



IDH Konsumentenreport Q3-2023: Produkt- und Preistransparenz wird zum Kaufargument

- **68 Prozent der Verbraucher:innen sehen die Hersteller in der Pflicht, Informationen bezüglich Herkunft, Inhaltsstoffe, Preiszusammensetzung etc. bereit zu stellen**
- **46 Prozent suchen Produktinformationen im Internet**
- **Fehlen Produktinformationen, kauft fast die Hälfte (49%) etwas anderes oder gar nicht**
- **71 Prozent wüssten gerne, wie sich der Verkaufspreis zusammensetzt**

Berlin, 10. Oktober 2023 – Die Initiative Digitale Handelskommunikation (IDH), angeführt von Bonial, markt guru und Offerista, veröffentlicht heute ihren aktuellen IDH Konsumentenreport für das dritte Quartal 2023. Dazu wurden deutschlandweit 3.031 Personen rund um das Thema Transparenz im Lebensmitteleinzelhandel und Drogerien befragt.

Die überwiegende Mehrheit (68%) der Verbraucher:innen sehen die Hersteller in der Pflicht, für Produkttransparenz zu sorgen und Informationen zu Herkunft, Inhaltsstoffen, Preisen etc. bereitzustellen.

Nach Produktinformationen sucht über die Hälfte (55%) der Konsument:innen direkt auf den Verpackungen. 46 Prozent informieren sich im Internet. 30 Prozent schauen auf die Preisschilder oder fragen das Verkaufspersonal. 19 Prozent ziehen Freunde oder die Familie zu Rate. 15 Prozent scannen QR- oder Barcodes auf den Produkten oder im Geschäft, um mehr über ein Produkt zu erfahren.

Ausschlaggebend bei der Entscheidung für bestimmte Lebensmittel und Drogerieartikel sind insbesondere Nährwertangaben (49%), Inhaltsstoffe (48%) sowie Produktherkunft (41%). Aber auch die Nachhaltigkeit beziehungsweise die Umweltbilanz eines Produktes ist für 28 Prozent der Befragten relevant. Dennoch gibt auch jede:r Vierte an, gar keine Produktinformationen zu benötigen.

Fehlen gewünschte Informationen, erklärt fast die Hälfte der Befragten (49%), dass sie das gewünschte Produkt entweder nicht kaufen oder ein alternatives Produkt wählen. 40 Prozent geben an, dass die Wahl der entsprechenden Option vom Einzelfall abhängt. Nur 16 Prozent würden mehr Geld für mehr Informationen bezahlen. 29 Prozent würden das nicht tun, da ihnen der Preis am wichtigsten ist.

Wenn es um Qualitäts-/ Test-/ Gütesiegel geht, sind viele Konsument:innen überfordert. Fast die Hälfte (46%) gibt an, sich weniger gut oder überhaupt nicht gut damit auszukennen. Dennoch haben Siegel bei einem ebenso großen Anteil (47%) einen (sehr) hohen Stellenwert.

Vor dem Hintergrund aktuell schwankender und steigender Preise wüsste eine große Mehrheit (71%) zumindest bei manchen Produkten gerne, wie sich deren Preis zusammensetzt.



PRESSEMITTEILUNG

Dr. Marc-Etienne Geser, Geschäftsführer marktguru und Mitinitiator der Initiative Digitale Handelskommunikation: *„Auch wenn der Preis nach wie vor einen unumgänglichen Einfluss auf die Produktwahl hat, zeigt sich, dass Verbraucher:innen heute bewusster einkaufen und deutlich informiertere Kaufentscheidungen treffen wollen – insbesondere unter Nutzung digitaler Kanäle. Hersteller wie Händler können mit entsprechender Transparenz nicht nur Produkt- und Markenpräferenzen gezielt steuern, sondern auch Kundengewinnung und -bindung nachhaltig zu ihren Gunsten gestalten.“*

###

Die **Infografik** (als pdf) finden Sie hier:

https://drive.google.com/file/d/1siNcSj_lmSYtq_6Bbmb4QWfdCKgCG9Pe/view?usp=drive_link

Pressematerial (inklusive der zugehörigen Infografik) finden Sie hier:

https://drive.google.com/drive/folders/1AK4VpVuSAIG8YSwmU2MI74ktnbmkcvJ4?usp=drive_link

Über die IDH

Die Initiative Digitale Handelskommunikation, kurz IDH, ist eine Initiative führender Anbieter im Bereich der digitalen Handelskommunikation. Sie wurde im Jahr 2021 ins Leben gerufen. Die Initiatoren der IDH sind die zur Axel Springer SE gehörende Bonial GmbH mit Sitz in Berlin, die zu Seven.One Entertainment Group gehörende marktguru Deutschland GmbH mit Sitz in München und die in Berlin gegründete Offerista Group GmbH. Ziel der Initiative ist es, das Thema digitale Handelskommunikation als zukunftsweisenden Industriezweig breiter in die öffentliche Wahrnehmung zu bringen. Dazu analysiert und beobachtet die IDH den Markt und steht als Informationsquelle auch anderen Marktteilnehmern sowie Verbänden, Politik und Medien zur Verfügung.

Weitere Informationen unter:

<https://www.linkedin.com/showcase/idh-initiative-digitale-handelskommunikation>

Kontakt

IDH - Initiative Digitale Handelskommunikation

% VONROEDER COMMUNICATIONS | Schlegelstr. 4 | D-10115 Berlin

idh@vonroeder-communications.com

<https://www.linkedin.com/showcase/idh-initiative-digitale-handelskommunikation/>