

Shopping-Trend- Studie 2023



 Bring! |  PROFITAL

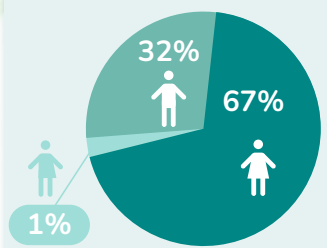
Eine Studie von Bring! & Profital

Zeitraum: 02. - 08. Februar 2023
Methode: Online-Befragung
Stichprobe: 1'532 Nutzer:innen der Bring!- und Profital-App (2 % Userbase-Überschneidung)

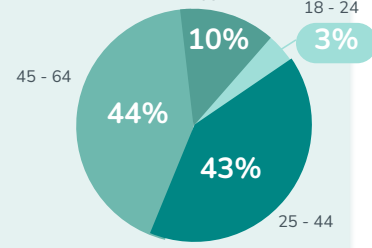


Die Umfrage wurde in der Schweiz durchgeführt.

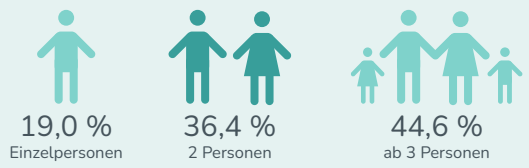
Geschlecht



Alter



Haushalte



Die wichtigsten Insights zusammengefasst

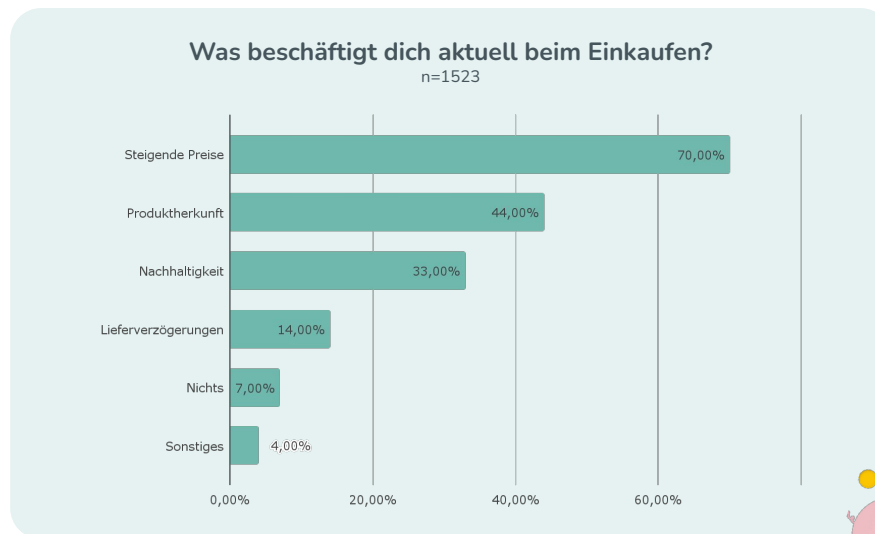
- **Steigende Preise** sind nach wie vor das relevanteste Thema beim Einkaufen für die Konsument:innen.
- 80 % der Schweizer:innen achten vermehrt auf die **Produktpreise**. In der Schweiz ist dies eine **Steigerung um 30 Prozentpunkte!**
- Aufgrund der gegenwärtigen Situation investieren Konsument:innen mehr Zeit in die **Einkaufsplanung (81 %)**. Besonders **Aktionen und Angebote** sind dabei wichtig.
- Bei **Kleidung, Schuhen und Accessoires** wird in der Schweiz am meisten Geld gespart (61 %), im Bereich der Lebensmittelkategorien wird zu 49 % bei **Snacks und Süswaren** gespart.
- Die **Preiserhöhungen** bei Lebensmitteln werden etwas **niedriger wahrgenommen**, als sie tatsächlich sind (1-5 % vs. 5,6 %)
- Die Top Einkaufsvorsätze für 2023 sind: **Geld sparen, Nachhaltigkeit & ein bewusstes Einkaufsverhalten.**



Insights zum Einkaufsverhalten



Steigende Preise machen Konsument:innen Sorgen



Im Vergleich zur deutschsprachigen Schweiz (66 %) sind steigende Preise in der Westschweiz deutlich wichtiger (78 %). Dass Preise schon immer relevant waren (69 %), geht aus einer Profital-Studie aus 2022 hervor.

