


























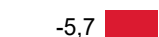





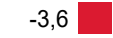










## FACTSHEET RollAMA Märkte 2022

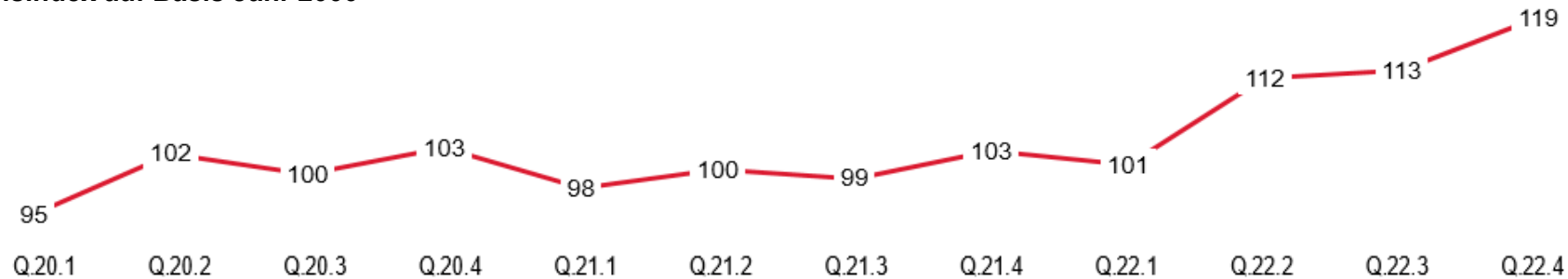
Im Einklang mit der Rücknahme Corona bedingten Restriktionen und Lockdowns passen sich auch die Märkte wieder dem früheren Einkaufsverhalten an. Entsprechend sanken die Einkaufsmengen im Jahr 2022 um acht Prozent gegenüber der Vorjahresperiode und blieben gegenüber der Zeit vor der Corona-Krise stabil.

	%-Ver. MENGE VJP	%-Ver. MENGE 2019	%-Ver. WERT VJP
<b>RollAMA Total</b>	-8,1 	0,1 	2,0 
Weißer Palette (Trinkmilch, Joghurt, Obers, Topfen)	-7,7 	-0,7 	6,4 
Bunte Palette (Fruchtjoghurt, Milchmischgetränke, Desserts)	-5,8 	4,3 	2,7 
Käse	-4,6 	6,4 	6,3 
Gelbe Fette (Butter und Margarine)	-6,9 	0,4 	20,6 
Fleisch inkl. Geflügel	-10,8 	-3,9 	-1,2 
Wurst & Schinken	-5,8 	-3,5 	1,7 
Frischobst	-8,0 	-5,9 	-1,6 
Frischgemüse	-11,6 	0,9 	-2,2 
Kartoffeln	-12,2 	-5,2 	1,5 
Obst- und Gemüsekonserven	-5,7 	8,4 	2,1 
Tiefkühl Obst und Gemüse	-8,1 	8,6 	-0,8 
Eier	-3,6 	1,0 	11,9 
Fertiggerichte	-6,3 	14,2 	-0,7 

