

Verkaufstrends im Auge behalten

Jeder Einzelhändler von heute muss aktuelle Trends kennen, um diese sinnvoll für Zusatzumsätze nutzen zu können. Viele davon sind mittlerweile Dauertrends – Sortiment und Kaufverhalten sollten sich nach Möglichkeit daran orientieren.

Der demographische Wandel hinterlässt auch im Einzelhandel deutliche Spuren. Individualität und Preisbewusstsein, gepaart mit einer hohen Erwartung an Qualität sowie hohe Mobilität der Kunden sind nur einige der Trends, auf die der Bäcker und Konditor reagieren muss – nachfolgend einige wichtige Trends im Überblick:

Die „Älteren“: Fakt ist, dass 2014 ca. 26% aller Bundesbürger über 60 Jahre alt sind. In 2020 werden es sogar etwa 31% sein. Die zunehmende Fitness älterer Menschen, ihr Selbstverständnis und ihre Erwartungshaltung an ein Leben im fortgeschrittenem Alter erfordern deutliche Reaktionen. Viele haben diese bedeutende Zielgruppe noch nicht richtig erkannt. Das bedeutet für Ihr Geschäft:

- ▶ Immer freier Zugang in das Geschäft (keine Stolperfallen),
- ▶ gute Erreichbarkeit der Waren,
- ▶ intensivere Farben (und mehr Licht) einsetzen,
- ▶ klar erkennbare Preisauszeichnung (ggf. Lesehilfen anbieten),
- ▶ hohe Sortimentsqualität (Premiumprodukte auffällig platzieren),
- ▶ gesunde Produkte in den Vordergrund stellen.

Ausländer als Kunden: Deutschland hat aktuell einen Ausländeranteil von ca. 9%, was bedeutet, dass über 7 Mio. Ausländer in Deutschland ihren Wohnsitz haben. Diese Menschen verfügen zum einen über eine enorme Kaufkraft (geschätzt ca. 20 Mrd. Euro jährlich), haben aber auch sehr un-

terschiedliche Kaufgewohnheiten. Die Marktforschung hat sich dieser Kundengruppen bereits angenommen – Stichwort „Ethno-Marketing“. Das größte Problem bei Verkaufsgesprächen mit ausländischen Kunden besteht häufig in der Verständigung. Einige von ihnen sprechen nur wenig oder auch gar kein Deutsch. Sie sind deshalb unsicher und manchmal misstrauisch gegenüber Verkäufern, was sich verstärkt, wenn schon einmal schlechte Erfahrungen in einen anderen Geschäft gemacht worden sind.

Das bedeutet für Ihr Geschäft:

- ▶ Sprechen Sie in kurzen, klaren Sätzen in normaler Lautstärke.
- ▶ Nutzen Sie zur Unterstützung Mimik und Gestik.
- ▶ Sprechen Sie in „normalem“ Deutsch – kein „Kauderwelsch“ oder falsche Satzkonstruktionen, weil Sie vermuten, der Kunde versteht Sie nicht.
- ▶ Machen Sie sich niemals lustig über fehlerhafte Aussprachen des Kunden.
- ▶ Lassen Sie die Waren möglichst „für sich selbst sprechen“.
- ▶ Beziehen Sie die Sinne des Kunden mit ein (Anfassen, Riechen, Probieren usw.).
- ▶ Zeigen Sie beim Kassenvorgang auf das Display in Ihrer Kasse, um Zahlen verständlicher zu machen. Oder schreiben Sie es dem Kunden auf einen Zettel.

Kinder und Jugendliche: Kinder sind unsere Zukunft – lautet vielerorts die Meinung. Auch der Händler sollte diese Zielgruppe nutzen.

Das bedeutet für Ihr Geschäft:

- ▶ Je jünger die Kunden sind, desto mehr greifen sie nach farbigen Artikeln.
- ▶ Besonders die Snack- und Süßwarenartikel unter 2 Euro stehen im Blickfang.
- ▶ Kleinartikel nicht zu hoch platzieren.
- ▶ Kinder wollen Waren mehr anfassen als Erwachsene. Zeigen Sie Muster!
- ▶ Behandeln Sie Kinder und Jugendliche im Verkaufsgespräch immer wie Erwachsene.