Gründe:

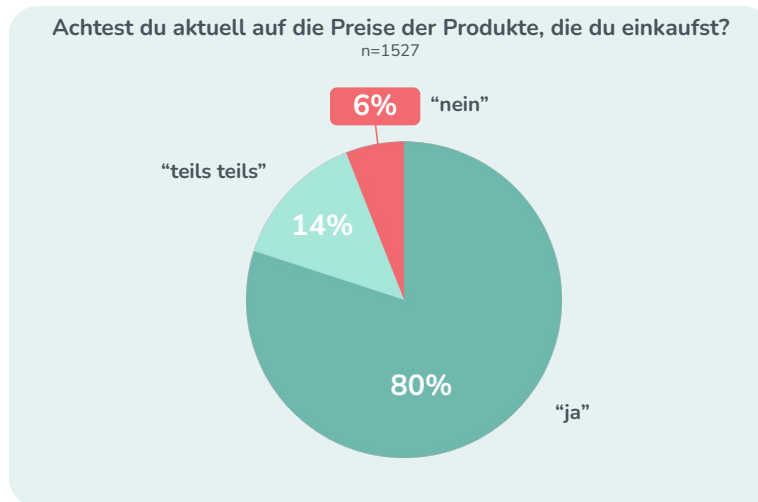
Der Ukraine-Krieg, die Energiekrise und die Inflation lassen die Preise in allen Bereichen bemerkbar steigen.



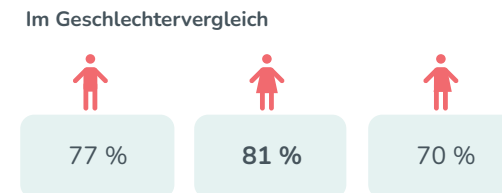
Good to know:

Unter den Antworten unter Punkt "Sonstige" dominieren Antworten, die sich den Bereichen Gesundheit (11 %), Regionalität & Saisonalität (12 %) sowie Zusammensetzung & Qualität (8 %) von Produkten zuordnen lassen. Die Ansteckung mit Corona spielt dagegen gar keine Rolle mehr (0 % vs. 9 % in 2022).

Preise dominieren das aktuelle Einkaufsverhalten



Achtest du aktuell auf die Preise der Produkte, die du einkaufst? Antwort "Ja"



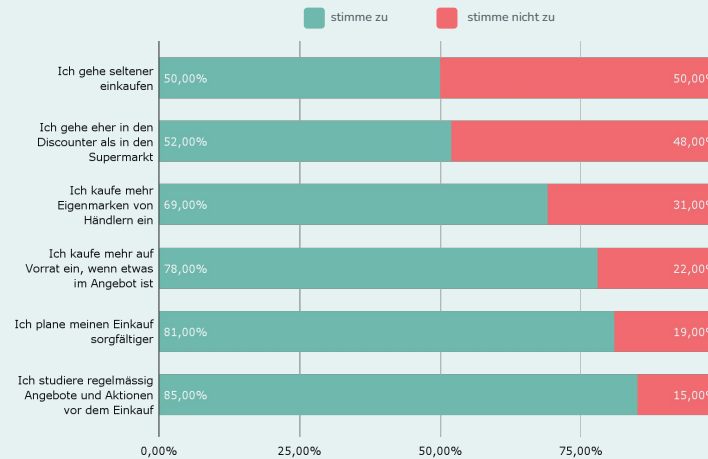
Erkenntnisse:

Schweizer:innen achten auch im Vergleich zu August 2022 aktuell **mehr auf Produktpreise**. Dieser Wert ist um über 30 Prozentpunkte gestiegen! Ca. 81 % der befragten Frauen beschäftigen sich mit Produktpreisen.

Ohne Einkaufsvorbereitung geht es nicht!

