

Butter, Milch und Mehl im Fokus der Teuerungsdebatte

Eine umfangreiche Analyse von META Communication International zeigt, dass Lebensmittel, insbesondere Butter, Milch und Mehl, im Zentrum der öffentlichen Aufmerksamkeit stehen, wenn es um die Teuerung geht. Onlinemedien und soziale Netzwerke spielen eine wesentliche Rolle bei der Diskussion von Preiserhöhungen. AK-Preismonitore und User-Diskussionen in Foren und sozialen Medien beeinflussen die Wahrnehmung der Hersteller und Händler.

Präsenz-Ranking Lebensmittel & Teuerung

TOP 15 Onlinemedien		TOP 15 Social Media	
1.	Butter		Milch
2.	Milch		Brot
3.	Mehl		Eier
4.	Speiseöl		Butter
5.	Kaffee		Bier
6.	Brot		Zucker
7.	Joghurt		Käse
8.	Zucker		Kaffee
9.	Tomaten		Tomaten
10.	TK-Pizza		Mehl
11.	Nudeln		Speiseöl
12.	Pommes		Nudeln
13.	Eier		Paprika
14.	Bier		Äpfel
15.	Reis		Schokolade

1. Butter
2. Milch
3. Mehl
4. Speiseöl
5. Kaffee
6. Brot
7. Joghurt
8. Zucker
9. Tomaten
10. TK-Pizza
11. Nudeln
12. Pommes
13. Eier
14. Bier
15. Reis

- Milch
- Brot
- Eier
- Butter
- Bier
- Zucker
- Käse
- Kaffee
- Tomaten
- Mehl
- Speiseöl
- Nudeln
- Paprika
- Äpfel
- Schokolade



Auf dem Bild ist ein Ranking, aufgeteilt in zwei Spalten, zu sehen: Die linke Spalte beinhaltet die 15 präsentesten Lebensmittel im Kontext der Teuerung in Onlinemedien und Blogs. Die rechte Spalte zeigt die 15 präsentesten Lebensmittel auf Social Media. (©META Communication International GmbH)

Seit über einem Jahr dominiert das Thema Teuerung die öffentliche Debatte. Der Mikrowarenkorb, der Güter des täglichen Bedarfs beinhaltet, ist im Mai 2023 um 12,3 Prozent teurer als vor einem Jahr. Vor allem Preissteigerungen bei Lebensmitteln führen zu regen Diskussionen in den sozialen Medien und in der politischen Arena.

META-Analyse zeigt Fokus auf Grundnahrungsmittel in der Teuerungsdebatte

Doch nicht alle Lebensmittel stehen gleichermaßen im Fokus der öffentlichen Wahrnehmung. META, der Full-Service Anbieter für Medienbeobachtung und Medienanalyse, wertete dazu über 11.500 Online-Beiträge und 2.500 Postings in sozialen Medien im Zeitraum von Jänner 2022 bis Juni 2023 aus. Das Ergebnis: Preissteigerungen werden allen voran bei Grundnahrungsmitteln thematisiert.

AK-Preismonitore und reichweitenstarke Medien erhöhen die Sichtbarkeit von Butter, Milch und Mehl

Onlinemedien und Blogs nennen Butter, Milch und Mehl am häufigsten im Zusammenhang mit ihren Preisen. Regelmäßige Preisvergleiche der Arbeiterkammer (AK-Preismonitor) werden von reichweitenstarken Medien wiederholt aufgegriffen und sorgen so für eine hohe Sichtbarkeit des Teuerungsthemas. Neben klassischen Grundnahrungsmitteln wie Nudeln und Zucker rücken dadurch auch Tiefkühlpizzen und Pommes Frites in die Top 15 der am meisten genannten Produkte.

Soziale Medien beeinflussen die Wahrnehmung von Herstellern und

Händlern

In den sozialen Medien stehen ebenfalls Grundnahrungsmittel im Zentrum der Aufmerksamkeit. User:innen berichten via Twitter, Instagram und Co. von ihren Erfahrungen beim Einkauf, diskutieren die Preise einzelner Produkte, nehmen Preisvergleiche zwischen Händlern vor und tauschen sich über Aktionen und Rabatte aus. Auch Diskussionsforen wie Reddit und Communities wie babyforum.at tragen wesentlich zur Wahrnehmung von Herstellern und Händlern bei, so META-Projektleiter Klemens Herzog.

Diskrepanz zwischen Medienpräsenz und Social-Media-Relevanz bei bestimmten Lebensmitteln

Am häufigsten thematisieren User:innen die Milchpreise. Butter schafft es, im Gegensatz zur medialen Berichterstattung, nicht in die Top 3. Auch Mehl und Speiseöl rangieren weiter hinten im Präsenz-Ranking. Deutlich häufiger als klassische Medien sprechen User:innen hingegen über die Preise von Brot und Eiern. Eine große Diskrepanz zwischen Medienpräsenz Platz 14 und Social-Media-Relevanz Platz 5 zeigt sich auch beim Thema Bier.

Präsenz-Ranking: Erwähnungen von Lebensmitteln im Kontext der Teuerung

Besuchen Sie uns auf: fleischundco.at