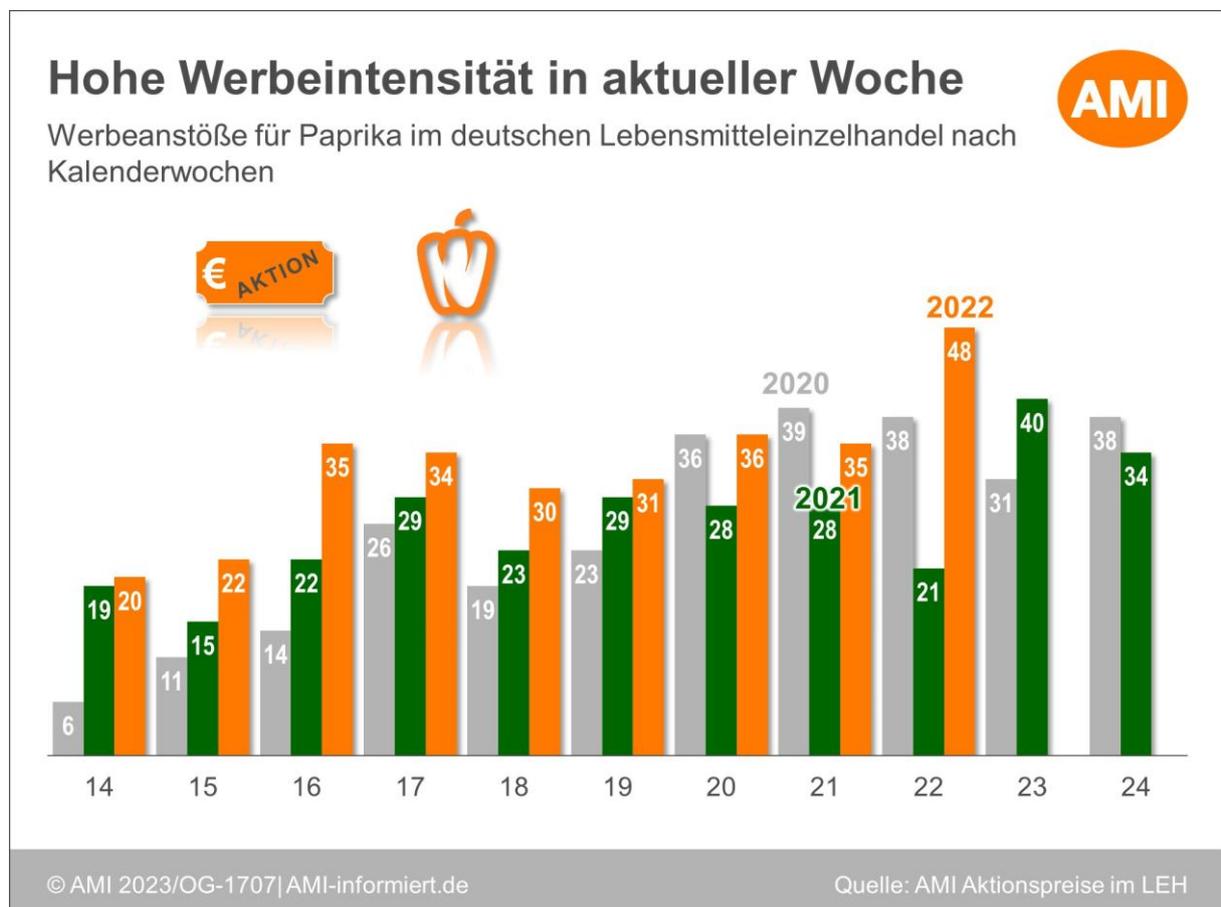


## Hohe Werbeaktivität für Paprika

**02.06.2023 (AMI) – Die Menge an verfügbarem Paprika im Handel steigt stetig an, und diese Zunahme spiegelt sich auch in einer hohen Anzahl von Werbeaktionen wider. Vor allem die Werbung für Spitzpaprika nimmt deutlich zu.**

Zwischen der 14. und 22. Kalenderwoche dieses Jahres verzeichneten die **AMI Aktionspreise im LEH** bereits 291 Werbeaktionen für Paprika. Das entspricht einem Zuwachs von 34 % im Vergleich zum gleichen Zeitraum des Vorjahres. Mit 48 Werbeaktionen in der 22. Woche wurde die höchste Anzahl von Werbeaktionen in den vergangenen fünf Jahren erreicht. Das Paprika-Angebot im Großhandel ist durchgängig hoch, allerdings bei niedrigem Preisniveau. Insbesondere im Benelux-Raum, aber auch aus Spanien, sind steigende Mengen verfügbar.



### Niederländische Ware im Fokus

Die Niederlande und Spanien sind die Hauptursprungsländer der aktuell beworbenen Paprika im Zeitraum der Woche 14 bis 22. Dabei ist die niederländische Ware dominant, da rund 40 % der Werbeaktionen dieses Ursprungsland angeben. Paprika aus Spanien machen 32 % aus. Auffällig ist der derzeit noch niedrige Anteil deutscher Ware in der Werbung – im gleichen Zeitraum des Vorjahres waren es noch rund 16 %, in diesem Jahr sind es nur 10 % der Aktionen. Marokko spielt ebenfalls eine immer stärkere Rolle als Ursprungsland. Im beobachteten Zeitraum machte marokkanische Ware rund 13 % der beworbenen Produkte aus, im Fünf-Jahres-Durchschnitt waren es 7 %.

### Mehr Spitzpaprika in der Werbung

In der Werbung werden hauptsächlich rote Paprika beworben. Der Anteil der roten Paprika ist von 26 % im Gesamtjahr 2022 auf 35 % im Jahr 2023 gestiegen. Der Anteil der roten Spitzpaprika bleibt etwa auf dem Niveau der Vorjahre. Im Durchschnitt waren in den Wochen 14 bis 22 der Jahre 2021 bis 2023 etwa 17 % aller Paprika-Werbungen rote Spitzpaprika. Knapp 71 % der Angebote im Jahr 2023 waren Paprika der Klasse I, im Jahr 2022 waren es noch 60 %. Der Anteil der Bio-Werbung war im Vergleich zu 2022 etwa 6 Prozentpunkte niedriger. Der Durchschnittspreis für konventionelle Ware lag 2023 bei 3,80 EUR/kg, für Bio-Ware bei 6,81 EUR/kg. Die Preise für konventionelle Ware stiegen im Vergleich zum Vorjahr um etwa 10 %, während Bio-Ware etwa 3 % günstiger war.

Mit **AMI Aktionspreise im LEH** haben Sie die Möglichkeit, die Werbeaktivitäten des LEH weiter im Blick zu behalten. Nicht nur für Paprika, sondern auch für das gesamte Obst- und Gemüsesortiment. Bereits dienstags ab 13 Uhr stehen die Angaben zu den Angebotsaktionen von mehr als 50 Ketten und deren Regionalgesellschaften zur Verfügung. Über den Aktionspreis hinaus umfassen die Daten Angaben zu Herkunft, 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 Jens Quetsch

Marktxperte Gartenbau

© Agrarmarkt Informations-Gesellschaft mbH