Inwiefern stimmst du den folgenden Aussagen bezüglich deines gegenwärtigen Einkaufs- und Konsumverhaltens zu?

n=1529, Mehrfachauswahl möglich



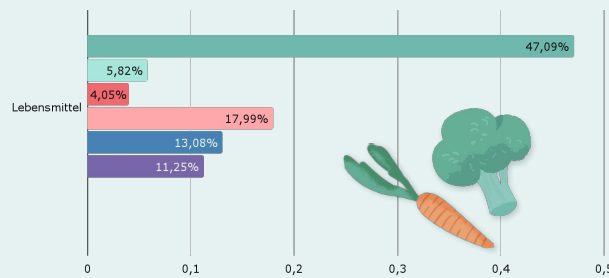
Für die Schweiz ist deutlich zu erkennen, dass **Angebote und Aktionen** besonders wichtig in Bezug auf das gegenwärtige Einkaufsverhalten sind. Über 80% der Befragten geben auch an, dass Sie ihren Einkauf sorgfältiger planen.

Mögliche Gründe:

Die bereits auf den vorherigen Seiten **beschriebene Preissensitivität** ist auch hier erkennbar: Um Geld einzusparen, wird mehr Zeit in die Einkaufsplanung und die Suche nach Angeboten und Aktionen investiert.

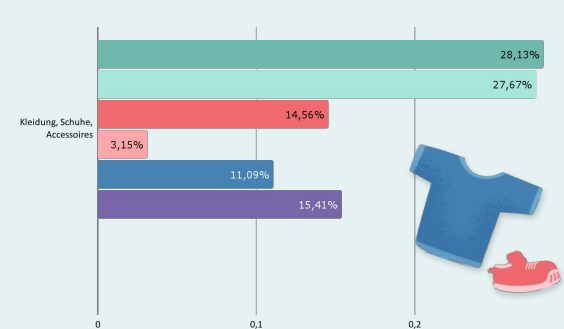
Besonders bei Lebensmitteln werden Angebote studiert

Wie wirkt sich die Inflation (steigende Preise) auf dein Kaufverhalten aus?
n=1531



Mit deutlichem Abstand (47 %) achten Konsument:innen bei Lebensmitteln auf Aktionen und Angebote.

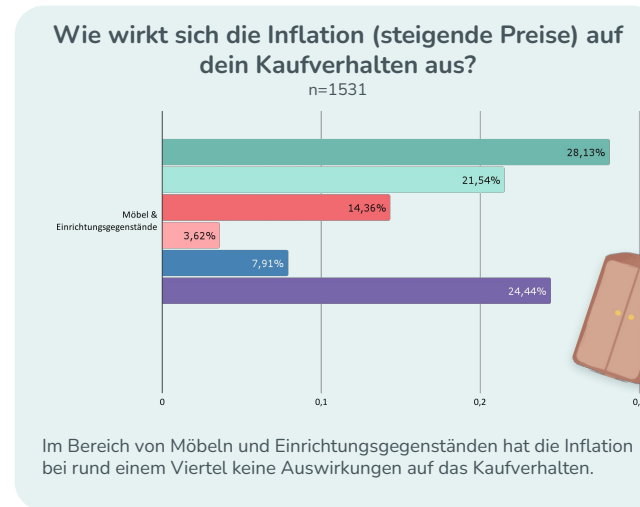
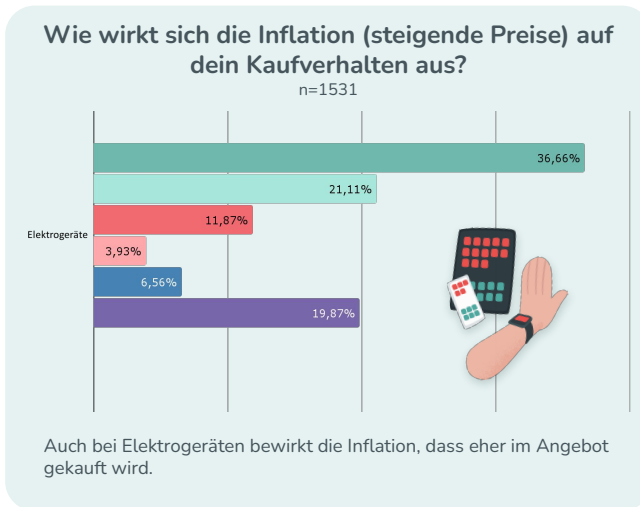
Wie wirkt sich die Inflation (steigende Preise) auf dein Kaufverhalten aus?
n=1531



Kleidung, Schuhe und Accessoires werden entweder in gleichen Teilen im Angebot gekauft oder generell weniger eingekauft.

