

Frischwareneinkäufe auf Niveau von 2019

im Lebensmitteleinzelhandel, Menge in Tonnen

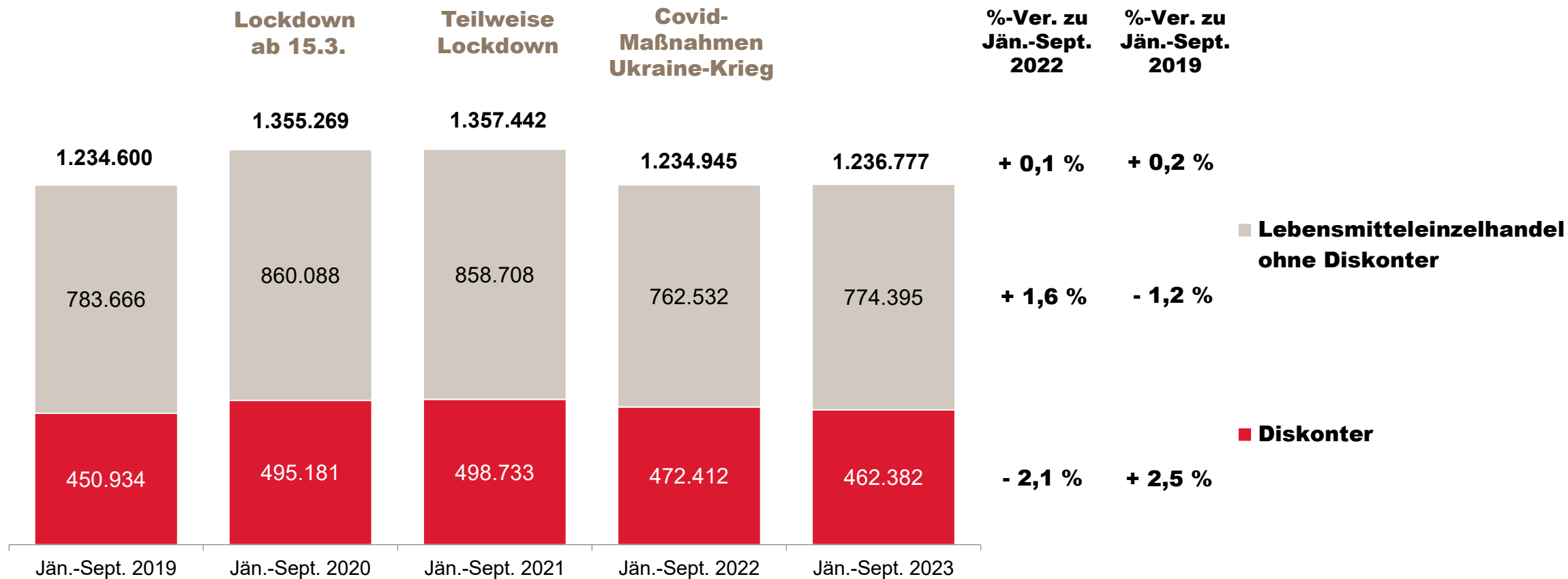


Chart 1

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