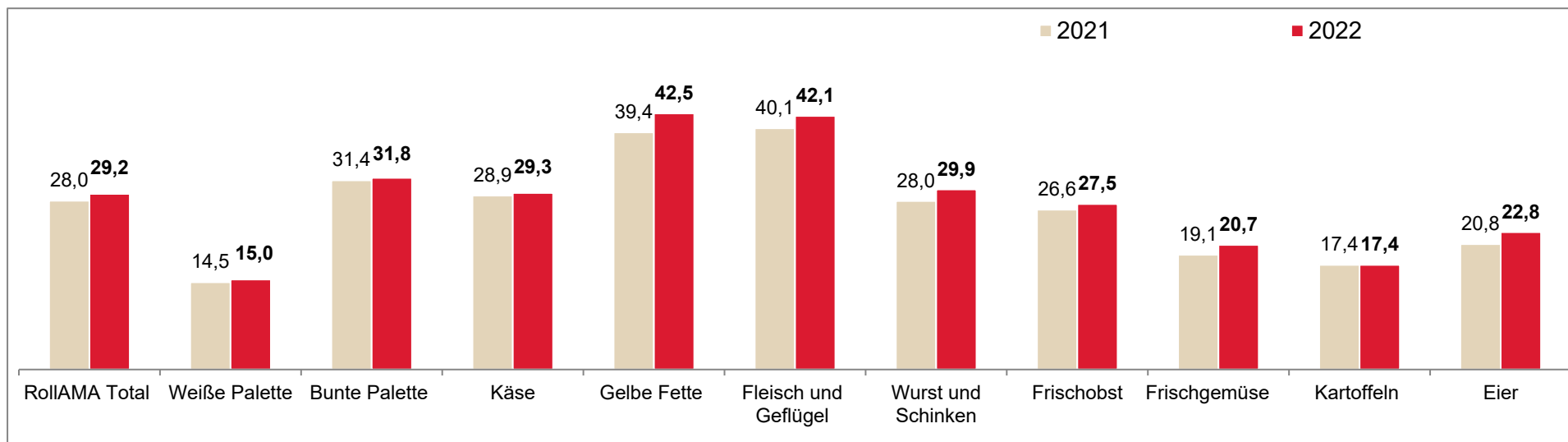
Am stärksten sanken 2022 die Einkaufsmengen bei Fleisch (insbesondere Rindfleisch) und Frischgemüse (insbesondere Fruchtgemüse und Blattgemüse) und weniger bei Käse, Wurst und Eiern – es wurde weniger gekocht als während der Corona-Pandemie und bei höherpreisigen Lebensmitteln wurde eher gespart. Auf längere Sicht ist neben einem Mengenrückgang von Fleisch und Wurst auch ein sinkender Obst- und Gemüsekauf zu verzeichnen. Der Grund liegt am Wachstum des Segments Beerenobst, das mengenmäßig weniger stark ins Gewicht fällt.

## FACTSHEET RollAMA Preise 2022

### Preisindex auf Basis Jahr 2000



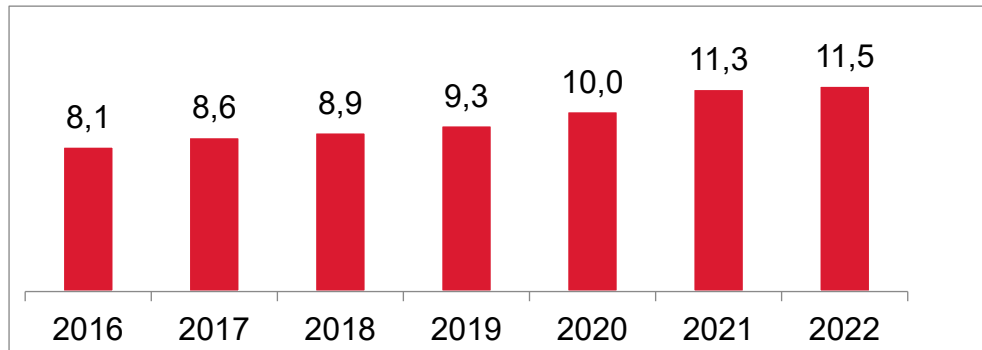
### Aktionsanteil Wert in Prozent



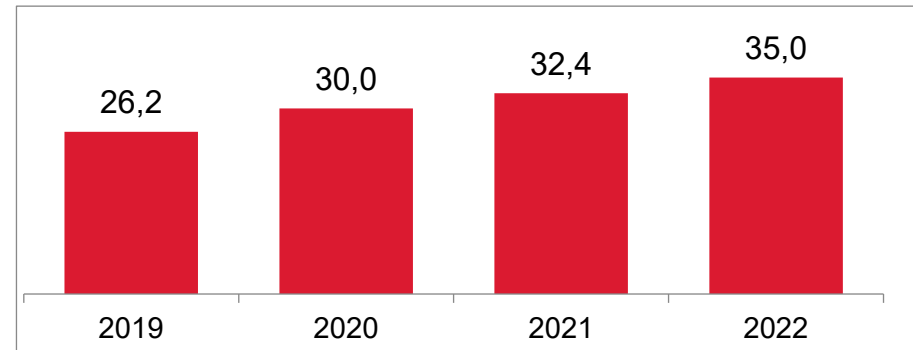
Die Preise stiegen 2022 im Schnitt über alle RollAMA Warengruppen um 11 Prozent, der Indexwert lag um 19 Prozent über dem Jahr 2020. Die Inflationsrate für Nahrungsmittel lt. Statistik Austria betrug im selben Zeitraum 22 Prozent. Die steigenden Preise führen auch dazu, dass zahlreiche Aktionsprodukte vom Lebensmitteleinzelhandel angeboten und vom Verbraucher auch gekauft werden.

