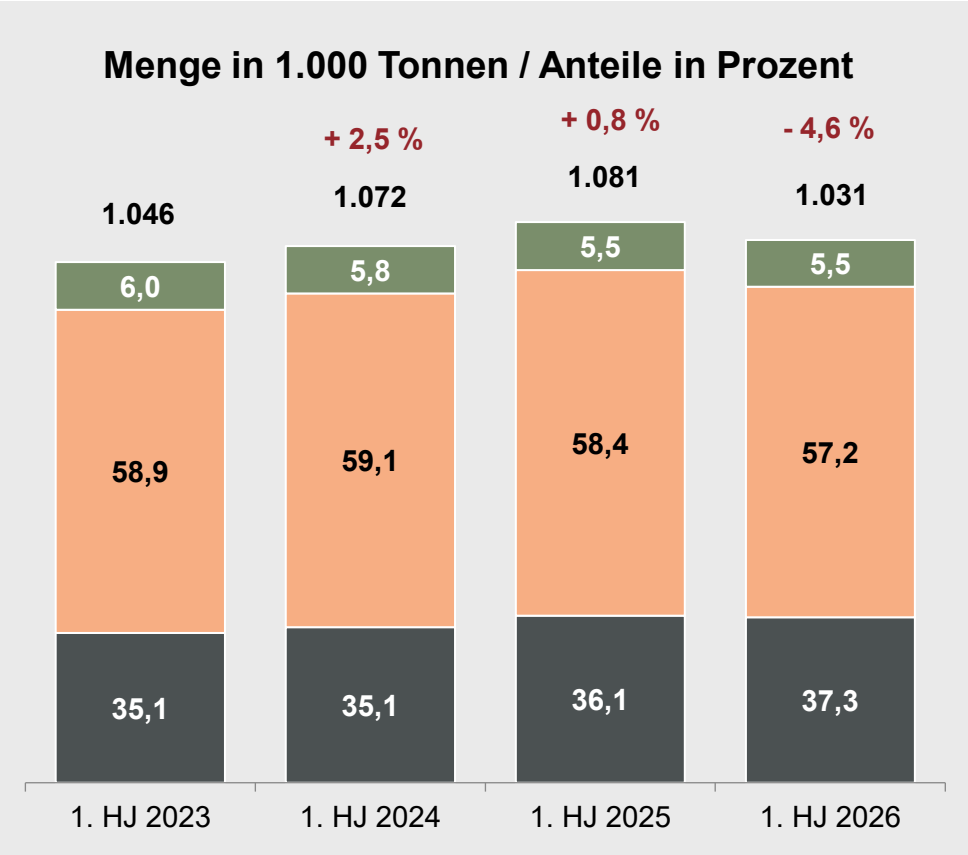
ROLLAMA Warenkorb: Ausgaben rückläufig

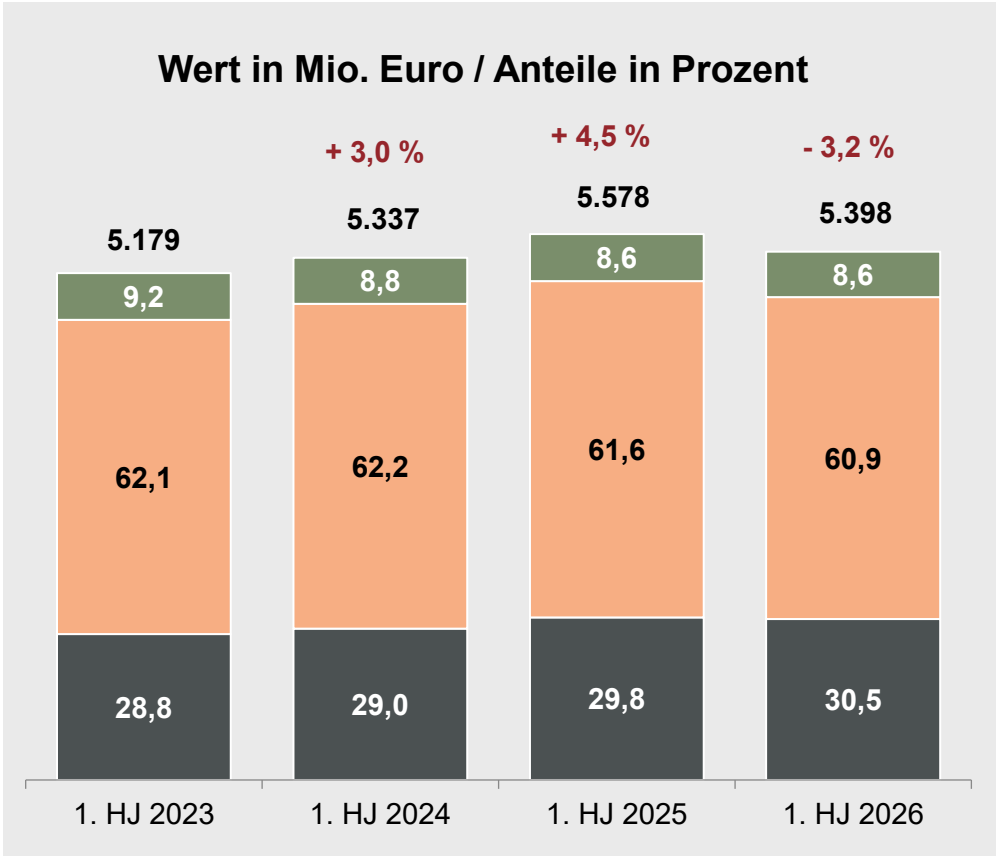
RollAMA Total*, alle Einkaufsstätten



Nicht LEH (Fachhandel & Direktvermarktung)

Lebensmittel-einzelhandel ohne Diskonter

Diskonter



