

Nielsen-Studie: Deutsche sparen beim Essen

Agrar News
29.08.2013

Konsumenten beschränken sich beim Kauf frischer Produkte auf das Wesentliche

Deutsche Konsumenten greifen beim Essen deutlich häufiger als im Vorjahr zu Sonderangeboten und reduzierter Ware. Vor allem bei frischen Produkten wie Fleisch, Fisch, Obst und Gemüse wird gespart. Außerdem kaufen sie immer häufiger die günstigeren Eigenmarken der Handelsketten. Hintergrund: 82 Prozent der Konsumenten meinen, dass Lebensmittel deutlich teurer geworden seien. Zu diesen Ergebnissen kommt die aktuelle Studie "ShopperTrends 2013" von Nielsen, einem Anbieter von Informationen zum Medien- und Konsumverhalten von Verbrauchern. In mehr als 50 Ländern wurde analysiert, wie sich Käufer verhalten und wie sich dies im Zeitverlauf ändert.

Angebote und Coupons werden verstärkt genutzt

Insbesondere bei frischem Obst und Gemüse gaben 20 Prozent, bei Frischfleisch 21 Prozent und bei frischem Fisch sogar 26 Prozent der deutschen Befragten an, als Antwort auf die steigenden Lebensmittelpreise kürzer zu treten als noch im vergangenen Jahr. Fast jeder dritte Konsument legt bei Bier, Wein und Spirituosen nur noch das Nötigste in den Einkaufswagen. Ebenfalls jeder dritte Deutsche sucht nach preisreduzierten Waren und nutzt Coupons.

Immer mehr Deutsche bescheinigen Eigenmarken ein Qualitätsimage

Von der Sparsamkeit der Verbraucher profitieren vor allem Eigenmarken des Handels. Etwa zwei Fünftel des Umsatzes im deutschen Lebensmitteleinzelhandel entfallen auf diese Produkte. Vor allem in der Gunst der deutschen Konsumenten haben sie erheblich zulegen können. Laut Nielsen-Studie kaufen 25 Prozent der Verbraucher mehr Eigenmarken als im Vorjahr. Neben dem Preis ist wichtigstes Kriterium für den Griff zur günstigen Eigenmarke die Qualität. 61 Prozent der Befragten – und damit fast zehn Prozent mehr als im Vorjahr – geben an, dass die Qualität der Handelsmarken vergleichbar mit der von Markenprodukten sei.

Preiswerte Produkte und guter Service wichtig

Die Produkte sollen preiswert sein – aber der Supermarkt darf deswegen noch lange nicht schäbig aussehen. Es punkten vor allem Märkte mit einer angenehmen Einkaufsatmosphäre und Serviceorientiertem Personal. Tendenziell kaufen Kunden lieber in größeren Geschäften ein, die eine umfangreiche Produktauswahl vorhalten, so dass sie mit dem Besuch eines Ladens ihre komplette Einkaufsliste abarbeiten können.