

Lebensmittelpreise in Österreich: Offener Brief kritisiert VKI-Studie!

Ein offener Brief des Lebensmittelhandels an den VKI beleuchtet die Mängel einer aktuellen Preisanalyse und fordert einen fairen Austausch.



Nachrichten AG

Laimgrubengasse 10, 1060 Wien, Österreich - Der Fachverband Lebensmittelhandel in der Wirtschaftskammer Österreich hat sich in einem offenen Brief an den Verein für Konsumenteninformation (VKI) gewandt, um die Diskrepanz zwischen Lebensmittelpreisen in Österreich und Deutschland zu klären. Christian Prauchner, der Obmann des Bundesgremiums Lebensmittelhandel, kritisiert die mangelhafte Analyse des VKI und hebt hervor, dass viele Faktoren, die die Preisunterschiede erklären, in der Studie fehlen. Diese umfassen unter anderem die hohe Marktkonzentration im österreichischen Markt, die zu intensiverem Wettbewerb führt, sowie die geographischen Unterschiede, die höhere Kosten durch die flächendeckende Versorgung kleinerer Filialen mit sich bringen. Auch die hohen

Energiepreise und Löhne in Österreich tragen zur Verteuerung bei, wie Prauchner in seinem Schreiben betont, das zu einer sachlichen Debatte über faire Preise aufruft. Diese Details fehlen in der Bewertung des VKI, was zu einem verzerrten Bild der Lebensmittelbranche führen kann.

Erwerbschancen und Kostendruck im Markt

Gleichzeitig zeigt eine aktuelle Studie von McKinsey und EuroCommerce, dass der europäische Lebensmitteleinzelhandel 2023 stark unter dem Kostendruck der Inflation gelitten hat. Obwohl die Inflation moderat gesunken ist, bleibt der Druck aufgrund gestiegener Miet- und Arbeitskosten bestehen. Die Umfrage ermittelte, dass 75% der Lebensmittelhändler skeptisch über die Marktentwicklung blicken, aber nur 36% mit einer weiteren Verschlechterung rechnen. Besondere Hoffnung geben die stabilisierten Reallöhne und das steigende Verbrauchervertrauen, was in einigen Ländern zu einer Rückkehr zur Konsumfreude führt. Der Markt zeigt eine heterogene Entwicklung – Sparfüchse und Kaufwillige verschieben sich in den einzelnen Ländern. Während in Deutschland die Kunden Eigenmarken als qualitativ gleichwertig oder besser als Markenprodukte wahrnehmen, legen viele Schweizer Wert auf Budgetierung.

Die Lebensmittelhändler stehen vor der Herausforderung, sich auf veränderte Konsumgewohnheiten und eine Polarisierung der Verbraucherwünsche einzustellen. Die Schaffung eines ausgewogenen Angebots aus erschwinglichen und Premium-Produkten könnte für Händler entscheidend sein, um in dieser dynamischen Marktlandschaft erfolgreich zu bleiben. Daher sind kreative Ansätze, wie strategische Partnerschaften und die Anpassung des Produktsortiments an lokale Präferenzen, von enormer Bedeutung, um den unterschiedlichen Bedürfnissen der Käufer gerecht zu werden. Diese Faktoren und die Dringlichkeit, die Kosten zu kontrollieren, sind imperative Themen, die die Branche 2024 und darüber hinaus prägen werden, wie es McKinsey in der Studie verdeutlicht.

Mehr Informationen zu den Herausforderungen und Chancen im Lebensmitteleinzelhandel finden Sie in den Berichten von **ots.at** und **mckinsey.com**.

Details	
Ort	Laimgrubengasse 10, 1060 Wien, Österreich
Quellen	• www.ots.at • www.mckinsey.com

Besuchen Sie uns auf: die-nachrichten.at