



Discounter, Supermarkt oder doch frisch vom Markt? Forsa-Umfrage zum Einkaufsverhalten der Deutschen

Berlin. Die Deutschen lieben ihre Discounter, achten nur auf „Billig“ und stöbern am liebsten in Angebotskatalogen bevor sie zum wöchentlichen Großeinkauf aufbrechen. Ein weltweites Klischee, das laut einer aktuellen forsa-Umfrage in Auftrag des Verbraucher- und Rategeberportal Sparwelt.de nicht für alle Deutschen gleichermaßen stimmt.

Denn 90 Prozent der Deutschen geben an, ihre Lebensmittel- und Getränke in Supermärkten wie Rewe, Edeka, Kaufland und Co. einzukaufen. Danach folgen erst die Discounter (u.a. Aldi, Lidl, Penny), in denen drei Viertel der Deutschen einkauft (76 %). Ein Viertel der Deutschen geht außerdem in den Getränkefachhandel (26 %).

Supermarkt, Bauernhof, Discounter: „Wessis“ kaufen anders als „Ossis“ ein

Auffallend ist, dass 23 Prozent der Deutschen ihre Lebensmittel auch auf (Wochen-)Märkten und 18 Prozent direkt bei Erzeugern, wie Bauernhöfen und Hofläden, einkaufen. Weitere 16 Prozent der Befragten geben an, in Bio-Supermärkten und Reformhäusern ihre Einkäufe tätigen.

Es gibt jedoch signifikante regionale Unterschiede: Befragte, die im Westen Deutschlands leben, kaufen ihre Lebensmittel neben Supermärkten und Discountern zusätzlich auch häufiger an anderen Orten ein. Im Vergleich zu den „Wessis“ gibt nur die Hälfte der Menschen aus dem Osten an, in Bioläden (9 % vs. 18 %) und Getränke-Fachmärkten (14 % vs. 28 %) sowie direkt bei Erzeugern (9 % vs. 20 %) einzukaufen.

Auffallend: Einkommensstarke Deutsche kaufen deutlich häufiger im Getränkefachhandel (37 % vs. 15 %), auf Märkten (24 % vs. 19 %) und direkt bei Erzeugern (25 % vs. 9 %) ein als Befragte mit niedrigerem Einkommen.

Die moderne Möglichkeit, sich die Lebensmittel online bei Lieferdiensten und Supermärkten zu bestellen, nehmen (bisher) lediglich 3 Prozent der Befragten in Anspruch.

Ein Viertel der Deutschen bezahlt wöchentlich zwischen 40 und 60 Euro

91 Prozent der Deutschen gehen mindestens ein- bis zweimal pro Woche einkaufen, gut jeder Zehnte (12 %) sogar (fast) täglich.

Für die wöchentlichen Einkäufe für den Haushalt geben 12 Prozent nicht mehr als 40 Euro aus. Jeder vierte Deutsche bezahlt für Lebensmittel und Getränke zwischen 40 und 60 Euro in der Woche.

Ein Fünftel (19 %) bezahlt das Doppelte, also zwischen 80 und 100 Euro und weitere 18 Prozent geben zwischen 60 und 80 Euro für die Haushalts-Lebensmitteleinkäufe aus. Zwischen 100 und 150 Euro in der Woche bezahlen noch 16 Prozent der Deutschen.

Außerdem zeigt sich aus der Untersuchung, dass je mehr Einkommen im Haushalt zur Verfügung steht, desto häufiger wird einkaufen gegangen.

Frische, Regionalität, Angebote: Die Faktoren sind bei der Lebensmittelwahl entscheidend

Drei Viertel (74 %) der Deutschen achten bei Lebensmitteln auf die Frische und den Geschmack. Für 63 Prozent sind die Regionalität und kurze Lieferwege wichtig. Sechs von zehn Befragten (60 %) achten beim Einkauf auf günstige Preise sowie Angebote.

Menschen mit einem höheren Haushaltsnettoeinkommen (3.500 € und mehr) legen jedoch mehr Wert auf die Bio-Qualität (48 % vs. 27 %) als Menschen mit einem niedrigeren Einkommen (unter 2.000 €). Und auch das Aussehen (50 % vs. 39 %) und die Frische (79 % vs. 69 %) der Produkte sind ihnen wichtiger als schlechter verdienenden Menschen.

Jedem dritten Deutschen im Alter zwischen 18 und 29 Jahren (37 %) und ab 60 Jahren aufwärts (39 %) sind fair gehandelte Produkte wichtig. Bei den Deutschen im Alter zwischen 30 und 49 Jahren ist dies jedoch nur 29 Prozent und bei den 50- bis 59-Jährigen nur 23 Prozent wichtig.

Auffallend ist außerdem, dass innerhalb der 18- bis 29-Jährigen ganze 12 Prozent auf vegane Produkte achten, bei den 30- bis 49-Jährigen sind es jedoch nur 2 Prozent und bei den Menschen ab 50 Jahren aufwärts sogar nur 1 Prozent. Menschen ab 60 Jahren achten jedoch stärker als jüngere Menschen darauf, dass in Lebensmitteln wenig oder keine Konservierungs-, Süßungsmittel, künstliche Aromen oder Geschmacksverstärker enthalten sind (55 % bei 60+, 40 % bei 18-29 J. und 37 % bei 30-59 J.)

Frauen sind umweltfreundliche Verpackungen wichtiger als Männern

Bei Frauen und Männern gibt es Unterschiede hinsichtlich umweltfreundlicher Faktoren: 67 Prozent der befragten Frauen geben an, bei Lebensmitteln auf umweltfreundliche Verpackungen zu achten – jedoch nur rund die Hälfte der befragten Männer (49 %). Außerdem achten laut eigener Aussage fast die Hälfte (47 %) der befragten Frauen darauf, dass bei den Lebensmitteln das Tierwohl beachtet werde, jedoch nur 27 Prozent der Männer. Zudem geben doppelt so viele Frauen wie Männer an, dass ihnen vegetarische Produkte wichtig seien (12 % vs. 6 %).

Über die Umfrage: Forsa hat im Auftrag von Sparwelt.de am 4. und 5. November 2019 eine Umfrage unter 1.003 Befragten ab 18 Jahren durchgeführt. Der Presstext sowie die Infografik sind bei Quellen-Nennung von Sparwelt.de frei verwendbar.

Über Sparwelt.de

Sparwelt.de ist ein redaktionell geführtes Portal für cleveres Einkaufen und Sparen, das Sonderangebote und Rabattgutscheine aller bekannten Onlineshops versammelt. Darüber hinaus stellt die Redaktion Verbrauchern Spartipps und Ratgeberbeiträge zur Verfügung. Betrieben wird das

2008 gegründete Portal von der SPARWELT GmbH – einem Unternehmen der Mediengruppe RTL Deutschland.

Ihr Pressekontakt:

SPARWELT GmbH
Jana Gilfert
Wöhlerstr. 12-13
10115 Berlin Tel.:030/921064268
E-Mail: presse@sparwelt.de