

Inflation verändert die Ernährung

Tiefkühlprodukte liegen im Trend – günstiges Preis-Leistungs-Verhältnis wird wichtiger

Berlin, 15. Juni 2022. Die Preissensibilität beim Lebensmitteleinkauf in Deutschland ist stark gestiegen. Günstige Preise sind für 40% der Verbraucher beim Einkauf signifikant wichtiger geworden, das zeigt eine repräsentative Verbraucherstudie*, die das Marktforschungsinstitut INNOFACT AG im Auftrag des Deutschen Tiefkühlinstituts (dti) durchgeführt hat. Vor dem Hintergrund der enorm steigenden Inflationsrate greifen 42% der Kunden stärker zu Sonderangeboten. 13% greifen öfter zu Handelsmarken und 13% geben an, häufiger Tiefkühlprodukte zu kaufen.

Preis ist der wichtigste Trend

Für 63% der Befragten ist der Preis sehr wichtig oder wichtig beim Einkauf, damit nimmt der Preis die fünfte Position im Ranking der relevanten Ernährungsaspekte ein, direkt nach Frische der Produkte (89%), gesunder Ernährung (74%), natürlichen Zutaten (74%) und Tierwohl (64%). Während alle diese Ernährungstrends im Vergleich zur letzten Befragungswelle im September 2021 deutlich verloren haben, konnte der Preis als einziges Merkmal in allen Altersgruppen deutlich zulegen. Deutschland zeigt damit einmal mehr seine sehr rationale und sparsame Haltung beim Lebensmitteleinkauf. Die neuen Trends wie „Veggie“ und „Vegan“ blieben stabil und können sich offensichtlich auf treue Fans in einem noch kleinen Segment stützen.

Wer TK kennt, weiß es zu schätzen

Wie die Marktentwicklung seit Jahren belegt, haben Tiefkühlprodukte in Deutschland einen sehr hohen, positiven Stellenwert in der Ernährung. Die beliebtesten TK-Waregruppen sind Gemüse/Kräuter (78%), Fisch (69%), Kartoffelprodukte (66%), Pizza (65%), Snacks (51%) und Brötchen (48%). TK-Lebensmittel haben viele Vorteile, sie eignen sich nach Einschätzung der Befragten besonders gut für die Zubereitung schneller Mahlzeiten (64%), die Bevorratung von Lebensmitteln (60%) und die Vorbeugung von Lebensmittelverschwendung (59%). 52% sind überzeugt, dass TK-Produkte helfen, bezahlbare Mahlzeiten zuzubereiten und eine wirtschaftliche Haushaltsführung (49%) umzusetzen. Ein Aspekt, der für viele Menschen aktuell immer wichtiger wird.

Tiefkühlprodukte bieten gutes Preis-Leistungsverhältnis

Besonders stark hat der Preis für die unter 40-Jährigen beim Einkauf von Lebensmitteln an Bedeutung gewonnen. Hier achten sogar 66% stärker als zuvor auf den Preis, während es in den Altersgruppen darüber 61% sind. Die jüngere Kundengruppe greift in der Inflationsphase auch signifikant häufiger zu Tiefkühlprodukten als ältere Altersgruppen.

*Information zum Studiendesign:
Ende April 2022 wurden 1.029 onlinebasierte Interviews (online Panels) geführt.

Die Pressemeldung mit Begleitgrafik finden Sie hier www.tiefkuehlkost.de.

Weitere Informationen:

Deutsches Tiefkühlinstitut e.V.

Dr. Sabine Eichner

Tel.: +49 (0)30 280 93 62-12

Mail: eichner@tiefkuehlkost.de