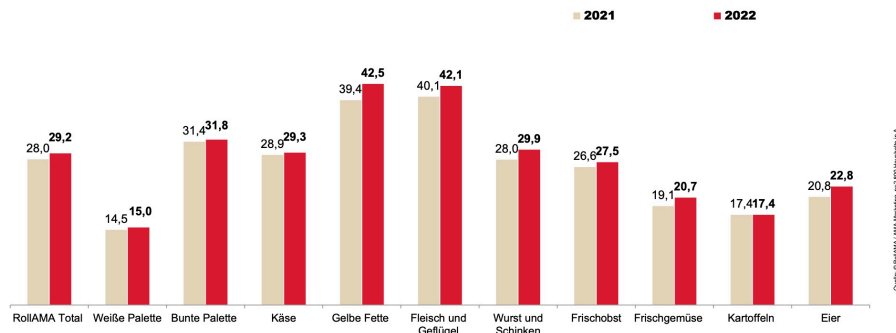


RollAMA: Markttrends im Wandel

Von der Corona-Krise über den Krieg in Europa hin zur höchsten Inflation seit 1974: Die Auswirkungen auf das tägliche Leben, die Märkte und Menschen sind groß und beeinflussen in vielerlei Hinsicht die Lebensmittelproduktion wie auch das Konsum- und Kaufverhalten in Österreich. Dies veranschaulichen auch die aktuellen Daten aus dem RollAMA Haushaltspanel für 2022.

Immer mehr Einkäufe in Aktion

wertmäßiger Anteil in Prozent, LEH



RollAMA
REPRESENTATIVE HOUSEHOLD ANALYSIS

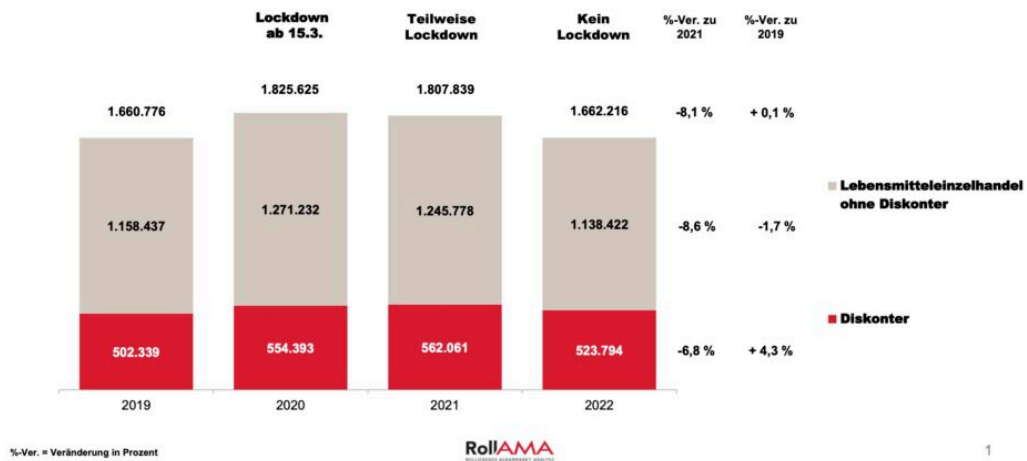
26

Die neue Studie der RollAMA zeigt den aktuellen Wandel bei den Markttrends
(©RollAMA)

⇒ 9]b_`Ub[`a]h`XYf`F ØW_bU\`a Y`XYf`7cfc bU!VYX]b[hYb
F Yghf`_h]cbYb`i bX`@cW_Xck bg`dUggYb`g]W\`Ui W\`X]Y`A Äf`hY
k]YXYf`XYa `ZfØ\YfYb`9]b_Ui Zgj Yf\U`hYb`Ub`"9bhgd fYW\YbX
gUb_Yb`X]Y`9]b_Ui Zga Yb[Yb`ja `X\`f`&\$&`i a `UW\h`Dfc nYbh
[Y[YbØVYf`XYf`J cf`U\`fYgdYf]cXY`i bX`V`]YVYb`[Y[YbØVYf`XYf`NY]h
j cf`XYf`7cfc bU!`f]gY`ghUV`]`8]Y`A Yb[Yb fØW_[Äb[Y`ZØ\fhYb`XUni ž
XUgg`X]Y`5i g[UVYb`ja `J Yf[`Y]W\`ni `&\$&%`bi f`i a `nk Y]`Dfc nYbh
gh]Y[Ybž`[Y[YbØVYf`&\$%-`i a `%) `Dfc nYbh"

Frischwareneinkäufe auf Niveau von 2019

mengenmäßig in Tonnen



⇒a`HfYbX. `B UW\ U`h][_Y]h`i bX`7cbj Yb]YbW

@Àb[YfZf]gh][`nY][Yb`g]W\`nk Y][fÒ» YfY`HfYbXg. `B UW\ U`h][_Y]h
i bX`7cbj Yb]YbW ž`Yf_`Àfh`7`f]gh]bU`A i hYbh\U`Yf!G]dY_ž
; YgW\ÀZhgzØ`fYf]b`XYf`5A 5!A Uf_Yh]b[" 8]Y`B UW\ U`h][_Y]h`nY][h
g]W\`XUf]bž`XUgg`X]Y`ghYh][`ghY][YbXY`6]cbUW\ZfU[Y`Xi fW\`X]Y
⇒ZUh]cb`bi f`Y]W\h[YXÀa dZh`k i fXY`i bX`ja a Yf`a Y\`f`A YbgW\Yb

ni `DfcXi _hYb`]b`k]YXYfj Yfk YfhVUfYb`; `UgZUgWXYb`[fY]ZYb"
7cbj Yb]YbW!DfcXi _hY`nY][Yb`gUhhY`Ni k ÅWgY"´9g`]gh`XUj cb
Ui gni [Y\Ybž`XUgg`X]YgYg`GY[a Ybh`k Y]hYf`Ub`6YXYi hi b[
[Yk]bbYb`k]fX ž`ZUggh`g]Y`X]Y`HfYbXg`ni gUa a Yb"

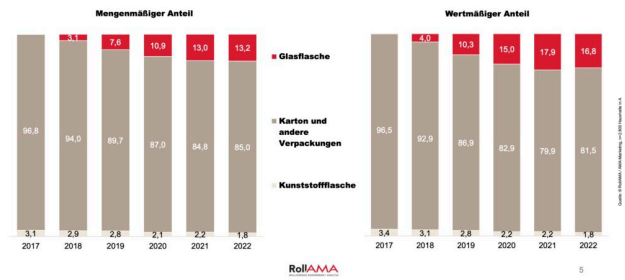
.

