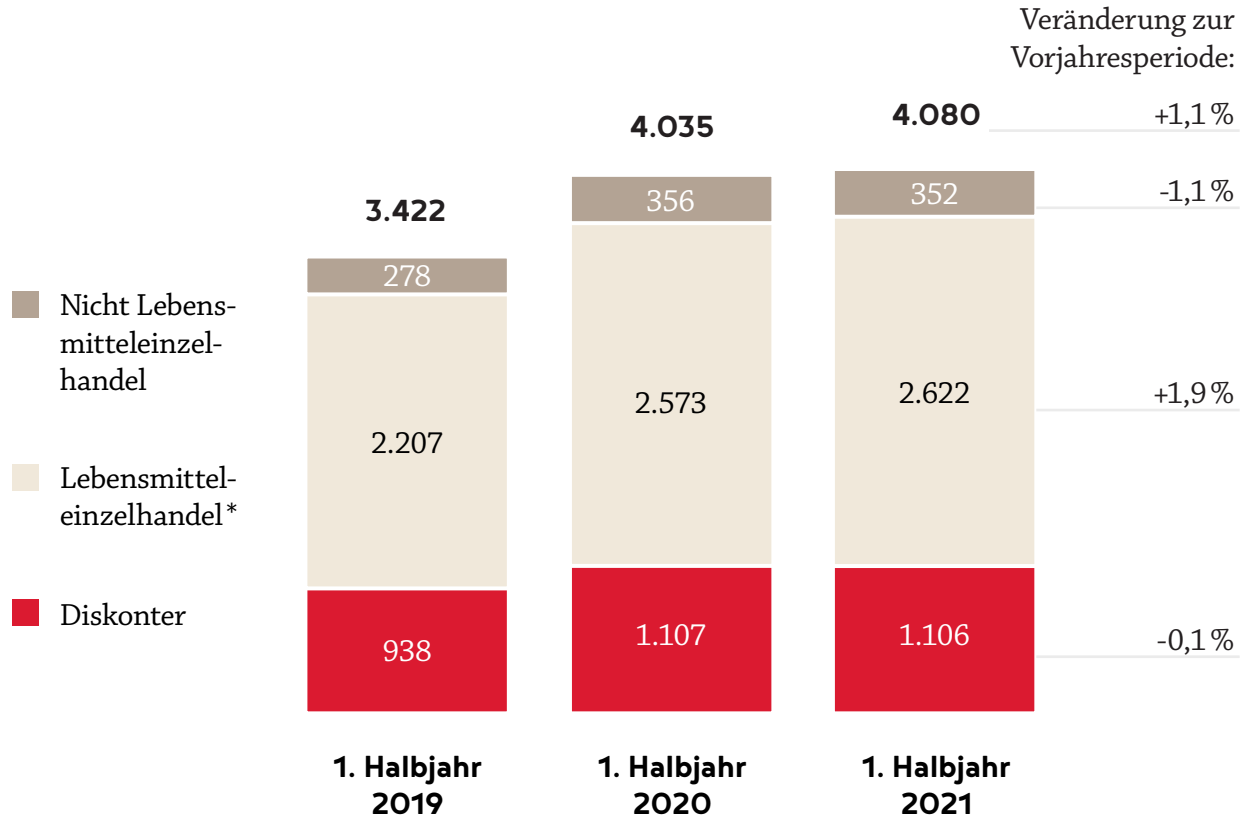


# Haushaltsausgaben für frische Lebensmittel und Fertiggerichte























wertmäßig in Mio. Euro exkl. Brot/Gebäck



Gegenüber dem 1. HJ 2020 stiegen die Haushaltsausgaben um ein Prozent.

