



© APN/Barbara Gindl

Das Trendbarometer 2022 hängt windschief

Der Onlineboom ist nachhaltig, und auch die Nachhaltigkeit bei den Produkten kennt keine Grenzen – außer jener des Preisauftriebs.

••• Von Christian Novacek

Zwar wäre es, so sagt Handelsobmann Rainer Trefelik von der WKÖ, „an der Zeit, den Fokus endlich weg von Corona zu lenken und zu einem weitgehend normalen Leben zurückzukehren“. Allerdings hat Corona an einigen Grundfeilern des täglichen Einkaufs

dermaßen heftig gerüttelt, dass von Corona einiges übrig bleiben wird – auch wenn Corona wieder weg ist.

Vorneweg: Es sind nicht alle Auswirkungen der Krise schlecht. Laut einer aktuellen Studie des VOEB (Verband Österreichischer Entsorgungsbetriebe; Umfrage von Marketagent mit 500 Befragten im Februar und März 2022) achten nunmehr 72% der

Österreicher auf einen sorgsamen Umgang mit Lebensmitteln. Auch beim Einkaufen schauen sie auf regionale und saisonale Herkunft, greifen zu kleineren Mengen und versuchen, Verpackungen zu vermeiden.

Auffällig: die unterschiedlichen Einstellungen und Verhaltensweisen zwischen Alt und Jung. Während 70% der über 60-Jährigen auf die richtige La-

gerung von Lebensmitteln achten und ihren Biomüll trennen, stimmen dem nur 41% der unter 30-Jährigen zu. Weiters sind Lebensmittel aus entfernten Ländern wie Avocados aus Mexiko oder Kiwis aus Neuseeland für 44% der Älteren ein No-Go, hingegen nur für zwölf Prozent der Jüngeren.

Das erstaunt in Anbetracht von vorwiegend jugendlich ge-