; `UgZ`UgWXYb`ghUf_`]a `5i Zk]bX

%%ž) `DfcnYbh`XYf`<Ui g\U`hgUi g[UVYb`]a `đ\`f`&\$&&`YbhZ]Y`Yb`Ui Z
6]cdfcXi _hY`f7\Ufhg``!(/`a Y\`f`8YhU]`g`ni `6]c`g]Y\Y`\hhdg.##Ja U]b
Zc"Uh#dfYggY#dfYggYa]hhY`]i b[Yb#V]c!gWxfY]Vh!_cbghUbhY!
YfZc`[g[YgWXYWXYhYŁ"´9]b`\Ö\YfYg`I a k Y`hVYk i gghgY]b`nY][h`g]WXY
Ub`XYf`k UWXYgYbXYb`6Y`YVh\Y]h`XYf`k]YXYfj Yfk YfhVUfYb
; `UgZUgWXY`VY]`A]WXY`i bX`fi WXYhč[\i fh`Ui g`XYa `; `Ug"´6YfY]hg
') `DfcnYbh`XYf`<Ui g\U`hY`UggYb`g]WXY`j cb`X]YgYf`Ö_c`c[]gWXYb

Milchflasche erreicht 13 Prozent Anteil

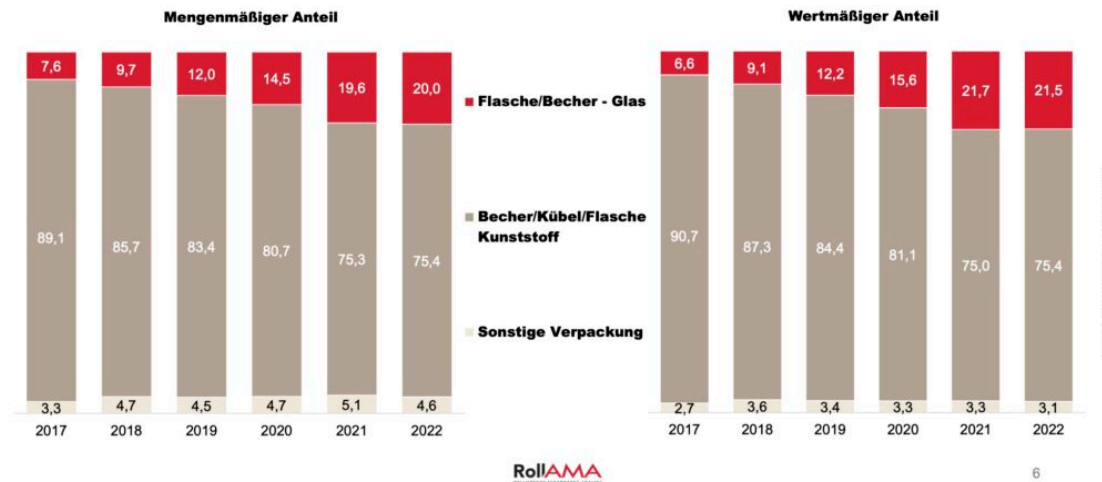
Anteil der Verpackung bei Frisch- und ESL-Milch in Prozent, LEH



J YfdUW_i b[gUfh'UbgdfYWX Yb"

Fruchtjoghurt: klarer Trend zur Glasverpackung

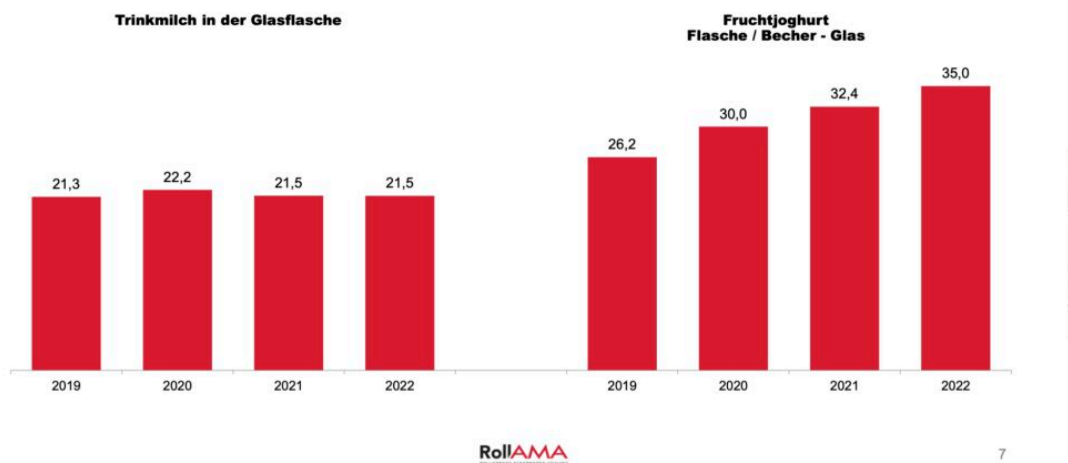
Anteil der Verpackung bei Joghurtprodukte mit Frucht in Prozent, LEH