# Entwicklung RollAMA-Warengruppen

im Lebensmitteleinzelhandel 1. Halbjahr 2021

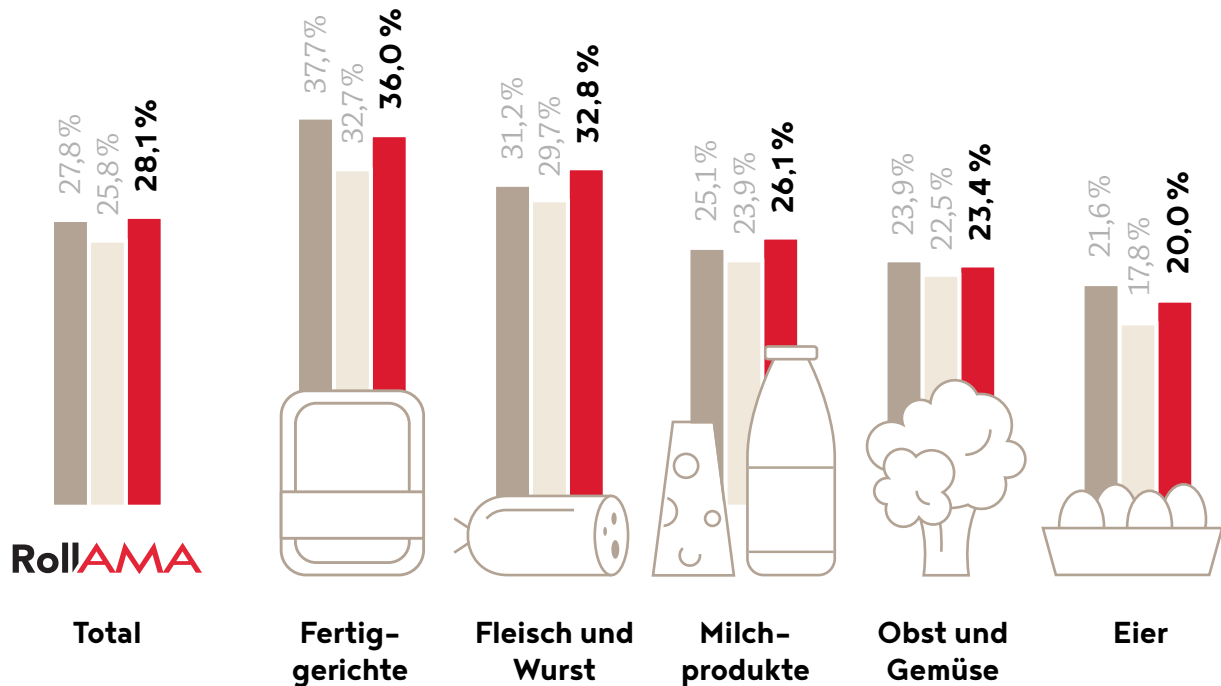
		Ver. Menge zur Vorjahresperiode		Ver. Wert zur Vorjahresperiode
<b>RollAMA Total</b>		<b>0,7 %</b>		<b>1,3 %</b>
Weißer Palette (Trinkmilch, Joghurt, Obers, Topfen)		-1,3 %		-3,3 %
Bunte Palette (Fruchtjog., Milchlischgetr., Desserts)		6,4 %		3,3 %
Käse		2,2 %		2,3 %
Gelbe Fette (Butter und Margarine)		-4,0 %		-8,0 %
Fleisch inkl. Geflügel		2,5 %		0,1 %
Wurst und Schinken		0,5 %		-0,4 %
Frischobst		0,5 %		2,4 %
Frischgemüse		4,9 %		9,1 %
Kartoffeln		-3,3 %		-12,2 %
Obst- und Gemüsekonserven		-3,7 %		0,9 %
Tiefkühl Obst und Gemüse		1,8 %		1,1 %
Eier		-7,8 %		-7,3 %
Fertiggerichte		2,7 %		5,7 %

Mehr Haushaltsbedarf an Fruchtjoghurt, Milchlischgetränken und Desserts.