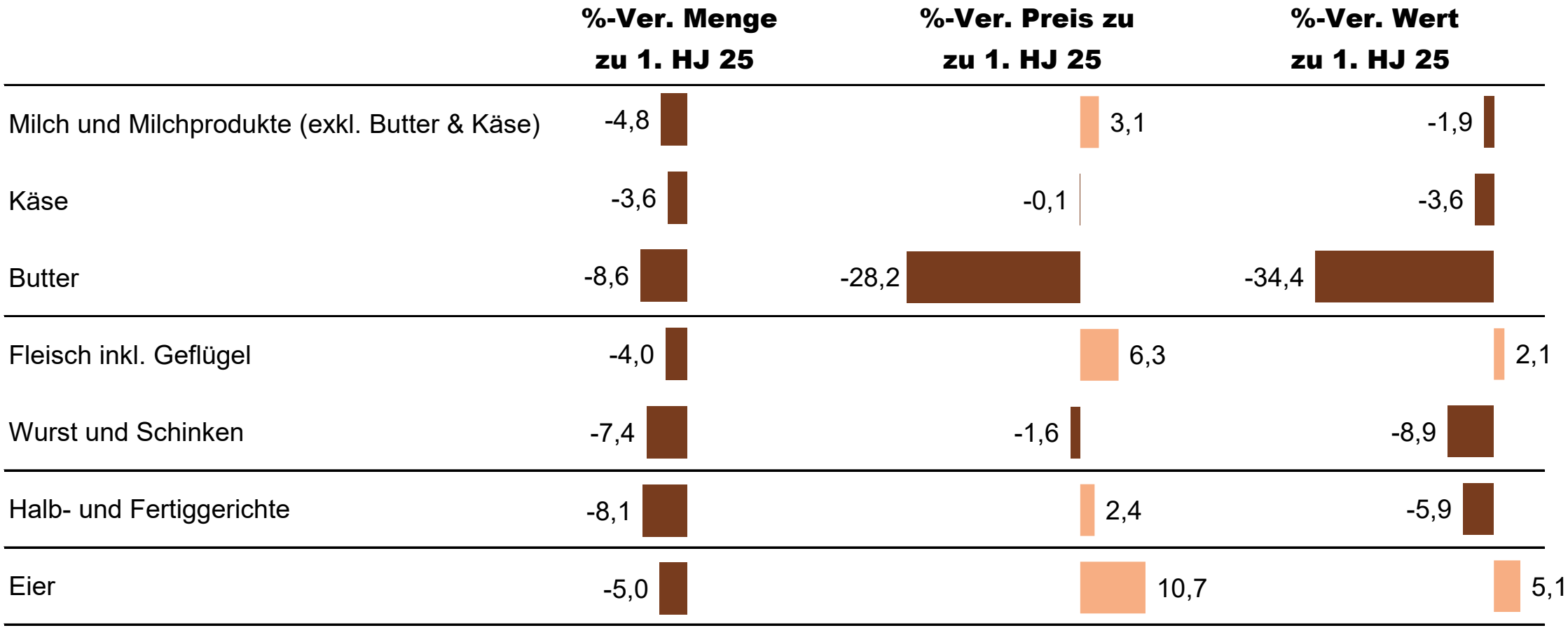
* Alle RollAMA-Warengruppen: Weiße und Bunte Palette, Käse, Gelbe Fette, Fleisch & Geflügel, Wurst & Schinken, Frisch-/TK-/Sterilobst & -gemüse, Eier, Fertiggerichte, Backwaren und Mehl, pflanzliche Alternativen