6

35 Prozent der Haushalte kaufen Fruchtjoghurt im Glas

im Lebensmitteleinzelhandel, Käuferreichweite in Prozent



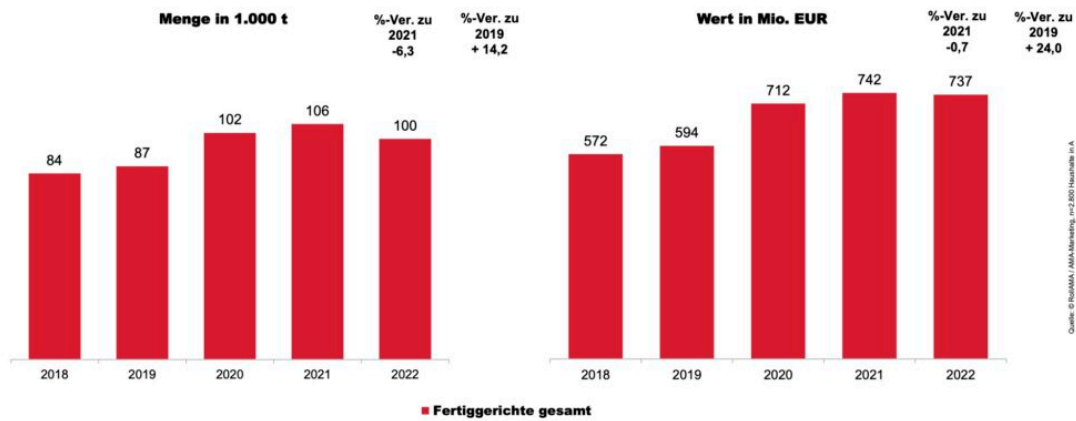
7

GY`VghVYX]Ybi b[`]a a Yf`VY`]YVhYf

⊕`Y]bYf`ni bY\`a YbX`a cV]`YfYb`; YgY``gW\UZh`gd]Y`h`XUg`H\Ya U
7cbj Yb]YbW`Y]bY`]a a Yf`[fÖ» YfY`F c``Y``8Yf`9]b_Ui Zj cb
: Yfh][[Yf]W\hYb``Y [hY`gY]h`&\$%-`i a`VYUW\h]W\Y`%(`DfcnYbhni ž
?cbgYfj Yb`i bX`H]YZ_Ø\`k UfY`j cb`CVghi bX`; Ya ØgY`nY][Yb`Y]bY
YVYbgc`XmbUa]gW\Y`9bhk]W_`i b[`f7\`Ufhg`, !-`Ł

Fertiggerichte: plus 14 Prozent seit 2019

im Lebensmitteleinzelhandel

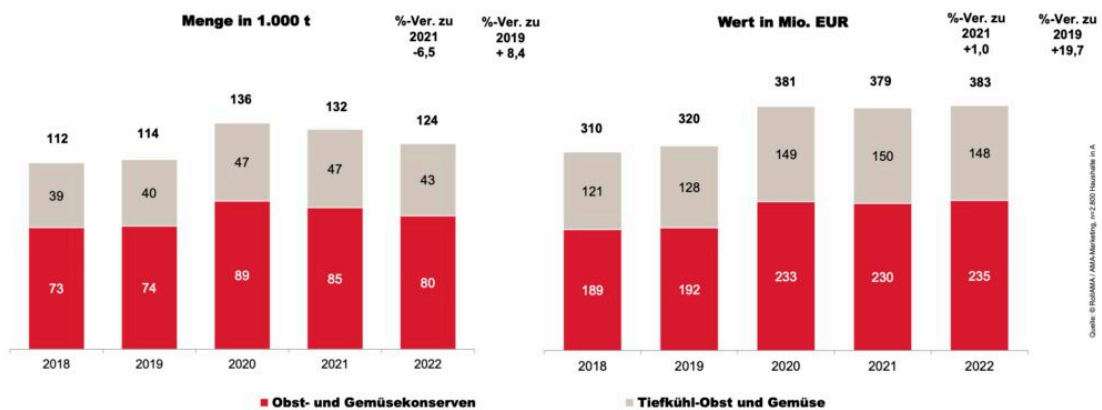


RollAMA
ROLLMANN ADAMMANN ANALYTICS

8

Auch bei Obst und Gemüse wachsen TK und Konserven

im Lebensmitteleinzelhandel



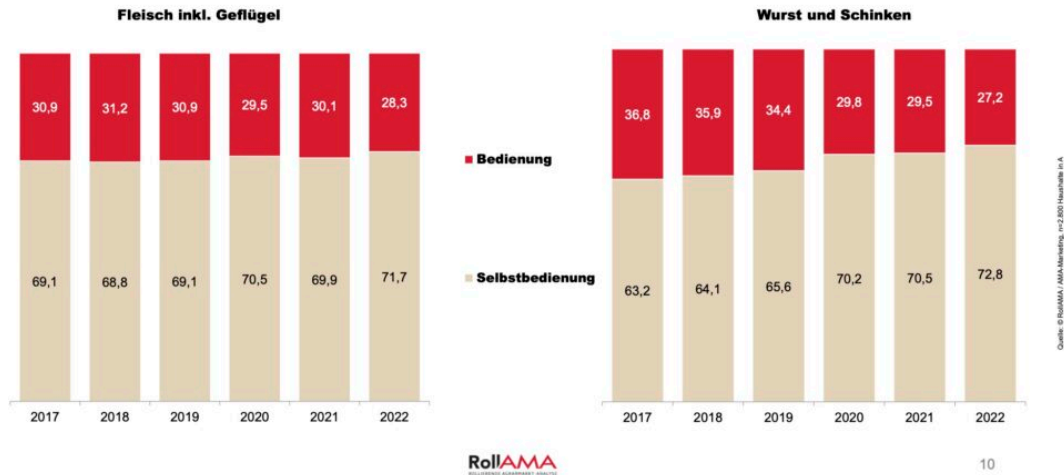
RollAMA
ROLLMANN ADAMMANN ANALYTICS

9

8Yf'K i bgW' bUW' fUgWYa '9]b_Ui Zi bX'Ni VYfY]hi b['Äi »Yfh'g]Wx
ja 'j Yfa Y\fhYb'?Ui Zj cb':`Y]gW' i bX'K i fgh]b`XYf
GY`VghVYX]Ybi b['i bX'Ua 'Vcca YbXYb`Gcfh]a Ybhj cb`FY]V!`i bX
GWY]VYb_ÄgY"

