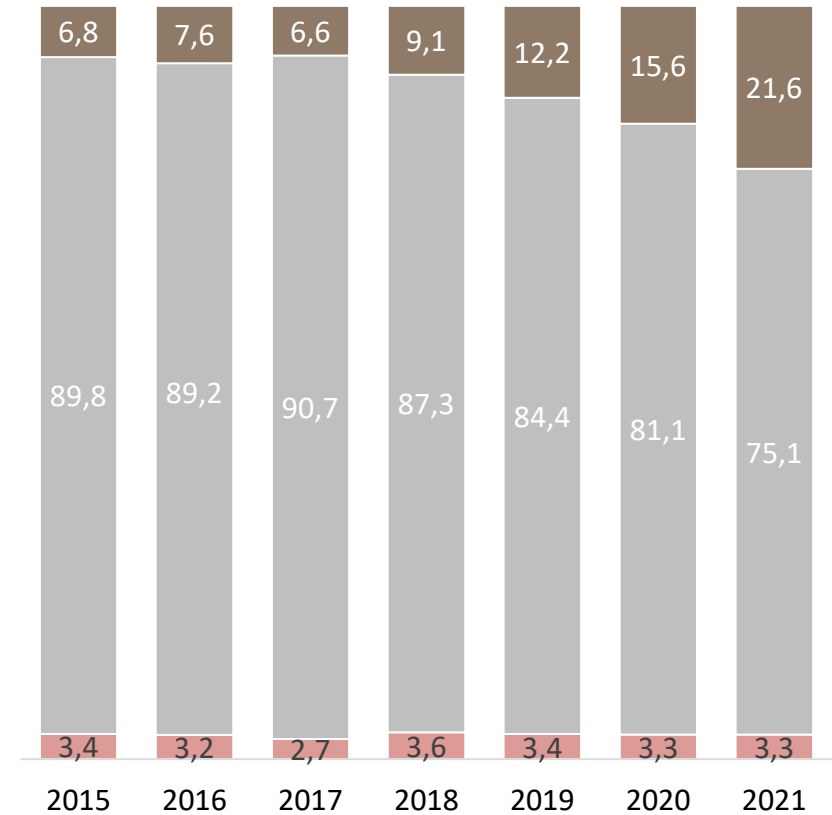
Fruchtjoghurt: klarer Trend zur Glasverpackung

