

# PK RollAMA 1. Quartal 2020



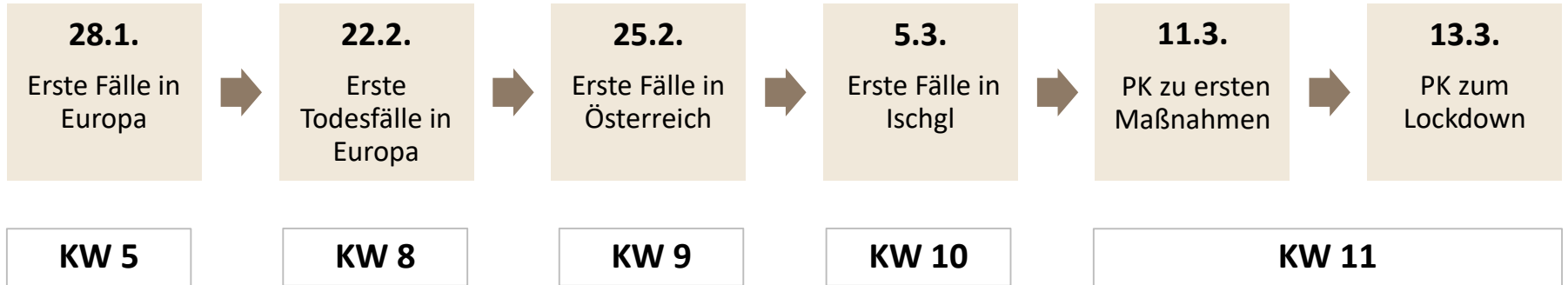
# Das RollAMA - Haushaltspanel

- **RollAMA** = **R**ollierende **A**grar**M**arkt**A**nalyse
- **Haushaltspanel** im Auftrag der AMA-Marketing GesmbH
- **Datenbasis:** GfK – Consumer Panel, GfK-Austria
- **Datenauswertung:** KeyQuest Marktforschung
- **Produktgruppen:** Milch, Milchprodukte, Fleisch, Wurst, Frischobst, Frischgemüse, Kartoffeln, Eier, TK-Obst und -Gemüse, Obst- und Gemüse-Konserven, Fertiggerichte
- **Universum:** Lebensmitteleinzelhandel inkl. Hofer und Lidl, Fachhandel, Direktvermarktung, nicht enthalten: Außer Haus-Konsum
- **Stichprobe:** mind. 2.800 Haushalte pro Jahr

# RollAMA - Soziodemographie

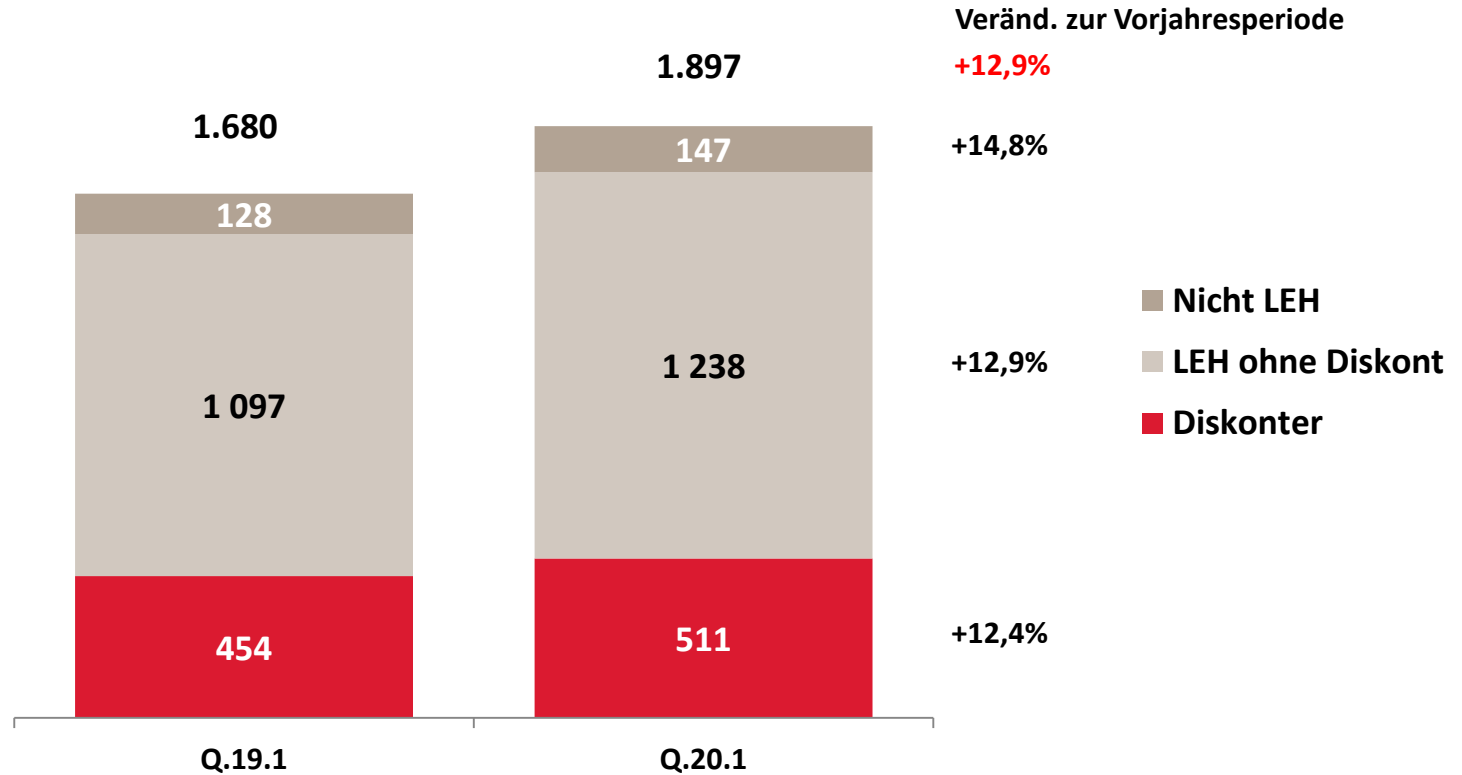
- Anzahl der Haushalte (hochgerechnet): 3.855.600
- Personen pro Haushalt: Ø 2,19
- Alter des Haushaltsführers: Ø 51,04 Jahre
- Monatliches Nettoeinkommen: Ø 2.620 EUR/Haushalt