Mehr SB bei Fleisch und Wurst

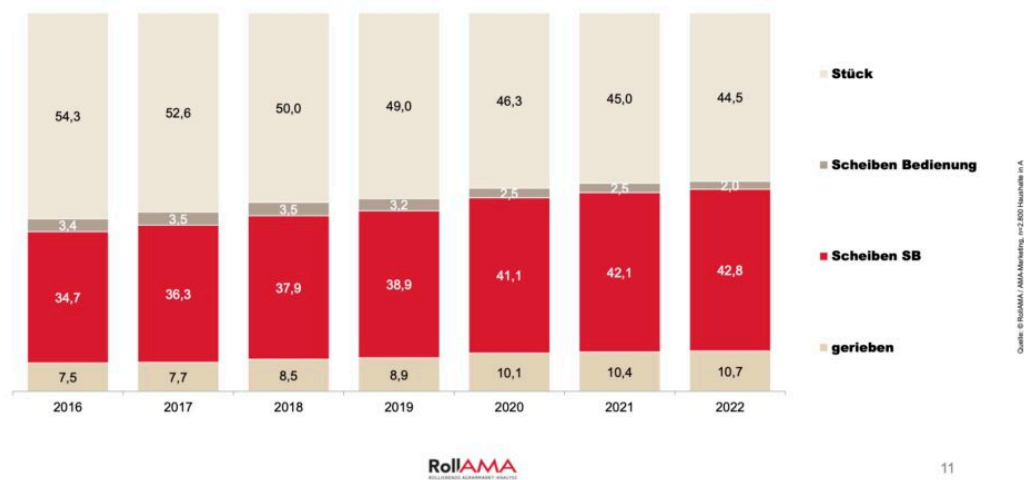
im Lebensmitteleinzelhandel ohne Hofer/Lidl, wertmäßige Anteile in Prozent



10

Hart- und Schnittkäse immer mehr in Scheiben

im Lebensmitteleinzelhandel, mengenmäßige Anteile in Prozent



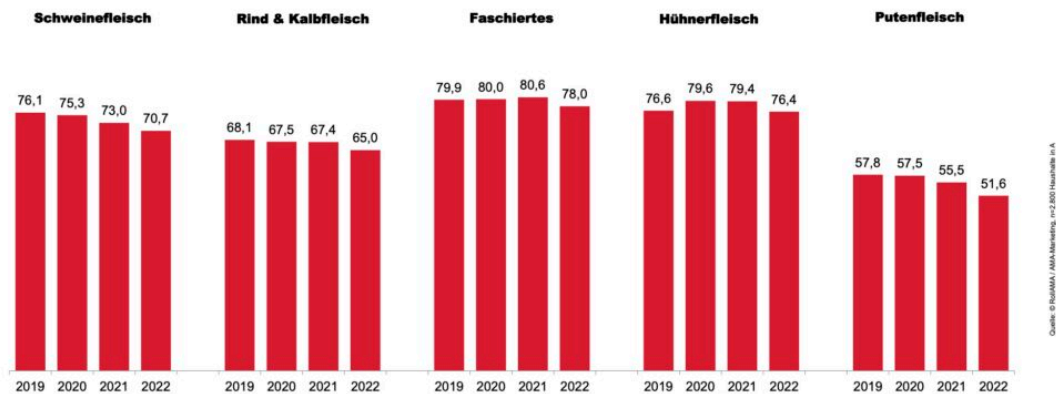
11

5`hYfbUh]j d f c Xi _hY`k UW\ gYb ``Ub[Zf]gh][

GY]h`Y]b][Yb`J\ fYb`g]b_Yb`X]Y`?Äi ZYfUbhY]`Y`VY]:`Y]gW\`]b
Y]b][Yb`?UhY[cf]Ybž`Yg`ghY][h] cf`U`Ya`X]Y`NU\`ž`XYfYfž`X]Y`XYb
:`Y]gW_cbgi a`VYk i ggh`fYXi n]YfYb"

Rückläufige Käuferanteile bei Fleisch

im LEH, Käuferreichweite in Prozent



Quelle: © RollAMA / AMA-Marketing, n=2.800 Haushalte in A

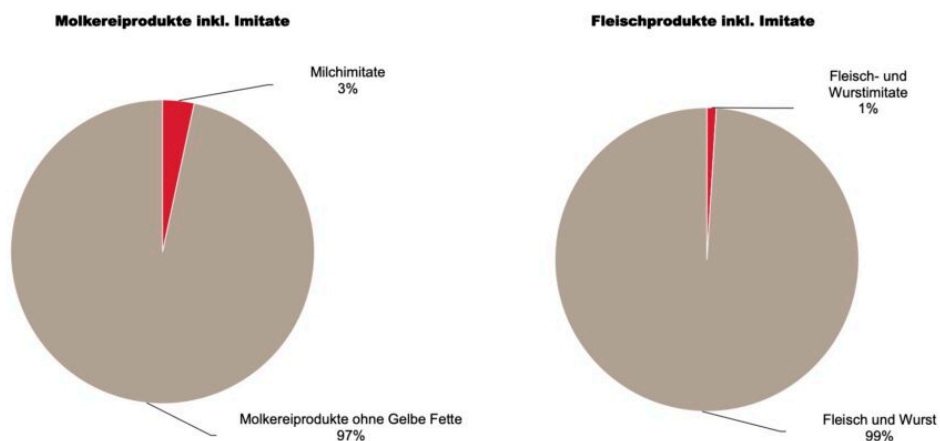
RollAMA

12

8 Yf'A Uf_hj c b'5`hYfbUhj] Yb`ja `6YfY]W\ `: `Y]gW\ ž: Yfh][[Yf]W\ hY b
i bX`A]`W\ `]gh`UbhY]`ga `À»][`bcW\ `[Yf]b[`UVYf`Ub[Zf]gh][
k UW\gYbX```a `\f`&\$&&`k Uf`X]Y`9bhk]W_`i b[`Yhk Ug[YVfYa ghž
k c\`Ui W\`k Y]``a]hUhdFcXi _hY`a Y]gh`hYi fYf`g]bX`U`g`XUg`Yk Y]`][Y
Cf][]bU``8 Yf`5bhY]`XYf`? Äi ZYf`]b`X]YgYf`? UhY[cf]Y`ghU[b]YfhY`]a
\f`&\$&&`VY]`) &`DfcnYbh"

