



# Ist ein Angebot ein Angebot?

Welche Preisvorteile für die KonsumentInnen sind mit „Multipack“, „Nimm 3, zahl 2“ oder „Mengenpreise“ verbunden?

Mag. Susanne Bauer, Christine Steyer

Graz, Juni 2009

**AK-Hotline ☎ 05 7799-0**

**Meine AK. Ganz groß für mich da.**

**AK**   
**[www.akstmk.at](http://www.akstmk.at)**

# **Kammer für Arbeiter und Angestellte für Steiermark**

## **„Ist ein Angebot ein Angebot?“**

**Welche Preisvorteile für die KonsumentInnen sind mit „Multipack“,  
„Nimm 3, zahl 2“ oder „Mengenpreise“ verbunden?**

**Mag. Susanne Bauer, Christine Steyer**

**Graz, im Juni 2009**



# 1. Einleitung

Den KonsumentInnen flattert tagtäglich vielerlei Prospektmaterial mit verschiedensten Angeboten ins Haus. Mit den Worten „Mengenpreise“, „Nimm mehr, zahl weniger“, „Multipack“, „Penny Pack“, „Mengenvorteil“ und „Aktion“ sollen die KonsumentInnen im wahrsten Sinne des Wortes dazu animiert werden, während des Aktionszeitraumes als SchnäppchenjägerInnen diese Geschäfte aufzusuchen und bei den Aktionen „zuzuschlagen“.

Die Vielfalt der Angebote macht es den KonsumentInnen nicht einfach, einen Überblick zu erhalten bzw. den Preisvorteil zu erkennen. Wie verhält sich der Aktionspreis zu den Verkaufspreisen der anderen Anbieter; wie schaut es mit den Mindestabnahmemengen aus, und nicht zuletzt wird die zweifelnde Frage, ob dieses Angebot tatsächlich ein Angebot ist, zumindest doch im Unterbewusstsein gestellt.

Die Arbeiterkammer Steiermark hat die Angebote, die in den verschiedenen Prospekten der Lebensmittelsupermärkte angekündigt wurden, genauer unter die Lupe genommen. Es wurden die Angebotspreise und die Verkaufspreise ohne Angebot der Mitbewerber für dieselben Produkte erhoben, erfasst und analysiert. Die vollständige Erhebung befindet sich im Anhang dieser Arbeit; die zusammengefassten Berechnungen und Folgerungen daraus sind in den folgenden Kapiteln, um einerseits den KonsumentInnen eine Antwort auf die Fragen dieser Arbeit „Ist ein Angebot ein Angebot?“ geben zu können und andererseits die Angebotsvielfalt bzw. auch die schwierige Vergleichbarkeit durch die verschiedensten Angebote sichtbar zu machen.

## 2. Beschreibung der Erhebung

Für die vorliegende Erhebung wurden 45 Angebote von Lebensmittelsupermarktketten, die diese in ihren Prospekten angekündigt haben, ausgewählt und die Preise dieser Angebote mit den Verkaufspreisen derselben Produkte der Mitbewerber verglichen, um aus KonsumentenInnenperspektive eine Gegenüberstellung der Angebotspreise mit den Preisen ohne Angebot bzw. den normalen Verkaufspreisen zu erhalten.

Ausgewählt für diese Preiserhebung wurden die Angebote aus den Prospekten der Lebensmittelsupermarktketten Billa, Lidl, Merkur, Penny, Spar und Zielpunkt. In den Vergleich aufgenommen wurden ausschließlich jene Produkte, die einen Vergleich ermöglichen und somit identisch hinsichtlich der Art bzw. der Marke waren. Dazu gehörten insbesondere fertig verpackte Lebensmittel – ausgenommen Fleisch- und Käseprodukte – Hygieneartikel sowie Haushalts- und Reinigungsartikel.

Die Angebote der Lebensmittelsupermärkte werden bei Zielpunkt „Mengenpreise“, bei Merkur „Nimm mehr, zahl weniger“, bei Billa „Multipack“, bei Penny „Penny Pack“, bei Spar „Mengenvorteil“ und bei Lidl „Aktion“ genannt. Die Angebote der Lebensmittelsupermärkte, mit Ausnahme von Lidl, sind mit einer Mindestabnahmemenge verbunden, d. h. KonsumentInnen erhalten diesen Angebotspreis nur dann, wenn sie die mit dem Angebot verbundenen Verkaufseinheiten für dieses Produkt erwerben.

Die Preiserhebung für diese Arbeit wurde im Zeitraum vom 2. März 2009 bis zum 18. Mai 2009 durchgeführt. Für den Preisvergleich wurden die einzelnen Preise, Angebotspreis und Verkaufspreis ohne Angebot, während des Angebotszeitraumes der jeweiligen Lebensmittelsupermarktkette erhoben. Des Weiteren wurden der Name des Produktes, die Füllmenge, die erforderliche Mindestabnahmemenge bzw. Stückzahl, die mit dem Angebot verbunden ist, der Aktionspreis während des Aktionszeitraumes und der Verkaufspreis ohne Aktion erhoben.

Die vergleichende Gegenüberstellung der Preise der 45 erhobenen Produkte basiert einerseits auf den Angebotspreisen und den Verkaufspreisen ohne Angebot und andererseits auf der durchgeführten Grundpreisberechnung, das ist der Preis je Einheit, beispielsweise je Kilogramm oder Liter, weil die Produkte auch mit unterschiedlicher Füllmenge angeboten werden. Und in den vergleichenden Gegenüberstellungen wird immer Bezug auf den Aktionspreis genommen und somit eine Relation dieses Preises zu den Verkaufspreisen der Mitbewerber hergestellt.

### 3. Fragen und Ergebnisse dieser Erhebung

Aus den einzelnen erhobenen und erfassten Preis- und Mengenparametern wurden Berechnungen durchgeführt, um die nachfolgenden konsumentenrelevanten Fragestellungen zu beantworten.

1. Wie hoch ist die Differenz des Angebotspreises zu dem ansonsten üblichen Verkaufspreis im selben Geschäft oder um wie viel Prozent ist jedes einzelne Produkt im selben Geschäft durch den Aktionspreis billiger als ohne Aktion?
2. Die beworbenen Aktionen verbinden die Lebensmittelsupermärkte gerne mit einer Mindestabnahmemenge. Demzufolge wird auch hier die Antwort auf die Frage gegeben, wie viel mehr KonsumentInnen ausgeben müssen, um in den Genuss des jeweiligen Angebots zu kommen oder anders betrachtet, mit welcher Umsatzsteigerung diese Angebotslegung für die Lebensmittelsupermärkte verbunden ist.
3. Wie hoch ist die Mindestabnahmemenge der einzelnen Anbieter?
4. Wie hoch ist die Differenz des im Prospekt angekündigten Angebotspreises eines Anbieters zu den Verkaufspreisen der anderen Anbieter, die ohne Aktionspreis dieselben Waren anbieten oder um wie viel Prozent sind die Aktionsprodukte im Lebensmittelsupermarkt billiger als bei den Mitbewerbern ohne Aktionspreis?
5. Des Weiteren wird der Frage nachgegangen, wie die Preise der einzelnen Mitbewerber ohne Aktionspreis zueinander stehen oder wie viel diese Produkte bei all den Supermarktketten ohne Angebotspreis kosten.