# Corona-Chronologie



# Zuwachs bei allen RollAMA-Warengruppen

wertmäßig in Mio. Euro



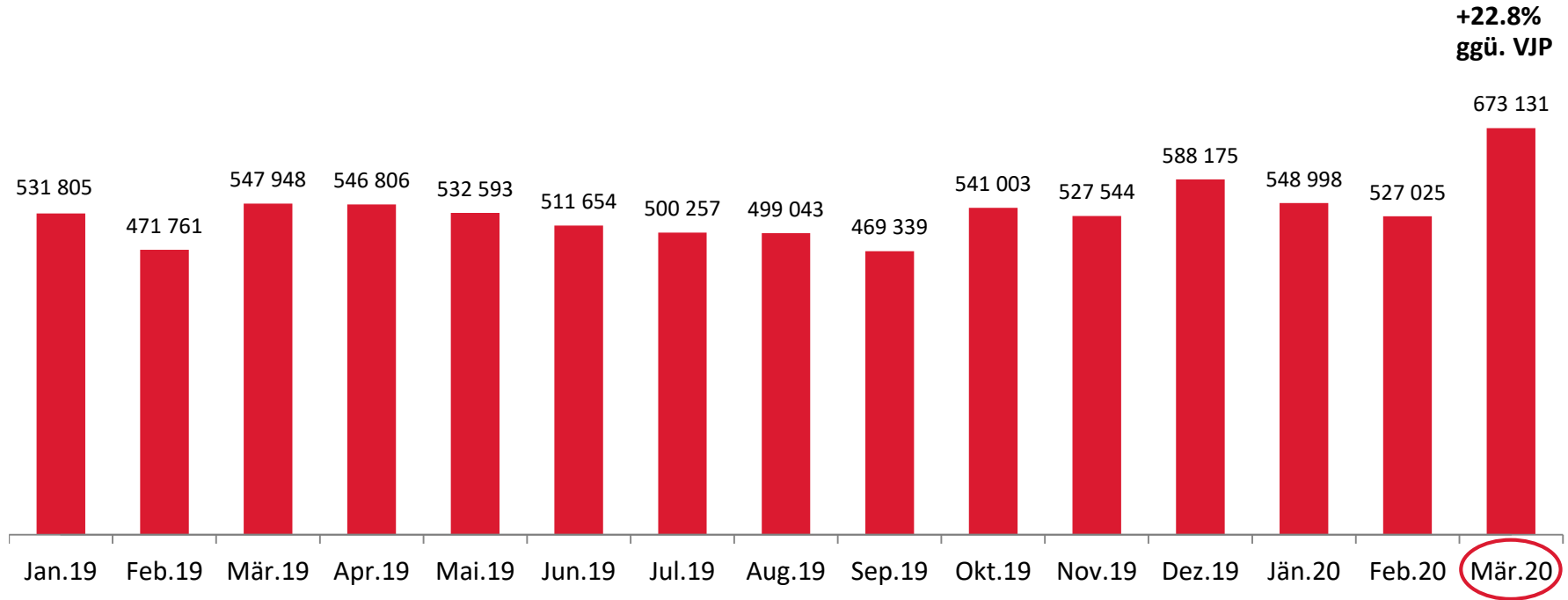
# Zuwachs bei allen RollAMA-Warengruppen - Detail

