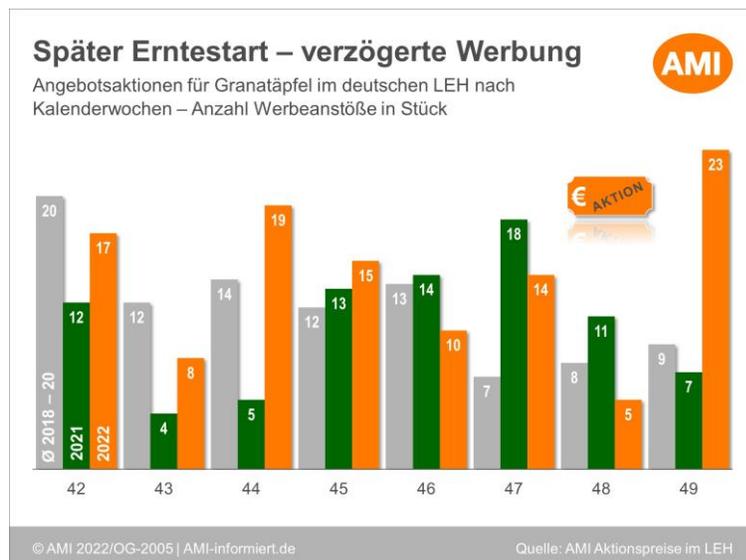


## Verzögerter Start der Granatapfelsaison

**08.12.2022 (AMI) – Auch diesen Herbst und Winter wird der Granatapfel vom Handel stark beworben. In den vergangenen Jahren sind die Werbeaktionen für diese exotische Frucht deutlich gestiegen. Die Durchschnittspreise der vergangenen Woche zeigen sich leicht rückläufig.**

Da im Winter, bis auf das reichhaltige Apfelergebnis, nahezu jegliche Frischware aus deutscher Obstproduktion aus den Regalen des Lebensmitteleinzelhandels (LEH) verschwindet, liegt es nahe, die Lücken mit Exoten zu füllen. Eines dieser Produkte sind die Granatäpfel. Die Werbung der vergangenen fünf Jahre lag im Schnitt bei 200 Werbeanstößen und war sehr konstant. Die Spitze der Werbemaßnahmen läuft normalerweise zwischen den Kalenderwochen (KW) 40 bis 45. In den Vorjahren von 2018 bis 2020 lag die Werbespitze in Woche 42, in diesem Jahr verteilten sich die Werbeanstöße jedoch unregelmäßiger. In Woche 49 dieses Jahres wurden 23 Anzeigen geschaltet – das ist ein neuer Höchstwert.



Ein Grund dafür ist auch die verzögerte Ernte in der Türkei aufgrund von Frost während der Hauptblüte. Die Türkei ist für Deutschland der mit Abstand wichtigste Importeur. Im Jahr 2022 wurden rund 30 % der beworbenen Ware mit Herkunftsland Türkei angegeben. Die restliche Ware mit Herkunftsangabe kommt zum größten Teil aus Spanien (14 %) und Peru (14 %).

### Konstante Aktionspreise trotz steigender Kosten

Dass der Granatapfel derzeit auf erhöhte Nachfrage stößt, verwundert nicht. Die Verbraucher zeigten in den Pandemie Jahren 2020 und 2021 bereits ein größeres Interesse an gesunden Lebensmitteln. Hinzu kam noch, dass viele Influencer über die sozialen Medien die Vorteile der Frucht priesen, so dass am Markt eine hohe Nachfrage besteht. Das ruft auch eine Vielzahl an neuen Akteuren am Markt auf den Plan. Dies führte im Jahr 2022 zu Überbeständen am Weltmarkt. Der Verbraucher in Deutschland freut sich – denn die Preise im LEH für konventionelle Ware zeigten sich selbst in diesem Jahr sehr konstant. Der Durchschnittspreis der vergangenen 5 Jahre (von Woche 42 bis 49) lag bei 1,07 EUR pro Stück konventioneller Ware. Dieses Jahr waren es mit 1,08 EUR nur marginal mehr. Der niedrigste Werbepreis liegt

bei 0,69 Ct statt wie in den Vorjahren 0,49 Ct. Der Höchstpreis pro Stück liegt bei 1,99 EUR, während am häufigsten mit einem Stückpreis von 0,99 EUR geworben wurde.

Die Käuferreichweite laut **AMI Verbraucherpreisspiegel** zeigt auf, dass diese Konstanz sich auch auf die Einkäufe der Verbraucher überträgt. Die Ware ist verfügbar und während andere Produkte teilweise massive Preissteigerungen erfahren, so ist in den vorigen Wochen nahezu keine Variation bei der Preisgestaltung im LEH zu finden.

Mit **AMI Aktionspreise im LEH** haben Sie die Möglichkeit, die Werbeaktivitäten des LEH weiter im Blick zu behalten – nicht nur Granatäpfel, 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 Jens Quetsch

Marktexperte Gartenbau

© Agrarmarkt Informations-Gesellschaft mbH