



## Consumer Insights 2025: Food

Zwischen Sparsamkeit und gesunder Ernährung

Februar 2025

## Über die Zahlen und Fakten der ConsumerSignals



Insgesamt 19.000  
Befragte aus 19  
Ländern, darunter  
**1.000 Befragte aus  
Deutschland**



Befragungszeitraum:  
**monatlich seit  
April 2020**

**Heute: Daten von  
Ende Dezember 2024**



Interviews erfolgen  
in Form einer **Online-  
Befragung**



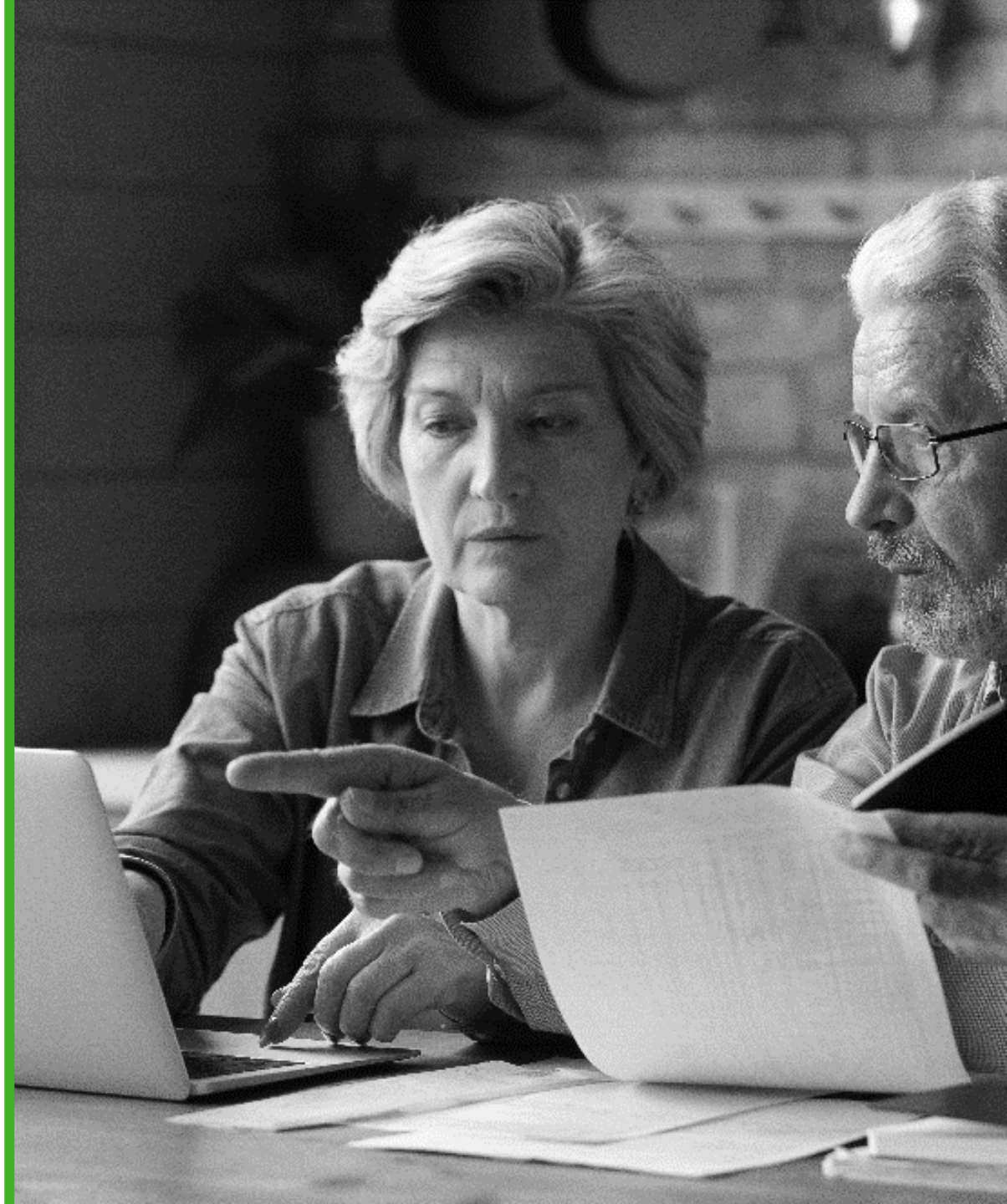
**Repräsentative**  
Ergebnisse,  
gewichtet nach Alter  
und Geschlecht