Die oben angeführten Fragen werden in weiterer Folge anhand tabellarischer Darstellungen, die Ergebnis dieser Erhebung sind, beantwortet. Die vollständige Erhebung befindet sich im Anhang dieser Arbeit.

In der Tabelle 1 werden die Fragen, um wie viel Prozent die Angebotspreise des jeweiligen Anbieters im Vergleich zu seinen Verkaufspreisen günstiger sind, aber auch um wie viel mehr, bedingt durch die Mindestabnahmemenge, KonsumentInnen ausgeben müssen, beantwortet.

**Tabelle 1**

<b>Preisvorteil, Mehrausgaben und Mindestabnahmemenge</b>			
	<b>Durchschnittlicher Preisvorteil der Angebotsprodukte, bezogen auf eine Grundpreiseinheit in Prozent</b>	<b>Durchschnittliche Mehrausgaben der KonsumentInnen durch die Mindestkaufmenge in Prozent</b>	<b>Durchschnittliche Mindestabnahmemenge beim Angebotsleger in Mengeneinheiten</b>
<b>Spar</b>	-34,15	41,91	2,22
<b>Billa</b>	-37,99	59,19	2,57
<b>Lidl</b>	-11,28	-11,28	1
<b>Merkur</b>	-30,19	70,02	2,43
<b>Penny</b>	-22,41	60,31	2,13
<b>Zielpunkt</b>	-31,19	71,03	2,43
<b>Durchschnitt</b>	<b>-27,87</b>	<b>48,53</b>	<b>2,13</b>

Aus der Tabelle ist somit abzulesen, dass im Durchschnitt die KonsumentInnen um 27,87 % durch den Kauf von Angebotsprodukten, bezogen auf eine Grundpreiseinheit, günstiger einkaufen können. Die stärkste Preisreduktion bei den Angebotspreisen wurde bei Billa in der Höhe von 37,99 % festgestellt, die geringste bei Lidl mit 11,28 %.

Die Angebote sind, wie aus Tabelle 1 auch erkennbar ist, mit einer Mindestabnahmemenge verbunden. Im Durchschnitt müssen KonsumentInnen bei Angebotsaktionen 2,13 Einheiten kaufen. Lidl hat bei allen erhobenen Lidl-Angeboten keine Mindestabnahmemenge mit dem jeweiligen Angebot verbunden. Die höchste Mindeststückzahl wurde für Billa mit durchschnittlich 2,57 Einheiten festgestellt. In absoluten Zahlen reichen sie von 2 bis 6 Einheiten.

Wird jedoch auch diese Mindestabnahmemenge berücksichtigt, dann ist feststellbar, dass KonsumentInnen im Durchschnitt um 48,53 % mehr ausgeben, als wenn diese Mindestabnahmemenge nicht Verkaufsbedingung ist. Die höchsten Mehrausgaben wurden für die Angebote bei Zielpunkt in der Höhe von 71,03 % ermittelt; eine echte Ersparnis hingegen wurde hier für Lidl festgestellt mit Minderausgaben in der Höhe von 11,28 %. Lidl ist der einzige Anbieter, der seine Angebote nicht mit einer Mindestabnahmeverpflichtung verknüpft.

In der folgenden Tabelle 2 wird die Antwort auf die Frage gegeben, wie hoch die Differenz des im Prospekt angekündigten Angebotspreises zu den Verkaufspreisen der anderen Anbieter ist.

**Tabelle 2**

<b>Durchschnittlicher Preisnachteil der Verkaufspreise ohne Angebot zu den Angebotspreisen einer Handelskette in Prozent</b>							
<b>Angebote von</b>	<b>Spar</b>	<b>Billa</b>	<b>Lidl</b>	<b>Merkur</b>	<b>Penny</b>	<b>Zielpunkt</b>	<b>Durchschnitt</b>
<b>Spar</b>		54,69	42,36	52,81	25,64	52,51	<b>45,60</b>
<b>Billa</b>	52,04		11,09	59,01	0,62	55,61	<b>35,67</b>
<b>Lidl</b>	42,51	42,16		41,06	23,27	42,70	<b>38,34</b>
<b>Merkur</b>	47,34	49,06	29,14		34,99	47,26	<b>41,56</b>
<b>Penny</b>	48,94	53,83	30,78	45,46		53,96	<b>46,59</b>
<b>Zielpunkt</b>	48,85	52,73	10,25	48,54	18,78		<b>35,83</b>
<b>Durchschnitt</b>	<b>47,94</b>	<b>50,50</b>	<b>24,72</b>	<b>49,37</b>	<b>20,66</b>	<b>50,41</b>	<b>40,60</b>

Tabelle 2 erlaubt eine nach den Zeilen- und Spaltenergebnissen jeweils andere Interpretation. Den Zeilen nach kann abgelesen werden, um wie viel höher die Verkaufspreise ohne Angebot in Relation zu den Angebotspreisen sind. So liegen beispielsweise die Verkaufspreise ohne Angebot bei Billa für dieselben Waren um 54,69 % über den Angebotspreisen von Spar. Die geringste Abweichung zwischen Aktionspreis und Verkaufspreis wurde bei Billa-Aktionen gegenüber Penny-Verkaufspreisen festgestellt, die höchste bei den Merkur-Verkaufspreisen zu Billa-Aktionspreisen. Im Durchschnitt über alle Anbieter sind die Verkaufspreise ohne Angebot um 40,60 % höher als die Angebotspreise.

Den Spalten nach kann abgelesen werden, um wie viel höher im Durchschnitt die Preise einer Handelskette sind, wenn die Mitbewerber ein Angebot ausloben. Beispielsweise: Lobt Billa Angebote aus, dann sind die Verkaufspreise bei Spar um 52,04 % höher als der Angebotspreis von Billa. Die Verkaufspreise ohne Angebot sind dann im Durchschnitt bei Billa bzw. Zielpunkt mit 50,50 % bzw. 50,41 % am höchsten gegenüber den Angebotspreisen ihrer Mitbewerber.

Sind KonsumentInnen keine SchnäppchenjägerInnen, bzw. schenken sie diversen Angeboten keine Beachtung, dann sind sie hinsichtlich der Preise, den untersuchten Produkten nach, bei Penny und Lidl am besten dran.

Werden die Preise der Produkte ohne Angebotspreis aller Lebensmittelsupermärkte im Sinne eines klassischen Preisvergleiches gegenübergestellt, so sind die Ergebnisse in der folgenden Tabelle dargestellt.

