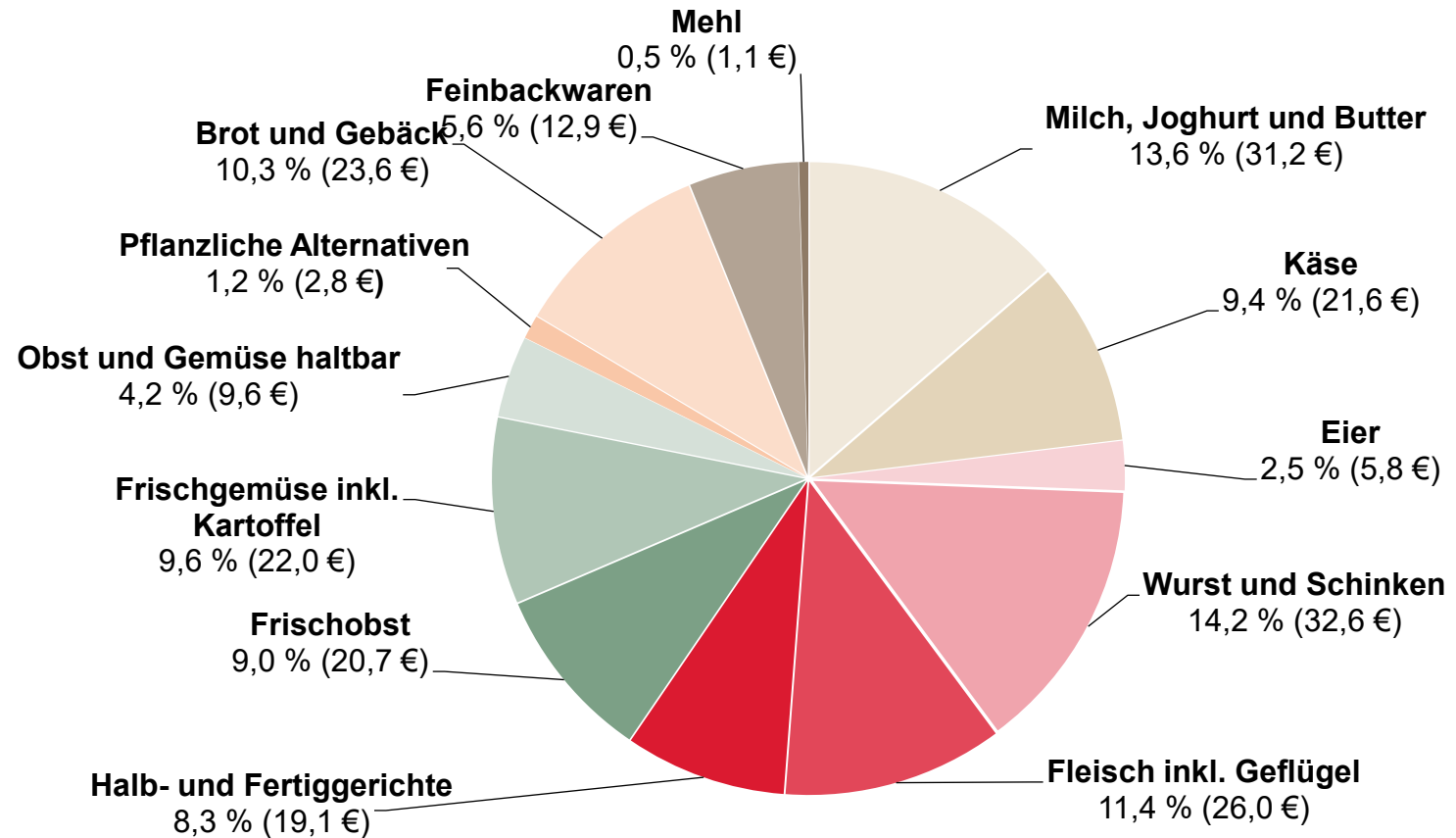


Monatliche Ausgaben für frische Lebensmittel und Fertiggerichte

durchschnittlich pro Haushalt, 2025



RollAMA Warengruppen*

**Gesamt:
229,03 EUR**

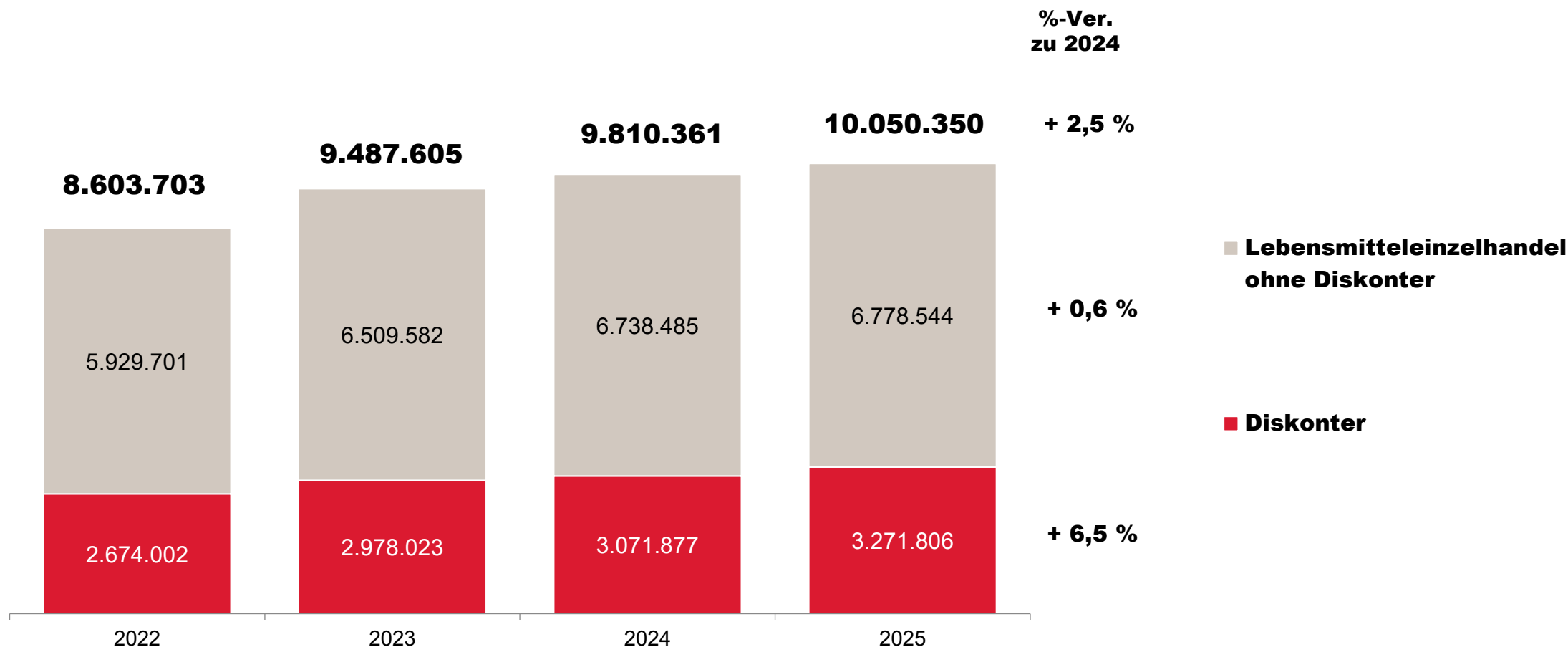
AGRAMARKT AUSTRIA MARKETING

* Alle RollAMA-Warengruppen: Weiße und Bunte Palette, Käse, Gelbe Fette, Fleisch & Geflügel, Wurst & Schinken, Frisch-/TK-/Sterilobst & -gemüse, Eier, Fertiggerichte, Backwaren und Mehl, pflanzliche Alternativen

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

Frischwarenausgaben inkl. Backwaren und Mehl

im Lebensmitteleinzelhandel, Wert in 1.000 Euro, RollAMA Total*



AGRARMARKT AUSTRIA MARKETING

* Alle RollAMA-Warengruppen: Weiße und Bunte Palette, Käse, Gelbe Fette, Fleisch & Geflügel, Wurst & Schinken, Frisch-/TK-/Sterilobst & -gemüse, Eier, Fertiggerichte, Backwaren und Mehl, pflanzliche Alternativen

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

Entwicklung der RollAMA-Warengruppen tierischen Ursprungs

im Lebensmitteleinzelhandel, 2025

| | %-Ver. Menge zu 2024 | %-Ver. Preis zu 2024 | %-Ver. Wert zu 2024 |
|---|-------------------------|-------------------------|------------------------|
| RollAMA-Warengruppen tierischer Herkunft | -0,9 | 3,6 | 2,6 |
| Weißer Palette (Trinkmilch, Joghurt, Obers, Topfen) | -1,2 | 7,6 | 6,3 |
| Bunte Palette (Fruchtjoghurt, Milchmischgetränke, Desserts) | -0,8 | 4,7 | 3,9 |
| Käse | -1,2 | 2,6 | 1,4 |
