

Lidl senkt Kaffeepreise um bis zu 17% - Diese Marken profitieren!

Lidl Österreich senkt ab 29. Mai 2025 die Preise für 12 Kaffeeprodukte um bis zu 17 % und übernimmt die Kosten selbst.



Österreich - Ab dem 29. Mai 2025 senkt Lidl Österreich die Preise für zwölf verschiedene Kaffeesorten bis zu 17 Prozent. Diese Maßnahme umfasst sowohl Eigenmarken wie „Bellarom“ als auch bekannte Markenprodukte wie Nescafé Dolce Gusto, Lavazza und Julius Meinl. Lidl übernimmt die Kosten für die Preissenkung vollständig und gibt diese nicht an die Lieferanten weiter. Dies ist Teil einer größeren Strategie, die seit Jahresbeginn bereits zur Preissenkung von über 550 Artikeln führte. Dies berichtet **Kosmo**.

Die Preissenkungen reflektieren die weitreichende Einkaufsmacht der Schwarz Gruppe und die Effizienz der konzerneigenen Rösterei „Bon Presso“. Ein Blick auf einige

Preisbeispiele zeigt die attraktive Preisgestaltung für Kunden: Der Lavazza Caffè Crema Classico kostet künftig 19,99 Euro pro kg, was einem Rückgang von 14 Prozent entspricht. Bellarom Kaffee Rosso wird um 9 Prozent günstiger auf 9,99 Euro pro kg erhältlich sein, während die Julius Meinl Präsident ganze Bohnen für 11,99 Euro für 500 g um 17 Prozent sinken. Auch Nestlé Nescafé Classic und Fairglobe-Kaffee sind von den Preissenkungen betroffen.

Marktsituation und Preistrends

Die Kaffeepreise stehen jedoch allgemein unter Druck. Laut **SWR** sind 2024 die Rohkaffeepreise im Vergleich zum Vorjahr um 70 Prozent gestiegen, was zu einem Anstieg der Preise für Kaffeekapseln und Pads um etwa 25 Prozent seit 2020 geführt hat. Zudem wird für 2025 ein Preisanstieg von bis zu 30 Prozent für Großpackungen prognostiziert. Dies stellt Verbraucher vor Herausforderungen, da ein Pfund gemahlener Markenkaffee aktuell durchschnittlich sieben Euro kostet und auf über neun Euro steigen könnte. Eine Umfrage zeigt, dass ein Viertel der Deutschen aufgrund der Preisentwicklung weniger Kaffee konsumiert.

Die Ursachen für diesen Anstieg sind vielschichtig und beinhalten sowohl klimatische Veränderungen, die den Kaffeeanbau in den Hauptproduktionsländern Brasilien und Vietnam gefährden, als auch eine steigende Nachfrage in aufstrebenden Märkten wie Indien und China. Dies führt zu einem Druck auf die gesamte Branche und könnte langfristig die derzeitigen Kaffeeanbaugebiete halbieren, prognostizieren Studien.

Lidl positioniert sich für die Zukunft

In diesem herausfordernden Marktumfeld gelingt es Lidl, sich durch die Einführung von Preissenkungen und die Fokussierung auf Eigenmarken hervorzuheben. Das Unternehmen wurde kürzlich in einer Studie der „Gesellschaft für

Verbraucherstudien“ als Nummer 1 bei „Preis-Leistung“ ausgezeichnet. Lidl beschäftigt rund 5.800 Mitarbeiter und betreibt über 250 Filialen in Österreich, mit einem Sortiment von über 2.200 Artikeln, von denen viele AMA-zertifiziert oder in Bio-Qualität sind. Informationen über das nachhaltige Engagement des Unternehmens sind auf **Lidl** verfügbar.

Details	
Ort	Österreich
Quellen	• www.kosmo.at • corporate.lidl.at • www.swr.de

Besuchen Sie uns auf: die-nachrichten.at