- Ich studiere intensiv Angebote und Aktionen vor dem Einkauf
- Ich kaufe generell weniger
- Ich gehe seltener einkaufen
- Ich erstelle eine detaillierte Einkaufsliste
- Sonstiges
- Keine Auswirkung

Beim Kauf von Möbeln hat die Inflation bei rund einem Viertel keine Auswirkungen



- Ich studiere intensiv Angebote und Aktionen vor dem Einkauf
- Ich kaufe generell weniger
- Ich gehe seltener einkaufen
- Ich erstelle eine detaillierte Einkaufsliste
- Sonstiges
- Keine Auswirkung

Bei Kleidung und Schuhen wird am meisten gespart

In welchen Bereichen versuchst du aktuell am meisten Geld einzusparen?

n=1531, Mehrfachauswahl möglich



Weitere Ergebnisse: Reisen (39 %), Kosmetik (37 %), Haus- und Gartenartikel (35 %), Lebensmittel (34 %), Sportartikel (31 %), Bücher & Spiele (31 %), Büro- und Bastelbedarf (29 %), Tierbedarf (17 %)

Schweizer:innen versuchen aktuell am meisten im Bereich von **Kleidung, Schuhen & Accessoires** zu sparen (61 %). Mit grösserem Abstand sind dann Möbel (48 %) und Elektrogeräte (47 %) betroffen. Der **Geschlechtervergleich** zeigt Folgendes:



- 1. Kleidung (52 %)
- 2. Elektrogeräte (48 %)
- 3. Möbel (44 %)



- 1. Kleidung (66 %)
- 2. Möbel (49 %)
- 3. Elektrogeräte (46 %)

Frauen versuchen deutlich mehr bei Kleidung und Schuhen zu sparen.

Über 50% sparen bei Snacks & Süßwaren

Bei welchen Lebensmittel-Kategorien sparst du aktuell am meisten?

