

Diese Meldung kann unter <http://www.presseportal.de/pm/55750/2175062/shoppingtrends-bei-lebensmitteln-steigende-markentreue-bei-sinkender-einkaufsdisziplin> abgerufen werden.

# Lebensmittel Zeitung

Shoppingtrends bei Lebensmitteln: Steigende Markentreue bei sinkender Einkaufsdisziplin

03.01.2012 - 10:04 Uhr, Lebensmittel Zeitung

Frankfurt/Main (ots) - Öfter, kürzer und mehr als geplant: So kaufen Konsumenten heute ein.

Eine höhere Einkaufsfrequenz gepaart mit einer kürzeren Verweildauer in den Märkten prägt den Lebensmitteleinkauf von heute. Der neue POS-Marketing-Report 2011|2012 von Lebensmittel Zeitung (Deutscher Fachverlag, Frankfurt) und UGW Communication gibt Aufschluss über die Einkaufsplanung und zeigt, welche Abverkaufsmechaniken von Herstellern und Handel am besten funktionieren. Und welche Rolle Marken heute spielen.

Insbesondere bei den immer mobileren Senioren über 65 Jahren sinkt die Treue zur Einkaufsstätte im Lebensmitteleinzelhandel. Dafür wird häufiger und schneller eingekauft. Das hat Folgen für die "Einkaufsdisziplin": Annähernd jeder zweite Konsument kauft spontan mehr ein als ursprünglich geplant.

In der heutigen, von Unsicherheit geprägten Zeit wird wieder stärker zu Markenprodukten gegriffen: Mehr als 80 Prozent - und damit fast doppelt so viele Shopper wie noch vor zwei Jahren - gönnen sich gelegentlich ein hochwertiges Markenprodukt. Im Produktvergleich ziehen fast drei Viertel "günstige" Markenprodukte den Handelsmarken vor.

Die Konsumenten wollen heute immer mehr für ihr Geld: Multibuy-Aktionen und Packungs Sondergrößen sind besonders begehrt. Zwei Drittel haben zudem schon mindestens einmal ein Produkt mit Zugabe erworben. Auch durch einen Zusatznutzen am Produkt (z.B. "Limited Edition"), durch Handzettel, Deckenhänger und Sonderplatzierungen lassen sich die Käufer gut beeinflussen. Personalgestützte Promotions ("Werbedamen"-Einsätze) zeigen eine hohe Qualität für die Aktivierung auf der Fläche. Vier von fünf Konsumenten haben schon mindestens einmal an einer solchen Aktion teilgenommen.

Mehr als die Hälfte der Konsumenten besitzt mindestens eine Kundenkarte aus dem Lebensmitteleinzelhandel (LEH) - eine Erfolgsgeschichte im Hinblick auf Flächenloyalität und Steigerung der Einkaufsintensität.

Details zu den erfolgreichen Vermarktungsstrategien am POS und welche Rolle dabei die neuen Medien spielen, dokumentiert der umfangreiche Berichtsband auf 203 Seiten. Zwischenfazit der einzelnen Kapitel beinhalten Interpretationen der Ergebnisse und geben Hinweise für die erfolgreiche Promotionplanung.

Der POS-Marketing-Report wird jährlich erstellt und basiert alle zwei Jahre auf einer Käuferbefragung. 700 Shopper wurden im Umfeld von Geschäften des deutschen Lebensmitteleinzelhandels inklusive Drogeriemärkten befragt. Die Studie ist für 295 Euro inkl. MwSt. zzgl. Versandkosten erhältlich über [www.lebensmittelzeitung.net/pos-mr](http://www.lebensmittelzeitung.net/pos-mr) oder per E-Mail über [marketing@lebensmittelzeitung.net](mailto:marketing@lebensmittelzeitung.net)

Kontakt: Hilke Waas, Leitung Marktforschung / Lebensmittel Zeitung / Telefon: 069 7595-1957 / E-Mail: [waas@lebensmittelzeitung.net](mailto:waas@lebensmittelzeitung.net)

Gernot Lingelbach, Geschäftsführer / UGW Communication GmbH / Telefon: 0611 97777-0 / E-Mail: [g.lingelbach@ugw.de](mailto:g.lingelbach@ugw.de)

Die Verlagsgruppe Deutscher Fachverlag (dfv) mit Sitz in Frankfurt am Main gehört zu den größten konzernunabhängigen Fachmedienunternehmen in Deutschland und Europa. Mit seinen Tochtergesellschaften publiziert der dfv rund 90 Zeitschriften, viele davon unangefochtene Marktführer in den jeweiligen Branchen. Das Portfolio des dfv wird von über 90 digitalen Angeboten sowie zahlreichen B2B-Communities und einer großen Zahl von Fachbuchtiteln ergänzt. Seminare, Kongresse, Messen sowie Symposien runden das Verlagsprogramm ab. Der dfv beschäftigt 890 Mitarbeiter im In- und Ausland und erzielte 2011 einen Umsatz von 133,3 Millionen Euro.

Pressekontakt:

Verlagsgruppe Deutscher Fachverlag  
dfv Unternehmenskommunikation  
Brita Westerholz & Judith Scondo  
Mainzer Landstraße 251  
60326 Frankfurt/Main  
Telefon: 069 / 7595 - 2051

Fax: 069 / 7595 - 2055  
E-Mail: [presse@dfv.de](mailto:presse@dfv.de)

Originaltext: Lebensmittel Zeitung  
Pressemappe: <http://www.presseportal.de/pm/55750/lebensmittel-zeitung>  
Pressemappe als RSS: [http://presseportal.de/rss/pm\\_55750.rss2](http://presseportal.de/rss/pm_55750.rss2)