# Die aktuelle finanzielle Situation

**45%**

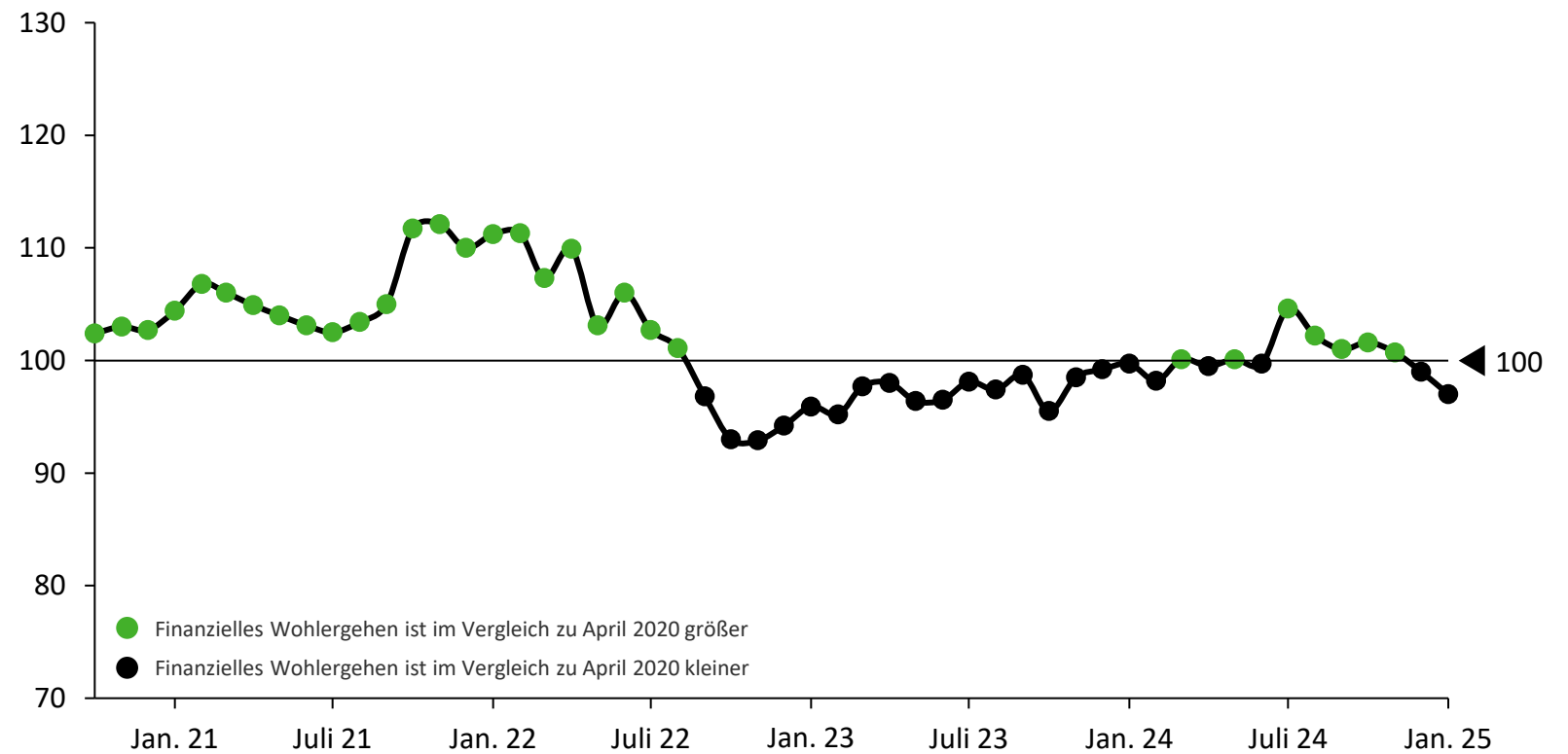
schätzen ihre aktuelle finanzielle Lage schlechter ein als im Vorjahr.



## Große Unsicherheit prägt das finanzielle Wohlergehen der Deutschen

Mit 97 Punkten ist der Index im Januar das dritte Mal in Folge gesunken; das finanzielle Wohlergehen der Deutschen damit auch.

