

## PRESSEINFORMATION

Wien, 19. September 2022



### **VKI-Vergleich Supermarktpreise: Preisanstieg bei Bio-Produkten weniger stark** Teuerung im Niedrigpreissegment wie auch bei Markenprodukten weit über dem Verbraucherindex

Der Verein für Konsumenteninformation (VKI) hat die aktuellen Preise der 4 Marktführer im Lebensmitteleinzelhandel – Spar, Billa, Hofer und Lidl – mit den Preisen der letzten VKI-Untersuchung aus dem Jahre 2018 verglichen. Für den Vergleich wurden die Preise von 135 Produkten zusammengetragen und in 3 Warenkörben gruppiert: Preiseinstiegsprodukte, Markenprodukte und Bioprodukte. Dabei zeigten sich die stärksten Preissteigerungen im Niedrigpreissegment mit Zuschlägen von 22 bis 27 Prozent je nach Anbieter. Bei einzelnen Produkten gab es hier sogar Spitzenwerte von bis zu 144 Prozent. Die Teuerung bei den Markenprodukten fiel nicht ganz so stark aus, lag aber immer noch deutlich über der allgemeinen Teuerung im untersuchten Zeitraum. Den moderatesten Preisanstieg wies der Bio-Warenkorb auf. Die vollständige Erhebung gibt es ab sofort auf [www.konsument.at](http://www.konsument.at) und als Zusammenfassung der wesentlichsten Daten in der Oktober-Ausgabe der Zeitschrift KONSUMENT.

In der Untersuchung wurden die Preise vom August 2022 mit den Preisen aus dem Juli 2018 verglichen. Zwischen den Erhebungsmonaten stieg der Verbraucherpreisindex um rund 16 Prozent. Damit lag nur der Bio-Warenkorb mit 15 bis 17 Prozent Preisanstieg (je nach Anbieter) im Rahmen der allgemeinen Teuerung. Die Preiserhöhungen bei den Markenprodukten (22 bis 24 Prozent) als auch bei den Preiseinstiegsprodukten (22 bis 27 Prozent) lagen deutlich über dem allgemeinen Preisanstieg dieser 4 Jahre.

Auffällig waren die erheblichen Preissprünge einzelner Artikel im Niedrigpreissegment. Pflanzenöl bzw. Tafelöl und Sonnenblumenöl sind durchwegs mindestens doppelt so teuer wie vor vier Jahren, der Spitzenwert liegt bei 144 Prozent. Aber auch bei Mischbrot, Toastbrot, Mehl oder Nudeln waren häufig Preissteigerungen von 50 bis 70 Prozent festzustellen, ähnlich auch bei diversen Tiefkühlprodukten oder Extrawurst.

Die Preise für Markenartikel sind im Vergleich dazu zwar kaum weniger gestiegen, aber extreme Preissprünge von über 50 Prozent waren dort seltener zu finden als bei den Preiseinstiegsprodukten. Die Preise der Eigen- und Handelsmarken der Konzerne unterlagen tendenziell einem stärkeren Preisanstieg als die der Markenartikel. Auch der Unterschied zwischen Diskonter und Supermarkt schwindet zusehends. Im Jahr 2018 lag der Abstand noch bei 6 Prozent, heuer hat er sich auf 3 Prozent halbiert.

„Wer derzeit möglichst günstig einkaufen möchte, muss in jedem Fall ausgiebig Preise vergleichen“, rät Christian Kornherr, Leiter des Bereichs Untersuchung im VKI. „Die Produkte im Niedrigpreissegment haben zum Teil stark zugelegt und sich den Markenprodukten angenähert. Im Gesamtbild schmelzen die Preisunterschiede zwischen Diskontern und klassischen Supermärkten“, so Christian Kornherr weiter. „Den Konsumentinnen und Konsumenten kann man nur raten: vergleichen, vergleichen und nochmals vergleichen.“

**SERVICE:** Den vollständigen Vergleich gibt es ab sofort auf [www.konsument.at](http://www.konsument.at), eine Zusammenfassung der wesentlichsten Daten gibt es ab 22.09.2022 in der Oktober-Ausgabe der Zeitschrift KONSUMENT.

**RÜCKFRAGEHINWEIS FÜR MEDIENANFRAGEN:** VKI-Pressestelle, Tel.: +43 664 231 44 81, E-Mail: [presse@vki.at](mailto:presse@vki.at)