



Zoo & Co.
Neu in Hockenheim



Heimische Wildtiere
Ein Wachstumsmarkt



Homefarming
Geheimtipp für den Handel

pet

Fachmagazin für die Heimtierbranche



Fressnapf
Im Angriffsmodus

Generation Z im Zoofachhandel

Junge Menschen, zwischen 1995 und 2010 geboren, stellen einen Anteil von über zehn Prozent an der Bevölkerung in Deutschland. Wie sie anzusprechen sind, weiß Handelsberater Hans-Günter Lemke.



Foto: StockSnap, Pixabay

Die jungen Menschen der Generation Z sind eine sehr wichtige Käuferschicht im Zoofachhandel. Es ist die erste Generation, die mit dem Smartphone als ständiger Begleiter aufwächst. Auch werden sich die meisten ein Leben ohne Internet nur schwer vorstellen können. Das Klischee aber, dass sie ausschließlich auf Social-Media abfahren, pausenlos am Bildschirm klemmen und sich nicht um ihre Zukunft scheeren, ist falsch.

Das Einkaufserlebnis, die gewünschte Ware vor einem Kauf anfassen zu können, bleibt auch für die Generation Z wich-

tig – das haben zahlreiche Studien gezeigt. Doch man wird sie kaum ohne Smartphone im Laden treffen. Während sie ein Produkt ansehen, recherchieren sie, ob es dasselbe irgendwo anders gibt. Vielleicht gibt es das Produkt sogar billiger? Oder sie senden dem Freund ein Foto, verbunden mit der Bitte um eine Meinung. Auch spielen Produktbewertungen für

sie eine wichtigere Rolle als bei älteren Kunden.

Auf digitalem Kurs

Für den Händler ist in dem Zusammenhang wichtiger denn je, in möglichst vielen sozialen Medien präsent zu sein. Neben Facebook, das allerdings in der Generation Z stark an Bedeutung verliert, zählen vor allem Pinterest, TikTok oder Instagram dazu. Blinder Aktionismus kann hier aber schnell zum Gegenteil von positiver Werbung führen.

So kommt unpersönliche oder „nervige“ Werbung bei den jungen Menschen gar nicht gut an. Von Vorteil ist es, wenn der Handel auf bekannte Petfluencer aus den sozialen Netzwerken setzen kann, zumindest aber Medien für Eigenwerbung nutzt. Eine regelmäßige Präsenz auf Youtube wäre da ein guter Anfang.

Auf der Fläche selbst bevorzugt die Generation Z Selbstbedienungskassen, informative Touchpoints und auch das kontaktlose Bezahlen. Zu den beliebtesten Zahlungsmethoden zählen dabei Apple-Pay, PayPal und die „klassische“ Kredit- oder Bankkarte.

Anzeige



Erlebnis auf der Fläche

Für die Generation Z ist aber auch der Erlebniseinkauf ein

Anzeige



Seit 1957
Dr. Clauder's
Tierernährung aus Verantwortung
PRODUKTNEUHEITEN

wichtiger Punkt im stationären Handel. Das gemeinsame Bummeln mit Freunden ist ein bedeutender Aspekt, dabei zählen ganz besonders Neuheiten, neue Konzepte oder auch auffällige Warenpräsentationen. Beliebt sind dabei auch zusätzliche Serviceangebote, wie kostenfreies WLAN, Gastronomieange-

bote oder auch eine Ruhezone, zum Beispiel vor einem großen Schauaquarium.

Der Fachhandel sollte immer frühzeitig Aktionen planen, nicht nur, um sich auch vom Wettbewerber abzusetzen. Thementage, wie zum Beispiel „Alles für die Katze“, „Sicherheit im Herbst für das Tier“, „Welthundetag“ usw. generieren gute Zusatzverkäufe und können auch online parallel dazu zelebriert werden.

Individualität spielt übrigens auch eine wichtige Rolle für die Generation Z. Sie neigt eher zu Spontankäufen, weshalb der Fachhändler mit guten und auf-

fälligen Sonder- und Aktionsaufbauten punkten kann. Auch können verkaufsschwächere Tage gestärkt werden, wenn zum Beispiel besondere Rabattaktionen an einem bestimmten Tag einzulösen sind.

Wichtiger Tipp

Die jungen Menschen sind im (Verkaufs-) Gespräch immer ernst zu nehmen, respektvoll wie Erwachsene zu behandeln und (jugendliche) Unwissenheit darf niemals ausgenutzt werden.

So kann die Generation Z später zu einem wichtigen Kundentamm werden. ■

Der Autor

Hans-Günter Lemke,
Training für
Führung
und Verkauf
www.lemke-training.de



Josera
petfood with passion

Fiesta statt Siesta!

NEU: Josera FiestaPlus feiert die Lebensfreude unserer Hunde und sorgt für das Plus in Ihrem Sortiment.

Sie haben Fragen zu diesem oder unseren anderen Produkten?
Dann erreichen Sie uns unter:
09371 940-170 oder serviceteam170@josera.de