Deloitte Financial Well-being Index (April 2020 = 100)

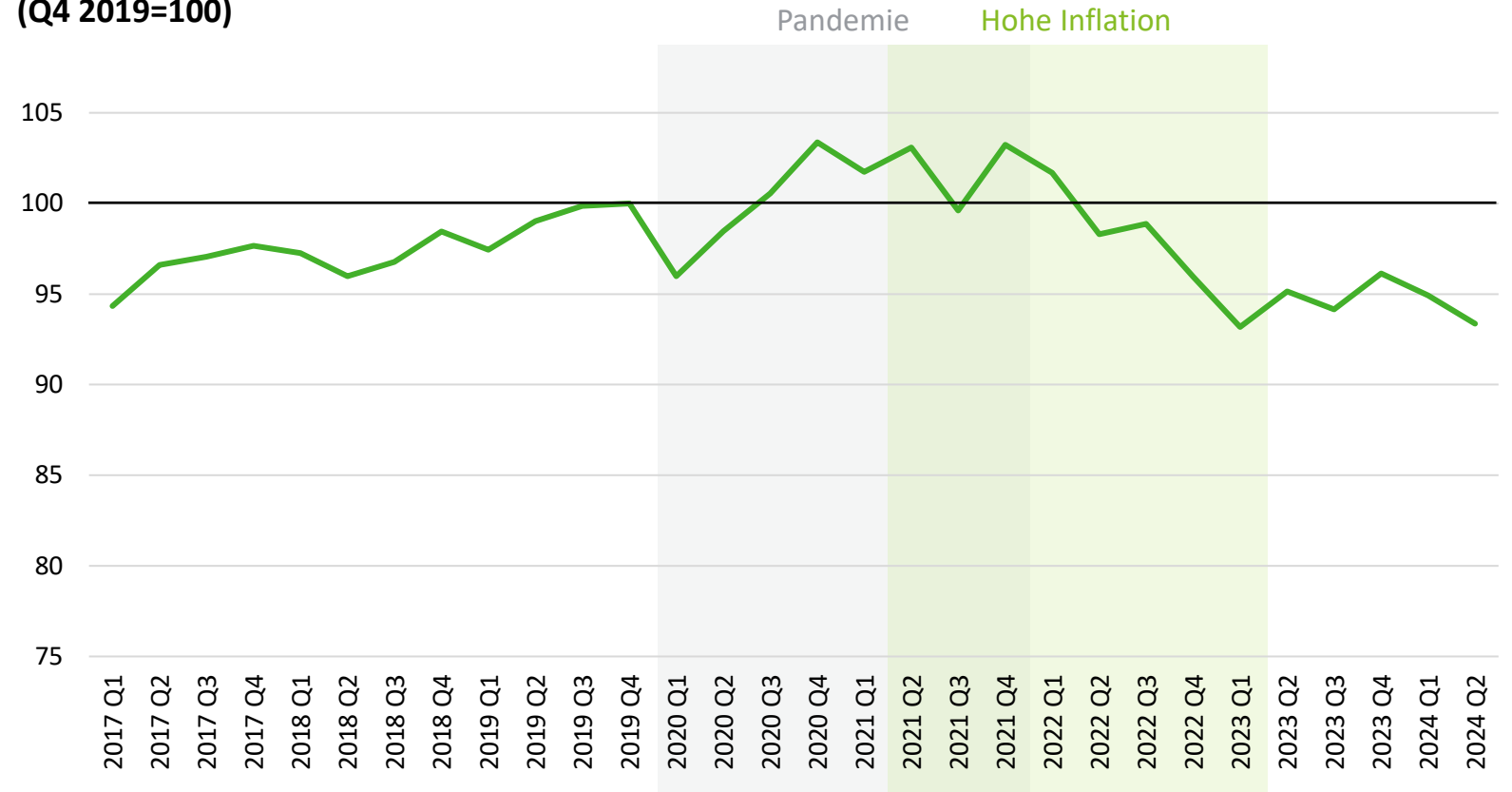


Folgende sechs Dimensionen bilden den Index: Zuversicht, anstehende Zahlungen leisten zu können, Zufriedenheit mit der Höhe der eigenen Rücklagen, Verhältnis zwischen Einnahmen und Ausgaben, Aufschub größerer Anschaffungen, Beurteilung der aktuellen finanziellen Situation im Vergleich zum Vorjahr, Einschätzung der eigenen finanziellen Lage im kommenden Jahr

## Krisen haben Effekte, die noch immer spürbar sind

Kurzlebige Konsumgüter (darunter Lebensmittel und Getränke) leiden noch immer unter den Effekten von Pandemie und Inflation.