n=1531, Mehrfachauswahl möglich



49 % Snacks & Süßwaren



46 % Fleisch & Fisch



39 % Fertig- & Tiefkühlprodukte



35 % Getränke



32 % Haushalt

26 % Pflege & Gesundheit

17 % Milch & Käse

17 % Obst & Gemüse

16 % Brot und Gebäck

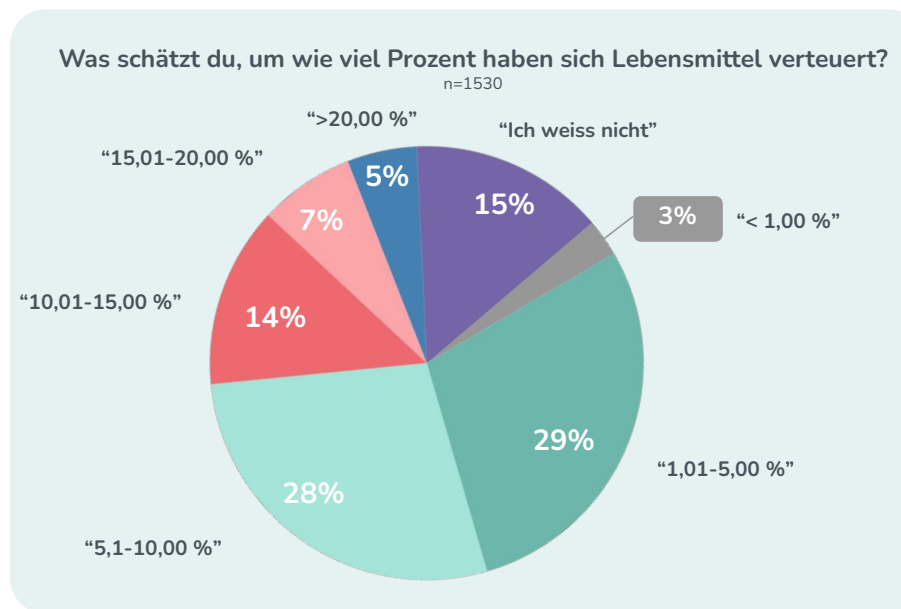
16 % Tierbedarf

13 % Getreideprodukte

12 % Zutaten & Gewürze

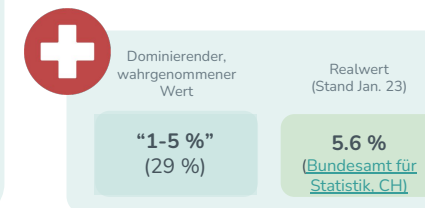
Produkte, die dem **eigenen Wohl** nicht zu Gute kommen, sind auch diejenigen, bei denen am meisten Geld eingespart wird (Snacks & Süßwaren und Fertig- & Tiefkühlprodukte). Ebenso wird vermehrt auf **Fleisch und Fisch** verzichtet (43 %) und auf eine vegetarische oder möglicherweise vegane Ernährung gesetzt.

Über ein Viertel schätzt Teuerung auf 1-5 %



Die **Preiserhöhungen** bei Lebensmitteln werden mehrheitlich zwischen **1-10 %** wahrgenommen (57 %). 14 % denken, dass sich Lebensmittel über 15 % verteuert haben. Die Übersicht unten zeigt den Unterschied zwischen wahrgenommenem Wert und tatsächlicher Verteuerung.

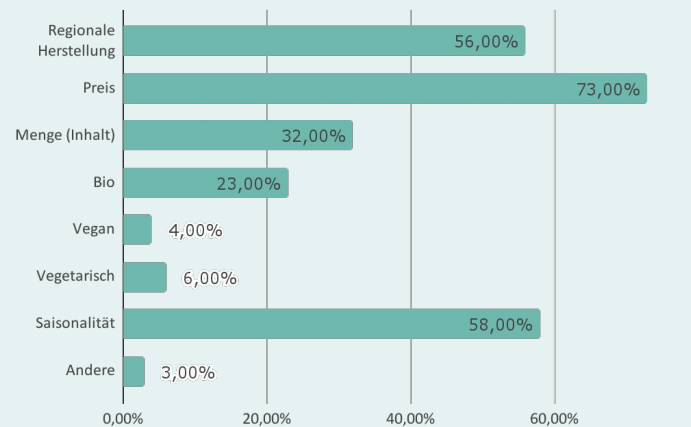
Fazit: Die grösste Gruppe der Befragten aus der Schweiz nehmen die Teuerungen als etwas weniger hoch wahr, als sie tatsächlich sind!



Preise sind in 2023 beim Lebensmitteleinkauf am wichtigsten

Welche Themen sind beim Lebensmitteleinkauf für dich wichtig?

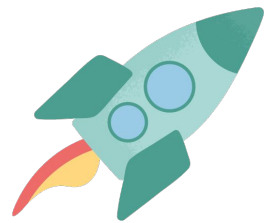
n=1528, Mehrfachantwort möglich



Besonders in der Schweiz hat die **Relevanz des Preises** beim Lebensmitteleinkauf zugenommen (+24 %P). Deutlich abgenommen haben **Saisonalität** (-16 %P) und **Regionalität** (-20 %P), welche dennoch Platz 2 und 3 belegen.