Frischwarenausgaben zwölf Prozent über Vorjahr

im Lebensmitteleinzelhandel, Wert in 1.000 Euro

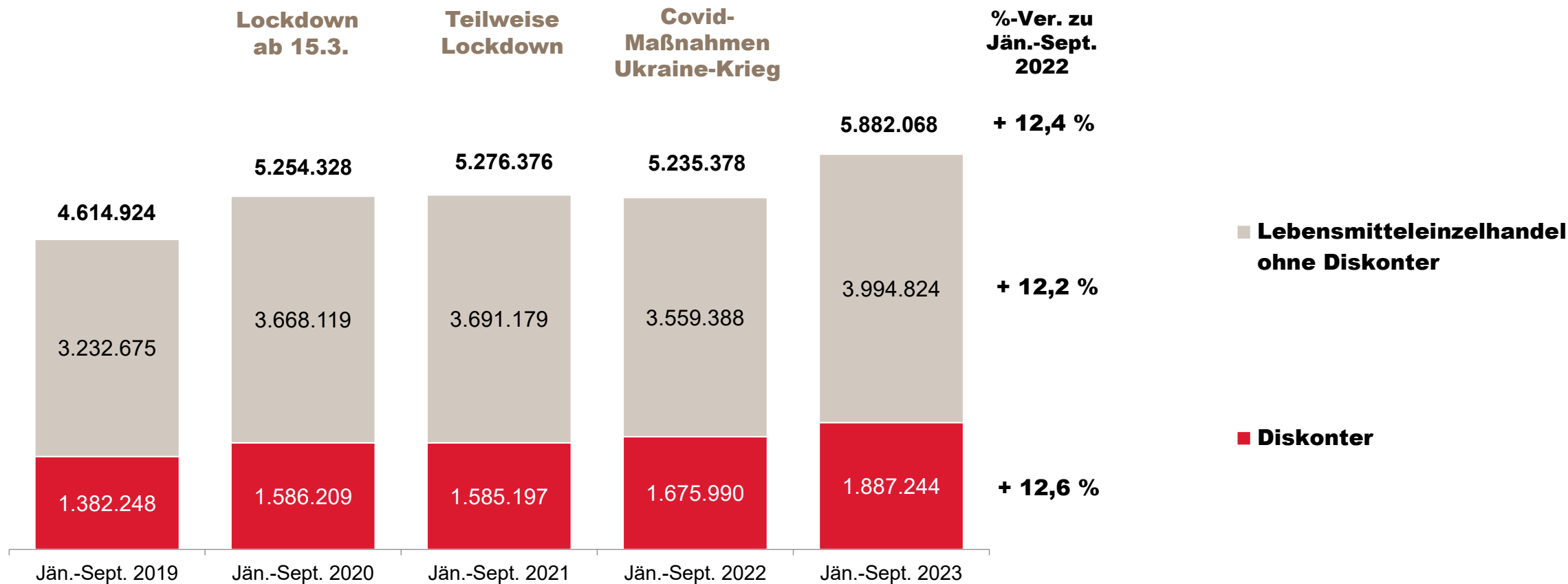
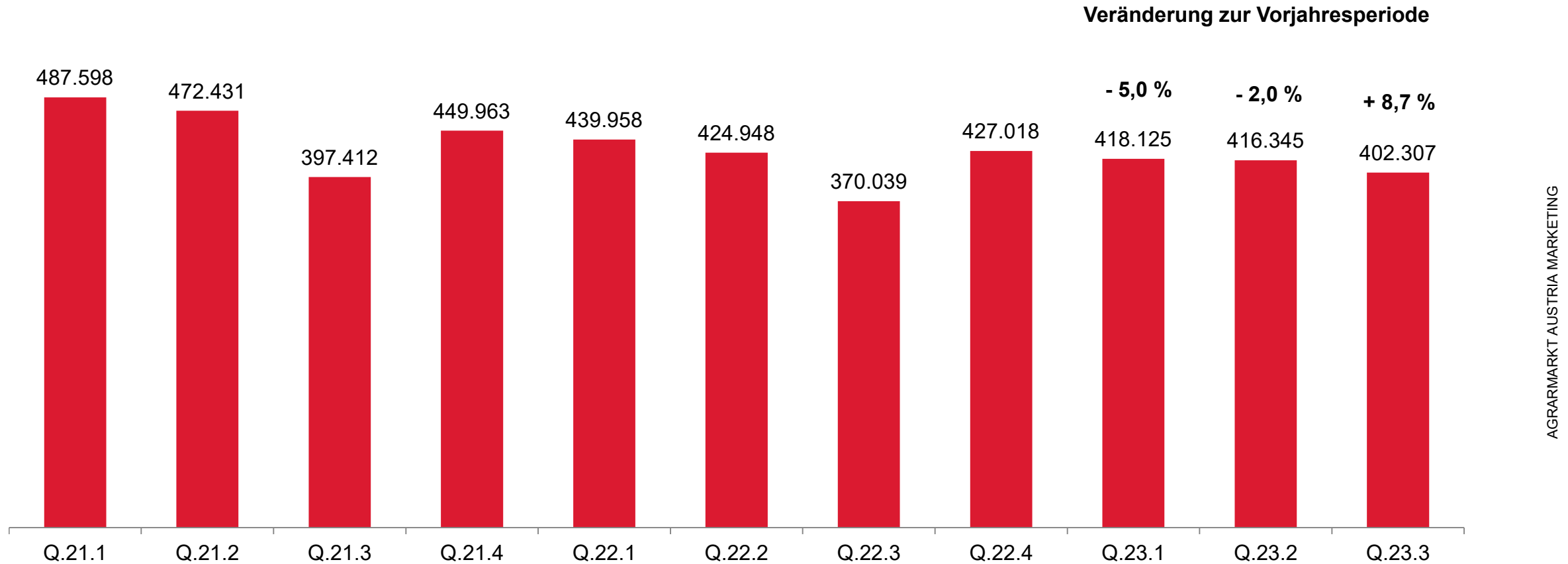


