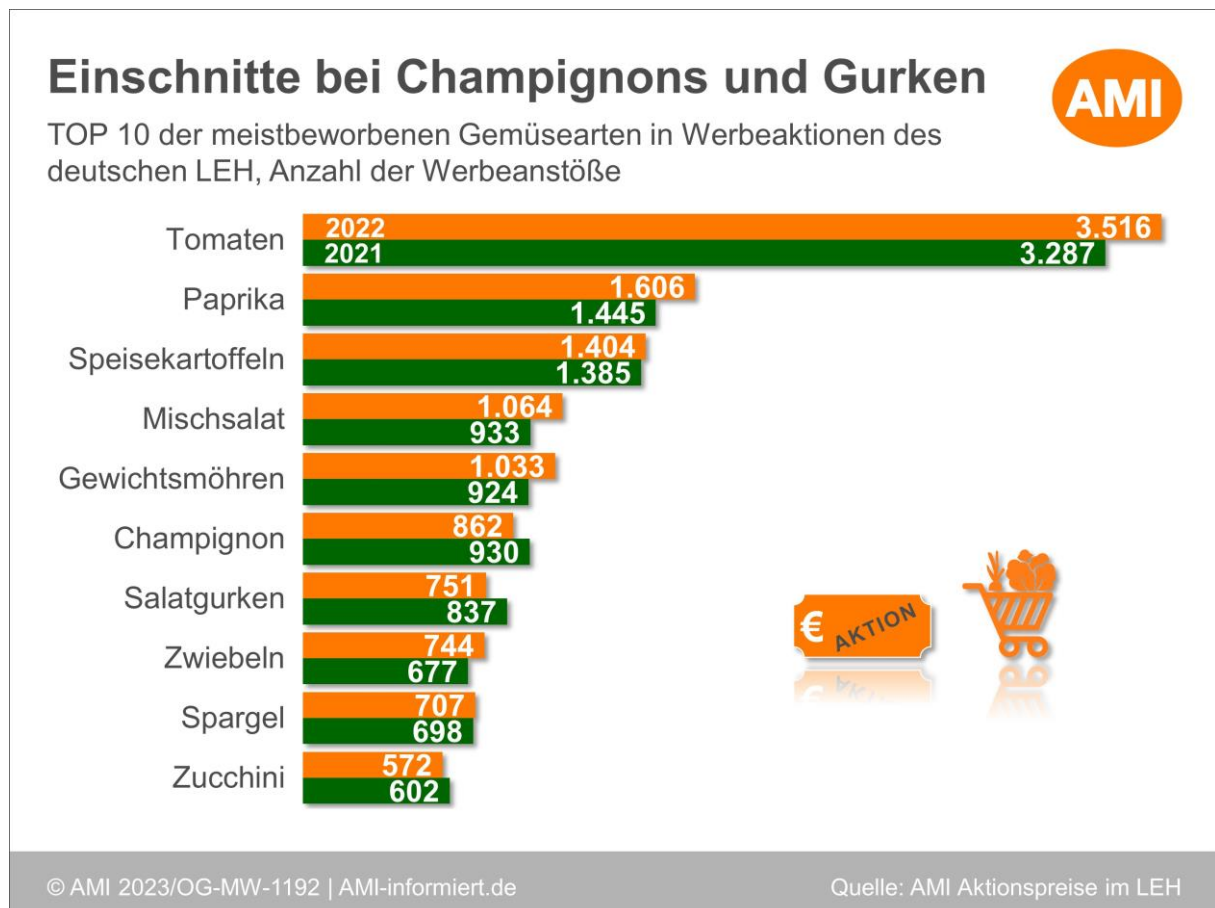


Weniger Champignons und Salatgurken in den Angebotsaktionen

14.02.2023 (AMI) – Mitte Februar fällt die Zahl der Werbeanstöße für frisches Gemüse meist niedriger aus als in anderen Wochen des Jahres. Für die Karnevalstage und auch den Valentinstag rücken andere Produktgruppen in den Fokus des Handels und der Verbraucher. Ist das auch in diesem Jahr so?



Tatsächlich ist die Zahl der Werbeanstöße für frisches Gemüse in der 7. Woche auf den niedrigsten Wert im bisherigen Jahresverlauf gesunken. Im Durchschnitt der ersten sieben Wochen des Jahres war Gemüse 401-mal pro Woche in den Werbezetteln vertreten. In der 7. Woche lag die Zahl der Werbeanstöße nur bei 363. Das entspricht weitgehend dem Wert des Vorjahres. Selbst der Werbekönig Tomaten ist aktuell nur 35-mal in den Werbezetteln vertreten. Das sind fast 20 Werbeanstöße weniger als in einer durchschnittlichen Woche. Aufgrund der Witterungsbedingungen in Südeuropa steht Aktionsware allerdings auch nicht so umfangreich zur Verfügung wie in anderen Jahren. Das zeigt sich auch daran, dass beispielsweise Weißkohl oder Chinakohl zuletzt etwas stärker beworben wurden.

Veränderungen schon im vergangenen Jahr

Schon im Jahr 2022 hat sich die Top-10 der meistbeworbenen Gemüsearten leicht verändert. Zwar gab es weder Abgänge noch Neuzugänge, aber die Platzierungen wurden gemischt. Große Änderungen blieben auf den vorderen Plätzen aus, zu eindeutig sind hier seit Jahren die Verhältnisse. Es fällt jedoch auf, dass gerade Champignons und Salatgurken in geringerem Umfang als noch 2021 beworben wurden. Beide Arten hatten in der

Produktion besonders mit den steigenden Produktionskosten zu kämpfen. In der Folge wurde die Produktion zumindest zeitweise reduziert, so dass auch weniger Ware für Aktionen zur Verfügung stand.

Das spiegelt sich auch in den Aktionspreisen wider. Die Preisklasse zwischen 1,50 und 2,49 EUR/kg war im vergangenen Jahr kaum noch in Aktionen vertreten. Im Jahr 2021 hatten Aktionen mit Preisen bis 2,49 EUR/kg noch einen Anteil von fast 7 % an den Angebotsaktionen für Champignons. Die Anteile verteilen sich 2022 auf die höheren Preisklassen. Im Schwerpunkt wurden Champignons 2022 zu Preisen zwischen 3.50 und 4,49 EUR/kg beworben.

Mehr Angebotsaktionen 2022 – wie geht es weiter?

Insgesamt war die Werbeintensität mit frischem Gemüse im vergangenen Jahr knapp 4 % höher als im Jahr zuvor. Wie geht es 2023 mit den Angebotsaktionen weiter? Mit [AMI Aktionspreise im LEH](#) bleiben Sie auf dem Laufenden. Schon dienstags steht Ihnen eine vollständige Übersicht über die Aktionspreise für frisches Gemüse zur Verfügung. Einen früheren Indikator für Entwicklungen auf der Verbraucherebene gibt es nicht.

Sie möchten noch mehr zum Thema Aktionspreise erfahren und tiefer in die Analyse der Angebotsaktionen im Jahr 2022 einsteigen? Da haben wir ein Angebot für Sie. Die [AMI-Marktexperten](#) haben die Top-10 der meistbeworbenen Obst- und Gemüsearten unter die Lupe genommen und die **AMI Chartsammlungen Aktionspreise im LEH** für Obst und Gemüse neu aufgelegt. Sichern Sie sich Ihr Exemplar der Chartsammlung und nutzen Sie die Bestellmöglichkeiten in unserem [Shop](#).

Beitrag von Michael Koch

Bereichsleiter Gartenbau

© Agrarmarkt Informations-Gesellschaft mbH