Niveau der preisbereinigten privaten Konsumausgaben für kurzlebige Konsumgüter in Deutschland (Q4 2019=100)



Quelle: Eurostat, Deloitte-Berechnungen

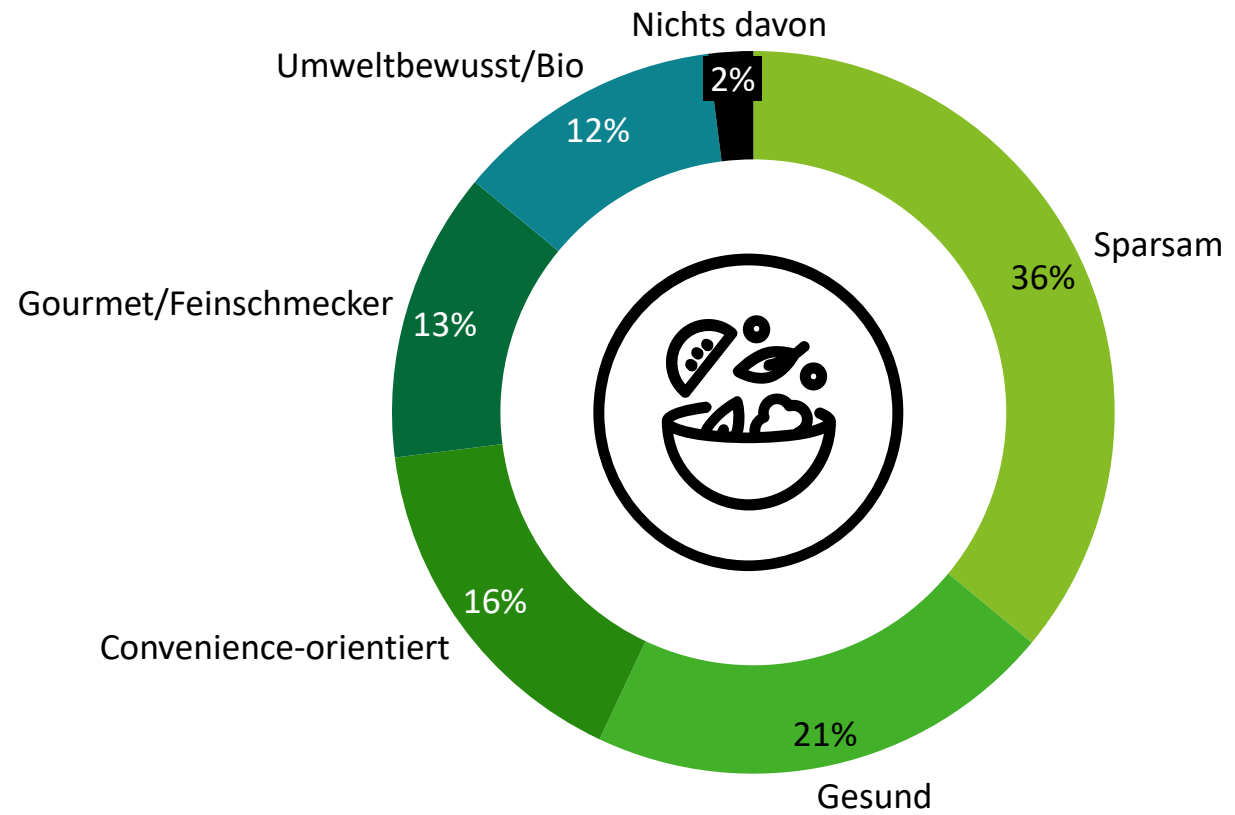


Wie essen wir?

## Das Essverhalten der Deutschen – Status quo

Das Essverhalten von knapp 60 Prozent der Deutschen wird von zwei Begriffen geprägt: Sparsamkeit und Gesundheitsbewusstsein.