# Aktionsanteile nach Warengruppen

wertmäßiger Anteil im Lebensmitteleinzelhandel

■ 1. Halbjahr 2019 ■ 1. Halbjahr 2020 ■ 1. Halbjahr 2021

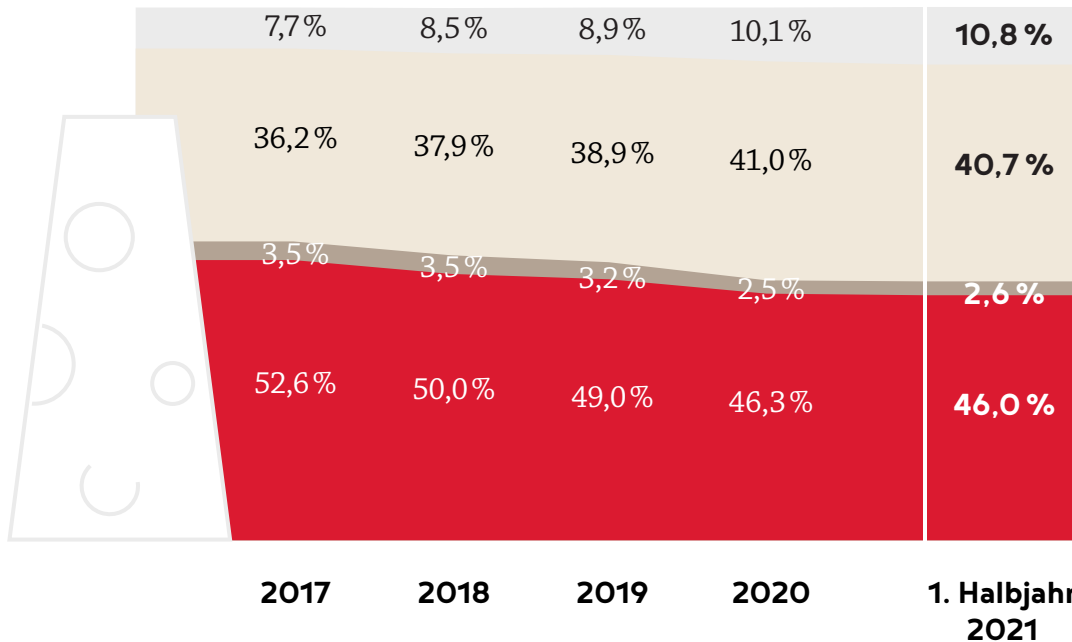


Nach einem Rückgang 2020 steigen die Aktionen wieder.

# Segmententwicklung Hart- und Schnittkäse

mengenmäßiger Anteil im Lebensmitteleinzelhandel

■ Stück   ■ Scheiben Bedienung   ■ Scheiben Selbstbedienung   ■ gerieben



Geriebener und geschnittener Käse sind weiter auf dem Vormarsch.

# Marktentwicklung Fleisch und Geflügel

im Lebensmitteleinzelhandel 1. Halbjahr 2021

























	Menge (t)	Ver. Menge zur Vorjahresperiode	Wert (1.000 EURO)	Ver. Wert zur Vorjahresperiode
<b>Fleisch und Geflügel</b>	<b>59.149</b>	<b>2,5 %</b>	<b>476.074</b>	<b>0,1 %</b>
Schwein	16.182	7,1 %	127.042	1,9 %
Rind und Kalb	8.184	4,8 %	99.912	3,8 %
Huhn	15.798	0,6 %	115.637	1,5 %
Pute	4.766	-9,1 %	41.176	-10,5 %
Faschiertes	12.055	1,3 %	75.157	-6,0 %
Andere Fleischarten	2.164	12,6 %	17.150	15,0 %



Der Absatz von Schweinefleisch stieg im 1. Halbjahr um sieben Prozent.

# Marktentwicklung Frischgemüse

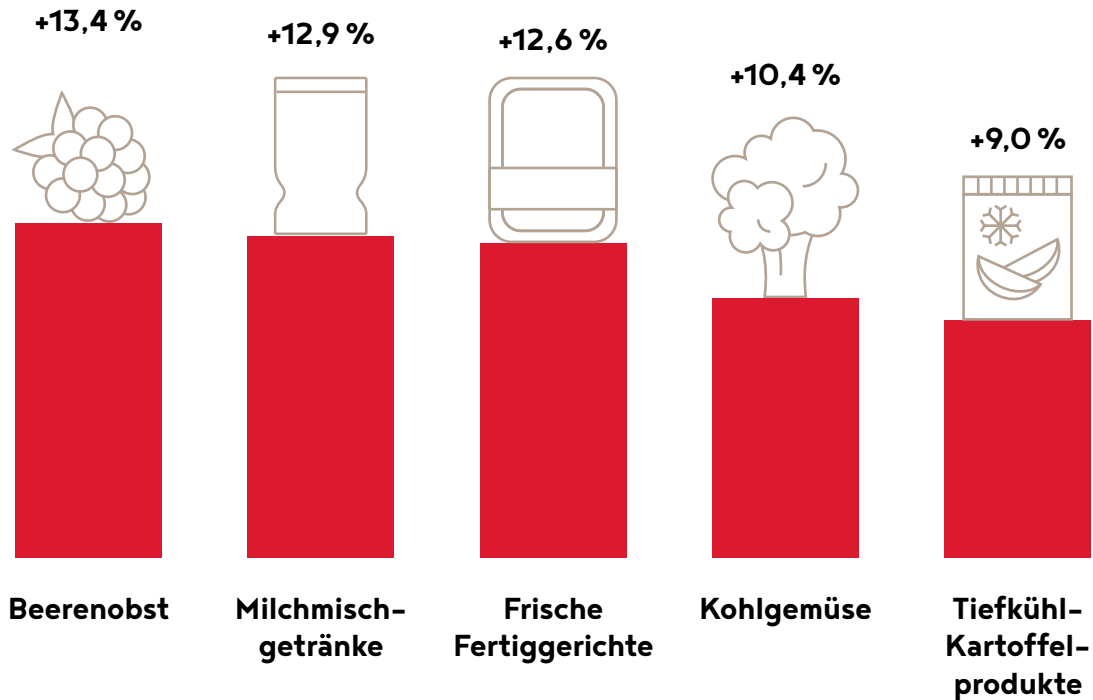
im Lebensmitteleinzelhandel 1. Halbjahr 2021