**Tabelle 3**

<b>Durchschnittlicher Preisvorteil oder Preisnachteil bezogen auf die Verkaufspreise ohne Angebot aller Handelsketten in Prozent</b>						
<b>Angebote von</b>	<b>Spar</b>	<b>Billa</b>	<b>Lidl</b>	<b>Merkur</b>	<b>Penny</b>	<b>Zielpunkt</b>
<b>Spar</b>		0,00	-9,48	-1,26	-16,23	-1,24
<b>Billa</b>	-4,10		-26,67	-3,07	-35,01	-2,05
<b>Lidl</b>	25,67	25,30		24,26	-2,61	25,63
<b>Merkur</b>	2,16	3,35	-3,16		-6,36	2,24
<b>Penny</b>	14,93	18,05	1,06	11,65		19,20
<b>Zielpunkt</b>	0,21	3,13	-16,20	0,47	-13,03	
<b>Durchschnitt</b>	<b>7,77</b>	<b>12,46</b>	<b>-11,24</b>	<b>8,33</b>	<b>-14,25</b>	<b>11,26</b>

Die Spaltenbetrachtung zeigt, wie sich die Preise beispielsweise bei Spar als Angebotsleger in Relation zu seinen Mitbewerbern jeweils ohne Angebot verhalten. Der Preis von Spar liegt demzufolge durchschnittlich 7,77 % über den Preisen seiner Mitbewerber. Bei Billa sind es 12,46 % und bei Zielpunkt 11,26 %. Niedriger sind lediglich die Preise bei Penny und Lidl. Sie liegen in diesem Angebotssegment durchschnittlich mit 14,25 % bzw. 11,24 % unter jenen der anderen Anbieter.

Es kann auch durchaus sein, dass ein Produkt bei mehreren Anbietern gleichzeitig mit einer Angebotsaktion versehen ist. Ein Preisvergleich zwischen den Angebotspreisen war nicht ursprünglich intendiert. Während des Erhebungsvorganges wurden jedoch 21 Produkte, in Tabelle 4 dargestellt, als gleichzeitige Angebotsprodukte mehrerer Anbieter erfasst. Dabei reicht die Streuung der Preisdifferenz von Preisgleichheit bis zu einem Preisunterschied in der Höhe von 25 %.

**Tabelle 4**

<b>Durchschnittlicher Preisvorteil oder Preisnachteil bezogen auf die Angebotspreise bei zeitgleichen Angeboten in Prozent</b>						
<b>Angebote von</b>	<b>Spar</b>	<b>Billa</b>	<b>Lidl</b>	<b>Merkur</b>	<b>Penny</b>	<b>Zielpunkt</b>
<b>Spar</b>				25,32		7,19
<b>Billa</b>						4,10
<b>Lidl</b>						23,99
<b>Merkur</b>			0,00			10,10
<b>Penny</b>	17,91					
<b>Zielpunkt</b>				5,24	4,03	

## 4. Zusammenfassung

KonsumentInnen erhalten tagtäglich verschiedenste Prospekte mit einer Vielzahl von Angeboten. In der vorliegenden Arbeit wurde unterschiedlichsten Aspekten rund um die Frage „Ist ein Angebot eine Angebot?“ nachgegangen. Dazu wurden während des Erhebungszeitraumes 45 Aktionsprodukte und ihre Aktionspreise beim Angebotsleger sowie die Verkaufspreise ohne Angebot bei den Mitbewerbern im selben Zeitraum erhoben. Die Ergebnisse dieser Erhebung können wie folgt zusammengefasst werden.

- Im Durchschnitt können KonsumentInnen bei der Beachtung von Preisaktionen um 27,87 % günstiger einkaufen.
- Gerne, mit Ausnahme von Lidl, werden diese Preisaktionen mit einer Mindestabnahme verbunden. Im Durchschnitt müssen KonsumentInnen 2,13 Einheiten eines Produktes bei einer Angebotsaktion erwerben.
- Durch diese Mehrabnahmeverpflichtung geben die KonsumentInnen im Durchschnitt um 48,53 % mehr aus. Einzig bei Lidl können KonsumentInnen bei Angebotsprodukten eine wirkliche Preisersparnis in der Höhe von 11,28 % erzielen, ohne dass es durch die Mengenbindungen zu höheren Ausgaben kommt.
- Die Frage, um wie viel höher die Verkaufspreise bei den Mitbewerbern gegenüber den Angebotspreisen sind, ist im Durchschnitt mit 40,6 % zu beantworten.
- Sind KonsumentInnen keine SchnäppchenjägerInnen, bzw. achten sie nicht auf etwaige Angebote und Angebotspreise, so entstehen ihnen die geringsten Mehrkosten bei den untersuchten Produkten bei Penny mit 20,66 % sowie bei Lidl mit 24,72 %.
- Dem klassischen Preisvergleich zufolge – hierbei wurden Angebotsaktionen außer Acht gelassen – können KonsumentInnen durchschnittlich bei den erhobenen Produkten bei Lidl 11,24 % und bei Penny 14,25 % sparen.
- Schwierig wird es für KonsumentInnen, wenn mehrere Anbieter Angebotsaktionen gleichzeitig ausloben. Hierbei wurde eine Preisdifferenz zwischen den betrachteten Produkten zwischen Preisgleichheit und 25,32 % festgestellt.

Zusammenfassend kann aus KonsumentInnenperspektive die Frage dieser Arbeit „Ist ein Angebot ein Angebot?“ einerseits mit „Ja“ beantwortet werden, weil der Preis je Einheit bei den Angeboten wesentlich günstiger ist als ohne Angebot. Andererseits ist ein „Nein“ hinsichtlich der Gesamtausgaben festzuhalten, weil durch die, mit einer Ausnahme, vorgeschriebenen Mindestabnahmemengen wesentliche Mehrausgaben für die KonsumentInnen entstehen. Diese Entscheidung zwischen Preis und Menge zu treffen verbleibt bei den KonsumentInnen.

Während der Untersuchung wurde auch festgestellt, dass die Grundpreisauszeichnung in den Prospekten jedenfalls verbesserbar ist. Einerseits wird zwischen den Maßeinheiten, Liter, Kilogramm, Stück auch im selben Prospekt gewechselt, wo eine einheitliche Maßeinheit möglich ist, und andererseits ist es nahezu notwendig, eine Lupe zur Hand zu nehmen, um die Grundpreisauszeichnung lesen zu können. Hier würden im Prospekt eine verbesserte Anordnung des Grundpreises und ein stärkeres Hervorheben des Grundpreises den Preisvorteil von Angeboten für die KonsumentInnen leicht und klar erkennen lassen.