Food Types

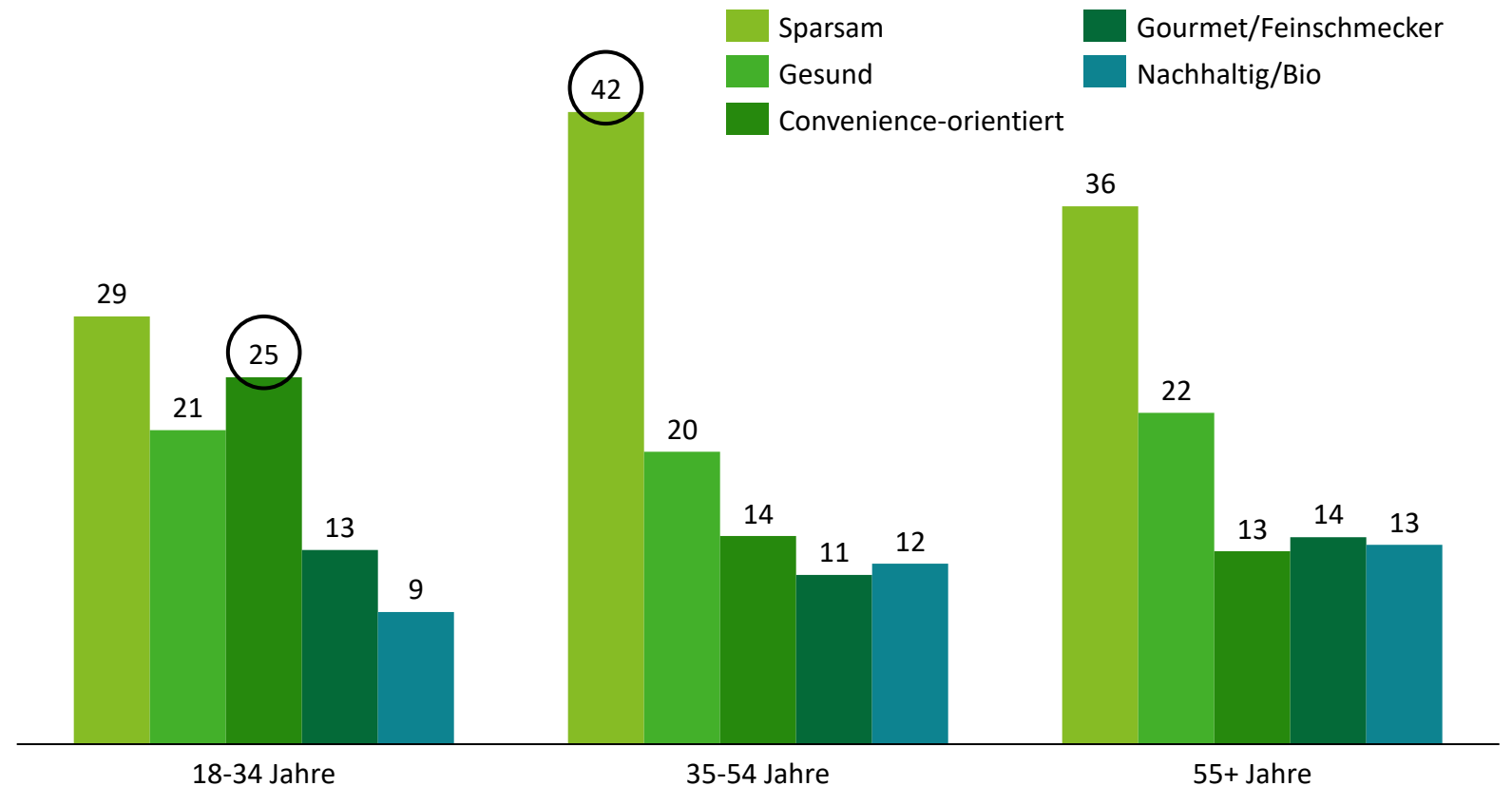




## Das Essverhalten der Deutschen – nach Alter

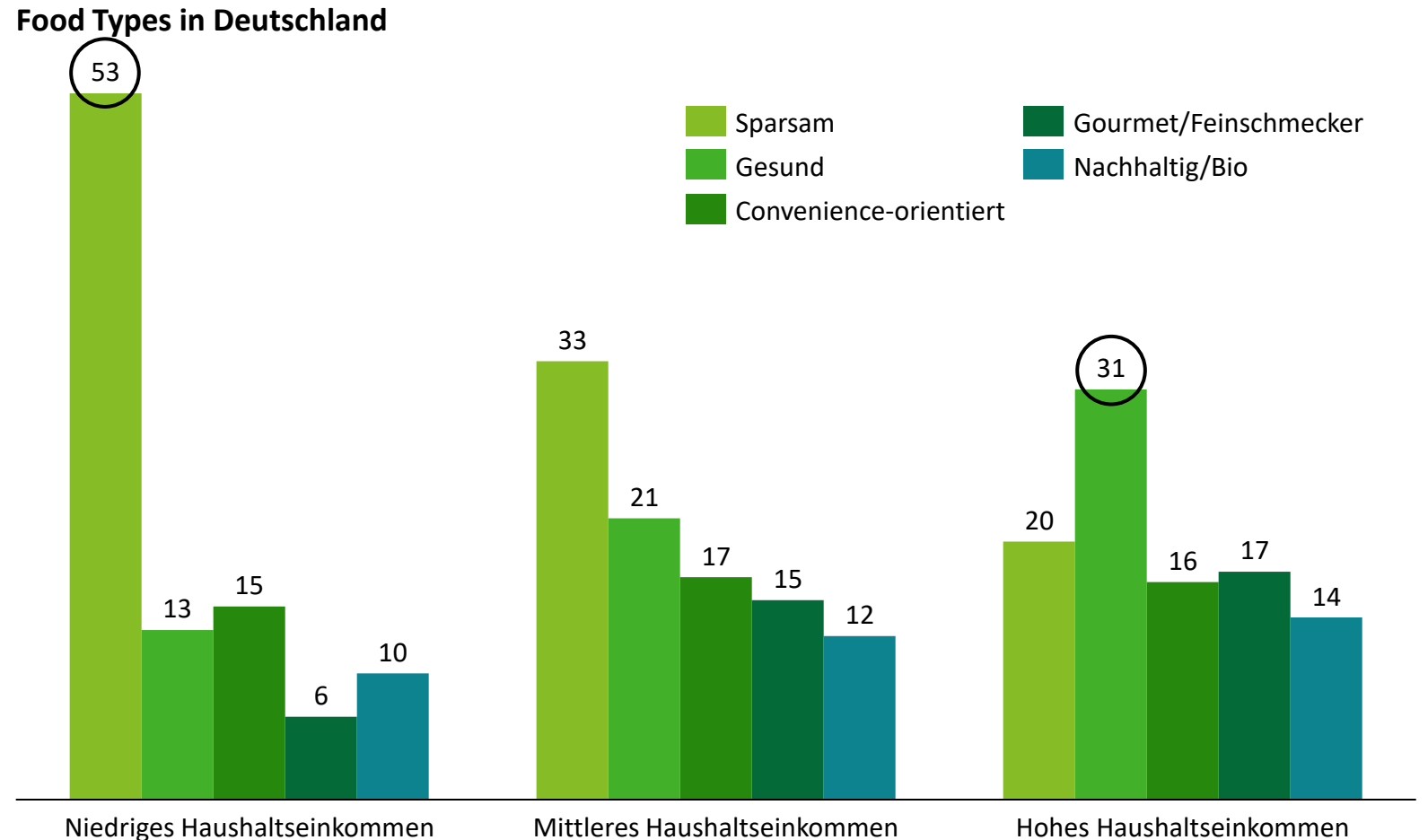
Über alle Altersgruppen hinweg sind die Sparsamen