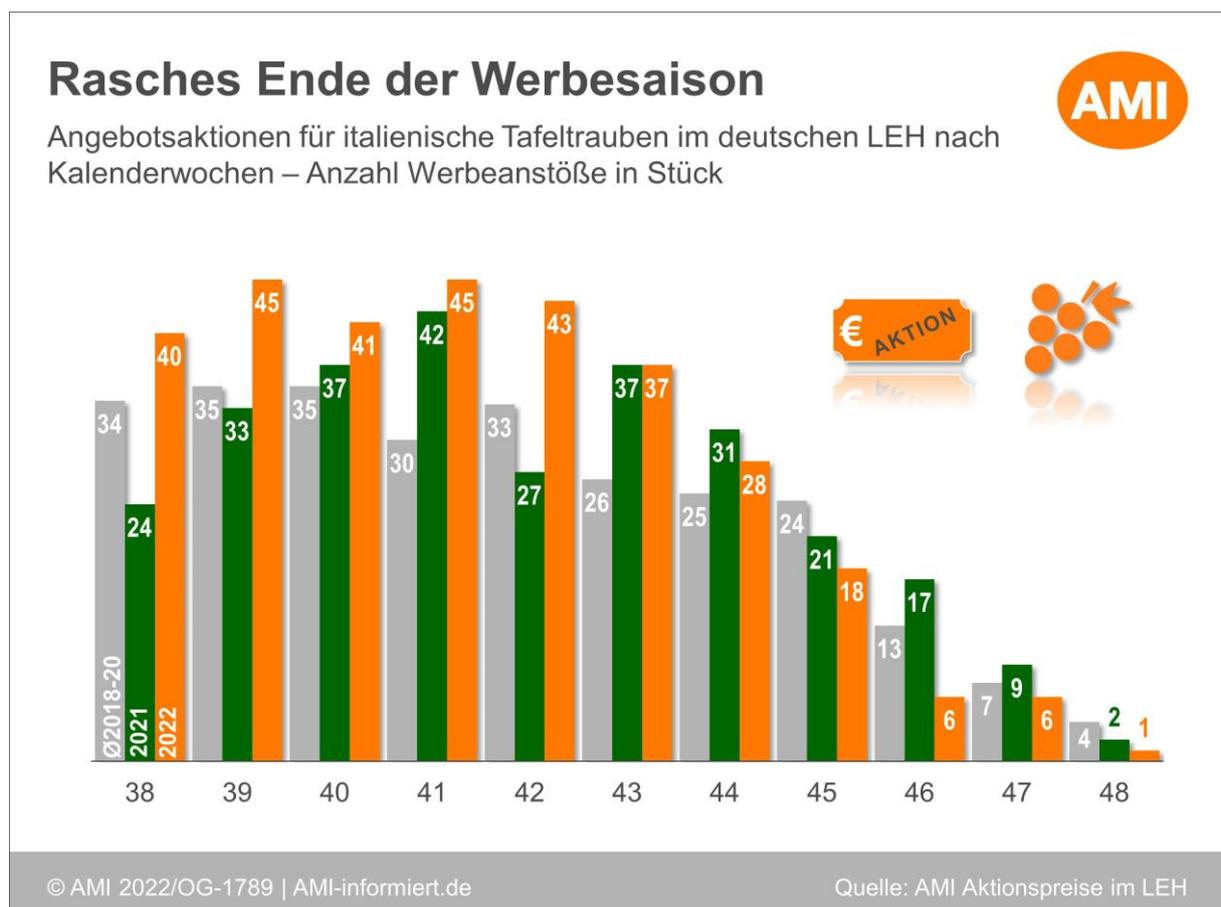


Starke Werbesaison für italienische Tafeltrauben endet abrupt

30.11.2022 (AMI) – Die diesjährige Werbesaison mit italienischen Tafeltrauben startete früh und endete zuletzt flott. Während die Werbeintensität im Saisonverlauf rekordhoch war, zeichnete sich auf der Nachfrageseite ein gegenteiliges Bild ab.

Im Herbst, nach der Steinobst- und vor der Zitrusseison, spielen Tafeltrauben im Obstsortiment in Deutschland eine wichtige Rolle. Trauben aus Italien sind dann in den Regalen des Lebensmitteleinzelhandels (LEH) besonders präsent und werden häufig beworben.

Das Tafeltraubenangebot aus dem Mittelmeerraum war in diesem Jahr hoch, die Nachfrage blieb jedoch weit hinter den Erwartungen zurück, und an den Märkten staute sich Ware auf. An den italienischen Erzeugermärkten schwächten die Preise merklich ab und konnten sich die Saison über kaum erholen. Die niedrigen Erzeugerpreise spiegelten sich hingegen nicht im Endhandel, zumindest nicht in Deutschland, wider. Durchschnittlich gaben die Verbraucher deutlich mehr gegenüber dem Vorjahr aus.



Rekordstarke Werbewochen

Im deutschen LEH kann auf eine starke Werbesaison mit italienischen Tafeltrauben zurückgeblickt werden, denn auf der Angebotsseite stand reichlich Ware zur Verfügung. Schon früh war die Werbeintensität hoch. Für mehrere Wochen verzeichnete die AMI Werbeanstöße auf Rekordniveau. Zeitgleich erreichte die Käuferreichweite laut **AMI Verbraucherpreisspiegel** mehrmals Minusrekordwerte. Die Traubensaison im

Mittelmeerraum neigte sich zuletzt flott dem Ende entgegen, sodass die Werbeaktivität im deutschen LEH rasch heruntergefahren wurde. Während in der 45. Woche noch 18-mal mit italienischen Trauben geworben wurde, so war es in der darauffolgenden Woche nur noch ein Drittel der Werbeanzahl. In der aktuellen 48. Woche gibt es nur noch eine Werbeaktion mit Trauben italienischer Herkunft. Hier wirbt Edeka regional mit einer hellen Sorte zu einem Preis von 2,49 EUR/kg.

Herkunftswechsel am Traubenmarkt

Erste Märkte sind bereits auf die Zufuhren aus Südamerika mit Schwerpunkt Brasilien und Peru umgestiegen. In der laufenden Woche wirbt Netto Markendiscout mit peruanischen kernlosen, dunklen Trauben. Real führt eine kernlose, helle Sorte brasilianischer Herkunft im Werbeprospekt. Beide Aktionen sind preislich mit 4,98 EUR/kg fast doppelt so hoch angesiedelt wie Ware aus Italien.

Mit [AMI Aktionspreise im LEH](#) haben Sie die Möglichkeit, die Werbeaktivitäten des LEH weiter im Blick zu behalten – nicht nur Trauben, sondern für das gesamte Obst- und Gemüsesortiment. Bereits dienstags ab 13 Uhr stehen die Angaben zu den Angebotsaktionen von rund 50 Ketten und deren Regionalgesellschaften zur Verfügung. Über den Aktionspreis hinaus umfassen die Daten Angaben zu Herkünften, Verpackungen und Produktspezifikationen. Einen früheren Indikator für mögliche Entwicklungen auf der Verbraucherebene gibt es nicht. Sichern Sie sich Ihren Zugang zu AMI Aktionspreise im LEH. Egal, ob eine Übersicht über die gesamten Angebotsaktionen einer Woche, oder eine Analyse für ein einzelnes Produkt oder eine Produktgruppe, die [AMI Marktexperten](#) erstellen Ihnen gerne ein individuelles Angebot.

Beitrag von Farina Lurz

Junior Produktmanagerin Agribusiness

© Agrarmarkt Informations-Gesellschaft mbH