Marktanteil der Milch- und Fleischimitate

im Lebensmitteleinzelhandel, wertmäßiger Anteil in Prozent, 2022

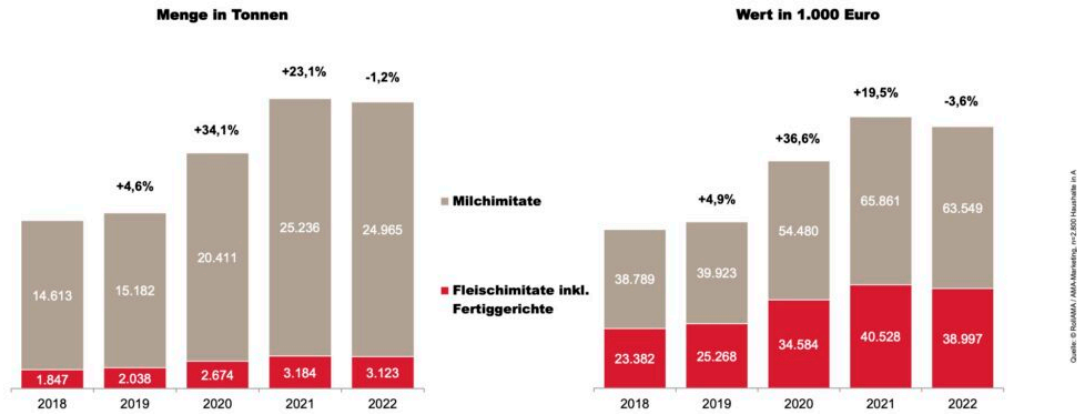


Quelle: © RollAMA / AMA-Marketing, n=2.800 Haushalte in A

RollAMA

13

Wachstum der Imitate etwas gebremst im Lebensmitteleinzelhandel

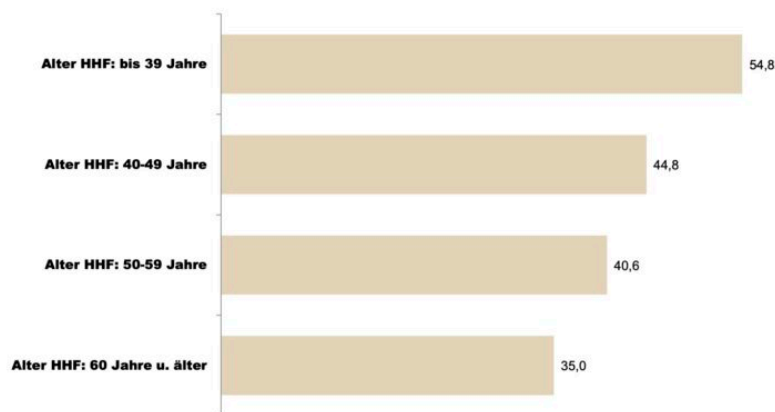


RollAMA
ROLLMANN ADVERTISING ANALYTICS

14

Höherer Nachfrage bei jungen Haushalten

Käuferreichweite in Prozent, Milchimitate total, 2022



RollAMA
ROLLMANN ADVERTISING ANALYTICS

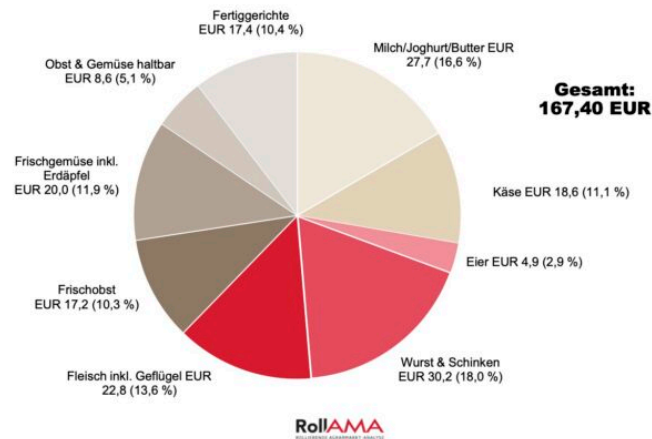
15

A c bUh]W\ Y`< Ui g\ U`hgUV[UVYb`a Y]gh`ZØf
: `Y]gW\ ž`K i fghž`A]`W\ dfcXi _hY

A c bUh]W\ [UVYb`X]Y`\Y]a]gW\ Yb`< Ui g\ U`hY`]a `>U`f`&\$&&fi bX
%+\$`9I F`ZØf`Zf]gW\ Y`@YVYbga]hhY`i bX: Yfh][[Yf]W\ hY`fYI _`"6fch
i bX: YVÄW_Ł`Ui g"8Yf[fØ» hY`5bhY`ZÄ`h`XUVY`Ui Z`hYf]gW\ Y
@YVYbga]hhY`k]Y: `Y]gW\ ž`K i fgh`i bX`A]`W\ dfcXi _hY"

Monatlich rund 170 EUR für frische Lebensmittel und Fertiggerichte

exkl. Brot/Gebäck, durchschnittlich pro Haushalt 2022



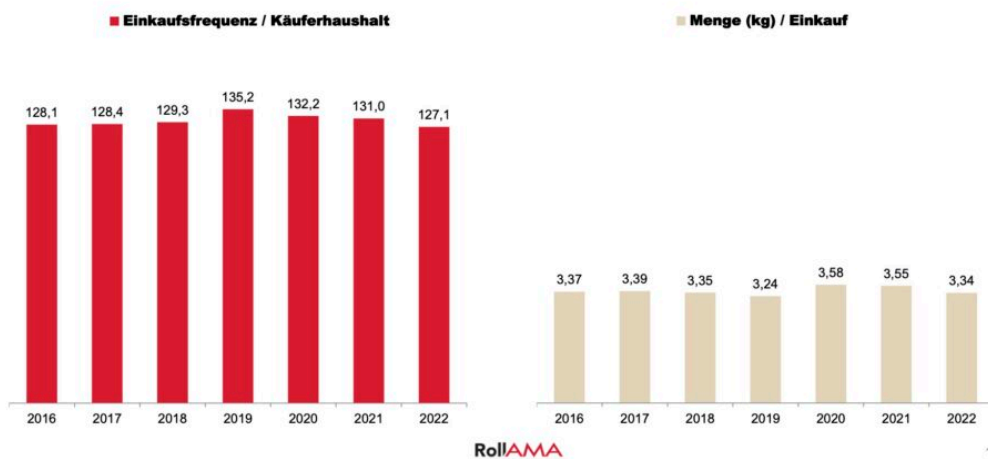
Quelle: © RollAMA / AMA Marketing, n=2.800 Haushalte in A