## Jänner bis März 2020, LEH

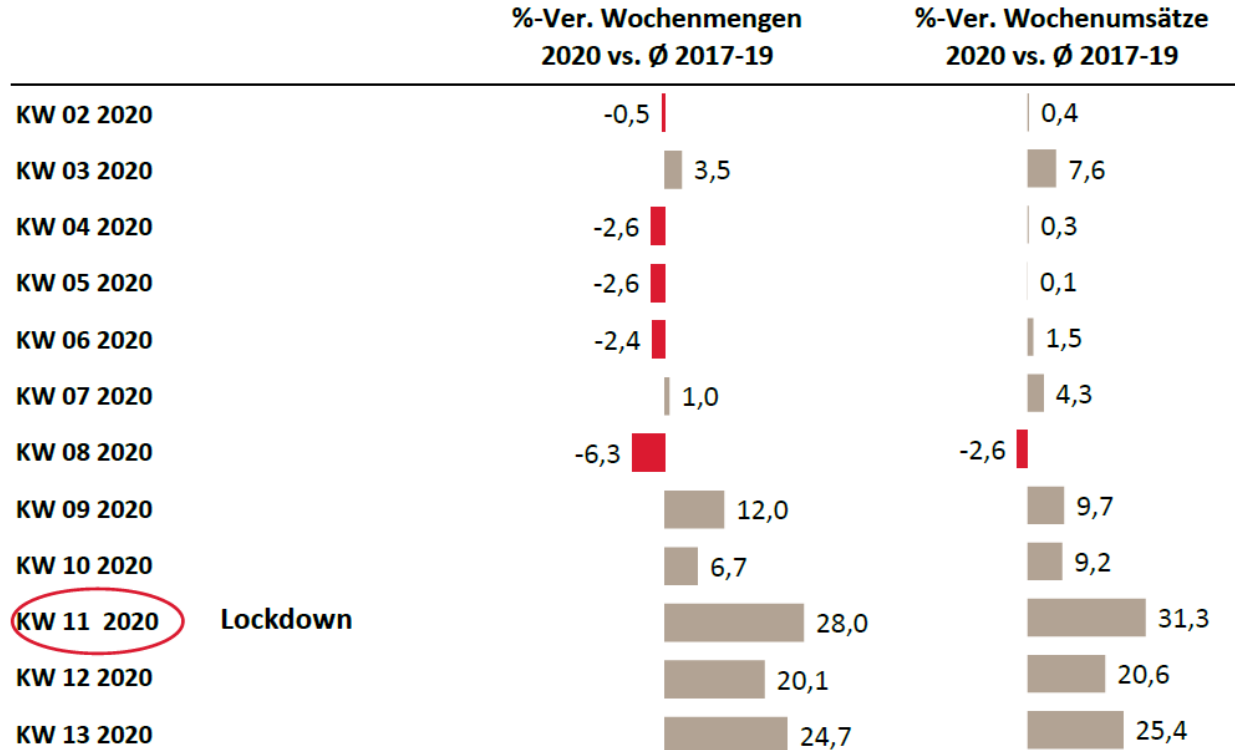
	%-Ver. MENGE VJP	%-Ver. PREIS VJP	%-Ver. WERT VJP
RollAMA Total	11,2	1,4	12,7
Weißer Palette (Trinkmilch, Joghurt, Obers, Topfen)	12,1	3,1	15,5
Bunte Palette (Fruchtjoghurt, Milchmischgetränke, Desserts)	3,5	1,6	5,1
Käse	11,2	-1,4	9,6
Gelbe Fette (Butter und Margarine)	16,7	-8,1	7,2
Fleisch inkl. Geflügel	3,0	4,1	7,3
Wurst & Schinken	4,3	9,7	14,4
Frischobst	6,4	6,5	13,4
Frischgemüse	12,9	-1,5	11,2
Kartoffeln	14,0	-5,8	7,3
Obst- und Gemüsekonserven	25,5	-3,5	21,1
Tiefkühl Obst und Gemüse	22,3	-1,9	20,0
Eier	15,9	-2,3	13,2
Fertiggerichte	20,2	-0,1	20,1