dominant. Auffällig ist auch, dass Convenience für jüngere eine ganz zentrale Rolle spielt

Food Types



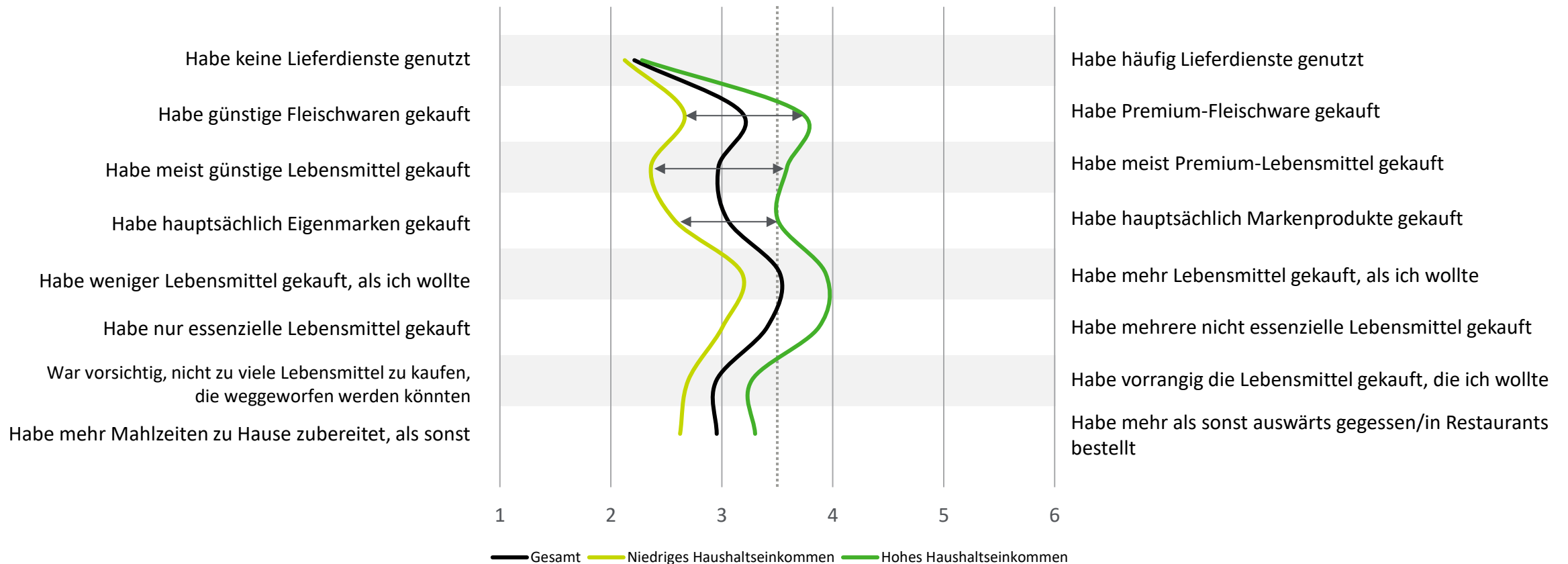
## Das Essverhalten der Deutschen – nach Einkommen