## Anhang:

### 1. Angebote und Angebotspreise von Spar sowie die Verkaufspreise der Mitbewerber

Angebote und Angebotspreise von Spar										Billa			
Produkt	Füllmenge in g/kg/ml/l/Stk.	Menge	Preis	Preis pro kg/Liter	Menge	Aktionspreis	Aktionspreis in kg/Liter	Differenz Preis zu Aktionspreis in %	Angebotszeitraum	Preis	Preis pro kg/Liter	Differenz Preis zu Aktionspreis in %	Preisvergleich ohne Angebote
Rauch Eistee	1,5	1 Fl.	1,49	0,99	ab 2 Fl. je	0,99	0,66	-33,56	26.2.-11.3.09	1,49	0,99	50,51	0,00
Iglo Fischstäbchen	450	1 Pkg.	3,49	7,76	ab 3 Pkg. je	2,32	5,16	-33,52	5.3.-11.3.09	3,49	7,76	50,43	0,00
Milka Schokolade	300	1 Pkg	2,69	8,97	1 Stk.	1,99	6,63	-26,02	26.2.-11.3.09	2,69	8,97	35,18	0,00
Iglo Cremespinat	450	1 Pkg.	1,59	3,53	ab 4 Pkg. je	0,79	1,76	-50,31	12.3.-18.3.09	1,59	3,53	101,27	0,00
Iglo Germknödel	300	1 Pkg.	2,99	9,97	ab 2 Pkg. je	1,99	6,63	-33,44	26.2.-11.3.09	2,99	9,97	50,25	0,00
Maresi Alpenmilch Original	500	1 Fl.	1,55	3,10	ab 2 Fl. je	1,19	2,38	-23,23	30.4.-13.5.09	1,55	3,10	30,25	0,00
Nöm Fasten Fruchtojoghurt	180	1 Stk.	0,65	3,61	ab 2 Stk. je	0,39	2,17	-40,00	30.4.-13.5.09	0,65	3,61	66,67	0,00
Knorr Goldaugen Rindsuppe	130	1 Pkg.	1,79	13,77	ab 2 Pkg. je	1,29	9,92	-27,93	26.2.-11.3.09	1,79	13,77	38,76	0,00
Colgate Zahncreme-Total	75	1 Stk.	2,29	30,53	ab 2 Stk. je	1,39	18,53	-39,30	19.3.-1.4.09	2,29	30,53	64,75	0,00
Mittelwert								-34,15				54,69	0,00

Penny						Zielpunkt									
Produkt	Füllmenge in g/kg/ml/l/Stk.	Preis	Preis pro kg/Liter	Differenz/Preis zu Aktionspreis in %	Preisvergleich ohne Angebote	Füllmenge in g/kg/ml/l/Stk.	Preis	Preis pro kg/Liter	Differenz/Preis zu Aktionspreis in %	Preisvergleich ohne Angebote	Menge	Aktionspreis	Aktionspreis in kg/Liter	Preis-differenz der Aktionen in %	Angebotszeitraum
Rauch Eistee	1,5					1,5	1,49	0,99	50,51	0,00					
Iglo Fischstäbchen	450	3,39	7,53	46,12	-2,87	450	3,49	7,76	50,43	0,00					
Milka Schokolade	300	2,29	7,63	15,08	-14,87	300	2,69	8,97	35,18	0,00					
Iglo Cremespinat	450	1,49	3,31	88,61	-6,29	450	1,59	3,53	101,27	0,00					
Iglo Germknödel	300					300	2,99	9,97	50,25	0,00					
Maresi Alpenmilch Original	500	1,19	2,38	0,00	-23,23	500	1,55	3,10	30,25	0,00					
Nöm Fasten Fruchtojoghurt	180	0,59	3,28	51,28	-9,23	180	0,65	3,61	66,67	0,00					
Knorr Goldaugen Rindsuppe	130					130	1,59	12,23	23,26	-11,17					
Colgate Zahncreme-Total	75					75	2,29	30,53	64,75	0,00	ab 2 Stk. je	1,49	19,87	7,19	19.3.-25.3.09
Mittelwert				25,64	-16,23				52,51	-1,24				7,19	

Lidl						Merkur										
Produkt	Füllmenge in g/kg/ml/l/Stk.	Preis	Preis pro kg/Liter	Differenz/Preis zu Aktionspreis in %	Preisvergleich ohne Angebote	Menge	Preis	Preis pro kg/Liter	Differenz/Preis zu Aktionspreis in %	Preisvergleich ohne Angebote	Menge	Aktionspreis	Aktionspreis in kg/Liter	Preis-differenz der Aktionen in %	Angebotszeitraum	Erhebungs-tag
Rauch Eistee	nicht im Sortiment					1 Fl.	1,49	0,99	50,51	0,00						04.03.2009
Iglo Fischstäbchen	nicht im Sortiment					1 Pkg.	3,49	7,76	50,43	0,00						05.03.2009
Milka Schokolade	300	2,29	7,63	15,08	-14,87	1 Stk.	2,49	8,30	25,13	-7,43						04.03.2009
Iglo Cremespinat	450	1,49	3,31	88,61	-6,29	1 Pkg.	1,59	3,53	101,27	0,00	ab 2 Pkg. je	0,99	2,20	25,32	2.3.-15.3.09	12.03.2009
Iglo Germknödel	300	2,99	9,97	50,25	0,00	1 Pkg.	2,99	9,97	50,25	0,00						03.03.2009
Maresi Alpenmilch Original	nicht im Sortiment					1 Fl.	1,49	2,98	25,21	-3,87						04.05.2009
Nöm Fasten Fruchtojoghurt	nicht im Sortiment					1 Stk.	0,65	3,61	66,67	0,00						04.05.2009
Knorr Goldaugen Rindsuppe	130	1,49		15,50	-16,76	1 Pkg.	1,79	13,77	38,76	0,00						03.03.2009
Colgate Zahncreme-Total	75					1 Stk.	2,29	30,53	64,75	0,00						23.03.2009
Mittelwert				42,36	-9,48				52,81	-1,26						

## 2. Angebote und Angebotspreise von Billa sowie die Verkaufspreise der Mitbewerber

Produkt	Angebotsführer Billa									Spar			
	Füllmenge in g/kg/ml/l/Stk	Menge	Preis	Preis pro kg/Liter / Stk.	Menge	Aktionspreis	Aktionspreis in kg/Liter/ Stk	Differenz/ Preis zu Aktionspreis in %	Angebotszeitraum	Preis	Preis pro kg/Liter/ Stk.	Differenz/ Preis zu Aktionspreis in %	Preisvergleich ohne Angebote
Cola, Fanta, Sprite	1,5	1 Fl.	1,49	0,99	ab 4 Fl. je	0,99	0,66	-33,56	4.3.-11.3.09	1,49	0,99	50,51	0,00
Pfanner Apfelsaft	1	1 Pkg.	1,35	1,35	ab 2 Pkg. je	0,69	0,69	-48,89	13.5.-20.5.09				
Iglo Röstgemüse alle Sorten	500	1 Pkg	2,99	5,98	ab 3 Pkg. je	1,79	3,58	-40,13	11.3-18.3.09	2,99	5,98	67,04	0,00
Fa Duschgel	75	1 Stk	2,29	30,53	ab 2 Stk.	1,39	18,53	-39,30	1.1.-23.3.09	1,89	25,2	35,97	-17,47
Somat 7- Geschirrspültabs	56	1 Pkg.	13,99	0,25	ab 3 Pkg. je	7,49	0,13	-46,46	4.3.-11.3.09	12,99	0,23	73,43	-7,15
Vanish Oxi Aktion rosa Dose	500	1 Stk.	7,49	14,98	ab 2 Stk.	5,99	11,98	-20,03	22.4.-6.5.09	7,49	14,98	25,04	0,00
Quanto Weichspüler	2	1 Fl.	3,99	1,995	ab 2 Fl.	2,49	1,25	-37,59	22.4.-6.5.10	3,99	1,995	60,24	0,00
Mittelwert								-37,99				52,04	-4,10

