

Hofer senkt Preise: So sparen Sie ab sofort bis zu 26%!

Hofer senkt ab 21. Mai 2025 Preise auf ausgewählte Produkte bis zu 26 %. Entdecken Sie aktuelle Angebote und Eigenmarken.



Österreich - Am 21. Mai 2025 senkt Hofer die Preise für ausgewählte Produkte, um Kunden in Zeiten steigender Lebenshaltungskosten zu entlasten. Die Preissenkungen umfassen Lebensmittel und Artikel des täglichen Bedarfs und erreichen bis zu 26 Prozent. Zu den reduzierten Produkten gehören unter anderem TANDIL Frischhaltefolie mit einem Preisnachlass von 26,7 Prozent sowie verschiedene Hygieneprodukte, darunter SATESSA Slipeinlagen, die um 23,2 Prozent günstiger angeboten werden. Auch essentielle Artikel wie ACTIV ENERGY Batterien und ALMARE SEAFOOD Produkte erfahren erhebliche Preisverringerungen.

Ein Blick auf die Reduzierungen zeigt, dass Hofer seinen Kunden

attraktive Angebote bietet. Beispielsweise kosten MILFINA Frischkäse und BACKBOX Dinkelweckerl nun jeweils 16,8 Prozent und 14,5 Prozent weniger. Auch andere Produkte, die alltäglich genutzt werden, sind Teil der Preissenkungen, wie GOLDEN SEAFOOD Regenbogenforelle und CUCINA NOBILE Pesto.

Qualität und Vielfalt im Sortiment

Hofer bietet ein Sortiment, das zu über 90 % aus Eigenmarken besteht, was die Preis-Leistungs-Verhältnisse zusätzlich verbessert. Die Eigenmarken zeichnen sich durch zahlreiche Gütesiegel aus und fokussieren sich auf Frische, Regionalität und Nachhaltigkeit. Besonders hervorzuheben ist das Angebot von BACKBOX, das frisches Brot und Gebäck von regionalen Bäckern in Österreich bereitstellt. Zudem erfreuen sich Bio-Produkte, etwa unter den Marken Zurück zum Ursprung und BIO, immer größerer Beliebtheit.

Der Trend zu Eigenmarken wurde nicht zuletzt durch die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen befördert. Im Jahr 2024 stieg der inflationsbereinigte Umsatz im Lebensmitteleinzelhandel in Europa um 2,4 Prozent, was bei den Kunden jedoch zu einem zurückhaltenden Konsumverhalten führte. Gerade Discounter und Eigenmarken konnten von dieser Entwicklung profitieren und ihre Marktanteile ausbauen, so die Studie „State of Grocery 2025“ von McKinsey & Company und EuroCommerce.

Wachstum der Discounter und das Verbraucherverhalten

Die aktuellen Entwicklungen zeigen, dass 55 Prozent der Führungskräfte im Lebensmitteleinzelhandel Stabilität für 2025 erwarten. Dies ist eine signifikante Steigerung im Vergleich zum Vorjahr, wo nur 39 Prozent diese Ansicht teilten. Wichtig ist hierbei das veränderte Verbraucherverhalten: 48 Prozent der Konsumenten tendieren dazu, auch bei einer höheren Kaufkraft

eher zu kostengünstigen Produkten zu greifen.

Hofer reagiert auf diese Marktentwicklung mit gezielten Preissenkungen und einem ansprechenden Angebot. Die Studie zeigt zudem, dass 84 Prozent der Verbraucher auch künftig Eigenmarkenprodukte bevorzugen, was Hofer in die Karten spielt. Die Eigenmarken sind nicht nur ein Ausdruck von Preisbewusstsein, sondern oft auch mit einem hohen Qualitätsstandard ausgestattet, der den Kunden zugutekommt.

Insgesamt demonstriert Hofer durch diese Preissenkungen, dass das Unternehmen auf die aktuellen Herausforderungen im Lebensmittelhandel flexibel reagiert und weiterhin auf gesunde, hochwertige und preiswerte Produkte setzt. Während der Markt sich weiter anpasst, bleiben Discounter wie Hofer ein zentraler Akteur auf dem europäischen Lebensmittelmarkt.

Details	
Vorfall	Sonstiges
Ort	Österreich
Quellen	<ul style="list-style-type: none">• www.5min.at• www.hofer.at• www.mckinsey.de

Besuchen Sie uns auf: die-nachrichten.at