

# Aktuelle Trends und Entwicklungen – Konsumverhalten der Kunden im Einzelhandel

4. Juli 2011

## Konsumverhalten im Einzelhandel verändert sich rapide

In den vergangenen Jahren sind die Ausgaben für Energie, Mieten, Altersvorsorge etc. massiv angestiegen. Die Einnahmen des Einzelhandels sinken dementsprechend. Dazu hat bzw. verändert sich aktuell das Konsumverhalten.



Wer eine Gründung im Einzelhandel plant, sollte sich stets über die herrschenden Trends bewusst sein. Das aktuelle Magazin Gründerzeiten des Bundeswirtschaftsministeriums (BMWi) Nr. 53 aus Juni 2011 nennt hier die folgenden Punkte:

### 1. **Gewinnmargen sind extrem unterschiedlich**

Die klassischen Handelssparten für die Grundversorgung (Lebensmittel, Bekleidung) werden auch in Zukunft ihre Bedeutung haben. Existenzgründer sollten allerdings immer auf die Einordnung zwischen den Extremen „Masse“ und „Klasse“ achten. Die Gewinnmargen im Massenmarkt sind gering, Anbieter sind hier grundsätzlich einem immensen Druck auf den Preis ausgesetzt.

### 2. **Preis ist bei Kunden trotzdem nicht mehr das Maß aller Dinge**

Kunden in Deutschland sind häufig besonders preissensibel, d. h. sie kaufen bevorzugt beim Discounter, in Fachmärkten und Fachmarktzentren und in SB-Warenhäusern besonders günstig ein. Davon profitieren in erster Linie großflächige Einzelhandelsformen in Stadtrandlage oder in Gewerbegebieten. Im Zuge des demographischen Wandels ist derzeit aber auch ein Gegentrend beim Konsumverhalten zu beobachten. Es zieht den Handel wieder stärker in die Innenstadt, die Geschäfte werden wieder kleinteiliger, regionale und qualitativ hochwertigere Produkte werden stärker nachgefragt.

### 3. **Convenience und Service boomen vor allem in größeren Städten**

Konjunktur haben derzeit Nahversorger mit Food-Sortiment (Bioläden, Spezialisten für Obst/Gemüse, Wein, Käse, Fisch usw.), oft mit küchenfertigen Lebensmitteln (sogenannte

Convenience Produkte). Profitieren können auch Fachgeschäfte aus dem Nonfood-Segment, die integrierte Serviceleistungen anbieten (Parfümerien mit Kosmetikbehandlung, Fahrräderverkauf mit Fahrradwerkstatt, Juweliere mit Schmuck-Sonderanfertigungen). Für beide Bereiche gilt allerdings, dass sie vor allem in größeren Städten bzw. Stadtteilen auf Zuspruch stoßen – auf dem flachen Land sieht es meist schlechter aus.

**4. Wellness und Gesundheit sind eine längerfristige Sache**

Das Gesundheitsbewusstsein in einer alternden Gesellschaft steigt. Diesbezügliche Lifestyle- und medizinähnliche Produkte werden immer mehr nachgefragt. Dazu zählen auch Sportbekleidung und -accessoires wie auch die Vermarktung entsprechender Kurse und Reisen.

**5. Luxus ist beim Konsumverhalten wieder in**

Immer mehr Kunden bevorzugen elegante Geschäfte in hochfrequenten innerstädtischen Lagen. Beliebte Kauforte sind Galerien und Passagen, Megastores, Concept Stores oder entsprechend ausgestattete Anbieter gängiger und hochwertiger Markenartikel. Kleinere und mittlere Fachgeschäfte sollten und müssen sich auf bestimmte Nischen spezialisieren, um hiervon profitieren zu können.

**6. Individualisierung und Erlebnis werden immer beliebter**

Der Konsument möchte sich vom Durchschnitt abheben – das findet seinen Ausdruck auch in den entsprechenden Produkten. Individuelle Maßanfertigungen sind daher gefragt, ebenso die Variation eines Standardproduktes durch Zugabe bestimmter Accessoires. Einkaufen soll zum sinnlichen Erlebnis werden. Hiervon können auch sogenannte Manufakturen, in denen Herstellung und Verkauf unter einem Dach angeboten werden, profitieren.

**7. Online-Handel boomt**

Künftige Inhaber eines Ladens sollten beachten, dass sich das Geschäft mit dem Verbraucher immer mehr ins Internet verlagert. Dies bedeutet nicht, dass von Existenzgründungen mit stationärem Laden abgeraten werden muss – der entsprechende Mix ist meist entscheidend.

**Zuwachs Online-Käufer in Deutschland**

2005	25 Millionen
2006	26,4 Millionen
2007	27,9 Millionen
2008	30,2 Millionen
2009	31,9 Millionen
2010	34,1 Millionen

## **Aktuelle HDE- Trends im Konsumverhalten**

Der Hauptverband des deutschen Einzelhandels (HDE) hat eine stichpunktartige Liste der verschiedenen Tendenzen zusammengestellt, die wir Ihnen nicht vorenthalten möchten. Einige Punkte finden Sie auch im oberen Text wieder.

- **Emotion:** Die Konsumenten suchen heute Emotion, Abwechslung und Individualität. Sie wollen sich etwas gönnen, sich verwöhnen und sich jeden Tag neu inszenieren.
- **Lifestyle:** Nichts geht ohne Lifestyle. Zum Lifestyle gehört aber auch die Anwendungsorientierung, die Orientierung an Lebens- und Themenwelten, bei welchen sich die Sortimente vermischen.
- **Convenience:** Konsumenten wollen „convenient“ (= günstig und bequem) einkaufen: conveniente Produkte in convenienten Geschäften an convenienten Standorten.
- **Individualisierung:** Raus aus dem Durchschnitt, sich mit etwas Eigenem und Besonderem aus der Masse hervorheben
- **Social Media:** Kunden informieren sich und andere über Internet und mobile Medien, schnellere Vergleichbarkeit, Meinung wird gemacht, dadurch entsteht Gruppenzugehörigkeit
- **Qualitätsbewusstsein:** Es nimmt zu. Für Qualität sind die Verbraucher wieder bereit, mehr Geld auszugeben.
- **Luxus:** Der Luxusmarkt hat Signalfunktion und weckt Begehrlichkeiten.
- **Multi-Channeling:** Der Händler muss für seine Kunden auf mehreren Wegen erreichbar sein (Ladengeschäft, Internet).
- **Gesundheit:** Vorbeugen ist besser als heilen. Gesundheitsvorsorge gewinnt an Bedeutung.
- **Demographischer Wandel:** Er bringt Risiken, aber auch Chancen mit sich (neue Kunden und Kundenwünsche), gerade auch für kleinere Einzelhändler.
- **Energieeffizienz und Nachhaltigkeit:** Kunden haben ein immer stärkeres ökologisches Bewusstsein, zum einen aus Überzeugung, zum anderen, weil es Ressourcen schont und Geld spart.