



AKTUELLE EINKAUFSTUDIE

Viele Kunden haben's eilig

Die Kunden sind schneller geworden beim Einkauf: 18- bis 29-Jährige lassen sich höchstens eine Viertelstunde Zeit im Supermarkt. So steht's im aktuellen POS-Marketing-Report von LZ und UGW Communication. Nur jeder vierte Verbraucher lässt sich über eine halbe Stunde Zeit dafür. Zwei Jahre zuvor war es noch jeder Dritte. Gestiegen ist dagegen der Anteil von Kunden, die spontan und ohne Einkaufszettel einkaufen: 38 Prozent lassen sich heutzutage vor Ort am POS inspirieren – zum Beispiel durch Angebote. Im Jahr 2007 waren es 35 Prozent. Bevorzugt werden

← Einkauf auf die Schnelle: wie im E city-market von Horst Halbig im Berliner Bahnhof Friedrichstraße.

Geschäfte, die mit der Frische ihrer Ware, aber auch durch die Sauberkeit im Markt

überzeugen. Für die Wahl der Einkaufsstätte sind außerdem das Preis-Leistungs-Verhältnis, ein vielfältiges Produktangebot sowie ein freundlicher Kundenservice entscheidend. Darüber hinaus spielt das Angebot an Bio-Artikeln und Erzeugnissen aus der Region eine größere Rolle als vor zwei Jahren. Den größten Einfluss beim Kauf haben „personalgestützte Promotions“ wie Verkostungen. Jeder Zweite hat sich davon schon einmal zum Kauf animieren lassen. Handzettel haben als Werbemedium nach wie vor Bedeutung – vor allem für ältere Kunden. Jüngere Verbraucher lassen sich aber auch durch personalisierte Newsletter gut erreichen. Für die Studie wurden 701 Verbraucher am POS von SB-Warenhäusern, Verbrauchern, Super- und Drogeriemärkten befragt.