	Aug. 2022	Feb. 2023
1. Preis	57 %	73 %
2. Saisonalität	74 %	58 %
3. Regionalität	76 %	56 %



Shopping Trends 2023

Regionalität weiterhin der wichtigste Trend

Welche Trends werden dein Einkaufsverhalten langfristig beeinflussen?

n=1528, Mehrfachantwort möglich

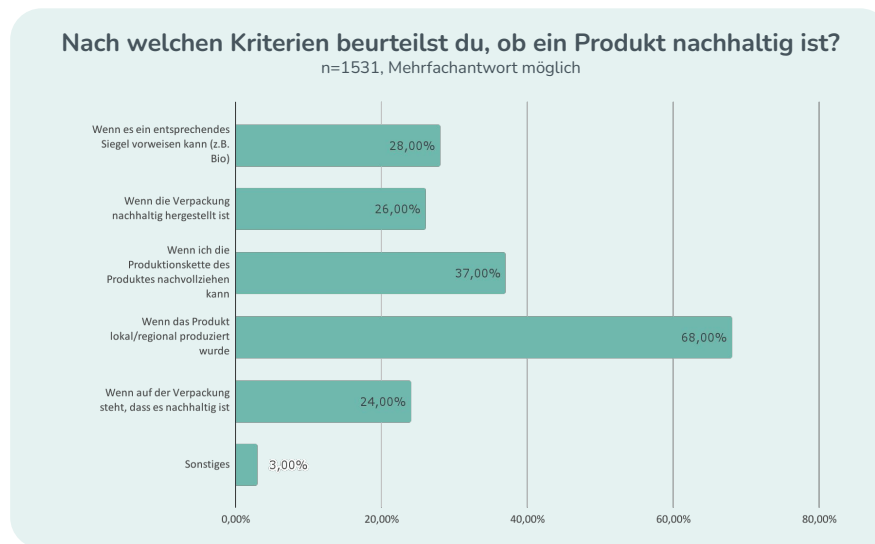


Weitere Ergebnisse: Zero Waste (31 %), Bio (27%), Vegane & Vegetarische Ernährung (15 %), High-Protein Produkte (11 %), Snackalternativen wie Linsenchips & Co. (9 %)

Bereits in 2022 ergab eine Studie von Bring!, dass **Regionalität** (65 %) der wichtigste Trend für Konsument:innen ist, dicht gefolgt von **Saisonalität** (57 %) und **Nachhaltigkeit** (53 %). Dennoch scheint die **Relevanz dieser Trends** insgesamt abzunehmen, was der Jahresvergleich zeigt:

	Feb. 2022	Feb. 2023
1. Regionalität	77 %	56 %
2. Saisonalität	54 %	55 %
3. Nachhaltigkeit	66 %	44 %

Nachhaltig = Regionale/lokale Produktion!?



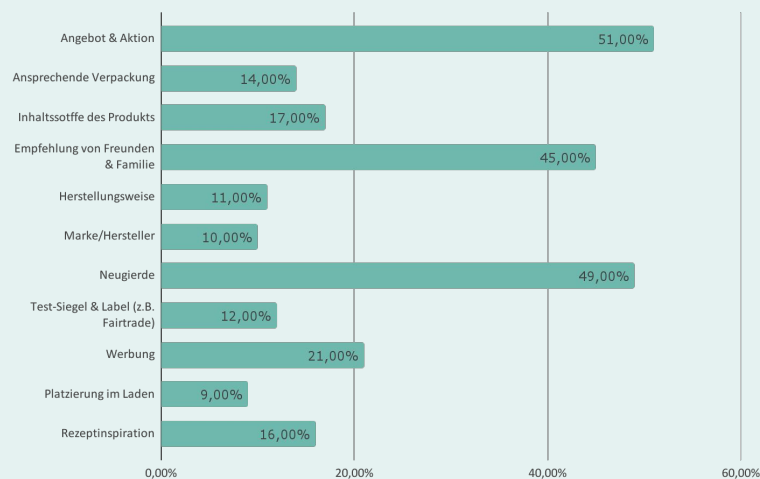
Nachhaltigkeit ist nach wie vor für Konsument:innen wichtig und ist auch einer der Shopping-Trends 2023. Wir wollten genauer wissen, wie Konsument:innen beurteilen, ob etwas nachhaltig ist. Wurde ein Produkt (augenscheinlich) **lokal oder regional produziert**, wird es von den Konsument:innen als nachhaltig eingestuft (68 %).