16

8]Y'9]b_Ui ZgZfYei Ybn'k Uf'fØW_`Äi Z['i bX`U['XYi h]W`i bhYf'XYa
K Yfhij cb`&\$%- žk Ug`XUfUi Z`]bXYi hYhž`XUgg'a Ub`bYVYb'a Y\ f
5i » Yf!<Ui g'?cbgi a `Ui W`J cffÄhY`Ui Z[YVfUi W`h'k i fXYb`Vnk "
Yhk Ug`gdUfgUa Yf`VY]'XYf`J Yfk YbXi b['XYf`Y]b[Y_Ui ZhYb
@YVYbga]hhY`i a [Y[Ub[Ybžj]Y`Y]W`h'Ui W`k Yb][Yf
k Y[[Yk cfZYb`k i fXY"

Einkaufsfrequenz der Haushalte sinkt

im Lebensmitteleinzelhandel, RollAMA Total



Quelle: © RollAMA / AMA Marketing, n=2.800 Haushalte in A

17

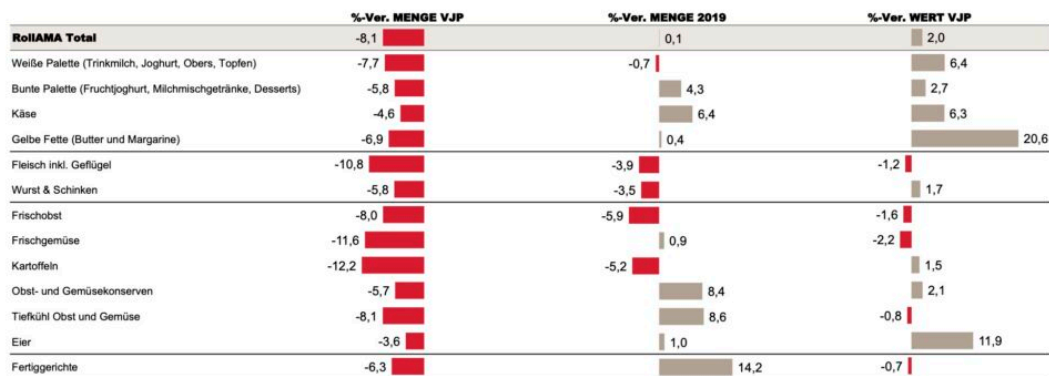
: `Y]gW`!`i bX`C VghY]b_Ui Z`fØW_`Äi Z[

5a `ghÄf_ghYb`gUb_Yb`&\$&`X]Y'9]b_Ui Zga Yb[Yb`VY]': `Y]gW`

f]bgVYgcbXYfY`F]bXZY]gWŁi bX: f]gWŁ[Ya ØgY`f]bgVYgcbXYfY
: fi WŁh[Ya ØgY`i bX`6`Uhh[Ya ØgYŁi bX`k Yb][Yf`VY]?ÀgYžK i fgh
i bX`9]Yfb` `Yg`k i fXY`k Yb)[Yf`[Y_cWŁh`U`g`k À\fybX`XYf`7cfcbU!
DUbXYa]Y`i bX`VY)`\Ò\Yf`dFY]g][Yb`@VYbga]hhY`b`k i fXY`Y\Yf
[YgdUfh`5i Z`Àb[Yfy`G]WŁh]gh`bVYyb`Y]bYa `A Yb[YbfØW_ Ub[`j cb
: `Y]gWŁ`i bX`K i fgh`Ui WŁ`Y]b`g]b_YbXYf`C VghY]b_Ui Zni
j YfnY]WŁbYb``8Yf`; fi bX``Y[h`Ua `K UWŁghi a `XYg`GY[a Ybhg
6YYfybcVghž`XUg`a Yb[Yba À»][`k Yb][Yf`ghUf_`]bg`; Yk]WŁh`ZÀ``h"

Entwicklung der RollAMA-Warengruppen

im Lebensmitteleinzelhandel, 2022



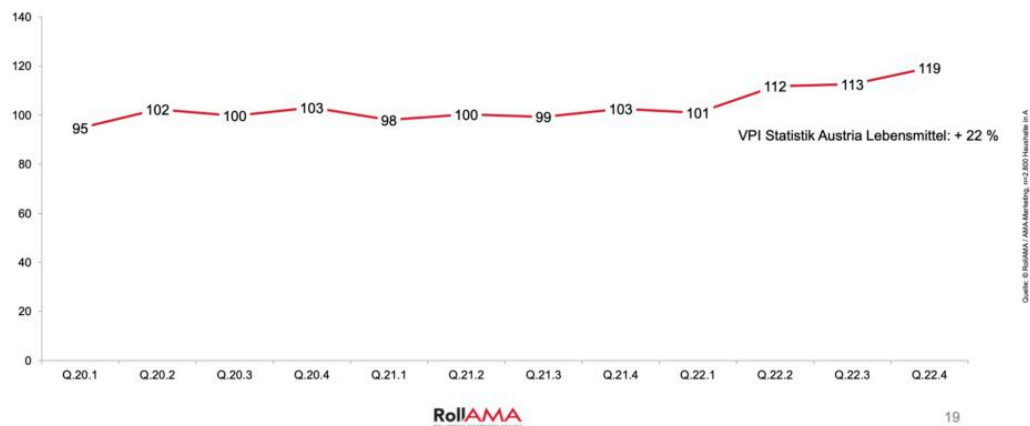
Quelle: © RollAMA / AMA Marketing, m+2022 Haushalte in A