# Kräftiges Monatsplus im März

wertmäßig in 1.000 Euro, alle RollAMA-Warengruppen



# Mengen und Umsätze 2020 im Vergleich zum Wochendurchschnitt 2017-2019





# Junge Haushalte haben sich mit Grundvorrat eingedeckt

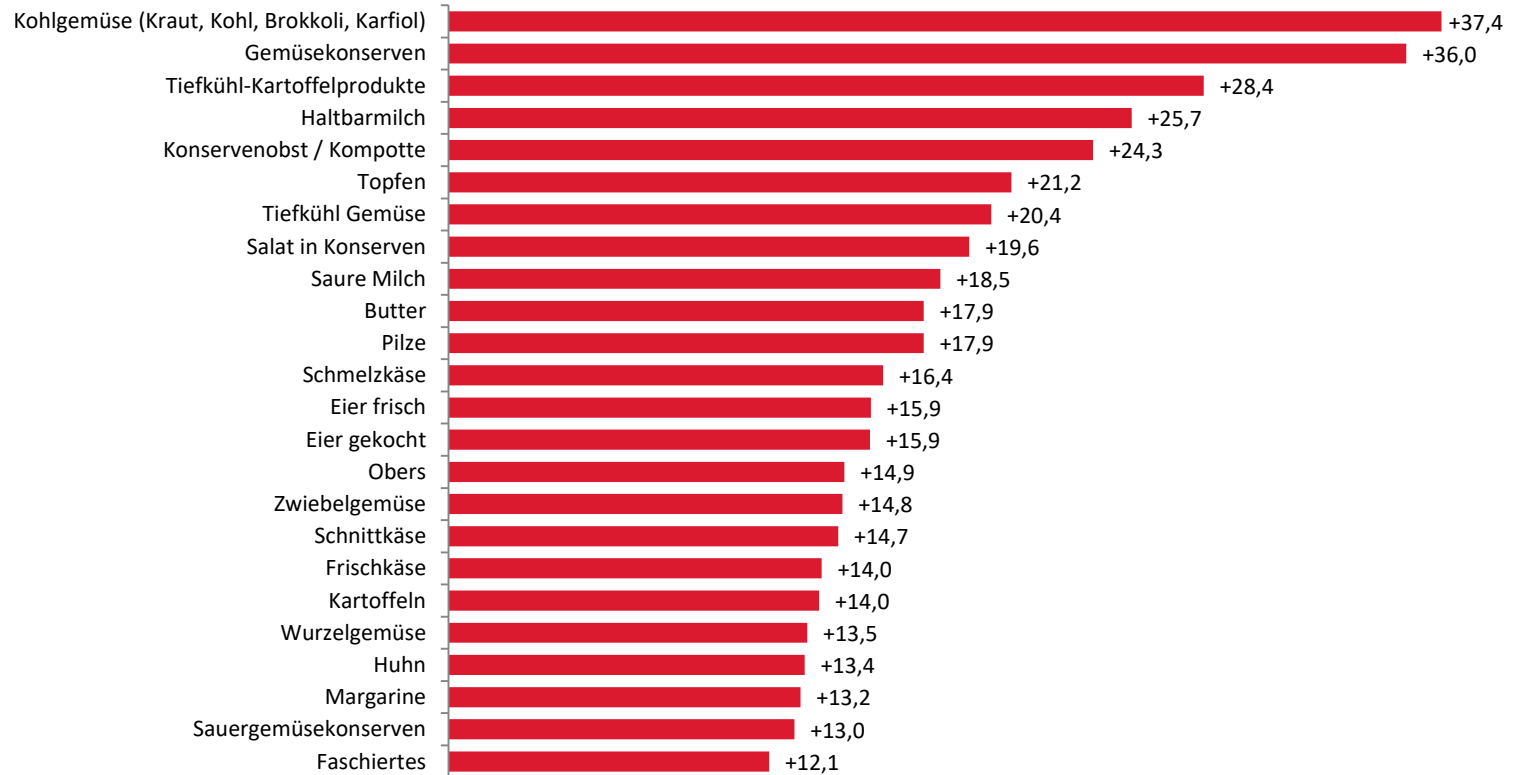
## RollAMA total, 1.Quartal 2020, Veränderung in Prozent zur Vorjahresperiode

	Einkaufsfrequenz / HH %-Veränderung VJP	Intensität* %-Veränderung VJP	Ausgaben je HH %-Veränderung VJP
<b>Haushalte Total</b>	2,3	9,6	11,1
<b>Alter HHF: bis 29 Jahre</b>	1,2	19,9	23,9
<b>Alter HHF: 30-39 Jahre</b>	-0,9	10,8	12,8
<b>Alter HHF: 40-49 Jahre</b>	0,2	6,6	6,7
<b>Alter HHF: 50-59 Jahre</b>	6,0	11,2	11,2
<b>Alter HHF: 60 Jahre u. älter</b>	1,3	7,3	9,9
<b>Netto-HH-Eink. bis 1.500 EUR</b>	5,8	12,2	11,6
<b>Netto HH-Eink. bis 2.250 EURO</b>	-2,6	8,2	7,7
<b>Netto HH-Eink. bis 3.000 EURO</b>	1,9	4,1	5,4
<b>Netto HH-Eink. über 3.000 EURO</b>	3,5	11,3	14,1