Produkt	Penny					Lidl				
	Füllmenge in g/kg/ml/l/Stk.	Preis	Preis pro kg/Liter/ Stk.	Differenz Preis zu Aktionspreis in %	Preisvergleich ohne Angebote	Füllmenge in g/kg/ml/l/Stk.	Preis	Preis pro kg/Liter/ Stk.	Differenz Preis zu Aktionspreis in %	Preisvergleich ohne Angebote
Cola, Fanta, Sprite	2,5	1,19	0,48	-27,88	-52,08	2	1,79	0,895	35,61	-9,90
Pfanner Apfelsaft	nicht im Sortiment					nicht im Sortiment				
Iglo Röstgemüse alle Sorten	nicht im Sortiment					nicht im Sortiment				
Fa Duschgel	nicht im Sortiment					nicht im Sortiment				
Somat 7- Geschirrspültabs	70	12,99	0,19	38,74	-25,72	56	7,99	0,14	6,68	-42,89
Vanish Oxi Action rosa Dose	500	5,45	10,9	-9,02	-27,24	500	5,45	10,9	-9,02	-27,24
Quanto Weichspüler	nicht im Sortiment					nicht im Sortiment				
Mittelwert				0,62	-35,01				11,09	-26,67

Produkt	Merkur					Zielpunkt										
	Füllmenge in g/kg/ml/l/Stk	Preis	Preis pro kg/Liter / Stk.	Differenz Preis zu Aktionspreis in %	Preisvergleich ohne Angebote	Menge	Preis	Preis pro kg/Liter/ Stk.	Differenz Preis zu Aktionspreis in %	Preisvergleich ohne Angebote	Menge	Aktionspreis	Preis pro kg/Liter/ Stk.	Preis-differenz der Aktionen in %	Angebotszeitraum	Erhebungs-tag
Cola, Fanta, Sprite	2	1,79	0,895	35,61	-9,90	1 Fl.	1,49	0,99	50,51	0,00	ab 4 Fl. je	1,00	0,67	1,01	5.3.-11.3.09	05.03.2009
Pfanner Apfelsaft	1	1,29	1,29	86,96	-4,44	nicht im Sortiment										18.05.2009
Iglo Röstgemüse alle Sorten	500	2,99	5,98	67,04	0,00	1 Pkg.	2,99	5,98	67,04	0,00						17.03.2009
Fa Duschgel	75	2,29	30,53	64,75	0,00	1 Stk.	2,29	30,53	64,75	0,00	1 Stk.	1,49	19,87	7,19	19.3.-25.3.09	23.03.2009
Somat 7- Geschirrspültabs	56	12,99	0,23	73,43	-7,15	1 Pkg.	12,99	0,23	73,43	-7,15						05.03.2009
Vanish Oxi Action rosa Dose	500	7,49	14,98	25,04	0,00	1 Stk.	7,29	14,58	21,70	-2,67						04.05.2009
Quanto Weichspüler	2	3,99	1,995	60,24	0,00	1 Fl.	3,89	1,945	56,22	-2,51						04.05.2009
Mittelwert				59,01	-3,07				55,61	-2,05				4,10		

### 3. Angebote und Angebotspreise von Lidl sowie die Verkaufspreise der Mitbewerber

Angebote und Angebotspreise von Lidl										Spar			
Produkt	Füllmenge in g/kg/ml/l/Stk.	Menge	Preis	Preis pro kg/Liter/Stk.	Menge	Aktionspreis	Aktionspreis in kg/Liter/Stk.	Differenz Preis zu Aktionspreis in %	Angebotszeitraum	Preis	Preis pro kg/Liter/Stk.	Differenz Preis zu Aktionspreis in %	Preisvergleich ohne Angebote
Landliebe Sahnepudding	150	1 Stk.	0,65	4,33	1 Stk.	0,45	3,00	-30,77	12.3.-14.3.09	0,69	4,60	53,33	6,15
Nutella Glas	400	1 Stk.	1,95	4,88	1 Stk.	1,49	3,73	-23,59	12.3.-14.3.09	2,29	5,73	53,69	17,44
Barilla-Nudeln diverse Sorten	500	1 Pkg.	0,99	1,98	1 Pkg.	0,99	1,98	0,00	dauerhaft billig	1,49	2,98	50,51	50,51
Dany & Sahne	200	1 Stk.	0,55	2,75	1 Stk.	0,55	2,75	0,00	dauerhaft billig	0,75	3,75	36,36	36,36
Brisso Frischkäse alle Sorten	150	1 Stk.	1,95	13,00	1 Stk.	1,95	13,00	0,00	dauerhaft billig	1,99	13,27	2,05	2,05
Coca Cola. Pet.	2	1 Fl.	1,79	0,90	1 Fl.	1,35	0,68	-24,58	16.3.-18.3.09	1,89	0,95	40,00	5,59
3 Wetter Taft alle Sorten	250	1 Stk.	1,85	7,40	1 Stk.	1,85	7,40	0,00	dauerhaft billig	2,99	11,96	61,62	61,62
Mittelwert								-11,28				42,51	25,67

Billa						Zielpunkt									
Produkt	Füllmenge in g/kg/ml/l/Stk.	Preis	Preis pro kg/Liter	Differenz Preis zu Aktionspreis in %	Preisvergleich ohne Angebote	Füllmenge in g/kg/ml/l/Stk.	Preis	Preis pro kg/Liter/Stk.	Differenz Preis zu Aktionspreis in %	Preisvergleich ohne Angebote	Menge	Aktionspreis	Aktionspreis in kg/Liter/Stk.	Preis-differenz der Aktionen in %	Angebotszeitraum
Landliebe Sahnepudding	150	0,75	5,00	66,67	15,38	150	0,69	4,60	53,33	6,15					
Nutella Glas	400	2,39	5,98	60,40	22,56	400	2,39	5,98	60,40	22,56	ab 1 Stk.	2,19	5,48	46,98	12.3.-14.3.09
Barilla-Nudeln diverse Sorten	500	1,49	2,98	50,51	50,51	500	1,49	2,98	50,51	50,51	ab 2 Pkg. je	1,00	2,00	1,01	5.3.-11.3.09
Dany & Sahne	200	0,75	3,75	36,36	36,36	200	0,75	3,75	36,36	36,36					
Brisso Frischkäse alle Sorten	150	1,99	13,27	2,05	2,05	150	1,99	13,27	2,05	2,05					
Coca Cola. Pet.	1,5	1,19	0,79	17,53	-11,36	2	1,89	0,95	40,00	5,59					
3 Wetter Taft alle Sorten	250	2,99	11,96	61,62	61,62	250	2,89	11,56	56,22	56,22					
Mittelwert				42,16	25,30				42,70	25,63				23,99	

