Umfrage: Teuerungen verändern Einkaufsverhalten bei Lebensmitteln

89 % der Österreicher*innen haben aufgrund steigender Preise ihr Einkaufsverhalten verändert. Sie nehmen die Teuerungen am stärksten bei Lebensmitteln wahr, nutzen daher zunehmend Rabattaktionen, vergleichen Angebote und kaufen mehr Discountprodukte.Mehr als die Hälfte glaubt, dass die Teuerungen zu weniger Lebensmittelverschwendung führen.

Wie Teuerungen das Einkaufsverhalten bei Lebensmitteln beeinflussen(©Too Good To Go)

Inflation, Teuerungen, hohe Lebensmittelpreise. Was aktuell für großes Aufsehen sorgt, merken die Menschen in Österreich bereits seit Monaten. Too Good To Go hat gemeinsam mit dem Marktforschungsinstitut Marketagent im April eine repräsentative Umfrage in Österreich durchgeführt, die Erkenntnis lautet: Die Teuerungen verändern das Einkaufsverhalten der Bevölkerung.

Bereits im April gaben 95,4 % der Befragten an, die Teuerungen am stärksten bei Lebensmitteln zu spüren. Danach folgten Strom/Gas/Heizen (83,6 %), Gastronomie (75,8 %) und Wohnen (54,8 %). Einig waren sich die Umfrageteilnehmer*innen auch bei den Produktgruppen: Zwei Drittel gaben an, den Preisanstieg am stärksten bei Obst & Gemüse zu verzeichnen, dicht gefolgt von Brot & Gebäck sowie Milchprodukten. Weniger stark werden die Teuerungen bei Getränken, Snacks & Süßem sowie Fertigprodukten wahrgenommen.

Mehr Rabattaktionen und Discountprodukte

Die Umfrage zeigt ganz klar, dass die Teuerungen zu einem Umdenken führen, denn 89 % der Befragten gaben an, ihr Einkaufsverhalten verändert zu haben. Sie greifen aktuell verstärkt auf Rabattaktionen sowie Angebote/Apps zur Rettung von Lebensmitteln zurück, vergleichen Angebote unterschiedlicher Supermärkte und kaufen mehr Discountprodukte sowie Eigenmarken. Keinen Einfluss haben die Preisanstiege laut Umfrage auf den Kauf von regionalen und Bio-Produkten.

Wie Teuerungen das Einkaufsverhalten bei Lebensmitteln beeinflussen(©Too Good To Go)

Mehr Wertschätzung, weniger Verschwendung

In der Umfrage wurden die Teilnehmer*innen auch zu ihrer persönlichen Wertschätzung von Lebensmitteln befragt. Es zeigt sich, 42,4 % schätzen durch die Teuerung Lebensmittel mehr als zuvor. Und mehr als die Hälfte der Befragten glaubt, dass infolge weniger Lebensmittel verschwendet werden. „Das Bewusstsein für Lebensmittelverschwendung ist in unserer Gesellschaft angekommen. Die Lösung dieses Problems muss jedoch nicht zwingend mit Verzicht verbunden sein", ist Georg Strasser, Country Director von Too Good To Go Österreich, überzeugt.

Er ergänzt: „Inflation und Teuerung betreffen alle Menschen in Österreich. Too Good To Go ist in dieser Krise eine effektive und vor allem unkomplizierte Lösung, Geld zu sparen und gleichzeitig einen nachhaltigen Beitrag für unsere Umwelt zu leisten. Wir verzeichnen seit Inflationsbeginn einen klaren Zuwachs im Nutzungsverhalten unserer App in allen Altersgruppen, denn wir schließen mit unserem Angebot eine Lücke, die viele Menschen in Österreich betrifft. Gleichzeitig liegt unsere Mission weiterhin darin, einen wesentlichen Beitrag gegen die Klimakrise zu leisten. Es ist für uns daher ein Erfolg, beide Krisen angehen zu können."

Too Good To Go, das Social-Impact-Unternehmen, das mit seiner App gegen Lebensmittelverschwendung vorgeht, zählt in Österreich bereits über 1,7 Millionen Nutzer*innen in allen Altersgruppen. Gemeinsam mit über 6.500 Partnerbetrieben konnten so bereits über 7 Millionen Überraschungssackerl vor der Verschwendung gerettet werden.

Über die Umfrage

Too Good To Go führte im April 2023 mit dem Marktforschungsinstitut Marketagent eine repräsentative Umfrage mit rund 500 Befragten (Österreicher*innen im Alter zwischen 18 und 69 Jahren) zum Thema „Teuerungen und Einkaufsverhalten" in Österreich durch.

Besuchen Sie uns auf: fleischundco.at