Chart 2

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

Frischwareneinkäufe nach Quartalen

im Lebensmitteleinzelhandel, Menge in Tonnen, RollAMA Total



Frischwarenausgaben nach Quartalen

im Lebensmitteleinzelhandel, Wert in 1.000 Euro, RollAMA Total

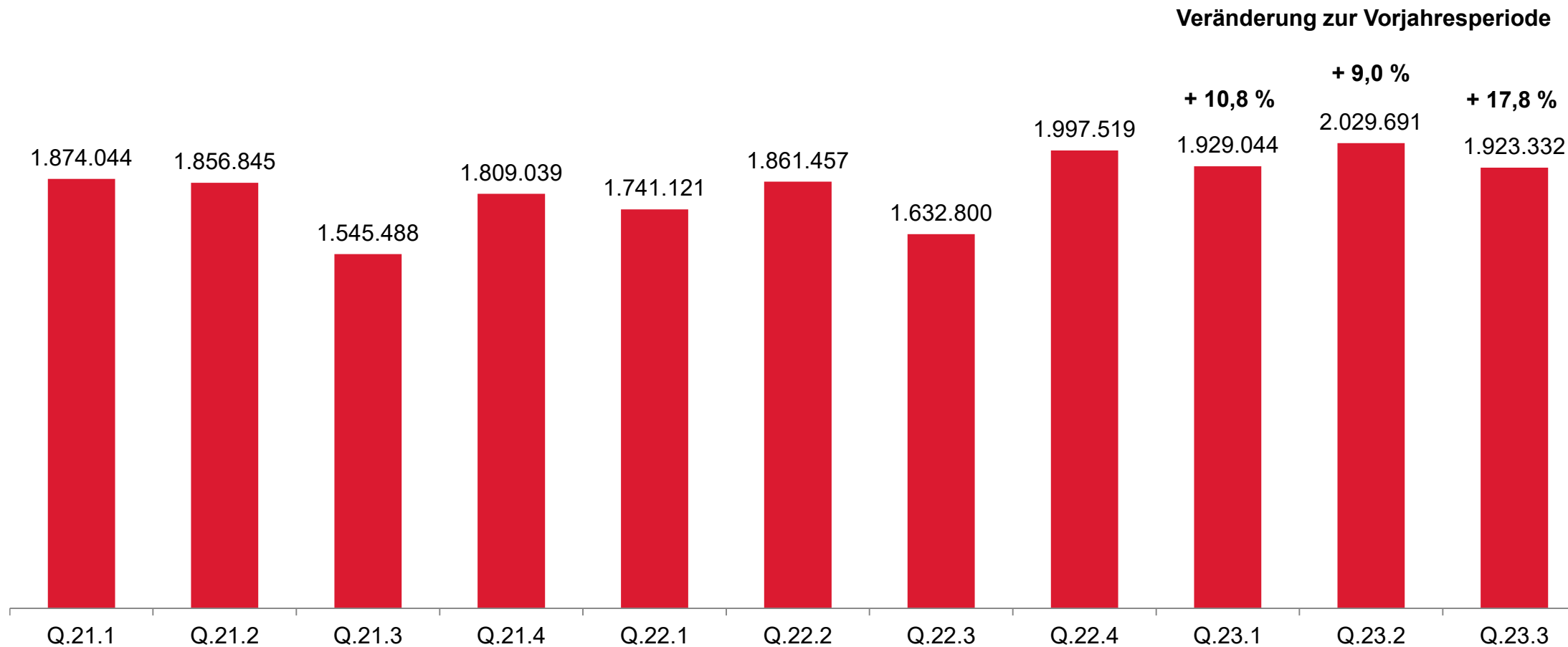






















Chart 4

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

RollAMA-Frischwaren

im Lebensmitteleinzelhandel, 3. Quartal 2023