\* Menge in kg / Haushalt











# Gefragte Produkte Jänner bis März

Frischwaren exkl. Brot und Konserven, LEH, %-Veränderung Menge zu Q.19.1



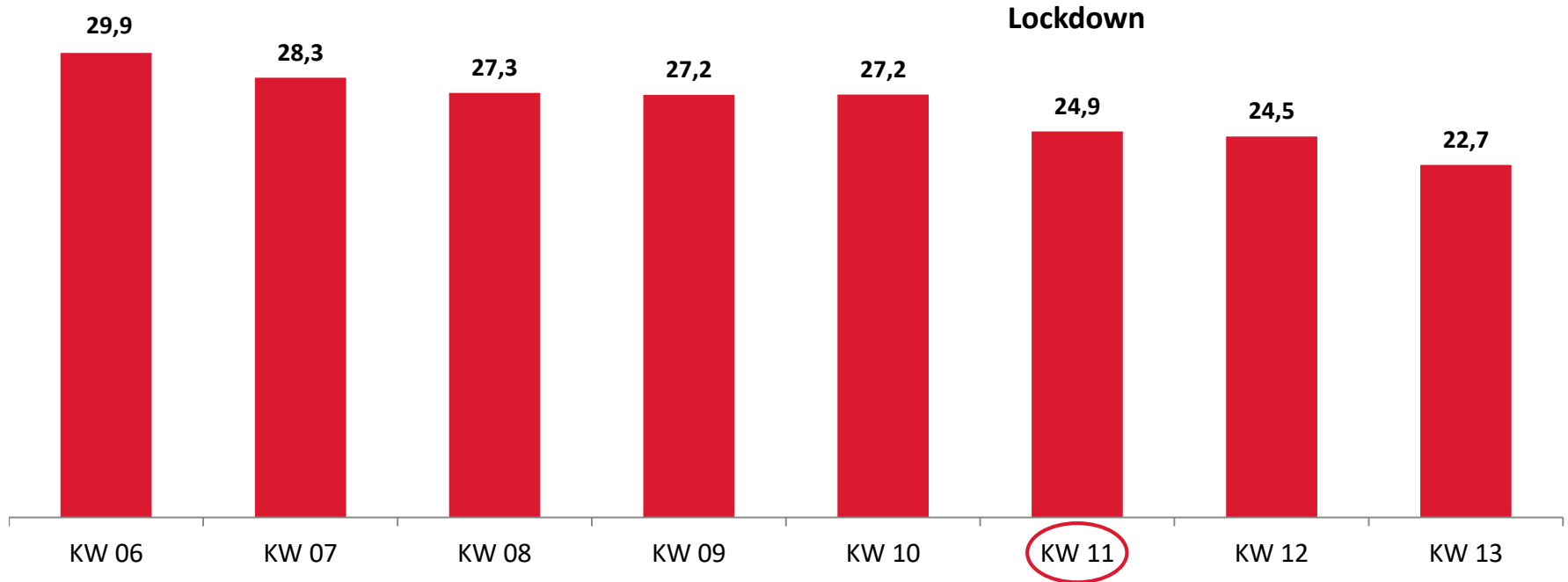
# Fertiggerichte boomen

Jänner bis März 2020, LEH

	Menge (t)	%-Ver. Menge ggü Q1 2019	Wert (1.000 EURO)	%-Ver. Wert ggü Q1 2019
Fertiggerichte	28.370	 20,2	191.337	 20,1
Tiefkühl Fertiggerichte	14.006	 14,2	99.756	 13,7
Frische Fertiggerichte	7.296	 17,2	41.523	 19,9
Trocken Fertiggerichte	1.724	 26,7	23.965	 30,1
Nass Fertiggerichte	5.344	 42,0	26.093	 40,4

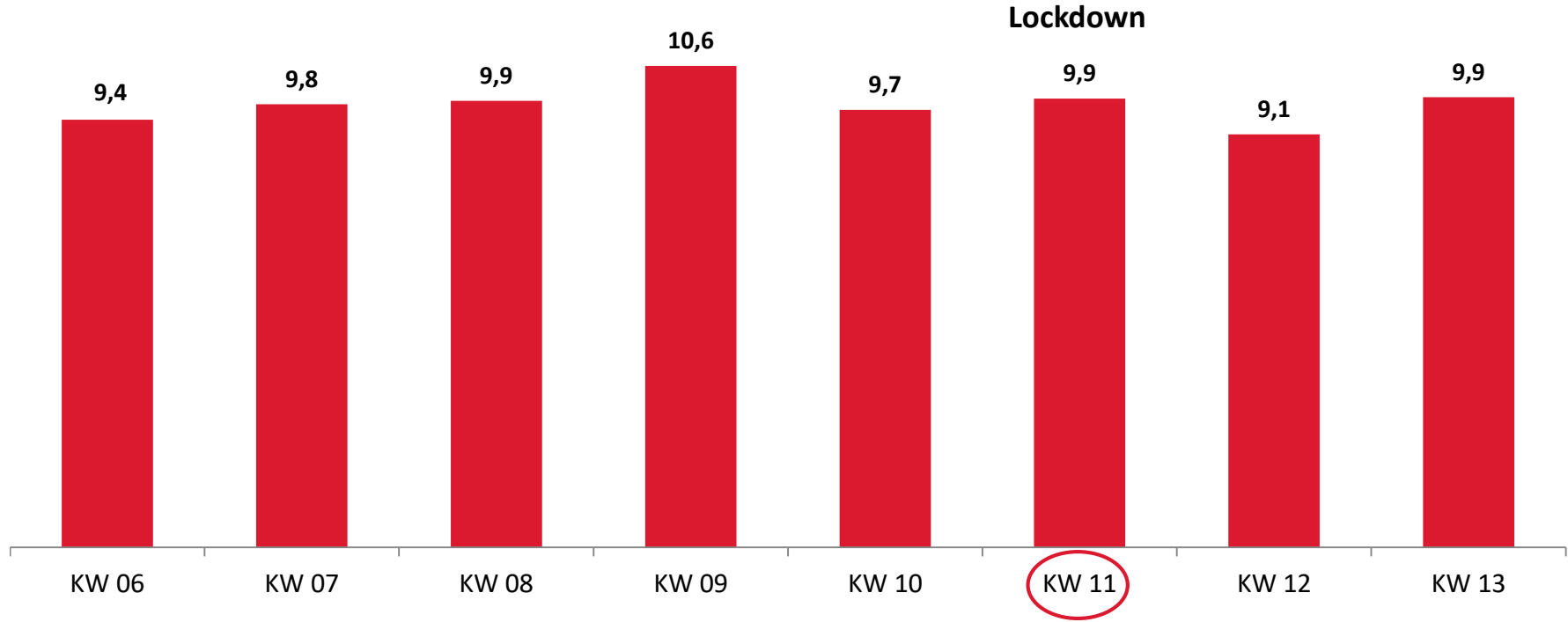
# Aktionsanteil sinkt nach Lockdown

LEH, wertmäßiger Anteil in Prozent



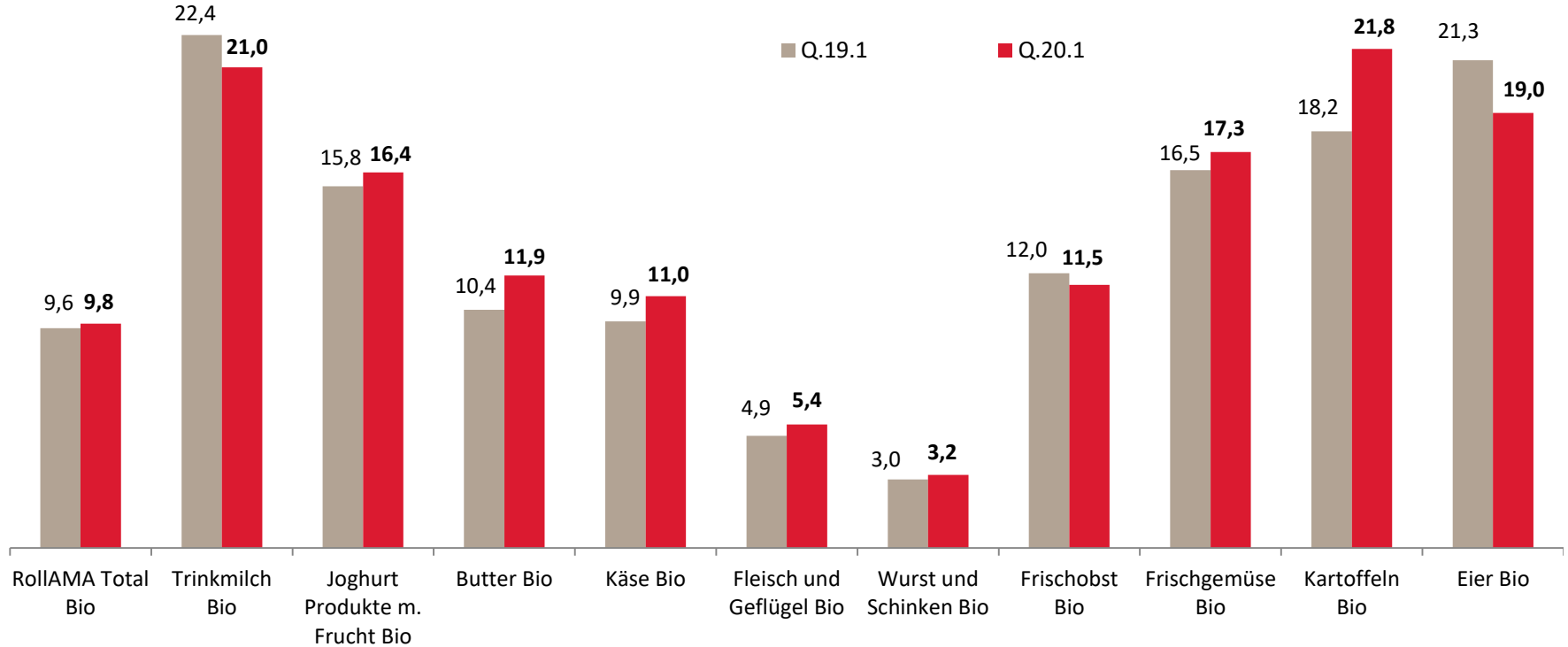
# Bioanteile bleiben nach Lockdown konstant