## FACTSHEET RollIAMA Trends

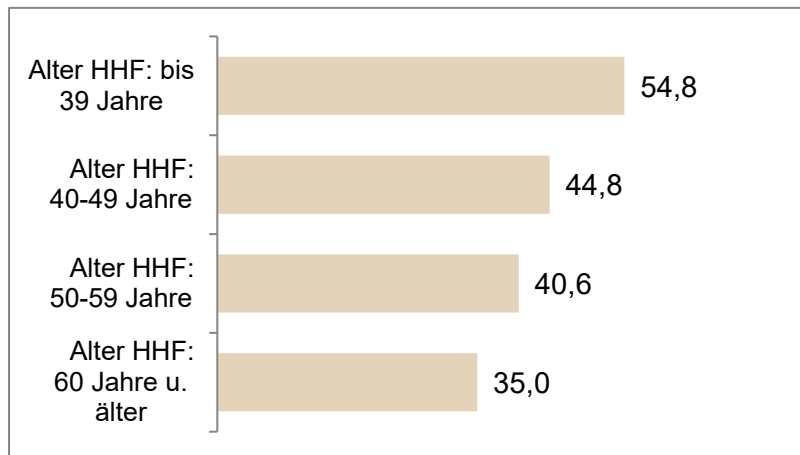
### Bioanteile wertmäßig in Prozent



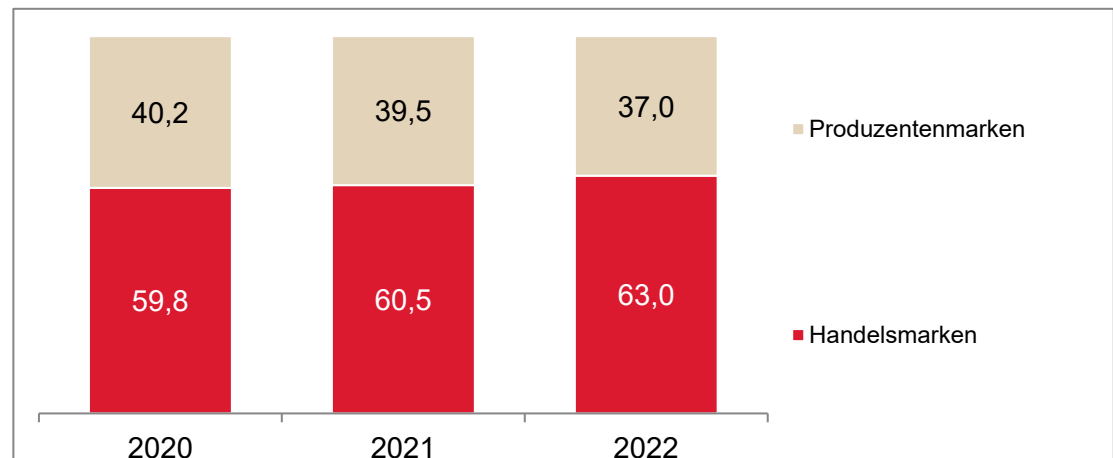
### Käuferreichweite Fruchtyoghurt im Glas in Prozent



### Käuferreichweite Imitate in Prozent



### Anteil Handelsmarken in Prozent



Die Bionachfrage wurde durch die Inflation nur leicht gedämpft und die Umsatzanteile von Bioprodukten stiegen auf 11,5 Prozent. Ein höheres Umweltbewusstsein zeigt sich an der wachsenden Beliebtheit der wiederverwertbaren Glasflasche bei Milch und Fruchtyoghurt aus dem Glas. Fleisch- und Milchalternativen sind zwar noch eine Nische, wachsen aber stetig. Je jünger der Haushalt, desto größer die Nachfrage nach Alternativ-Produkten. Befeuert durch die Inflation gewinnen Handelsmarken Marktanteile.