⇒bZ`Uh]cb`\]bhYf`Àggh`Gdi fYb

8]Y`DfY]gY`ghY[Yb`&\$&&]a `GWŁb]hh`ØVYf`U``Y`F`c``5A`5
K`UfYb[fi`ddYb`i`a``%%`DfcnYbhž`XYf`↯XYI`k`Yfh`U[`i`a``%-`DfcnYbh
ØVYf`XYa``↯\f`&\$&\$``8]Y`⇒bZ`Uh]cbgfUHy`ZØf`BU\fi`b[ga`]hhY``h"
GhUh]gh]_`5i`ghf]U`VYhfi`[`]a`gY`VYb`NY]hfUi`a``&&`DfcnYbh"

Entwicklung des Preisindex

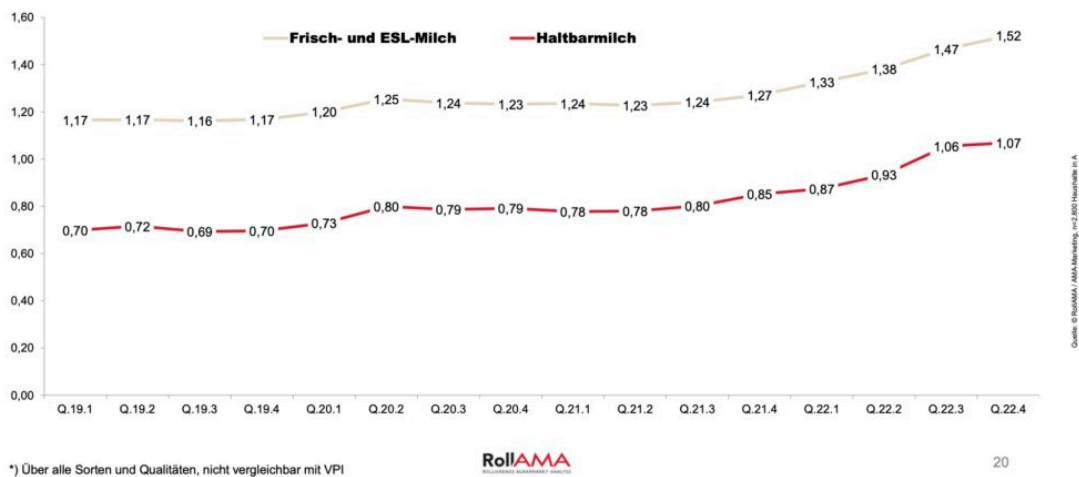
im Lebensmitteleinzelhandel, Indexbasis Gesamtjahr 2020, RollAMA Total



GhY][YbXY 'A]'W\dfY]gY`']Y» Yb' ? c bgi a YbhYb'j Yfa Y\fhini f
[Øbgh][YfYb' < U'hvUfa]'W\ ' fY]ZYbžUVYf'Ui W\': U_hcfYb'k]Y
6Yj cffUhi b[ž'g]b_YbXY'9]b_Ui ZgZfYei Ybn'i bX'k Yb][Yf'6YXUfZ
Xi fW\ '_Y]bYfY' < Ui g\U'hY'gd]Y`Yb'XUVY]'Y]bY'F c``Y"

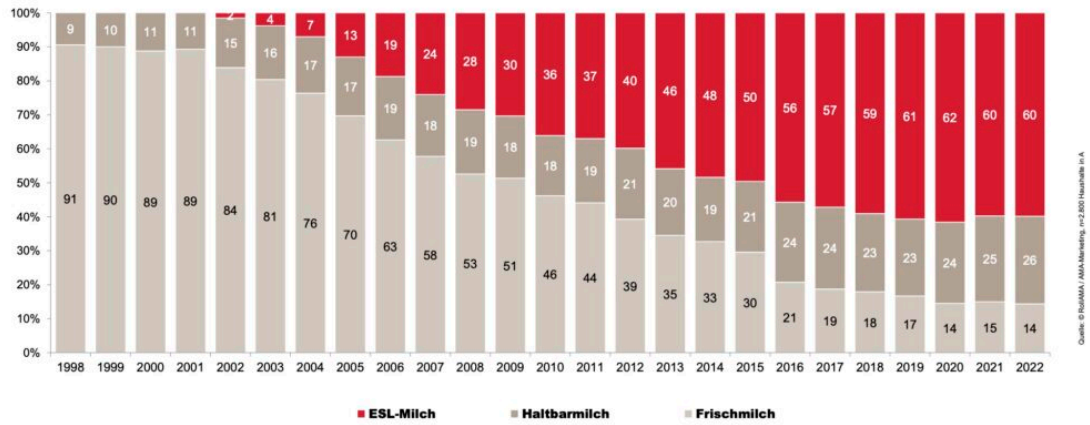
Entwicklung der Milchpreise

im Lebensmitteleinzelhandel, Preis / kg*



Anteil Haltbarmilch steigt (auch durch Corona)

Anteil an Trinkmilch total, Menge in %, LEH



Quelle: Statista / AMA Marketing, n=2.001 Haushalte n.A.