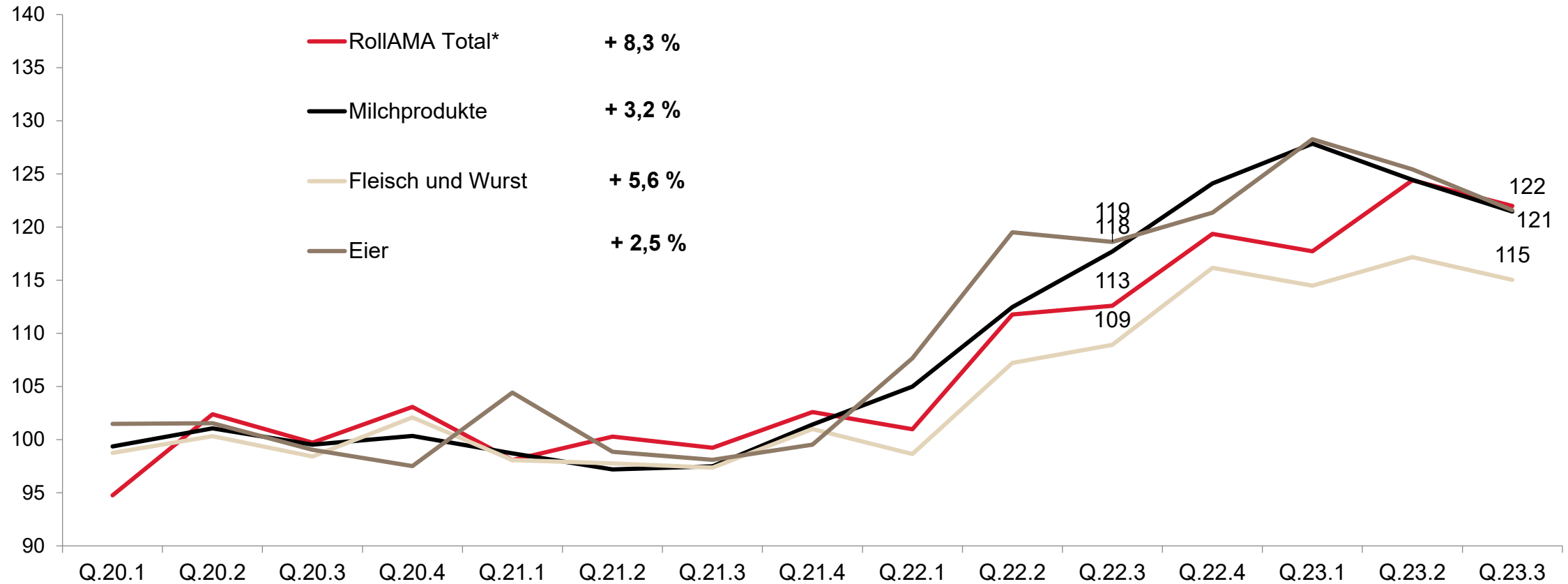
	% -Ver. Menge zum 3. Quartal 2022		% -Ver. Wert zum 3. Quartal 2022	
RollAMA Total	 8,7		 17,8	
Weißer Palette (Trinkmilch, Joghurt, Obers, Topfen)	 7,5		 12,4	
Bunte Palette (Fruchtjoghurt, Milchmischgetränke, Desserts)	 15,7		 27,9	
Käse	 7,1		 20,2	
Gelbe Fette (Butter und Margarine)	 1,7	-9,8 		
Fleisch inkl. Geflügel	 12,7		 16,4	
Wurst & Schinken	 9,8		 18,6	
Frischobst	 8,9		 19,5	
Frischgemüse	 10,4		 17,4	
Eier	 9,7		 12,4	