Je höher das Einkommen, desto kleiner der Anteil an Sparsamen. Stattdessen gewinnt „gesund“ an Relevanz.



# Konsumenten beschäftigen sich aktiv mit Lebensmitteln

## Verhaltensweisen in den letzten 2 Wochen, Mittelwert



# Zwei Arten des Umgangs mit erhöhten Preisen und knapperen Budgets

## Kategorisierung von Verhaltensweisen, die auf finanziellen Stress beim Lebensmitteleinkauf hindeuten

### Kompromisse

**Ziel:** An etablierten Gewohnheiten festhalten

**Umsetzung:** Die Lebensmittel, die im Einkaufswagen landen, sind im Prinzip gleichartig, nur werden sie durch günstigere Alternativen ersetzt

**Grad der Veränderung:** Niedrig

**Häufigkeit einzelner Verhaltensweisen:**



31%

haben günstige Fleischwaren gekauft



34%

haben hauptsächlich Eigenmarken gekauft



39%

haben vorrangig günstige Lebensmittel gekauft

### Verzicht

**Ziel:** Sparpotenzial maximieren

**Umsetzung:** Einzelne Produktgruppen werden komplett weggelassen und/oder es wird sich auf wirklich notwendige Lebensmittel beschränkt

**Grad der Veränderung:** Mittel bis hoch

**Häufigkeit einzelner Verhaltensweisen:**



45%

waren vorsichtig, nicht zu viele Lebensmittel schlecht werden zu lassen



23%

haben nur essenzielle Lebensmittel gekauft



18%

haben weniger Lebensmittel gekauft, als sie wollten

**35%**

der Deutschen haben mind.  
drei dieser „frugal“  
Verhaltensweisen in den  
letzten 2 Wochen gezeigt.



A black and white photograph of a family of four running joyfully through a field. The mother is on the left, the father is on the right, and two children are in the center. All four have their arms outstretched and are smiling. The background shows rolling hills under a bright sky. A semi-transparent dark grey horizontal bar is overlaid across the middle of the image, containing the text.