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

RollAMA

Fleisch und Eier sind Umsatzbringer

Lebensmitteleinzelhandel, 1. Halbjahr 2026

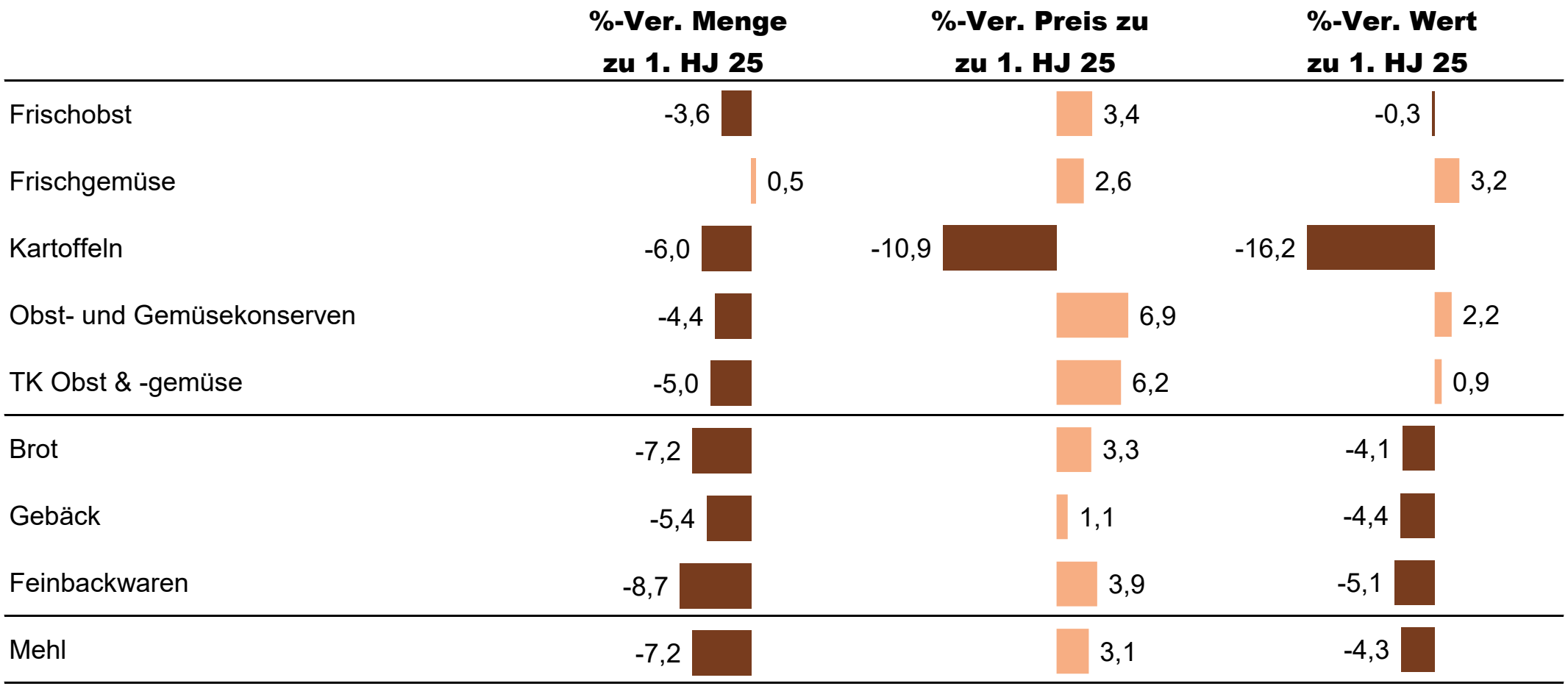


Quelle: © RollAMA/AMA-Marketing, Feldarbeit: YouGov Shopper Panel / Auswertung: KeyQUEST Marktforschung