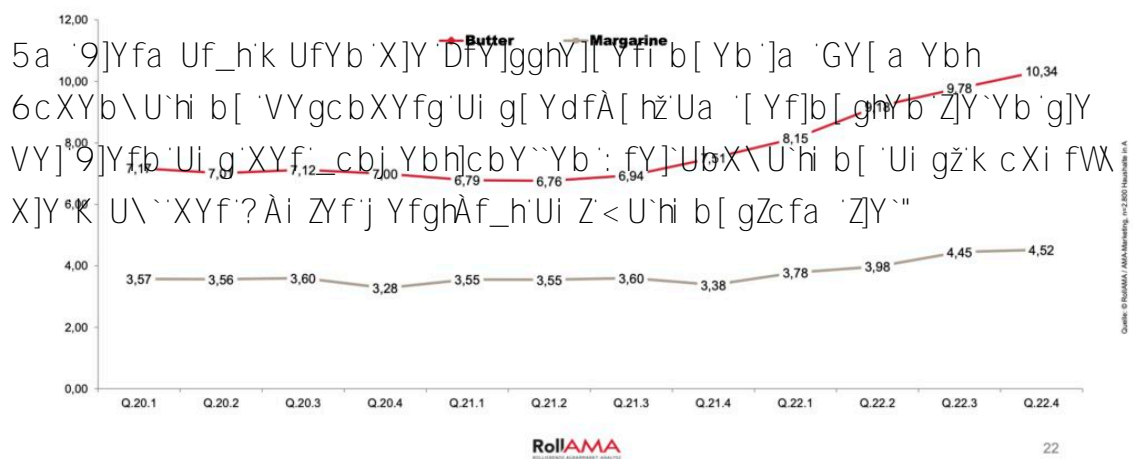
RollAMA
ROLLMILCH. ACHTUNGSBEWUSST. ANALYTIK

21

8]Y'ghY][YbXYb'6i hhYfdFY]gY'ZØ\fYb'YXcW\ '_Ui a 'ni
J Yf\U'hYbgÀbXYfi b[Ybž'6i hhYf'V'Y]Vh'[Y[YbØVYf'A Uf[Uf]bY
ghUV]`"

Butterpreise steigen deutlicher als Margarine

im Lebensmitteleinzelhandel, Preis / kg



Eierpreise steigen vor allem bei Bodenhaltung

im Lebensmitteleinzelhandel, Preis / 10 Stk.

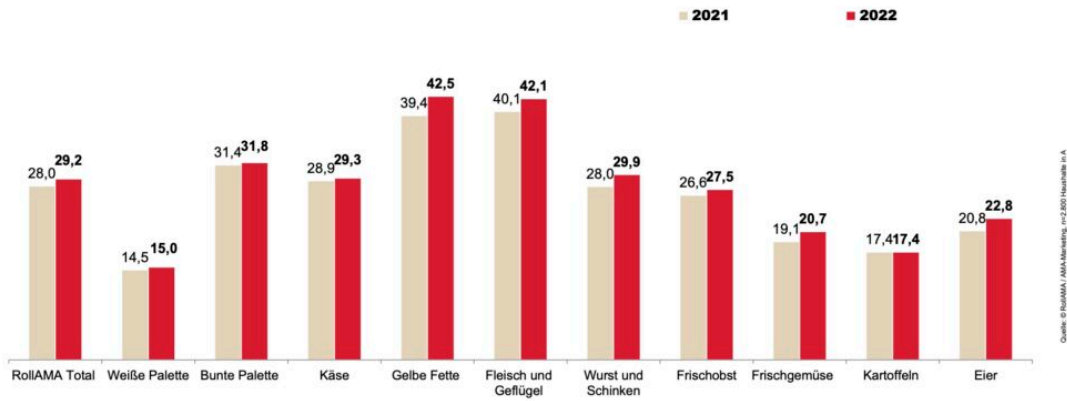


Hcd`5_h]c b gUfh]_Y`. `6i hhYf`i bX`:`Y]gW\

8]Y`ghY][YbXYb`DfY]gY`ZØ\ fYb`Ui W\`XUni ž`XUgg`nU\`fY]W\Y
5_h]cbgdfcXi _hY`j ca`@YVYbga`]hhY`Y]bnY`\UbXY`Ub[YVchYb`i bX
j ca`JYfVfUi W\Yf`Ui W\`[Y_Ui Zh`k YfXYb``X`XYf`Xf]hhY`9i fc`k]fX`ZØf
Y]b`j Yf[Øbgh][hYg`@YVYbga`]hhY`Ui g[Y[YVYb``6i hhYf`i bX`:`Y]gW\
[Y\ØfYb`k]Y`ØV`]W\`ni`XYb`Hcd`5_h]c b gUfh]_Y`b"

Immer mehr Einkäufe in Aktion

wertmäßiger Anteil in Prozent, LEH



Quelle: RollAMA / AMA Marketing, n=2.001 Haushalte n=4

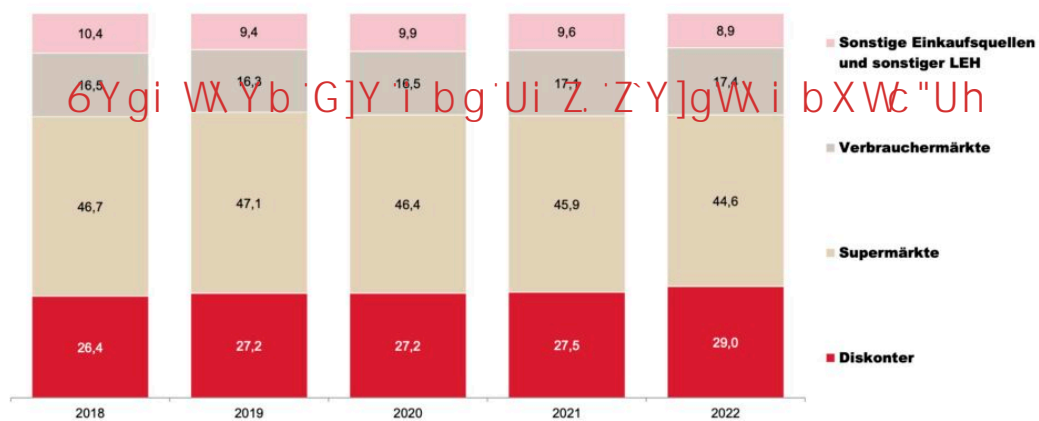
RollAMA
ROLLMANN'S ADVERTISING ANALYTICS

26

A Uf_hUbhY]`g[Yk]bbY`XYf`8]g_cbhYf`[Y\Yb`a]h`XYf`9bhk]W_i b[YVYbgc`Y]b\Yf`k]Y`ghY][YbXY`5bhY]`Y`j cb`9][Yba Uf_Yb"

Diskonter gewinnen Marktanteile

wertmäßiger Anteil aller RollAMA-Einkäufe



Quelle: © RollAMA / AMA Marketing, m.2020 Haushalte in A