	Menge (t)	Ver. Menge zur Vorjahresperiode	Wert (1.000 EURO)	Ver. Wert zur Vorjahresperiode
<b>Frischgemüse</b>	<b>144.449</b>	 <b>4,9 %</b>	<b>460.919</b>	 <b>9,1 %</b>
Blattgemüse	17.046	 7,4%	48.677	 16,0%
Fruchtgemüse	55.269	 4,3%	200.879	 10,0%
Wurzelgemüse	22.029	 2,5%	45.538	 2,8%
Zwiebelgemüse	19.594	 6,1%	38.873	 10,1%
Kohlgemüse	14.934	 10,4%	29.201	 8,6%
Hülsenfrüchte	557	 3,3%	3.080	 2,3%
Stielgemüse	3.669	 7,0%	25.002	 6,1%
Kräuter	572	 13,1%	12.537	 15,1%
Pilze	3.447	 1,6%	20.257	 8,8%
Vorb. Gemüse	7.080	 -1,9%	35.123	 4,7%
Kartoffeln	48.329	 -3,3%	45.562	 -12,2%

Die Ausgaben für Gemüse steigen in fast allen Kategorien überdurchschnittlich.

# Top 5 gefragte Produkte

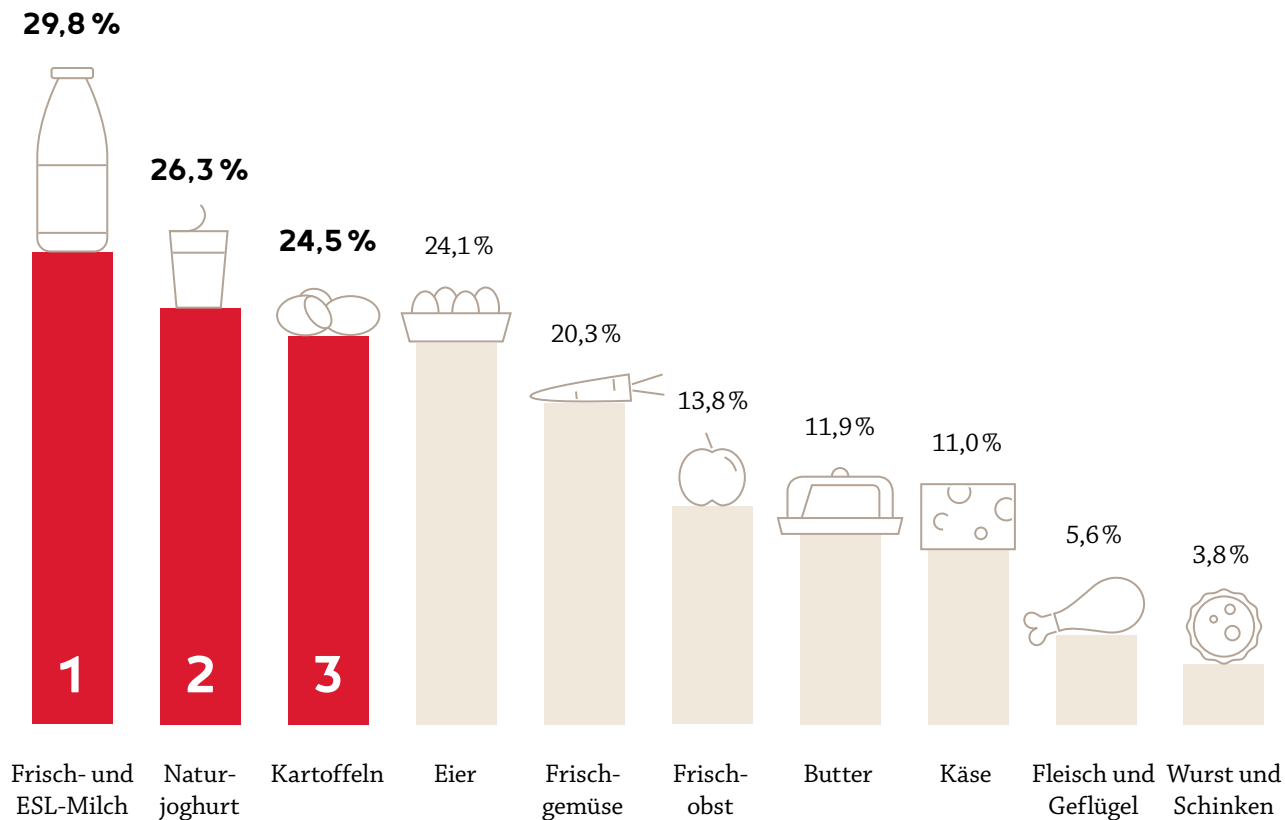
mengenmäßige Veränderung der Frischwaren exkl. Brot/Gebäck zur Vorjahresperiode im Lebensmitteleinzelhandel 1. Halbjahr 2021



Besonders gefragt im 1. Halbjahr 2021: Beerenobst.

# Bioanteile nach Warengruppen

wertmäßiger Anteil im Lebensmitteleinzelhandel 1. Halbjahr 2021

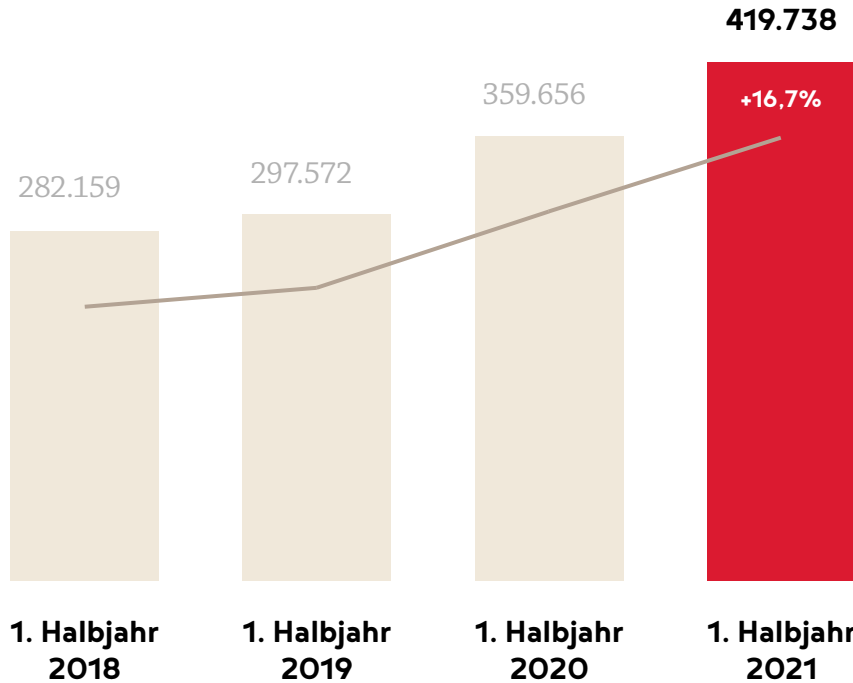


30 Prozent der Ausgaben für Frische Milch entfallen auf Bio.



# Marktentwicklung RollAMA Bio-Produkte

Wert in 1.000 Euro im Lebensmitteleinzelhandel



Bioausgaben stiegen um 17 Prozent gegenüber dem 1. Halbjahr 2020.