Mercur						Penny					
Produkt	Füllmenge in g/kg/ml/l/Stk.	Preis	Preis pro kg/Liter/Stk.	Differenz Preis zu Aktionspreis in %	Preisvergleich ohne Angebote	Menge	Preis	Preis pro kg/Liter/Stk.	Differenz Preis zu Aktionspreis in %	Preisvergleich ohne Angebote	Erhebungstag
Landliebe Sahnepudding	150	0,69	4,60	53,33	6,15	4er-Pkg.	1,99	3,98	32,67	-8,15	12.03.2009
Nutella Glas	400	2,39	5,98	60,40	22,56	1 Stk.	3,65	4,87	30,65	-0,17	12.03.2009
Barilla Nudel diverse Sorten	500	1,45	2,90	46,46	46,46	nicht im Sortiment					05.03.2009
Dany & Sahne	200	0,75	3,75	36,36	36,36	nicht im Sortiment					13.05.2009
Brisso Frischkäse alle Sorten	150	1,99	13,27	2,05	2,05	1Stk.	1,95	13,00	0,00	0,00	13.05.2009
Coca Cola. Pet.	2	1,79	0,90	32,59	0,00	1 Fl.	2,19	0,88	29,78	-2,12	17.03.2009
3 Wetter Taft alle Sorten	250	2,89	11,56	56,22	56,22	nicht im Sortiment					13.05.2009
Mittelwert				41,06	24,26				23,27	-2,61	

#### 4. Angebote und Angebotspreise von Merkur sowie die Verkaufspreise der Mitbewerber

Angebote und Angebotspreise von Merkur										Billa			
Produkt	Füllmenge in g/kg/ml/l/Stk.	Menge	Preis	Preis pro kg/Liter	Menge	Aktionspreis	Aktionspreis in kg/Liter	Differenz Preis zu Aktionspreis in %	Angebotszeitraum	Preis	Preis pro kg/Liter/Stk.	Differenz Preis zu Aktionspreis in %	Preisvergleich ohne Angebote
Iglo-zarte Sojabohnen	300	1 Pkg.	2,49	8,30	ab 2 Pkg. je	1,79	5,97	-28,11	2.3.-14.3.09	2,49	8,30	39,11	0,00
Wagner Piccolinis, div. Sorten	270	1 Pkg.	2,99	11,07	ab 3 Pkg. je	1,99	7,37	-33,44	2.3.-14.3.09	2,99	11,07	50,25	0,00
Milka Schokolade	100	1 Pkg.	0,89	8,90	ab 3 Stk. je	0,69	6,90	-22,47	2.3.-14.3.09	0,99	9,90	43,48	11,24
Eduscho Gala	500	1 Pkg.	4,49	8,98	ab 3 Pkg. je	2,99	5,98	-33,41	16.3.-28.3.09	4,49	8,98	50,17	0,00
Wolf Eigold Teignudeln	500	1 Pkg.	1,69	3,38	ab 2 Pkg. je	0,99	1,98	-41,42	16.3.-28.3.09	1,79	3,58	80,81	5,92
Vier Diamant Thunfisch natur od. in Öl	195	1 Dose	1,59	8,15	ab 3 Dosen je	1,19	6,10	-25,16	16.3.-28.3.09	1,69	8,67	42,02	6,29
Head & Shoulders Shampoo	300	1 Fl.	5,49	18,30	1 Fl.	3,99	13,30	-27,32	16.3.-28.3.09	5,49	18,30	37,59	0,00
Mittelwert								-30,19				49,06	3,35

Penny						Lidl									
Produkt	Füllmenge in g/kg/ml/l/Stk.	Preis	Preis pro kg/Liter/Stk.	Differenz/Preis zu Aktionspreis in %	Preisvergleich ohne Angebote	Füllmenge in g/kg/ml/l/Stk.	Preis	Preis pro kg/Liter/Stk.	Differenz/Preis zu Aktionspreis in %	Preisvergleich ohne Angebote	Menge	Aktionspreis	Aktionspreis in kg/Liter/Stk.	Preis-differenz der Aktionen in %	Angebotszeitraum
Iglo-zarte Sojabohnen	nicht im Sortiment					nicht im Sortiment									
Wagner Piccolinis, div. Sorten	nicht im Sortiment					nicht im Sortiment									
Milka Schokolade	100	0,85	8,50	23,19	-4,49	100	0,85	8,50	23,19	-4,49					
Eduscho Gala	nicht im Sortiment					nicht im Sortiment									
Wolf Eigold Teignudeln	500	1,55	3,10	56,57	-8,28	nicht im Sortiment									
Vier Diamant Thunfisch natur od. in Öl	195	1,49	7,64	25,21	-6,29	nicht im Sortiment									
Head & Shoulders Shampoo	nicht im Sortiment					300	5,39	17,97	35,09	-1,82	1 Fl.	3,99	13,30	0,00	16.3.-18.3.09
Mittelwert				34,99	-6,36				29,14	-3,16				0	

Zielpunkt										Spar										
Produkt	Preis	Preis pro kg/Liter	Differenz/Preis zu Aktionspreis in %	Preisvergleich ohne Angebote	Menge	Aktionspreis	Aktionspreis in kg/Liter	Preis-differenz der Aktionen in %	Angebotszeitraum	Menge	Preis	Preis pro kg/Liter	Differenz/Preis zu Aktionspreis in %	Preisvergleich ohne Angebote	Menge	Aktionspreis	Aktionspreis in kg/Liter	Preis-differenz der Aktionen in %	Angebotszeitraum	Erhebungs-tag
Iglo-zarte Sojabohnen	2,49	8,30	39,11	0,00						1 Pkg.	1,99	6,63	11,17	-20,08						02.03.2009
Wagner Piccolinis, div. Sorten	2,99	11,07	50,25	0,00						1 Pkg.	2,99	11,07	50,25	0,00						02.03.2009
Milka Schokolade	0,99	9,90	43,48	11,24						1 Pkg.	0,99	9,90	43,48	11,24						03.03.2009
Eduscho Gala	4,49	8,98	50,17	0,00						1 Pkg.	4,49	8,98	50,17	0,00	3	2,99	5,98	0,00	bis 1.4.2009	17.03.2009
Wolf Eigold Teignudeln	1,69	3,38	70,71	0,00	1 Pkg.	1,19	2,38	20,20	12.3.-18.3.09	1 Pkg.	1,79	3,58	80,81	5,92						17.03.2009
Vier Diamant Thunfisch natur od. in Öl	1,69	8,67	42,02	6,29						1 Dose	1,79	9,18	50,42	12,58						17.03.2009
Head & Shoulders Shampoo	5,39	17,97	35,09	-1,82	1 Fl.	3,99	13,3	0,00	12.3.-18.3.09	1 Fl.	5,79	19,30	45,11	5,46						17.03.2009
Mittelwert			47,26	2,24				10,10					47,34	2,16						

