

18.02.2025 - 08:09 Uhr

Shopper-Studie: Verbraucher lieben Eigenmarken - hohe Preise werden zum Dämpfer für Marken-Produkte



Simon-Kucher Shopper-Studie

So verändert sich das Einkaufsverhalten der Deutschen



52 %

kaufen überwiegend Eigenmarken



86 %

setzen auch zukünftig auf Eigenmarken



13 %

wollen bei stabilen Preisen sogar mehr Eigenmarken konsumieren



60 %

achten noch stärker auf die Preise



55 %

kaufen mehrmals die Woche ein

Eigenmarken weiter auf Erfolgskurs! Laut der Simon-Kucher Shopper-Studie greift inzwischen jeder zweite Deutsche in Supermarkt und Drogerie zu Eigenmarken. Zu Markenprodukten will derzeit fast niemand zurückkehren. Im Gegenteil: Mehr als jeder Zehnte will zukünftig sogar noch öfter Eigenmarken kaufen. Die anhaltend hohen Preise werden damit zum gefährlichen Dämpfer für Markenartikel. "Die Inflation bedroht Markenprodukte massiv", so Alexander Bilsing, Partner bei Simon-Kucher.

- Eigenmarken noch beliebter: Statt 43 % im Vorjahr kaufen jetzt bereits 52 % überwiegend Eigenmarken
- 36 % der einkommensschwachen Haushalte greifen fast ausschließlich zu Eigenmarken
- Keine Rückkehr zur Marke: 73 % planen weiter Eigenmarken zu kaufen, weitere 13 % sogar verstärkt
- 60 % achten verstärkt auf den Preis, 37 % auf die Qualität und 30 % auf die Nachhaltigkeit der Produkte
- Frequenz der Lebensmitteleinkäufe steigt: 55 % der Deutschen kaufen mehrmals die Woche ein

Köln, 18. Januar 2025 - Eigenmarke statt Markenprodukt! Mehr als die Hälfte der Deutschen greift laut der Simon-Kucher Shopper-Studie in Supermarkt und Drogerie lieber zur günstigeren Alternative. Waren es im Vorjahr bereits 43 Prozent, die überwiegend Eigenmarken konsumieren, sind es 2025 bereits 52 Prozent.

Jeder dritte einkommensschwache Haushalte greift fast ausschließlich zu Eigenmarken

Woran das liegt? "Kunden sind preissensibel - das fördert das Wachstum von Eigenmarken", betont Alexander Bilsing, Partner bei Simon-Kucher. Vor allem bei Menschen mit geringerem Einkommen seien die Produkte beliebt. 2025 setzt mehr als jeder dritte einkommensschwache Haushalt fast ausschließlich auf Eigenmarken.

Zu Marken-Produkten will derzeit fast niemand zurückkehren

Der Eigenmarken-Trend dürfte dabei langfristig andauern. Fast niemand will bei stabilen Preisen zu Markenprodukten zurückkehren. Mit 73 Prozent will ein Großteil der Verbraucher auch weiterhin Eigenmarken kaufen - weitere 13 Prozent wollen sogar verstärkt zugreifen. "Hohe Preise sind ein Dämpfer für Markenprodukte und fördern das Wachstum von Eigenmarken", weiß Bilsing.

Eigenmarken sind mehr als nur die günstigere Option

Und wenn die Preise sinken würden? Dann würde zwar rund jeder Vierte (24 Prozent) wieder mehr Marken in den Einkaufswagen legen, mehr als die Hälfte würde hingegen bei den Einkaufsgewohnheiten bleiben. Tatsächlich würden selbst bei tieferen Preisen 14 Prozent mehr Eigenmarken konsumieren. "Verbraucher lieben Eigenmarken", sagt Bilsing. "Sie sind nicht länger nur die günstigere Option - sie etablieren sich als feste Alternative zur Marke. Weil sie laut Stiftung Warentest richtig gut sind. Und es auch höherpreisige Optionen gibt."