RollAMA

Mehr frisches Gemüse am Teller

Lebensmitteleinzelhandel, 1. Halbjahr 2026

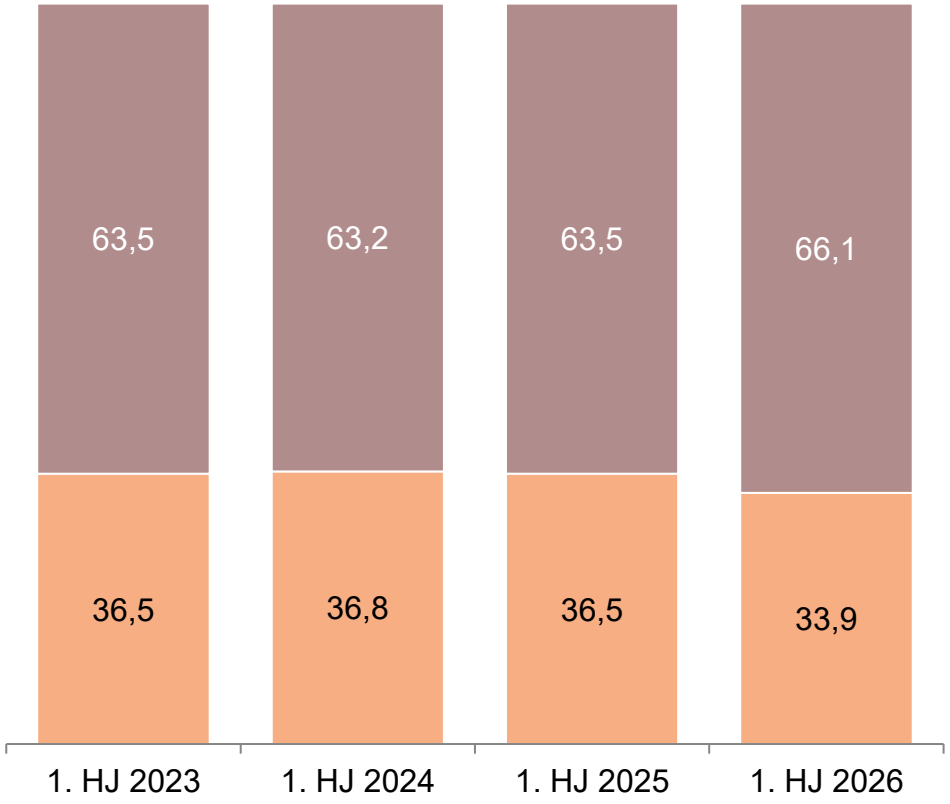


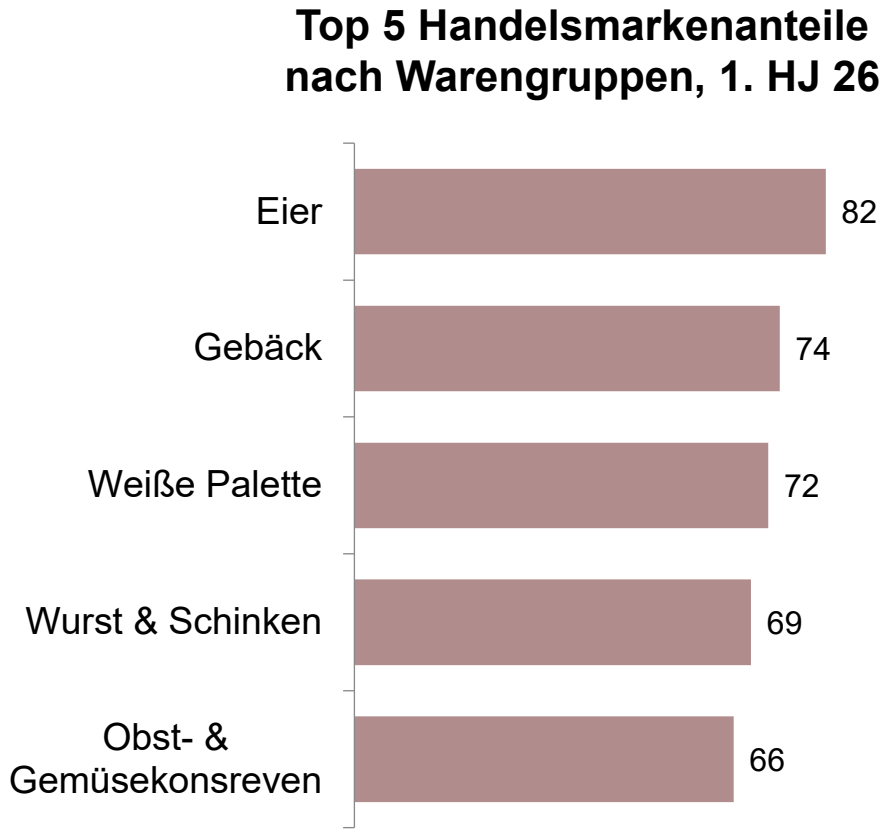
Quelle: © RollAMA/AMA-Marketing, Feldarbeit: YouGov Shopper Panel / Auswertung: KeyQUEST Marktforschung

