

26.05.2026 - 10:05 Uhr

## Bring! Shopper Guide 2026 / Wie die Schweiz wirklich einkauft - zwischen Planung, Brot- Comeback und Beauty-Trends



Zürich (ots) -

- **86 Prozent der Schweizer:innen planen ihren Einkauf zu Hause**- die Kaufentscheidung fällt in der Pretail-Phase, lange vor dem Ladenregal.
- **Brot-Comeback auf den Schweizer Einkaufslisten:** Sauerteig- und Mehrkornbrot legen mit Zuwächsen von über 200 Prozent deutlich zu.
- **Beauty-Boom getrieben durch Social Media:** Vor allem Lipgloss, Bronzer und Rouge verzeichnen einen Anstieg von bis zu 360 Prozent.

Kaufentscheidungen fallen heute nicht mehr im Laden, sondern bereits Zuhause: am Küchentisch, beim Kochen oder auf dem Sofa, wenn Konsument:innen ihre Einkaufsliste schreiben. In dieser **sogenannten Pretail-Phase** entscheidet sich längst, welche Marken und Produkte am Ende im Warenkorb landen. Das zeigt der aktuelle **Bring! Shopper Guide 2026** des Schweizer Mobile-Tech-Unternehmens Bring! Labs. Für den Report wurden anonymisierte Daten der **Einkaufslisten-App Bring!** aus dem Zeitraum März 2025 bis März 2026 sowie die Ergebnisse einer Umfrage unter 21.139 Nutzer:innen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz ausgewertet.

### Die Pretail-Phase: Kaufentscheidungen werden am Küchentisch getroffen

86 Prozent der Konsument:innen in der Schweiz erstellen ihre Einkaufsliste in den eigenen vier Wänden - 56 Prozent entspannt auf dem Sofa oder am Esszimmertisch, weitere 30 Prozent direkt beim Kochen in der Küche. Genau in dieser ruhigen Alltagssituation fällt die eigentliche Kaufentscheidung und nicht erst im Laden vor dem Regal. Die Planung beginnt dabei oft schon zwei Tage vor dem Einkauf und zieht sich über mehrere kurze Etappen hinweg. Damit wird die sogenannte Pretail-Phase zum wichtigsten Touchpoint im Shopper Marketing.

### Die Einkaufsliste bestimmt den Einkauf - Angebote steuern Vorratskäufe

Was auf der Liste steht, landet auch auf dem Kassensband. Mehr als die Hälfte der Schweizer Konsument:innen (59 %) hält sich im Geschäft zu fast 100 Prozent an ihre Einkaufsliste. Dabei werden zwar noch spontane Zusatzkäufe getätigt, während sich aber nur die wenigsten im Laden komplett umentscheiden. Letztlich ließen sich die Personen mit Zusatzkäufen jedoch ebenfalls der planungstreuen Gruppe zuordnen, mit dem Unterschied, dass sie sich vor Ort zu weiteren Käufen inspirieren lassen. Angebote bewirken bei der Hälfte der Bring!-Nutzer:innen (49 %), dass sie Produkte für ihren Vorrat einkaufen. 78 Prozent davon legen 1 bis 3 Artikel von einem Produkt als Vorrat in ihren Einkaufswagen. Bevorzugt werden hier Lebensmittel mit langer Haltbarkeit, wie beispielsweise

Kaffee oder Nudeln.

## **Brot-Comeback, Kohl-Hype und Beauty-Boom**

Auf den Einkaufslisten der Schweizer:innen wandert Protein aus der Fitness-Nische in den Alltag. Im Vergleich zum Vorjahr legen Proteindrinks um 86 Prozent zu, Proteinshakes um 83 Prozent und Proteinpulver um 81 Prozent. Auch andere Functional Foods finden immer häufiger den Weg auf das Kassensband. Gojibeeren wachsen im Jahresvergleich um 103 Prozent, Flohsamenschalen um 97 Prozent. Bei den koffeinhaltigen Getränken steht der klassische Kaffee auf Platz 1, gefolgt von Cola und Energy Drink. Parallel dazu boomt Matcha mit einem Plus von 135 Prozent in der Jahresentwicklung.

**Eine echte Renaissance erlebt der Brotmarkt:** Sauerteig- und Mehrkornbrot legen jeweils um über 200 Prozent zu. Im Gemüseregal ist Kohl der neue Shooting-Star. Vor allem fermentierte und asiatische Sorten wie Kimchi und Spitzkohl werden immer beliebter. Klassische Anker im Warenkorb bleiben dabei Milch, Eier und Brot, die weiterhin die Top-Listen der Schweizer Bring!-Nutzer:innen anführen.

**Auch jenseits des Lebensmittelregals bewegt sich etwas.** Im Beauty-Bereich treibt die Social-Media-Make-up-Welle die Nachfrage. Lipgloss (+360 %), Bronzer (+ 131 %) und Rouge (+ 77 %) profitieren von viralen Glow- und Contouring-Tutorials auf TikTok sowie Instagram und verzeichnen mit Zuwächsen von bis zu 360 Prozent die stärksten Sprünge.

**Juan-Pablo Schmid, CCO von Bring! Labs, erklärt:** "Unser Bring! Shopper Guide 2026 zeigt deutlich, dass die sogenannte Pretail-Phase - jene Zeit zwischen dem ersten Gedanken an den Einkauf und dem tatsächlichen Ladenbesuch - der wichtigste Moment im Shopper Marketing ist. Hier wird entschieden, welche Marken überhaupt in den Warenkorb gelangen. Wer in der Planungsphase präsent und relevant ist, gewinnt am Ende den Kassenzettel."

Den Report sowie passendes Bildmaterial können Sie für Ihren eigenen Beitrag unter Angabe des Copyrights © Bring! Labs honorarfrei [HIER herunterladen](https://hubs.li/Q04hv3Gm0) und nutzen. Für die externe Verlinkung nutzen Sie bitte folgenden Link <https://hubs.li/Q04hv3Gm0>.

Pressekontakt:

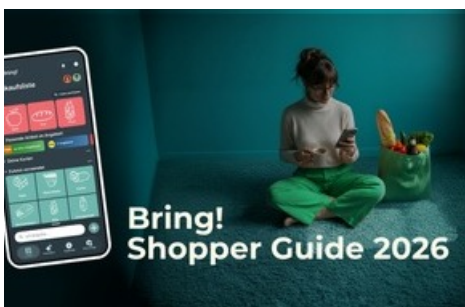
Fragen zu dieser Mitteilung oder Interesse an einem Interview?

Janine Schmidt  
PR & Marketing Communications  
janine.schmidt@bringlabs.com  
+49 160 928599 39

Bring! Labs Deutschland GmbH  
Stralauer Platz 33  
10243 Berlin

weitere Infos unter: [www.bringlabs.com](http://www.bringlabs.com)

## Medieninhalte



*Bring! Shopper Guide 2026 / Weiterer Text über ots und [www.presseportal.ch/de/nr/100097221](http://www.presseportal.ch/de/nr/100097221) / 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/100097221/100940234> abgerufen werden.