



PRESSEMITTEILUNG

Einkaufen in Corona-Zeiten: seltener, dafür mehr Menge

Regionale, frische Lebensmittel werden wichtiger

(Wien, 16. April 2020) Die AMA wollte ergründen, ob Corona das Einkaufsverhalten und die Einkaufskriterien verändert hat. Eine repräsentative Studie unter 500 Teilnehmern ergab: Die Österreicher gehen seltener einkaufen als früher und kaufen dafür mehr. Regionale und frische Lebensmittel gewinnen stark an Bedeutung.*

58 Prozent der Befragten gaben an, seltener einkaufen zu gehen als vor Corona-Zeiten, knapp fünf Prozent der Studienteilnehmer gehen gar nicht mehr. Bei drei von Zehn hat die derzeitige Corona-Situation keine Auswirkung auf die Einkaufsfrequenz (Chart 1). Lieferdienste, vor allem jene von bäuerlichen Direktvermarktern und Gastronomen, konnten in den Anfangswochen der Corona-Krise besonders punkten (Chart 2).

Jeder zweite Befragte achtet nun verstärkt auf Hygiene, 30 Prozent auf eine längere Haltbarkeit der Produkte (Chart 3). „Die regionale bzw. österreichische Herkunft der Lebensmittel ist gegenüber früheren Umfragen weiter nach vorne gerückt. Auch die Kriterien Qualität und Saisonalität stehen vor dem Preis – anders als in älteren Erhebungen“, erklärt Michael Blass, Geschäftsführer der AMA-Marketing.

Lange haltbare Lebensmittel führen das Ranking der derzeitigen Top-Produkte an. Nudeln, Konserven, Tiefkühlgemüse, Mehl und Reis sowie Haltbarmilch wurden in den letzten Wochen vermehrt gekauft und eingelagert. Obst sorgt für frische Abwechslung in diesem Speiseplan (Chart 4).

Vertrauen in die Versorgung

Die Österreicher haben viel Vertrauen in die Versorgung. Fast jeder Befragte denkt, dass sich Österreich bis zum Ende der Krise ausreichend mit Lebensmitteln versorgen kann (Chart 5). Die Verantwortung dafür wird allen Akteuren der Produktionskette zu ähnlichen Teilen zugerechnet, also den Bauern, den Gewerbetreibenden, dem Lebensmittelhandel und den Verarbeitern (Chart 6).

Dazu Blass: „Den hohen heimischen Selbstversorgungsgrad haben wir unseren Produzenten zu verdanken. Selbst wenn es im Laufe der Wochen Verzögerungen in internationalen Logistikketten geben sollte, so ist unser täglicher Bedarf mehr als gedeckt. Das gilt auch langfristig, denn es geht nicht um Lager, die auch einmal kurzfristig leergeräumt sein können, sondern um Lebensmittel, die kontinuierlich in Österreich produziert werden. Die Kühe werden weiterhin Milch geben, die Hühner ihre Eier legen, Tiere laufend zum Schlachthof gebracht und die Glashäuser stehen vor der Ernte. Es gibt also täglich Nachschub.“

*) Onlineumfrage, durchgeführt von marketagent.com, N=500 Befragte österreichweit repräsentativ, Zeitraum 3.-7. April 2020.



Die AMA wollte auch ergründen, wie Corona den Alltag der Menschen – abgesehen von den Ausgangsbeschränkungen – beeinflusst. Die Mediennutzung hat sich verändert; die Menschen nutzen stärker TV und Online-Medien. Routinen wie Kochen und Putzen bekommen mehr Raum. Ein Viertel der Studienteilnehmer arbeitet im homeoffice. Für elf Prozent der Befragten hat sich in ihrem Alltag kaum etwas geändert (Chart 7). Steht mehr Zeit zur Verfügung, wird diese auch für die Zubereitung von Speisen verwendet. Zwei Drittel kochen derzeit mit frischen Zutaten (Chart 8).

Heimische Lebensmittel auch nach der Krise

Untersucht wurde auch, ob die Corona-Krise Auswirkungen auf die Zeit danach haben wird. Jeder zweite Befragte meint, künftig stärker auf Hygiene zu achten. Zwischen 30 und 40 Prozent möchten auch nach der Krise mehr heimische Produkte oder Lebensmittel direkt beim Bauern kaufen. Rund zwanzig Prozent nehmen sich vor, weniger Produkte über einen ausländischen Versandhandel zu bestellen oder weniger zu verreisen. Nur ein Viertel der Befragten will zum gewohnten Verhalten zurück und nach Ende der Corona-Maßnahmen so weiterleben wie davor (Chart 9).

Partnerschaft für nachhaltige Selbstversorgung

„Regionale, frische Lebensmittel werden wertgeschätzt wie nie zuvor. Diese positive Haltung unseren Lebensmitteln gegenüber möchten wir für die Zeit nach der Krise mitnehmen und verfestigen. Weiterer Schwerpunkt unserer aktuellen Kampagne ‚Unsere Bauern liefern‘ ist die garantierte Versorgung mit heimischen Produkten. Autarkie hat aus wirtschaftlicher, gesellschaftlicher und ökologischer Sicht einen hohen Wert. Eine respektvolle Partnerschaft zwischen Landwirtschaft, Verarbeitung und Handel gewährleistet die nachhaltige Selbstversorgung bei wichtigen agrarischen Gütern und wird uns gut durch die Krise führen“, so Blass.

Rückfragehinweis:

Manuela Schürr, Unternehmenskommunikation

Tel. +43 664 83 76 178, manuela.schuerr@amainfo.at

Die AMA-Marketing GesmbH ist die österreichische Plattform für Qualität, Absatzförderung und Kommunikation bei landwirtschaftlichen Erzeugnissen und Lebensmitteln. Sie zeichnet Spitzenleistungen in der Lebensmittelwirtschaft mit dem AMA-Gütesiegel und dem AMA-Biosiegel aus. Ihre Aufgaben sind gesetzlich geregelt. Die Finanzierung erfolgt über Agrarmarketingbeiträge der Landwirte, Mittel der Europäischen Union sowie Gebühren der Lizenznehmer.