AGRARMARKT AUSTRIA MARKETING

Entwicklung des Preisindex

im Lebensmitteleinzelhandel, Indexbasis Gesamtjahr 2020

Veränderung 3. Quartal 23 zum Vorjahr

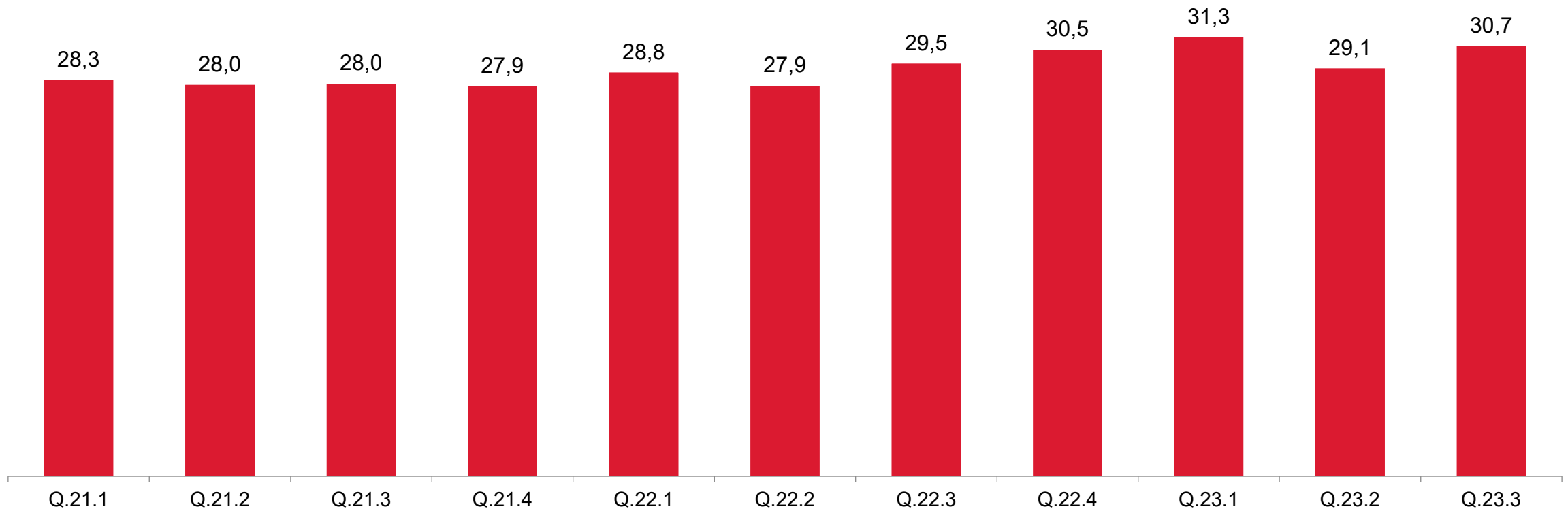


* Alle RollAMA-Warengruppen: Weiße und Bunte Palette, Käse, Gelbe Fette, Fleisch & Geflügel, Wurst & Schinken, Frisch-/TK-/Sterilobst & -gemüse, Eier, Fertiggerichte, exkl. Brot