RollAMA

Zwei Drittel der Ausgaben für Handelsmarken

wertmäßige Anteile in Prozent im LEH total, nur egalisierte Ware (abgepackt, festes Gewicht, exkl. Fleisch, Obst und Gemüse)



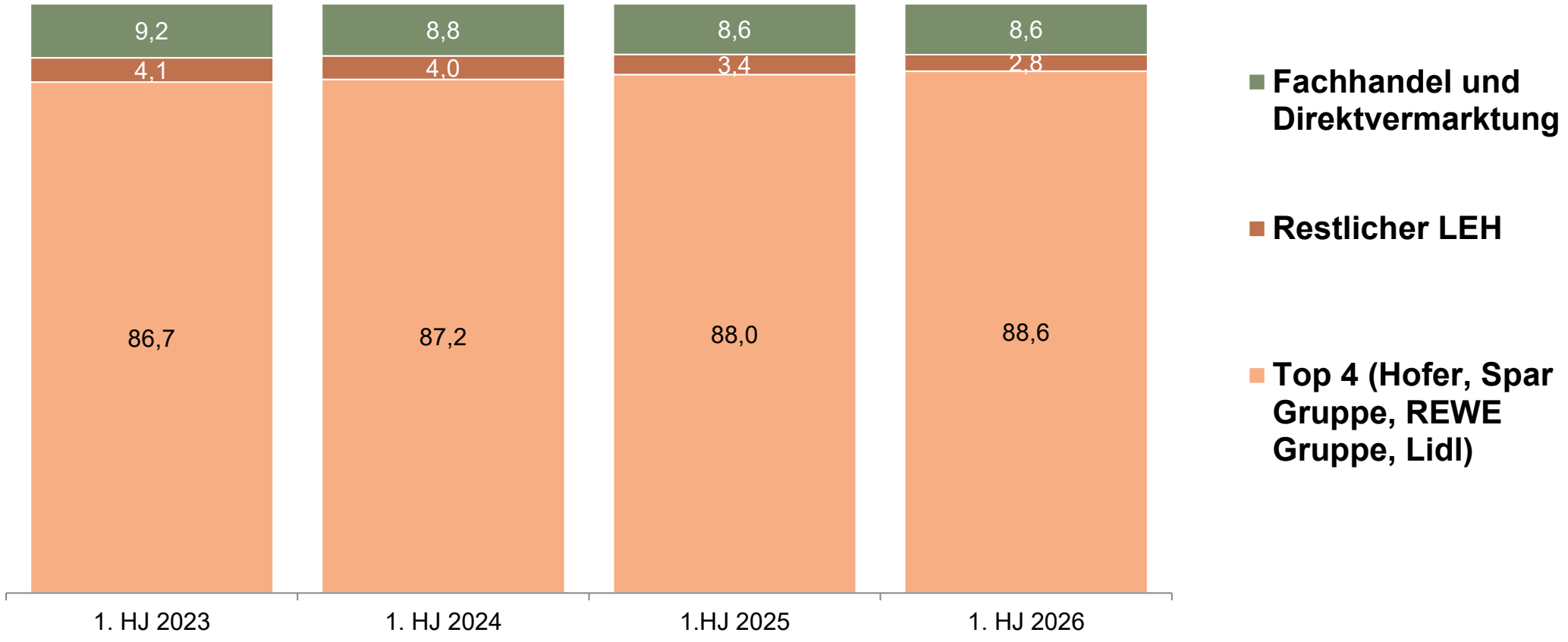


Quelle: © RollAMA/AMA-Marketing, Feldarbeit: YouGov Shopper Panel / Auswertung: KeyQUEST Marktforschung

