Artikel vom 10.04.2021 · Ausgedruckt am 12.11.2026, 16:10 Uhr

Online: https://lz-rheinland-staging.p-k3txh2.project.space/nachricht/eine-frage-des-preises

Eine Frage des Preises



Foto: landpixel

Geld sparen beim Lebensmitteleinkauf wird in diesem Jahr wieder an Bedeutung gewinnen. Das ist zumindest ein Ergebnis der Studie „Disruption and Uncertainty – State of Grocery Retail 2021“, für die McKinsey & Company und EuroCommerce im Januar 2021 insgesamt 10 000 Konsumenten in zehn Ländern, darunter Deutschland, sowie 48 CEOs des europäischen Lebensmitteleinzelhandels befragt haben. Wie die beiden Organisationen zu den in Deutschland erhobenen Zahlen am Montag vergangener Woche feststellten, haben die Konsumenten hierzulande seit Beginn der Corona-Pandemie im Frühjahr 2020 aufgrund geschlossener Restaurants und Kantinen deutlich mehr Geld für den privaten Lebensmitteleinkauf ausgegeben. Trotz Wirtschaftskrise hätten die Preise dabei keine Rolle gespielt. Weil die Folgen der Corona-Krise inzwischen aber in den Haushaltskassen direkt zu spüren seien, ändere sich nun die Preissensibilität vieler, so die Interpretation der Studienergebnisse durch McKinsey & Company und EuroCommerce. Etwa 59 % der befragten Bundesbürger hätten angegeben, ihren Supermarkt nach dem besten Preis-Leistungs-Verhältnis auszuwählen. Rund drei Viertel der befragten CEOs gingen davon aus, dass die höhere Preissensibilität der Verbraucher einer der entscheidenden Trends der nächsten ein bis zwei Jahre sein werde. Die Studie bestätigt außerdem den Trend zum regionalen Einkauf. Jeder dritte Verbraucher in Deutschland will demnach 2021 auf eine regionale Herkunft der Lebensmittel achten.