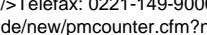




Die Hessen kaufen am cleversten ein

Die Hessen kaufen am cleversten ein - Studie von GfK und PENNY vergleicht Einkaufsgewohnheiten in Deutschland. Die Hessen kaufen am cleversten Lebensmittel ein. Das ergab eine heute veröffentlichte repräsentative Online-Studie der GfK im Auftrag von PENNY. Die Mitteldeutschen haben in der Umfrage aus April 2014 unter mehr als 2.000 haushaltsführenden Deutschen ab 18 Jahren mit 107,3 Punkten den höchsten "Einkaufs-IQ" vor Bremen (106,8) und Berlin (106,0). Damit liegen das Bundesland, der Stadtstaat und die Hauptstadt über dem Bundesdurchschnitt von 105,3 Punkten. Unterdurchschnittlich schnitten unter anderem Rheinland-Pfalz (104,7) und Sachsen (102,6) ab. Schlusslicht ist Brandenburg mit einem durchschnittlichen "Einkaufs-IQ" von 100,8 Punkten. Darüber hinaus widerlegt der umfangreiche Fragebogen ein altes Klischee: Männer kaufen doch ebenso clever ein wie Frauen (105,6 zu 105,1 Punkte). Im Einkaufsverhalten sind allerdings klare Unterschiede zwischen den Geschlechtern zu erkennen. Frauen legen größeren Wert auf Einkaufserlebnis und Qualität, außerdem sind für sie Freundlichkeit und Kompetenz der Mitarbeiter im Markt entscheidende Faktoren. Männer lassen sich hingegen stärker von negativer Medienberichterstattung beeinflussen und neigen dazu, die Einkaufsstätte nach schlechten Erfahrungen zu wechseln. Der "Einkaufs-IQ" von PENNY und der GfK berechnet sich aus Fragen in drei Kategorien: Wissen, Einstellung und Verhalten. Preise von Grundnahrungsmitteln, Wissen zu Qualitätssiegeln, den persönlichen Stellenwert von Nachhaltigkeit und sozialer Verantwortungsübernahme durch das Unternehmen, aber auch die Wichtigkeit des Einkaufserlebnisses sowie die Einstellung zu Service und Qualität im Lebensmitteleinzelhandel wurden abgefragt. Die Studie zeigt, dass Discounter mit umfangreichen Bedürfnissen der Kunden konfrontiert sind. Der Preis ist längst nicht mehr das alleinige Argument für einen Einkauf, so Ludger Wibbelt, Global Lead Retail der GfK. Stefan Magel, Geschäftsführer für Vertrieb und Marketing bei PENNY: "Die Bedürfnisse und Ansprüche unserer Kunden werden immer komplexer und driften zunehmend auseinander. Wir haben Kunden, die aufgrund ihrer Lebensumstände gezwungen sind zu sparen ebenso wie solche, die auch im Discount nachhaltige, fair gehandelte, ökologisch erzeugte oder regionale Produkte erwarten - und das ansprechend und modern inszeniert. Wir wollen und müssen jeden dieser Kunden ernst nehmen und ihn überzeugen, bei PENNY einzukaufen. Auf der anderen Seite müssen wir darauf achten, den Discount als eigenständiges Vertriebsformat zu erhalten, ohne zum kleinen Bruder des Supermarktes zu werden. Mit den weitreichenden Ergebnissen der Studie können wir unsere Strategie überprüfen und wo nötig weiter entwickeln. Noch vor einigen Jahren galten die Discounter als Einkaufsorte für Menschen mit geringem Anspruch an die Qualität der Produkte oder ein modernes Ladendesign. Das hat sich grundlegend geändert. Discounter-Kunden legen Wert auf eine modern, übersichtlich und einladend gestaltete Einkaufsstätte (80,8%) und achten darauf, dass die Unternehmen sich für soziale Belange einsetzen (62,4%). Auch die Ansprüche an Qualität und Nachhaltigkeit der Produkte sind hoch. Auf regionale Erzeugung (79,3%), Bioprodukte (45,6%) sowie nachhaltig erzeugte und fair gehandelte Waren (72,7%) legen Discounter-Kunden inzwischen nahezu ebenso großen Wert wie alle anderen. PENNY hat diesen Wandel erkannt und modernisiert bereits seit 2011 seine Märkte, verstärkt den Kundenservice und verbreitert das Angebot durch Eigenmarken. Allein 2013 erzielte der Initiator der Studie in Deutschland mit rund 2.200 Filialen und knapp 27.000 Mitarbeitern einen Umsatz von annähernd sieben Milliarden Euro. Im Ausland erwirtschaftete PENNY mit rund 1.350 Filialen und knapp 18.500 Mitarbeitern einen Umsatz von rund vier Milliarden Euro. REWE-Zentral-Aktiengesellschaft Domstraße 20 50668 Köln Deutschland Telefon: 0221-149-0 Telefax: 0221-149-9000 Mail: presse@rewe-group.com URL: <http://www.rewe-group.com/> 

Pressekontakt

Rewe Group

50668 Köln

rewe-group.com/
presse@rewe-group.com

Firmenkontakt

Rewe Group

50668 Köln

rewe-group.com/
presse@rewe-group.com

Vorstand Alain Caparros (Vorsitzender) Manfred Esser Jan Kunath Dr. Christian Mielsch Lionel Souque Frank Wiemer Aufsichtsratsvorsitzender Herr Dr. Klaus Burghard Handelsregister Amtsgericht Köln HRB 5281 Umsatzsteueridentifikationsnummer DE 122 789 648