„Singles“: 40% aller Haushalte in Deutschland sind Einpersonenhaushalte. Der Anteil der Haushalte mit ein oder zwei Personen wird laut vieler Prognosen weiter ansteigen. Diese Käufer erwerben Premiumprodukte im Lifestyle-Bereich, mit hohem Qualitätsanspruch, markenorientiert und mit dem Wunsch nach Langlebigkeit bei optimaler Beratung beim Einkauf.

Das bedeutet für Ihr Geschäft:

- ▶ Qualität der Waren spielt die größte Rolle – der Preis ist eher zweitrangig.
- ▶ Optisch gute Regalplatzierungen sprechen Singles eher an.
- ▶ Bieten Sie vermehrt Artikel in Kleingebinden an.
- ▶ Bieten Sie im Geschäft kleine Einkaufskörbe an.

Regionalität ist Trumpf: Die Verbraucher entwickeln eine immer stärkere Sehnsucht nach regionaler Herkunft. Motto: Mein Geld bleibt in der eigenen Region. Damit entstehen neue Chancen für regionale Händler, die sich spezialisieren und gute Beratung bieten.

Das bedeutet für Ihr Geschäft:

- ▶ Mehr regionale Backwaren anbieten.
- ▶ Regionaltypische eigene Brot- oder Kuchensorten kreieren.
- ▶ Lieferservice in der Region anbieten, z. B. Tortenlieferservice.

- ▶ Imagepflege durch aktive Beteiligung an regionalen Events (Schützen- oder Sommerfest, Weihnachtsmarkt u. Ä.).

Außer-Haus-Verzehr: Gesunder Genuss mit weniger Aufwand – so lässt sich der Anspruch vieler Verbraucher an die Ernährung zusammenfassen. Immer häufiger wird außer Haus gegessen. Statt drei großer Mahlzeiten pro Tag greifen viele gerne oder notgedrungen zu Snacks. Während der Absatz im Standardsortiment stagniert oder leicht zurückgeht, lässt sich für Bäckereien oder Konditoreien hier ein deutlicher Zuwachs erzielen.

Dauertrend „Erlebnisse im Handel“: Der Kunde erwartet heute immer mehr Unterhaltung und „Besonderes“ in seinem Geschäft. Nutzen Sie diesen Megatrend für Zusatzumsätze. Planen Sie frühzeitig individuelle Aktionen, so können Sie sich auch vom Wettbewerber absetzen. Nutzen Sie Thementage für Sonderaufbauten.

Wussten Sie eigentlich...

- ▶ ... dass es einen „Weltfrauentag“ gibt (8. März)?
- ▶ ... dass es einen „Tag für ältere Menschen“ gibt (1. Oktober)?
- ▶ ... dass es einen „Weltkindertag“ gibt (20. September)?
- ▶ ... dass einen „Tag der Jugend“ gibt (12. August)?
- ▶ ... dass es einen „Weltmännertag“ gibt (3. November)?
- ▶ ... dass es einen „Tag der Familie“ gibt (15. Mai)?
- ▶ ... dass es einen „Tag der Freude“ gibt (24. Juli)?
- ▶ ... dass es einen „Welternährungstag“ (16. Oktober) gibt?

Und natürlich wird in diesem Jahr zum dritten Mal der „Tag des Deutschen Brotes“ gefeiert – am 5. Mai. Oder aber Sie lassen sich einfach Ihren ganz eigenen Thementag einfallen und überraschen Ihre Kunden damit!

hgl

Trappens' Ultraschall Typ 900 automatic

Ultraschalltechnik der neuesten Generation hält auf einer freien Fläche von ca. 80 qm. Nagetiere fern.



Die „elektronische Katze“ erhalten Sie über Ihre **BÄKO** unter der **Art.-Nr. 89 4962**.

€ 89,00 zzgl. MwSt.

SASA GmbH, 69254 Malsch, Tel. 0 72 53 / 2 15 96, Fax. 27 85 56
e-mail: info@sasagmbh.de • www.trappens.de