Anteile in Prozent, Joghurt Produkte mit Frucht, LEH

Mengenmäßiger Anteil



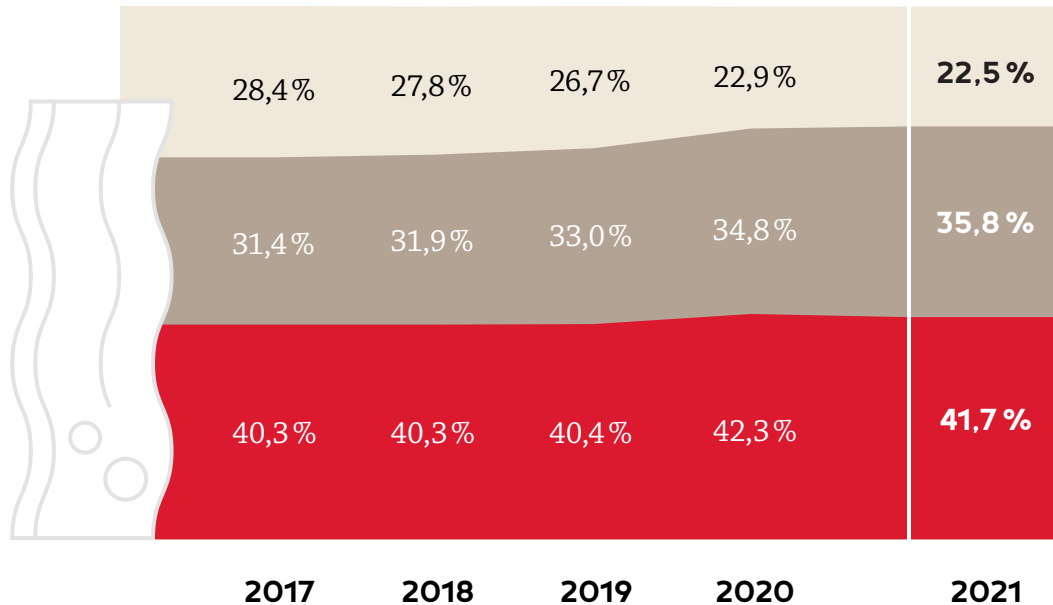
Wertmäßiger Anteil



Wurst und Schinken in (Selbst-)Bedienung

wertmäßiger Anteil im Lebensmitteleinzelhandel

■ Selbstbedienung Stück ■ Selbstbedienung sliced ■ Bedienung

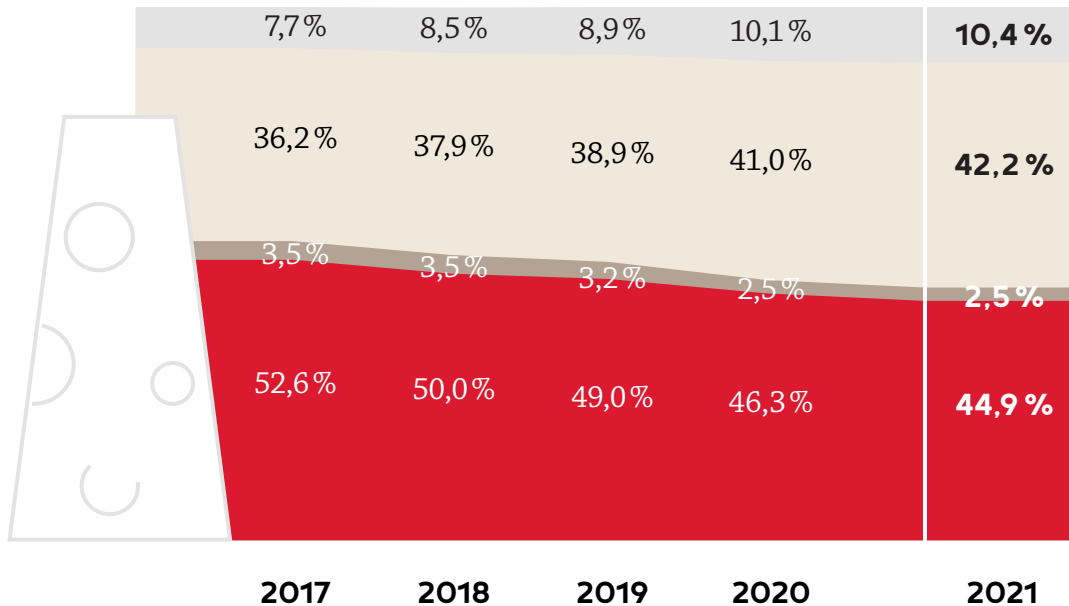


Corona lässt die Einkäufe in Bedienung stark sinken.

Segmententwicklung Hart- und Schnittkäse

mengenmäßiger Anteil im Lebensmitteleinzelhandel













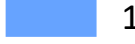

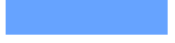

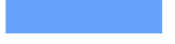

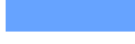

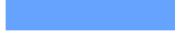



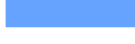





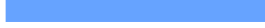

■ Stück
 ■ Scheiben Bedienung
 ■ Scheiben Selbstbedienung
 ■ gerieben



Geschnittener Käse in Selbstbedienung ist weiter auf dem Vormarsch.

154 Mio. für Online Einkäufe (2021)

Haushalte Total - 2021

	Wert (1.000 EURO)	Online Anteil (%)	Käuferreichweite (%)
RollAMA Total	154 364	 2,0	 15,2
Weiße Palette	11 688	 1,8	 7,0
Bunte Palette	5 186	 1,7	 4,7
Gelbe Palette	12 883	 1,6	 6,8
Gelbe Fette inkl. Butterschmalz	3 245	 1,4	 3,7
Fleisch inkl. Geflügel	14 337	 1,3	 5,1
Wurst & Schinken	17 339	 1,2	 6,4
Frischobst	18 058	 2,2	 6,6
Frischgemüse	18 381	 2,1	 7,9
Kartoffeln	1 804	 1,9	 3,6
Sterilobst & Gemüse	5 813	 2,4	 4,9
TK Obst & -gemüse	4 740	 2,9	 4,8
Eier	4 183	 2,0	 3,6
Fertiggerichte Total	33 148	 4,0	 9,2
Imitate	3 559	 3,5	 2,5
RollAMA Total / Bio	37 010	 3,6	 8,4