Jungen Verbrauchern sind gesunde Ernährung und bewusster Konsum besonders wichtig

Trotzdem ist der Preis nach wie vor eins der wichtigsten Kriterien bei der Produktwahl. So achtet 2025 mehr als die Hälfte der Konsumenten (60 Prozent) noch stärker als im Vorjahr auf den Preis. Aber auch Qualität (37 Prozent) und die Nachhaltigkeit (30 Prozent) gewinnen an Bedeutung. "Vor allem die jüngere Generation gibt für qualitativ hochwertige, nachhaltige Produkte gerne mehr aus", sagt Birgit Lohmann, Director bei Simon-Kucher. "Jungen Verbrauchern sind eine gesunde Ernährung und bewusster Konsum besonders wichtig!"

Öfter, günstiger, nachhaltiger

Gleichzeitig steigt auch die Frequenz der Lebensmitteleinkäufe: So kaufen inzwischen ganze 55 Prozent mehrmals die Woche ein. "Öfter, günstiger, nachhaltiger - das Einkaufsverhalten der Deutschen ist im Wandel", resümiert Lohmann das Studienergebnis.

*Über die Studie: Die repräsentative Simon-Kucher Shopper-Studie 2025 wurde im Dezember 2024 von Simon-Kucher in Zusammenarbeit mit dem unabhängigen Marktforschungsinstitut Appinio durchgeführt. 1000 Verbraucher*innen aus verschiedenen großen Haushalten in Deutschland mit unterschiedlichem Nettoeinkommen wurden zu ihrem Einkaufsverhalten und Präferenzen befragt.

Vertiefende Informationen und Infografiken in Druckqualität (aktuell nur für Medien und Partnerunternehmen) sind auf Anfrage erhältlich. In wenigen Wochen stehen die Studien-Ergebnisse dann auf simon-kucher.com zum Download bereit.

Über Simon-Kucher

Simon-Kucher ist eine globale Unternehmensberatung mit mehr als 2.000 Mitarbeitenden in über 30 Ländern. Unser Fokus: "Unlocking Better Growth". Wir helfen unseren Kunden, "besser" zu wachsen, indem wir jeden Aspekt ihrer Unternehmensstrategie optimieren, von Produkten und Preisen bis hin zu Innovation, Digitalisierung,

Marketing und Vertrieb. Mit rund 40 Jahren Erfahrung in Monetarisierung und Pricing gelten wir als weltweit führend in den Bereichen Preisberatung und Unternehmenswachstum. simon-kucher.com

Für Rückfragen und detaillierte Informationen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung:

Linda Katharina Klein (Communications & Marketing Manager)

Tel: +49 173 5381929

E-Mail: linda.klein@simon-kucher.com

Pressekontakt:

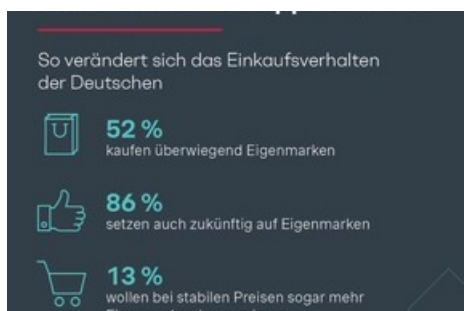
Für Rückfragen und detaillierte Informationen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung:

Linda Katharina Klein (Communications & Marketing Manager)

Tel: +49 173 5381929

E-Mail: linda.klein@simon-kucher.com

Medieninhalte



Simon-Kucher Shopper-Studie 2025 / Weiterer Text über ots und www.presseportal.de/nr/78805 / Die Verwendung dieses Bildes für redaktionelle Zwecke ist unter Beachtung aller mitgeteilten Nutzungsbedingungen zulässig und dann auch honorarfrei. Veröffentlichung ausschließlich mit Bildrechte-Hinweis.

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100019081/100928840> abgerufen werden.