| Gelbe Fette (Butter und Margarine) | -0,5 | 4,5 | 4,0 |
| Fleisch inkl. Geflügel | 1,6 | 6,6 | 8,3 |
| Wurst und Schinken | -2,5 | 0,9 | -1,7 |
| Halb- und Fertiggerichte | -1,8 | 1,3 | -0,4 |
| Eier | 1,3 | 5,0 | 6,3 |

Entwicklung der RollAMA-Warengruppen pflanzlichen Ursprungs

im Lebensmitteleinzelhandel, 2025

| | %-Ver. Menge zu 2024 | %-Ver. Preis zu 2024 | %-Ver. Wert zu 2024 |
|--|-------------------------|-------------------------|------------------------|
| RollAMA-Warengruppen pflanzlicher Herkunft | -0,6 | 2,6 | 1,9 |
| Frischobst | -0,6 | 7,0 | 6,3 |
| Frischgemüse | -1,5 | 2,0 | 0,5 |
| Kartoffeln | 1,8 | -9,3 | -7,6 |
| Obst- und Gemüsekonserven | -1,9 | 3,1 | 1,1 |
| Tiefkühl Obst und Gemüse | -3,3 | 3,3 | -0,1 |
| Pflanzliche Alternativen | 14,1 | -7,4 | 5,6 |

Entwicklung der RollAMA-Warengruppen pflanzlichen Ursprungs

im Lebensmitteleinzelhandel, 2025

| | %-Ver. Menge zu 2024 | %-Ver. Preis zu 2024 | %-Ver. Wert zu 2024 |
|---|-------------------------|-------------------------|------------------------|
| RollAMA Warengruppen pflanzlicher Herkunft | -0,6 | 2,6 | 1,9 |
| Brot | -3,4 | 2,7 | -0,8 |
| Gebäck | -1,5 | 3,6 | 2,1 |
| Feinbackwaren | 2,6 | 1,2 | 3,8 |
| Mehl | 0,7 | -2,2 | -1,4 |
| Grieß | 4,1 | -6,3 | -2,4 |
| Getreide & Samen | 9,4 | 0,7 | 10,2 |
| Getreideflocken | -0,7 | 3,9 | 3,2 |
| Teigwaren trocken | -4,1 | 2,1 | -2,1 |
| Speiseöl | -1,3 | -1,0 | -2,3 |