## 5. Angebote und Angebotspreise von Penny sowie die Verkaufspreise der Mitbewerber

Angebote und Angebotspreise von Penny										Billa			
Produkt	Füllmenge in g/kg/ml/l/Stk.	Menge	Preis	Preis pro kg/Liter	Menge	Aktionspreis	Aktionspreis in kg/Liter	Differenz Preis zu Aktionspreis in %	Angebotszeitraum	Preis	Preis pro kg/Liter	Differenz Preis zu Aktionspreis in %	Preisvergleich ohne Angebote
Rama Original	500	1 Pkg.	1,65	3,30	ab 2 Pkg. je	1,19	2,38	-27,88	5.3.-11.3.09	1,69	3,38	42,02	2,42
Knorr Basisprodukte		1 Pkg.	0,95	0,95	ab 4 Pkg. je	0,67	0,67	-29,47	12.3-18.3.09	1,19	1,19	77,61	25,26
Iglo Polar Dorsch	400	1 Pkg.	4,79	11,98	ab 2 Pkg. je	2,79	6,98	-41,75	12.3-18.3.09	4,99	12,48	78,85	4,18
Thea Margarine Würfel	250	1 Pkg.	0,75	3,00	ab 2 Pkg. je	0,59	2,36	-21,33	12.3-18.3.09	nicht im Sortiment			
Milka Herzen Nuss Nougat	125	1 Pkg.	1,99	15,92	ab 2 Pkg. je	1,79	14,32	-10,05	19.3.-25.3.09	2,49	19,92	39,11	25,13
Rauch Bravo Multivitamin	2	1 Pkg.	1,89	0,945	ab 2 Pkg. je	1,39	0,70	-26,46	5.3.-11.3.09	1,99	0,995	43,17	5,29
Mautner Markhof Hesperiden Essig	1	1 Fl.	1,79	1,79	ab 2 Pkg. je	1,39	1,39	-22,35	19.3.-25.3.09 solange d. Vorrat reicht	1,99	1,99	43,17	11,17
Dove Duschcreme	250	1 Stk.	1,89	7,56	Sonderposten	1,89	7,56	0,00		2,89	11,56	52,91	52,91
Mittelwert								-22,41				53,83	18,05

Zielpunkt						Mercur				
Produkt	Füllmenge in g/kg/ml/l/Stk.	Preis	Preis pro kg/Liter	Differenz Preis zu Aktionspreis in %	Preisvergleich ohne Angebote	Füllmenge in g/kg/ml/l/Stk.	Preis	Preis pro kg/Liter	Differenz Preis zu Aktionspreis in %	Preisvergleich ohne Angebote
Rama Original	500	1,69	3,38	42,02	2,42	500	1,69	3,38	42,02	2,42
Knorr Basisprodukte		1,19	1,19	77,61	25,26		1,09	1,09	62,69	14,74
Iglo Polar Dorsch	400	4,99	12,48	78,85	4,18	400	4,99	12,48	78,85	4,18
Thea Margarine Würfel	250	0,85	3,4	44,07	13,33	250	0,85	3,40	44,07	13,33
Milka Herzen Nuss Nougat	125	2,49	19,92	39,11	25,13	125	1,99	15,92	11,17	0,00
Rauch Bravo Multivitamin	nicht im Sortiment					2	1,89	0,945	35,97	0,00
Mautner Markhof Hesperiden Essig	1	1,99	1,99	43,17	11,17	1	1,89	1,89	35,97	5,59
Dove Duschcreme	250	2,89	11,56	52,91	52,91	250	2,89	11,56	52,91	52,91
Mittelwert				53,96	19,20				45,46	11,65

Lidl						Spar										
Produkt	Füllmenge in g/kg/ml/l/Stk.	Preis	Preis pro kg/Liter	Differenz Preis zu Aktionspreis in %	Preisvergleich ohne Angebote	Menge	Preis	Preis pro kg/Liter	Differenz Preis zu Aktionspreis in %	Preisvergleich ohne Angebote	Menge	Aktionspreis	Aktionspreis in kg/Liter	Preis-differenz der Aktionen in %	Angebotszeitraum	Erhebungstag
Rama Original	500	1,65	3,30	38,66	0,00	1 Pkg.	1,69	3,38	42,02	2,42						05.03.2009
Knorr Basisprodukte						1 Pkg.	1,19	1,19	77,61	25,26	ab 3 Pkg. je	0,79	0,79	17,91	5.3.-11.3.09	10.03.2009
Iglo Polar Dorsch	400	4,79	11,98	71,68	0,00	1 Pkg.	4,49	11,23	60,93	-6,26						12.03.2009
Thea Margarine Würfel	250	0,75	3,00	27,12	0,00	1 Pkg.	0,85	3,40	44,07	13,33						12.03.2009
Milka Herzen Nuss Nougat	125	1,99	15,92	11,17	0,00	1 Pkg.	2,19	17,52	22,35	10,05						17.03.2009
Rauch Bravo Multivitamin	nicht im Sortiment					1 Pkg.	1,99	0,995	43,17	5,29						10.03.2009
Mautner Markhof Hesperiden Essig	nicht im Sortiment					1 Fl.	1,99	1,99	43,17	11,17						17.03.2009
Dove Duschcreme	250	1,99	7,96	5,29	5,29	1 Stk.	2,99	11,96	58,20	58,20						13.05.2009
Mittelwert				30,78	1,06				48,94	14,93				17,91		

## 6. Angebote und Angebotspreise von Zielpunkt sowie die Verkaufspreise der Mitbewerber

Angebote und Angebotspreise von Zielpunkt										Billa			
Produkt	Füllmenge in g/kg/ml/l/Stk.	Menge	Preis	Preis pro kg/Liter	Menge	Aktionspreis	Aktionspreis in kg/Liter	Differenz Preis zu Aktionspreis in %	Angebotszeitraum	Preis	Preis pro kg/Liter	Differenz Preis zu Aktionspreis in %	Preisvergleich ohne Angebote
Barilla-Nudeln diverse Sorten	500	1 Pkg.	1,49	2,98	ab 2 Pkg. je	1,00	2,00	-32,89	5.3.-11.3.09	1,49	2,98	49,00	0,00
Wiener Feinkristallzucker	1	1 Pkg.	1,09	1,09	ab 2 Pkg. je	0,87	0,87	-20,18	19.3.-25.3.09	1,09	1,09	25,29	0,00
Schwechater Bier	0,5	1 Dose	0,69	1,38	ab 6 Dosen je	0,49	0,98	-28,99	14.5.-20.5.09	0,65	1,30	32,65	-5,80
Pago Marille	0,75	1 Fl.	2,09	2,79	ab 2 Fl. je	1,49	1,99	-28,71	14.5.-20.5.09	2,09	2,79	40,27	0,00
Römerquelle Emotion, alle Sorten	1	1 Fl.	0,99	0,99	ab 2 Fl. je	0,79	0,79	-20,20	14.5.-20.5.09	1,19	1,19	50,63	20,20
Palmolive Duschgel	250	1 Stk.	1,99	7,96	1 Fl.	1,00	4,00	-49,75	5.3.-11.3.09	1,99	7,96	99,00	0,00
Charmin WC-Papier	9	1 Pkg.	3,99	0,44	ab 2 Pkg. je	2,49	0,28	-37,59	12.3.-18.3.09	4,29	0,48	72,29	7,52
Mittelwert								-31,19				52,73	3,13