Angebote treiben den Kauf von neuen Produkte an

Was veranlasst dich, ein auf dem Markt neues Produkt zu kaufen?

n=1512, Mehrfachantwort möglich



Rund 50 % der Befragten testen auf dem Markt neue Produkte, weil sie in Aktion sind. Gleichzeitig ist aber die **Empfehlung von Freunden und Familie** (45 %) relevant sowie die individuelle **Neugierde** (49 %).

Es scheint dabei weniger wichtig zu sein, ob eine bestimmte **Herstellungweise** (11 %) angewandt wurde, oder wo das Produkt im Detailhandel **platziert** wird (9 %).



Neben Geld sparen sind ein bewusster Lebensstil und Nachhaltigkeit unter den top Vorsätzen

Was sind die top Einkaufsvorsätze 2023?

n=1357



Geld sparen (23 %)

Antworten wie: Preise studieren, Aktionen und Angebote recherchieren, Geld sparen ...



Bewusster Lebensstil (15 %)

Antworten wie: eine nicht verschwenderische Lebensweise, weniger Food Waste, nur kaufen, was man wirklich braucht ...



Nachhaltigkeit (15 %)

Antworten wie: Regionalität, Saisonalität und Bio-Produkte ...



Gesundheit (7 %)

Antworten wie: Einkauf von gesünderen Lebensmitteln, weniger Süßwaren, frische Produkte ...



Einkaufsplanung (5 %)

Antworten wie: eine Einkaufsliste erstellen, nur kaufen, was auf der Liste steht ...



Fleischkonsum reduzieren (2 %)

Antworten wie: weniger Fleisch essen/kaufen, auf vegane oder vegetarische Ernährung wechseln ...

Über die Bring! Labs AG

Die Bring! Labs AG ist das **führende Schweizer Mobile-Tech-Unternehmen** in der FMCG- und Retail-Branche mit Sitzen in Zürich, Basel und Berlin. Das Unternehmen wurde **2015** gegründet und ist seit Herbst 2021 eine Tochtergesellschaft der Schweizerischen Post. Heute beschäftigt das Unternehmen über 50 Mitarbeitende.

Neben der [Einkaufslisten-App «Bring!»](#) gehört auch die [Prospekte-App und Plattform «Profital»](#) zum Unternehmensverbund. Die beiden Apps begleiten Nutzer:innen durch **alle Phasen des Einkaufs** – von der Inspiration über die Planung bis hin zum Kauf.

Zusätzlich bietet die Bring! Labs AG, Unternehmen aus dem Handel und der FMCG-Branche, eine **innovative Mobile-Advertising-Plattform**. Sie ermöglicht, neuartige Marketingkanäle zu erschliessen und Produkte im Kontext des Einkaufens gezielt und nativ während der **Einkaufsplanung und Kaufentscheidung** zu platzieren.

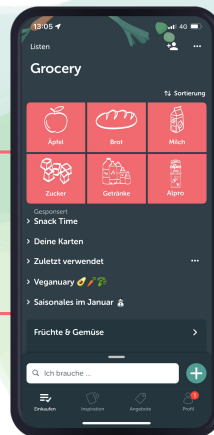
Unsere Einkaufsbegleiter mit +800'000 Reichweite

+360'000

Aktive Nutzer:innen*

+14.6 Mio.

List Activities*

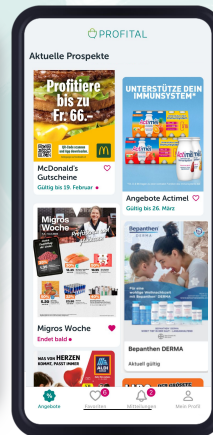


+450'000

Aktive Nutzer:innen*

5.2 Mio.

gelesene Prospekte*



*pro Monat

2% Überschneidung der Userbase

Dein Kontakt bei Fragen zur Umfrage



Sarah Bieck

B2B Marketing Lead

sarah.bieck@getbring.com

+49 160 944 715 79

Bring! Labs AG

Räffelstrasse 26

CH-8045 Zürich

getbring.com/advertising

Apps kostenlos herunterladen:



Bring! Labs AG - We simplify shopping

Wir sind Partner von:

