



Bio ist jung

Bio-Produkte liegen im Trend und erschließen sich neue Käuferschichten, d.h. sie sind besonders bei jungen Konsumenten beliebt.

Wieder auf dem Weg zur Normalität

Laut RollAMA pendelt sich das Einkaufsverhalten wieder ein, sprich: Frische legt zu, Konserven verlieren.

WIEN. Die RollAMA-Marktzahlen für das erste Halbjahr 2021 liegen vor – und sind in Anbetracht der Pandemie besonders interessant. Der Corona-Lockdown im ersten Quartal macht sich bemerkbar, ebenso die langsame Öffnung im zweiten Quartal. Aber auch generelle Änderungen im Kaufverhalten schlagen mittlerweile durch.

Frische top, Konserve flop

Nach einem Plus von 18% im ersten Halbjahr 2020 gegenüber dem Vorjahr (2019) lagen die Frischwareneinkäufe im heurigen ersten Halbjahr nochmals um ein Prozent über dem Vorjahresniveau. Mit dem zweiten Quartal 2021 zeigt die Kurve allerdings nach unten. Die Umsätze lagen im Juni 2021 „nur“ mehr neun Prozent über dem Vergleichszeitraum 2019.

Erste Rückgänge gab es bei Hamsterkategorien wie Konserven und den Klassikern

zum Backen und Kochen wie Milch, Butter und Eier, die in den Lockdownzeiten hoch im Kurs standen. Die naheliegende Conclusio: Langsam dürfte sich das Einkaufsverhalten wieder in Richtung Normalität bewegen.

Käse, Fleisch und Gemüse

Im Milchsegment konnte Käse klar zulegen; der langjährige Trend zu geschnittenem und geriebenen Käse setzt sich in diesem Halbjahr fort.

Eine gute Grillsaison und weniger strikte Corona-Beschränkungen als im Vorjahr ließen auch die Fleischeinkäufe wieder steigen. So landeten um sieben Prozent mehr Schweinefleisch und fünf Prozent mehr Rindfleisch in den Einkaufskörben – allerdings zu sehr unterdurchschnittlichen Preisen zwischen Aktionitis und Premium- bzw. Bio-Schiene.

Bei Gemüse sind die Vorzeichen über alle Kategorien posi-

tiv. Die Warengruppe hat sich zuletzt (zwei Jahre) am besten entwickelt, was direkt proportional zum Preisauftrieb im Segment steht. Lediglich bei den Erdäpfeln führten niedrigere Preise zu Umsatzverlusten gegenüber dem Vorjahr.

Ein Trend, der nahe der Pandemie verortet ist: Junge Haushalte tragen durch mehr Konsum zu

Hause stark zum Marktgeschehen bei. So wurden etwa die bei jüngeren Konsumenten beliebten Kategorien wie Beerenobst, Milchlischgetränke und frische Fertiggerichte zu Wachstumsiegern.

Biokäufer werden jünger

Dynamisch bleibt die Entwicklung am Biomarkt. Die Ausgaben für Bioprodukte stiegen im Vergleich zum Vorjahr um fast 17%. Der Bioanteil an den in der RollAMA erfassten Frischprodukten erreichte elf Prozent. Im Ranking der Produkte mit dem höchsten Bioanteil führen Frischmilch, Naturjoghurt und Kartoffeln. Eine Detailanalyse zeigt, dass die Käuferanteile und Intensitäten insbesondere bei den Haushalten stiegen, die bislang noch wenig Bio nachgefragt haben. (red)

Haushaltsausgaben

Frische Lebensmittel und Fertiggerichte

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