Penny										Spar				
Produkt	Füllmenge in g/kg/ml/l/Stk.	Preis	Preis pro kg/Liter	Differenz Preis zu Aktionspreis in %	Preisvergleich ohne Angebote	Menge	Aktionspreis	Aktionspreis in kg/Liter	Preis-differenz der Aktionen in %	Füllmenge in g/kg/ml/l/Stk.	Preis	Preis pro kg/Liter	Differenz Preis zu Aktionspreis in %	Preisvergleich ohne Angebote
Barilla-Nudeln diverse Sorten	500									500	1,49	2,98	49,00	0,00
Wiener Feinkristallzucker	1	0,97	0,97	11,49	-11,01					1	1,09	1,09	25,29	0,00
Schwechater Bier	0,5	0,65	1,30	32,65	-5,80					0,5	0,70	1,40	42,86	1,45
Pago Marille	0,75	2,09	2,79	40,27	0,00	ab 2 Fl. je	1,55	2,07	4,03	0,75	2,09	2,79	40,27	0,00
Emotion, alle Sorten	1	0,95	0,95	20,25	-4,04					1	0,99	0,99	25,32	0,00
Palmolive Duschgel	nicht im Sortiment									250	1,99	7,96	99,00	0,00
Charmin WC-Papier	16	3,95	0,25	-10,77	-44,31					9	3,99	0,44	60,24	0,00
Mittelwert				18,78	-13,03								48,85	0,21

Lidl						Mercur										
Produkt	Füllmenge in g/kg/ml/l/Stk.	Preis	Preis pro kg/Liter	Differenz Preis zu Aktionspreis in %	Preisvergleich ohne Angebote	Menge	Preis	Preis pro kg/Liter	Differenz Preis zu Aktionspreis in %	Preisvergleich ohne Angebote	Menge	Aktionspreis	Aktionspreis in kg/Liter	Preis-differenz der Aktionen in %	Angebotszeitraum	Erhebungstag
Barilla-Nudeln diverse Sorten	500	0,99	1,98	-1,00	-33,56	1 Pkg.	1,45	2,90	45,00	-2,68						05.03.2009
Wiener Feinkristallzucker	1	0,97	0,97	11,49	-11,01	1 Pkg.	0,99	0,99	13,79	-9,17						23.03.2009
Schwechater Bier	nicht im Sortiment					1 Dose	0,69	1,38	40,82	0,00	ab 24 Dosen ab 2 Fl. je	0,49	0,98	0,00	4.5.-24.5.09	18.05.2009
Pago Marille	nicht im Sortiment					1 Fl.	2,09	2,79	40,27	0,00		1,59	2,12	6,71	4.5.-24.5.09	18.05.2009
Emotion, alle Sorten	1	0,95	0,95	20,25	-4,04	1 Fl.	1,19	1,19	50,63	20,20						13.05.2009
Palmolive Duschgel	nicht im Sortiment					1 Fl.	1,89	7,56	89,00	-5,03	ab 3 Fl.	1,09	4,36	9,00	2.3.-14.3.09	05.03.2009
Carmin WC-Papier	nicht im Sortiment					1 Pkg.	3,99	0,44	60,24	0,00						17.03.2009
Mittelwert				10,25	-16,20				48,54	0,47				5,24		

**Kammer für Arbeiter und  
Angestellte für Steiermark**  
**Hans-Resel-Gasse 8-14, 8020 Graz**

☎ 05 7799-0  
Fax: 05 7799-2387



<b>Auskünfte arbeits- und sozialrechtliche Fragen</b> .....	☎ 05 7799-0 .....	Fax: 05 7799-2403
<b>Auskünfte Wirtschaftspolitik und Statistik</b> .....	☎ 05 7799-2501 .....	Fax: 05 7799-2528
<b>Auskünfte zu Konsumentenschutzfragen</b> .....	☎ 05 7799-2555 .....	Fax: 05 7799-2521
<b>Auskünfte in Bildungsangelegenheiten</b> .....	☎ 05 7799-2351 .....	Fax: 05 7799-2353
<b>Auskünfte in Betriebsratsangelegenheiten und in ArbeitnehmerInnenschutzfragen</b> .....	☎ 05 7799-2448 .....	Fax: 05 7799-2499
<b>AK-Jugend</b> .....	☎ 05 7799-2497 .....	Fax: 05 7799-2420
<b>AK-Saalverwaltung</b> .....	☎ 05 7799-2267 .....	Fax: 05 7799-2256
<b>AK-Broschürenzentrum</b> .....	☎ 05 7799-2296 .....	Fax: 05 7799-2223
<b>Präsidialbüro/Presse</b> .....	☎ 05 7799-2205 .....	Fax: 05 7799-2232
<b>Marketing und Kommunikation</b> .....	☎ 05 7799-2234 .....	Fax: 05 7799-2223

## **AUSSENSTELLEN**

<b>8600 Bruck/Mur</b> , Schillerstraße 22.....	☎ 05 7799-3100 .....	Fax: 05 7799-3109
<b>8530 Deutschlandsberg</b> , Rathausgasse 3.....	☎ 05 7799-3200 .....	Fax: 05 7799-3209
<b>8330 Feldbach</b> , Ringstraße 5.....	☎ 05 7799-3300 .....	Fax: 05 7799-3309
<b>8280 Fürstenfeld</b> , Hauptplatz 12.....	☎ 05 7799-3400 .....	Fax: 05 7799-3409
<b>8230 Hartberg</b> , Ressavarstraße 16.....	☎ 05 7799-3500 .....	Fax: 05 7799-3509
<b>8750 Judenburg</b> , Kaserngasse 22.....	☎ 05 7799-3600 .....	Fax: 05 7799-3609
<b>8720 Knittelfeld</b> , Hans-Resel-Gasse 2.....	☎ 05 7799-3700 .....	Fax: 05 7799-3709
<b>8430 Leibnitz</b> , Karl-Morré-Straße 6.....	☎ 05 7799-3800 .....	Fax: 05 7799-3809
<b>8701 Leoben</b> , Buchmüllerplatz 2.....	☎ 05 7799-3900 .....	Fax: 05 7799-3909
<b>8940 Liezen</b> , Ausseer Straße 42.....	☎ 05 7799-4000 .....	Fax: 05 7799-4009
<b>8850 Murau</b> , Bundesstraße 7.....	☎ 05 7799-4100 .....	Fax: 05 7799-4109
<b>8680 Mürzzuschlag</b> , Bleckmannngasse 8.....	☎ 05 7799-4200 .....	Fax: 05 7799-4209
<b>8570 Voitsberg</b> , Schillerstraße 4.....	☎ 05 7799-4300 .....	Fax: 05 7799-4309
<b>8160 Weiz</b> , Birkfelder Straße 22.....	☎ 05 7799-4400 .....	Fax: 05 7799-4409

## **AK-VOLKSHOCHSCHULE**

Hans-Resel-Gasse 6, 8020 Graz..... ☎ 05 7799-5000..... Fax: 05 7799-5009

## **OTTO-MÖBES-AKADEMIE**

Stiftingtalstraße 240, 8010 Graz..... ☎ 05 7799-6000..... Fax: 05 7799-6009

## **SIE KÖNNEN SICH AUCH AN IHRE GEWERKSCHAFT WENDEN!**

Stand: Juni 2009, Medieninhaber und Herausgeber: Kammer für Arbeiter und Angestellte für Steiermark, 8020 Graz,  
Hans-Resel-Gasse 8-14, Layout und Produktion: H. Walenta, A. Weissensteiner