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

Entwicklung der Aktionsanteile

im Lebensmitteleinzelhandel, wertmäßiger Anteil in Prozent, RollAMA Total*



AGRARMARKT AUSTRIA MARKETING

* Alle RollAMA-Warenguppen: Weiße und Bunte Palette, Käse, Gelbe Fette, Fleisch & Geflügel, Wurst & Schinken, Frisch-/TK-/Sterilobst & -gemüse, Eier, Fertiggerichte, exkl. Brot

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

Jeder Dritte Euro in Aktion

im Lebensmitteleinzelhandel, wertmäßiger Anteil in Prozent

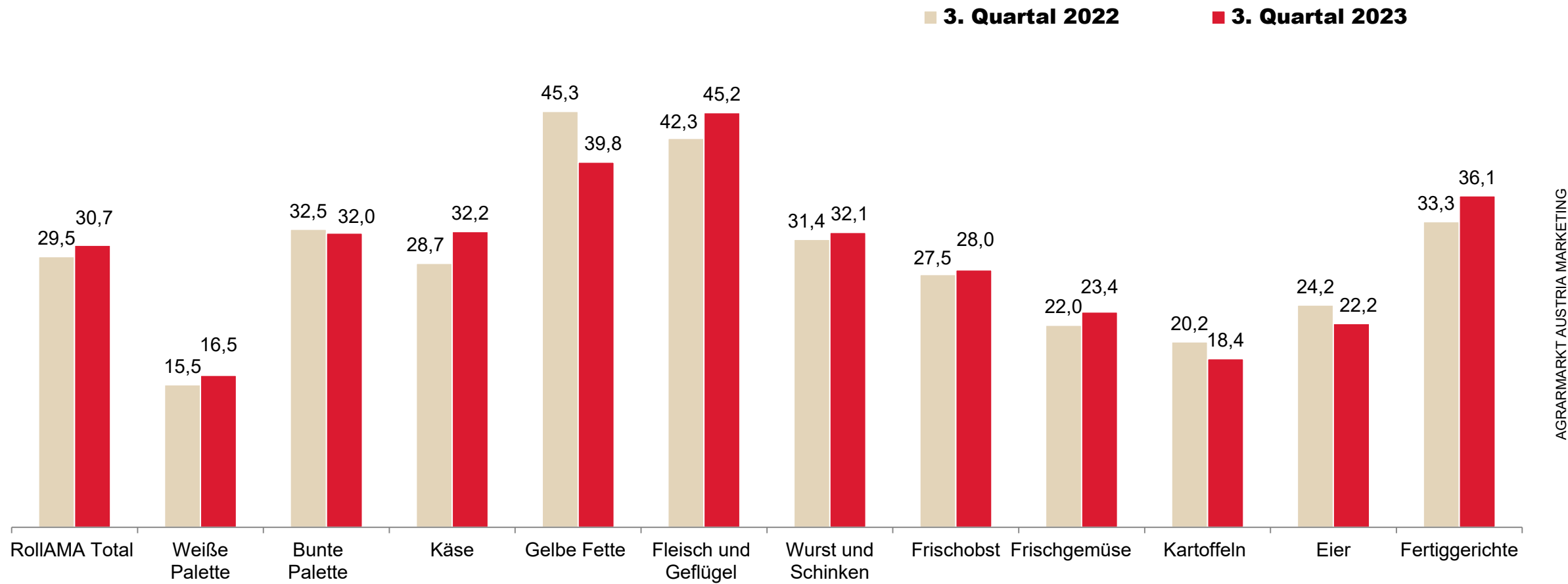


Chart 8

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