im LEH, wertmäßiger Anteil in Prozent



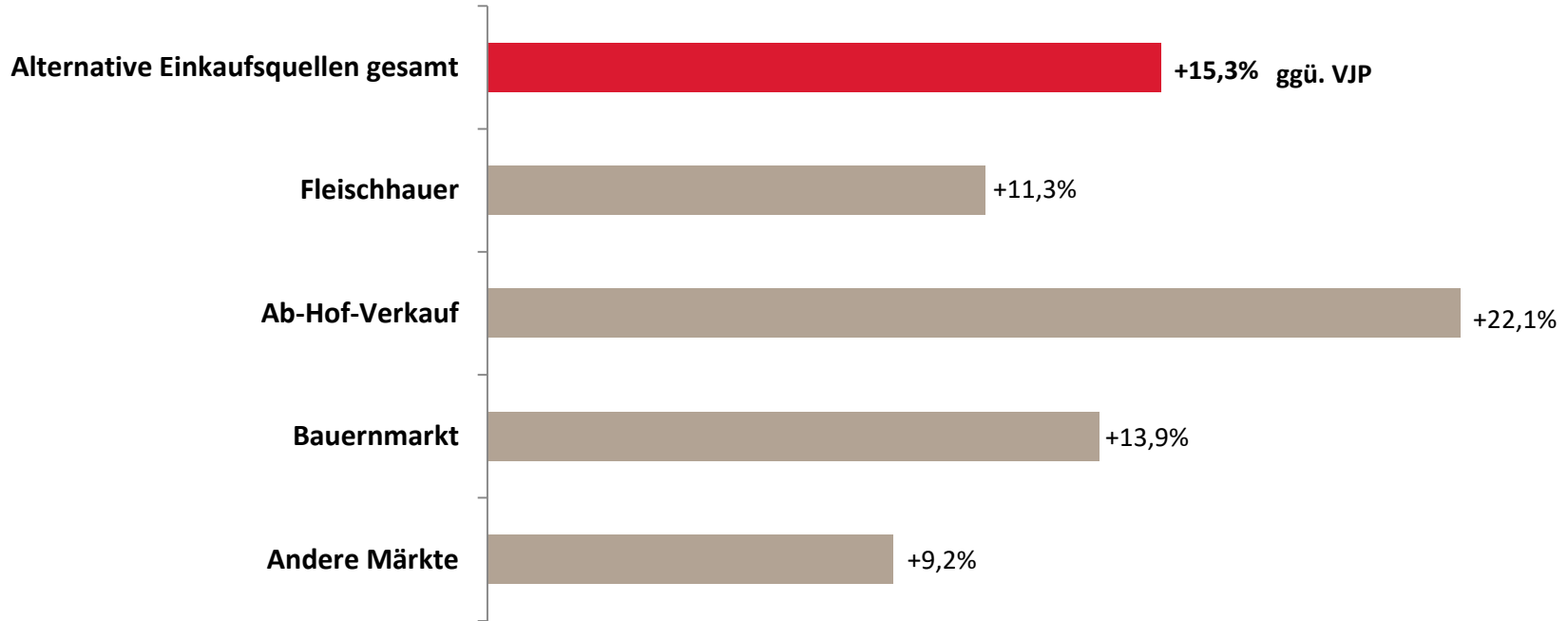
# Bioanteile nach Warengruppen

## wertmäßige Bio-Anteile der Einkäufe im LEH in Prozent



# Alternative Vertriebsquellen legen zu

## Veränderung Menge in Prozent 1. Quartal 2020 zu 1. Quartal 2019



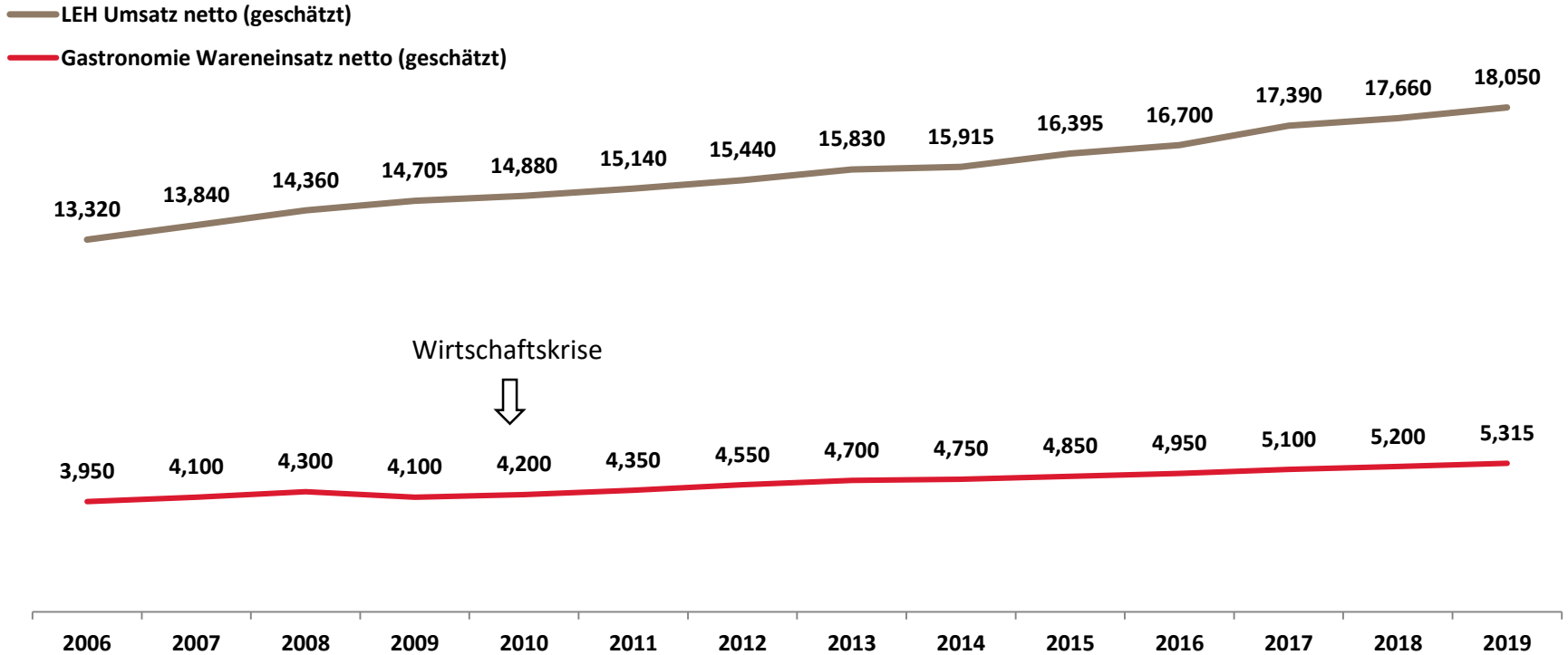
A top-down view of various fresh ingredients including apples, leeks, potatoes, cheese, eggs, and a milk bottle on a wooden surface. The ingredients are arranged on a dark, textured wooden background. In the top left, there are several apples (yellow and red) and a head of cabbage. In the top right, there are leeks and potatoes. In the bottom left, there is a wooden cutting board with a block of yellow cheese and a piece of cured meat. In the bottom right, there is a red mesh basket containing a white milk bottle and a carton of brown eggs.

**Was fehlt durch den Ausfall  
Gastronomie?**



# Umsätze im LEH versus Wareneinsatz in der Gastronomie

in Mrd. Euro (netto)



# Anteil Haushaltskonsum und Gastronomie nach Warengruppen

Anteil Wert geschätzt in %