RollAMA

Konzentration schreitet voran

RollAMA Total ab 2022, wertmäßige Anteile in Prozent

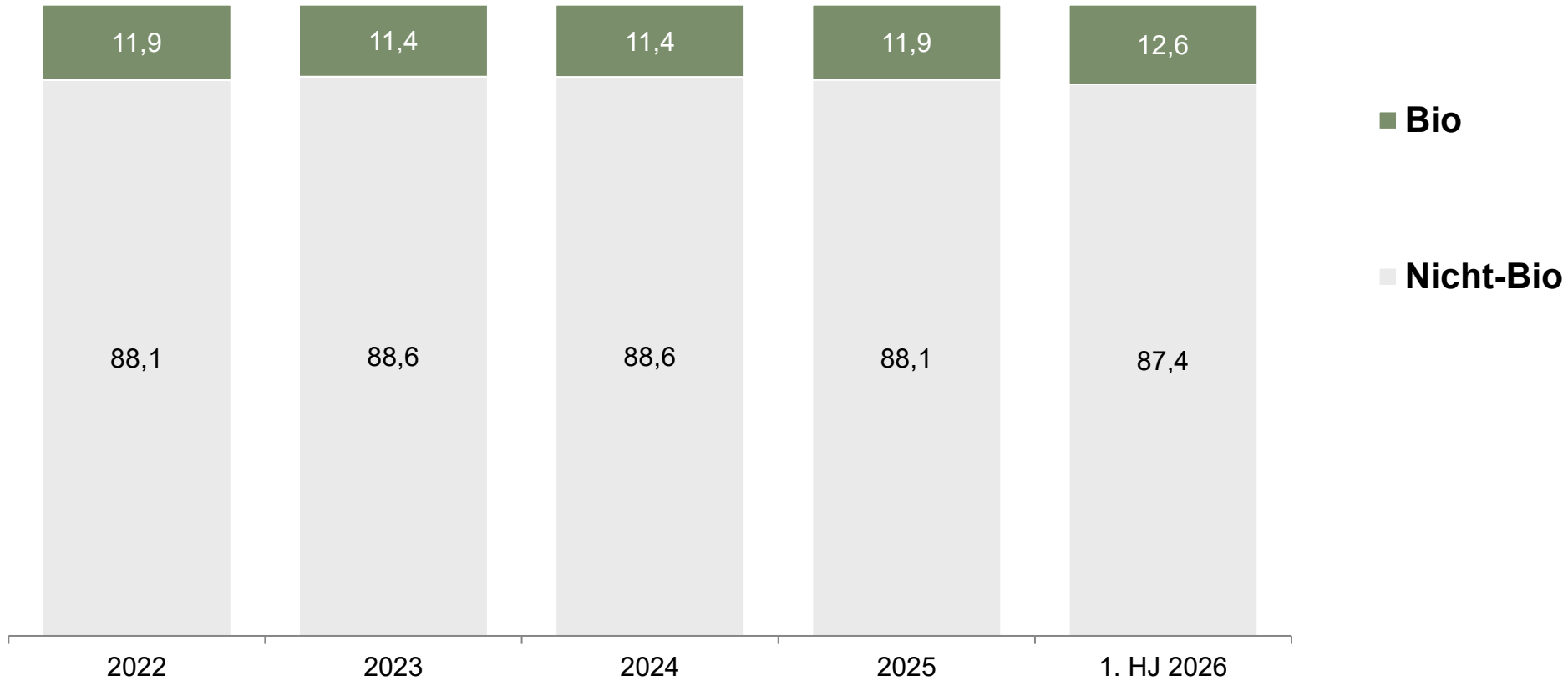


Quelle: © RollAMA/AMA-Marketing, Feldarbeit: YouGov Shopper Panel / Auswertung: KeyQUEST Marktforschung

RollAMA

Bioanteile erreichen fast 13 Prozent

Lebensmitteleinzelhandel, RollAMA Total*, wertmäßig Anteile in Prozent



* 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

RollAMA