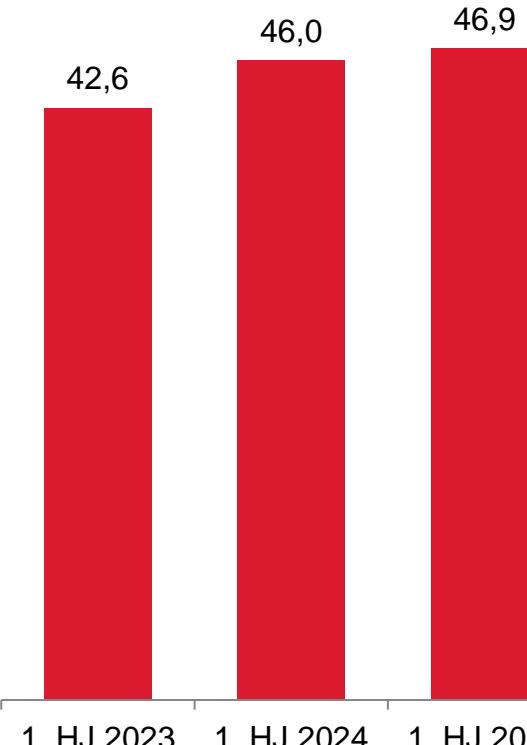


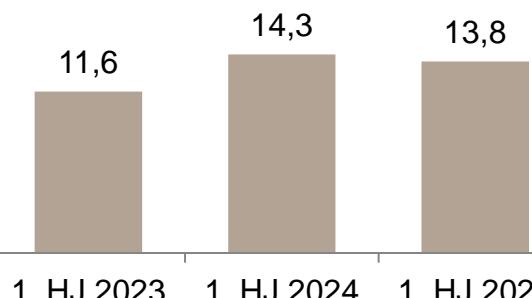
Fast jeder zweite Haushalt kauft pflanzliche Alternativen

im Lebensmitteleinzelhandel, Käuferreichweite in Prozent

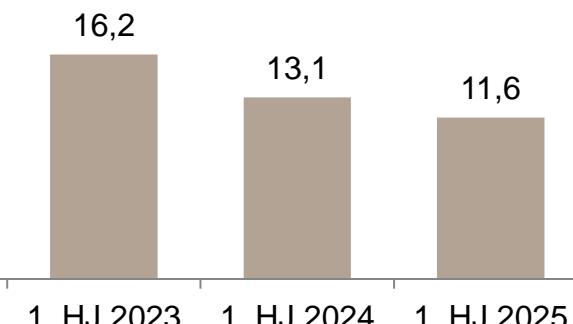
Pflanzliche Alternativen gesamt



Pflanzliche Alternativen zu Fleisch/Wurst



Pflanzliche Alternativen zu Fertiggerichten

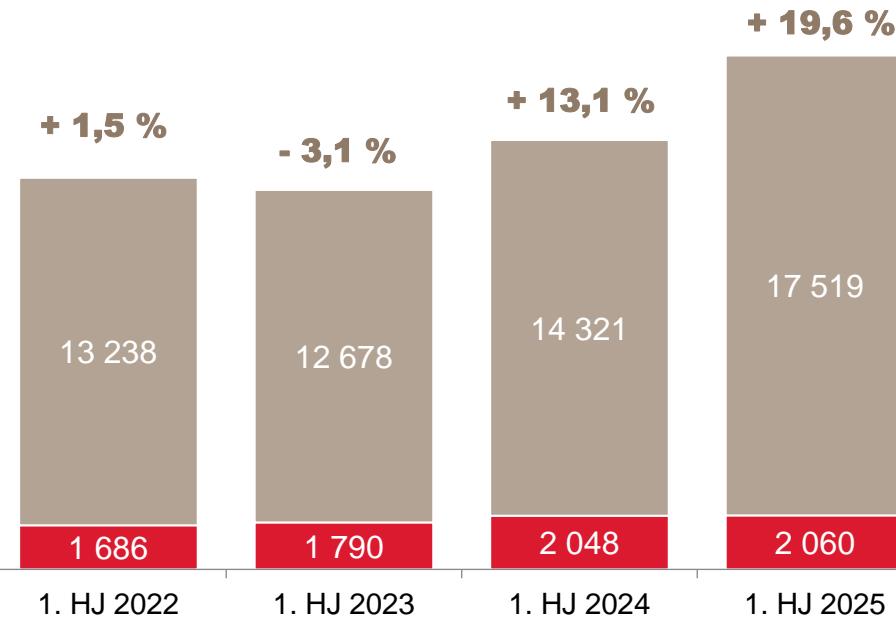


Quelle: © RollAMA/AMA-Marketing, Feldarbeit: YouGov Shopper Panel / Auswertung: KeyQuest Marktforschung

Steigender Absatz pflanzlicher Alternativen

im Lebensmitteleinzelhandel

Menge in Tonnen

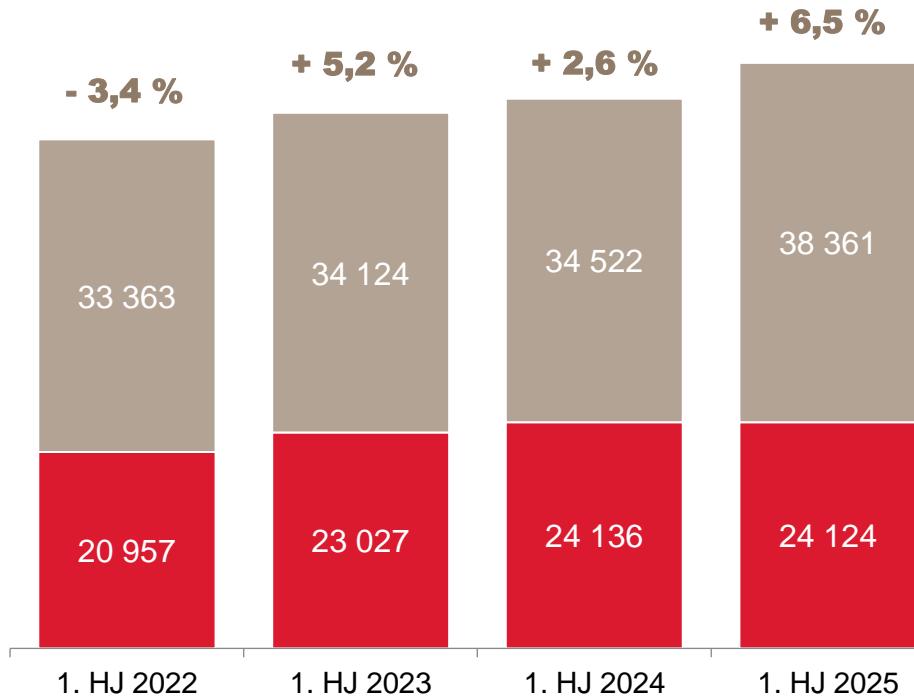


■ **Pflanzliche
Alternativen zu
Milchprodukten**

■ **Pflanzliche
Alternativen zu
Fleisch inkl.
Fertiggerichte**

%-Ver. VJP

Wert in 1.000 Euro



AGRARMARKT AUSTRIA MARKETING

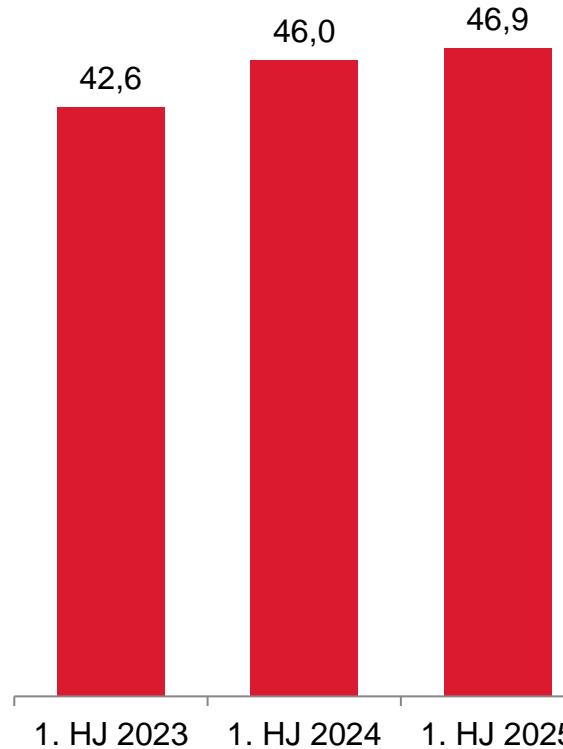
- 1,5	+ 6,1	+14,4	+ 0,6	Pflanzliche Alternativen Fleisch inkl. Fertiggerichte	- 2,8	+ 9,9	+ 4,8	- 0,1
+ 1,9	- 4,2	+13,0	+ 22,3	Pflanzliche Alternativen Milchprodukte	- 3,7	+ 2,3	+ 1,2	+ 11,1

Quelle: © RollAMA/AMA-Marketing, Feldarbeit: YouGov Shopper Panel / Auswertung: KeyQuest Marktforschung

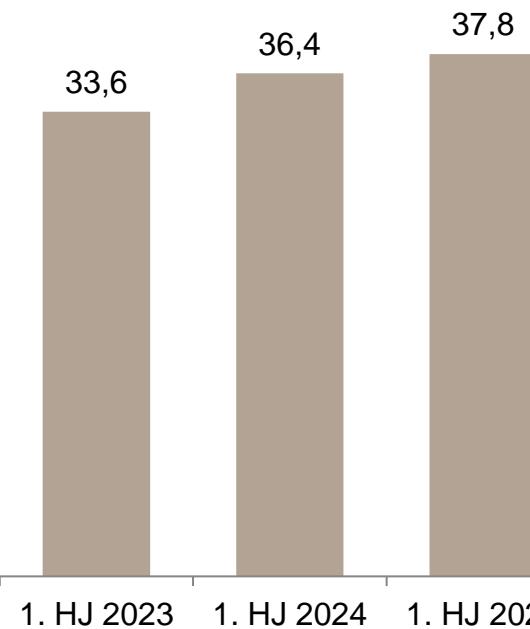
Pflanzliche Drinks stärker gefragt

im Lebensmitteleinzelhandel, Käuferreichweite in Prozent

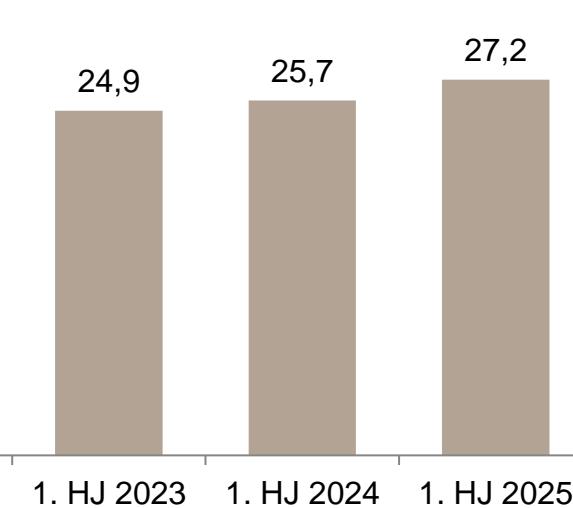
Pflanzliche Alternativen gesamt



Pflanzliche Alternativen zu Milchprodukten

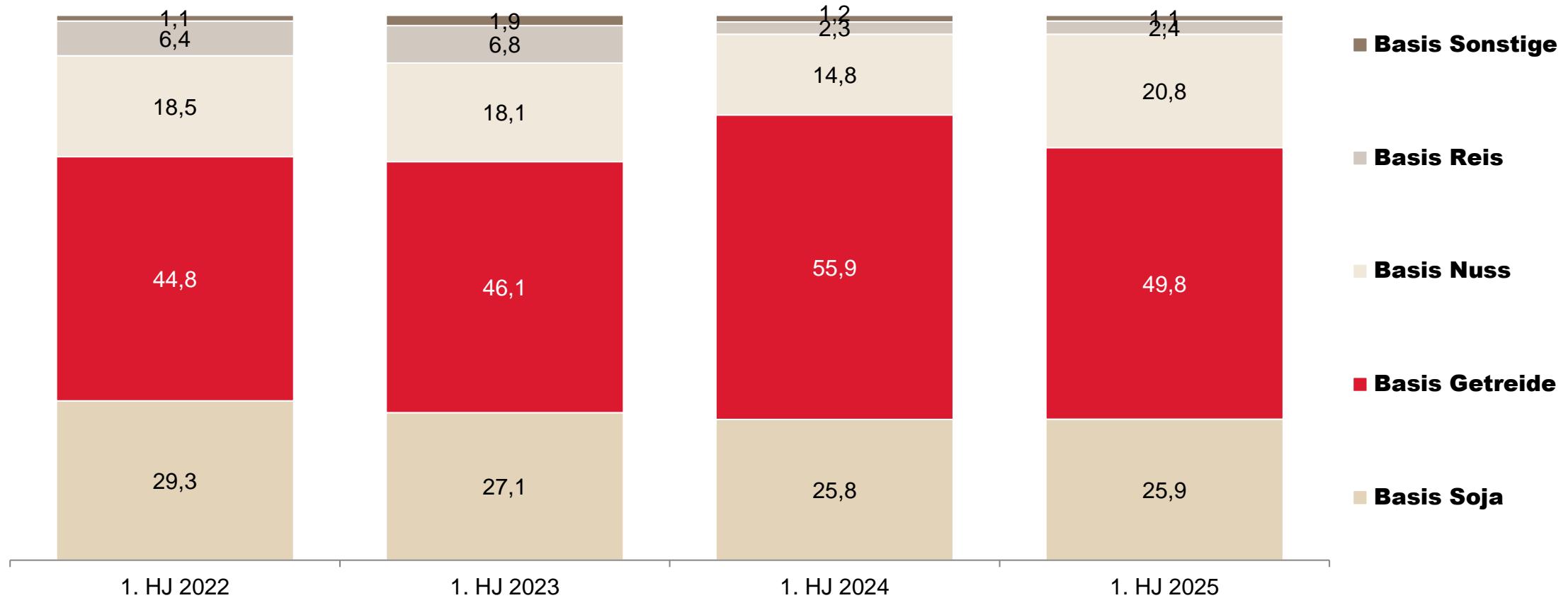


Pflanzliche Drinks



Basis der pflanzlichen Alternativen zu Milch

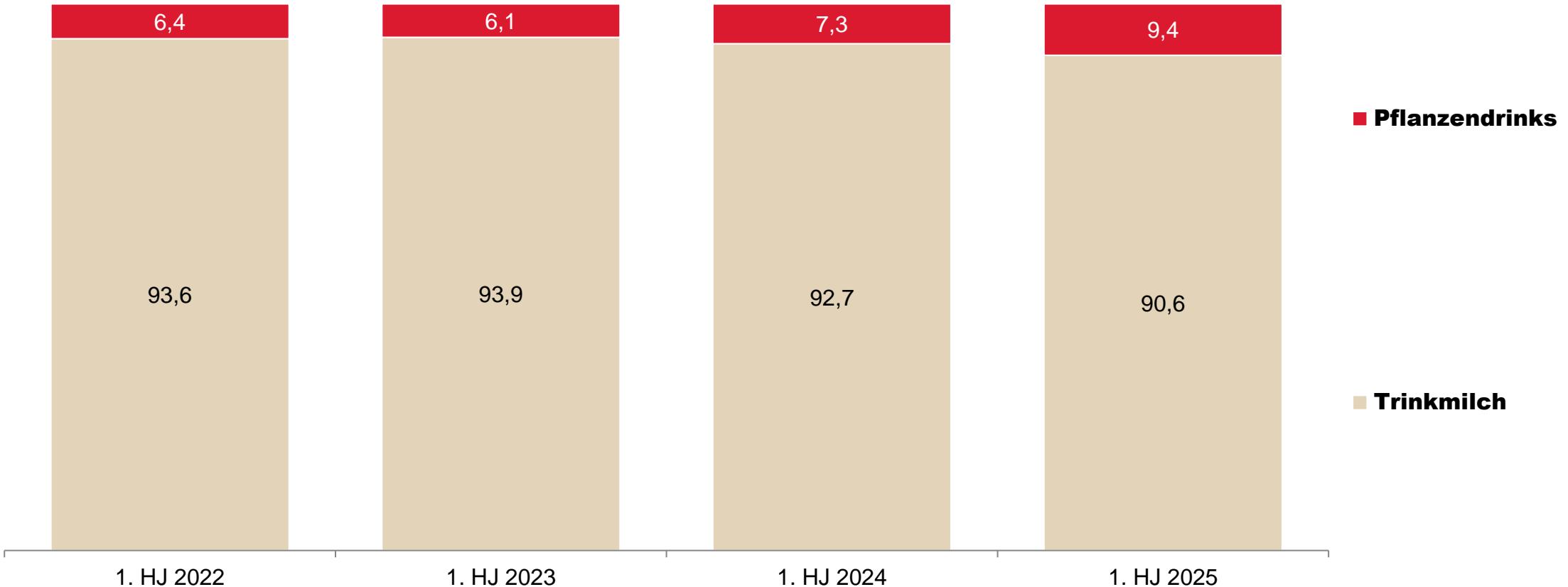
mengenmäßige Anteile in Prozent im Lebensmitteleinzelhandel



Quelle: © RollAMA/AMA-Marketing, Feldarbeit: YouGov Shopper Panel / Auswertung: KeyQuest Marktforschung

Anteile Trinkmilch / Pflanzendrinks

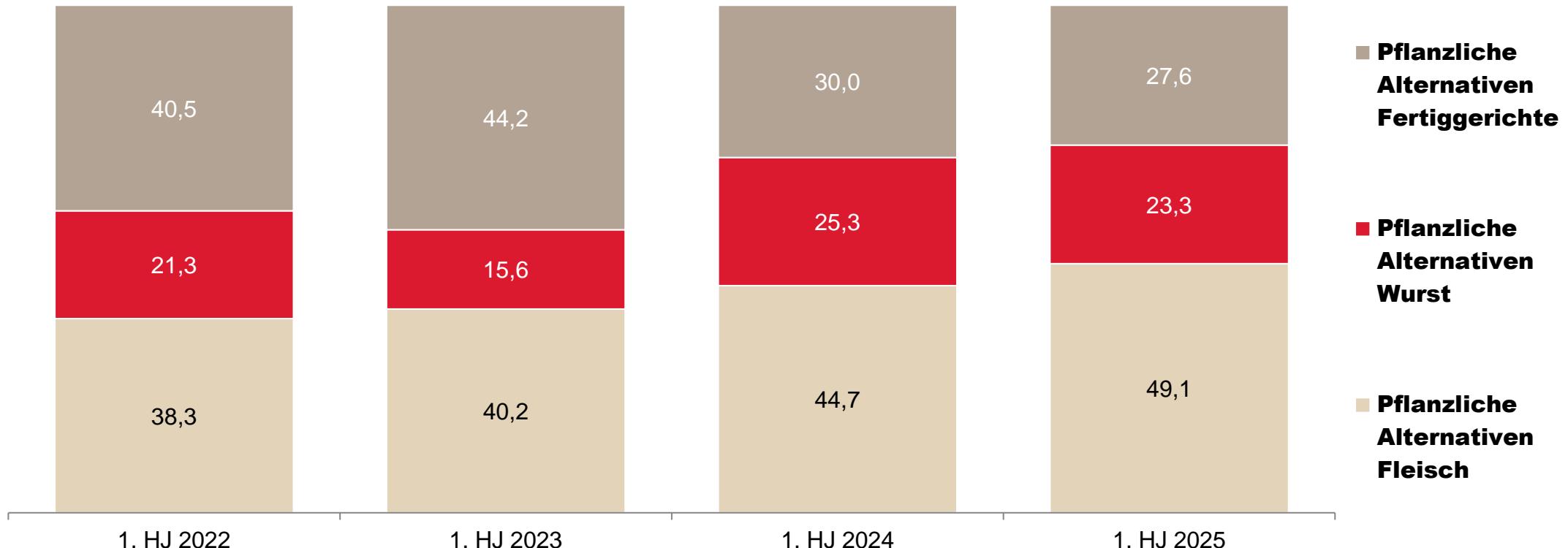
mengenmäßige Anteile in Prozent im Lebensmitteleinzelhandel



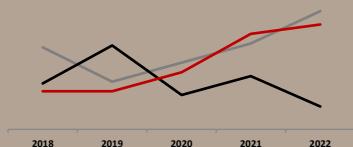
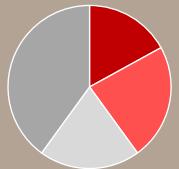
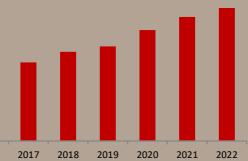
Quelle: © RollAMA/AMA-Marketing, Feldarbeit: YouGov Shopper Panel / Auswertung: KeyQuest Marktforschung

Segmente der pflanzlichen Alternativen Fleisch inkl. Fertiggerichte

mengenmäßige Anteile in Prozent im Lebensmitteleinzelhandel



Quelle: © RollAMA/AMA-Marketing, Feldarbeit: YouGov Shopper Panel / Auswertung: KeyQuest Marktforschung



Das RollAMA - Haushaltspanel

- **RollAMA** = Rollierende AgrarMarktAnalyse
- **Haushaltspanel** im Auftrag der AMA-Marketing GesmbH
- **Datenbasis:** YouGov Shopper Panel (vormals GfK)
- **Datenauswertung:** KeyQUEST Marktforschung
- **Produktgruppen:** Milch, Milchprodukte, Fleisch, Wurst, Frischobst, Frischgemüse, Kartoffeln, Eier, TK-Obst & -Gemüse, Obst & Gemüse-Konserven, Fertiggerichte, pflanzliche Alternativen, Brot und Gebäck sowie weitere Getreideerzeugnisse
- **Abdeckung:** Einkäufe für den Haushaltkonsum, nicht enthalten: Außer Haus-Konsum, Individualverzehr
- **Stichprobe:** 2.800 Haushalte / Jahr