**Die kleine Flucht aus dem Alltag**

**62%**

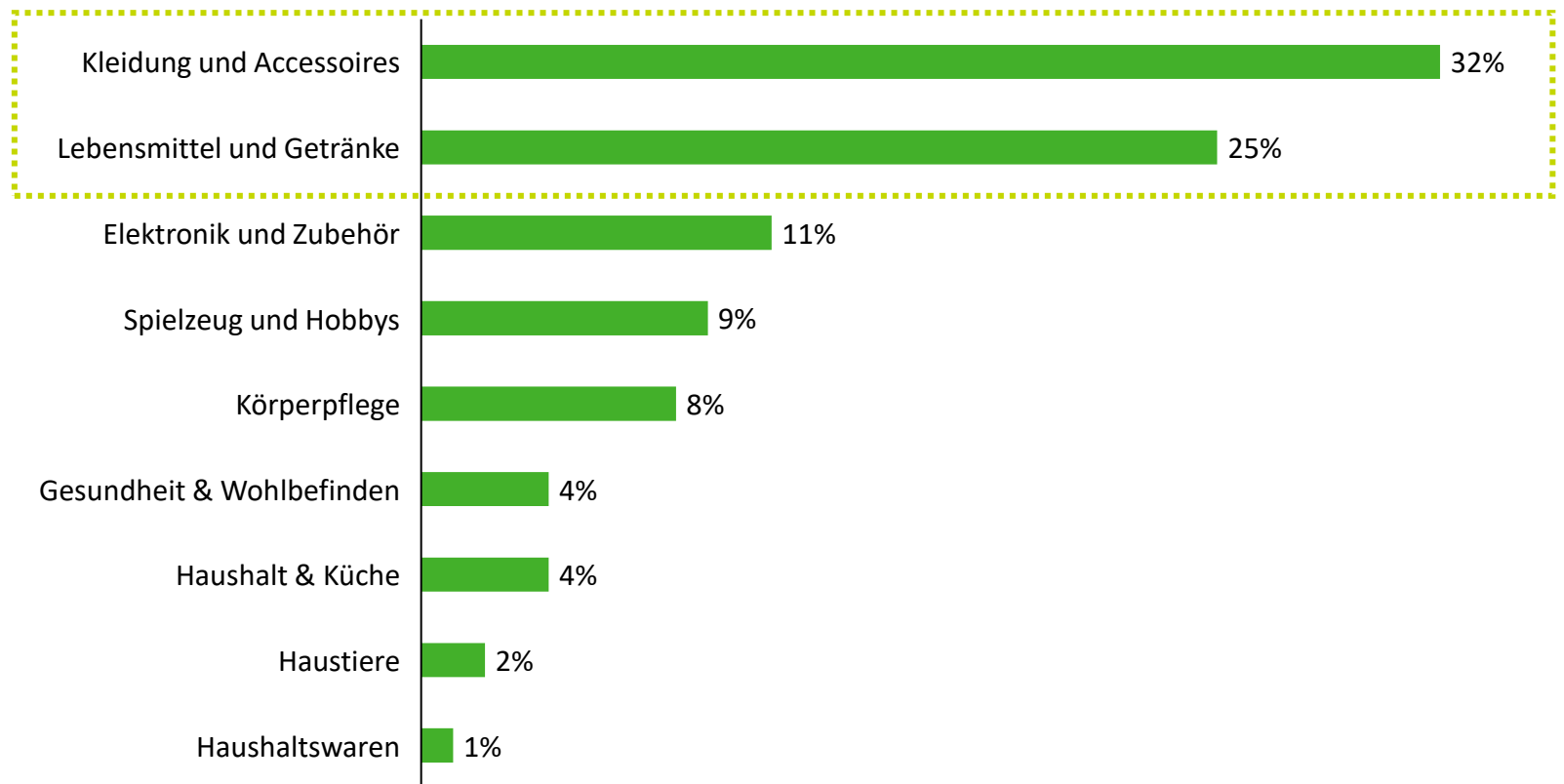
der Deutschen haben sich im vergangenen Monat mind. ein Produkt gekauft, um sich selbst etwas zu gönnen.



## Verbraucher schaffen sich kleine Momente, die vom Alltag ablenken

Besonders beliebt, wenn sich Deutsche etwas gönnen: Bekleidung und Lebensmittel.

Produktkategorie, aus der sich im vergangenen Monat etwas gegönnt wurde





Herzlichen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Fragen?



**Stamatoula Schick**

Industry Insights  
Consumer Products & Retail  
[sschick@deloitte.de](mailto:sschick@deloitte.de)

UPDATED JANUARY 2025

# ConsumerSignals

ConsumerSignals is a longitudinal exploration of consumer spending behavior and the factors behind it. Every month, we survey thousands of consumers across multiple markets about their sense of financial well-being, spending intentions, and upcoming plans—big or small—from their next trip to the grocery store to upcoming vacations and more.

Now in its fourth year, ConsumerSignals provides a view into consumer spending strategies being used to navigate an unpredictable world. We offer an interactive data dashboard, collection of proprietary consumer indices

## FINANCIAL AND SPENDING SENTIMENT

### Financial well-being

*Financial well-being sentiment continues to recover from 2022 lows.*

### Spending intent

*The recovery in financial sentiment is yet to translate to stronger*



[Hier geht es zum interaktiven Dashboard.](#)