

## DIE WICHTIGSTEN TRENDS UND ENTWICKLUNGEN IM LEBENSMITTELHANDEL EIN ÜBERBLICK MIT STEIERMARK-RELEVANZ

*Um den Lesefluss zu vereinfachen, wird auf geschlechtsspezifische Verdoppelungen verzichtet,  
alle nachfolgenden neutralen Bezeichnungen beziehen sich selbstverständlich auf beide Geschlechter!*

- ▶ Die Handelskonzentration in Österreich, so auch in der Steiermark, ist eine der höchsten in Europa und der **Anteil an Eigenmarken steigt** (genau deshalb) laufend an.
- ▶ **Augmented Reality** erreicht auch den Lebensmittelhandel. Infotainment in Echtzeit ist eine erfreuliche Alternative für ausgewählte Zielgruppen (beispielsweise die „Communteens“).
- ▶ In den österreichischen Haushalten wird **durchschnittlich 6,7 mal pro Woche gekocht**, also fast täglich. Die Zahlen steigen – auch immer **mehr Männer** schwingen gerne und oft den Kochlöffel! Die steirischen „Herdakrobaten“ sind also auf der Suche nach der idealen „Lebensmittelquelle“ – hier gibt es allerdings noch Potenzial.
- ▶ **Preisvergleiche** sind einfach wie nie! Durch das ständige „Schnäppchen suchen“ im Internet verändert sich aber auch das Bewusstsein für Lebensmittel. Für die Lebensmittelhändler gilt es **auf die „digitalen Kunden“ zu reagieren**. Das Motto: über verschiedene Kanäle Kundenloyalität aufbauen und das Bewusstsein für regionale und saisonale Produkte stärken!
- ▶ **Curated Food** kommt (ganz stark)! Der Konsument von morgen legt auf eine kuratierte Auswahl wert. Die reizüberflutende Produktauswahl muss abnehmen – so der Wunsch der verantwortungsvollen Kunden. Spezialitäten und Feinkostgeschäfte nehmen in Zukunft wieder einen fixen Platz im Kopf und Bauch des Menschen ein!
- ▶ **Teilzeitvegetarier / Flexitarier** sind im Vormarsch. Im Vordergrund steht deutlich weniger Fleisch und Wurst, dafür viel mehr Gemüse und Getreideprodukte.
- ▶ Immer mehr Lebensmittelgeschäfte öffnen ihr Sortiment für „unschöne“ Lebensmittel. Nach der sehr erfolgreichen Einführung der „**Wunderlinge**“, werden zunehmend auch zum Beispiel Äpfel mit optischen Mängeln oder Bruchkarotten angeboten. Das punktet bei der „fairantwortungsvollen“ jungen Zielgruppe besonders.
- ▶ **28,2 %** der Steirerinnen und Steirer sind von regionalen Schmankerl bzw. regionaltypischer Küche überzeugt – gerne greift man auf Produkte „**Made in Styria**“ zurück.
- ▶ Auch **kompetente Mitarbeiter**, die freundlich sind, Erfahrungen haben und Vertrauen ausstrahlen sind gefragt. Dies führt zu Treue, Weitererzählung und zum Wiederkommen. Kompetenz trifft Leidenschaft!

- ▶ Das **Bewusstsein** für **Qualitätsprodukte** nimmt zu – immer mehr werden zu „**Quality Eatern**“. Die Steirerinnen und Steirer achten auf eine gesunde und gute Qualität der Produkte. Allerdings gilt es am Preisverständnis der Bevölkerung noch zu arbeiten. Das Preis- / Leistungsverhältnis muss in Zukunft im Mittelpunkt stehen!
- ▶ Einkaufen wird zum (Freizeit-) Hobby. Der **Lebensmitteleinkauf** wird als Akt der **Entspannung** und **Selbstverwirklichung** gesehen – am besten mehrmals wöchentlich! Da entstehen Chancen für menschliche Anbieter!
- ▶ **Fachgeschäfte** liegen im **Trend** und haben, neben beliebten Supermärkten und Diskountern, immer besser werdende Chancen, erfolgreich zu bestehen.
- ▶ **24/7 Shops** (wie an den Tankstellen) sind einfach bequem, nahe und AIO (all in one) Lösungen.
- ▶ Kunden lassen sich durch ein **passendes Preis- / Leistungsverhältnis** besonders gerne überraschen. Aber auch eine individuelle **Kundenberatung** und ein **persönlicher Bezug** dürfen beim steirischen Lebensmitteleinkauf der Zukunft nicht fehlen.
- ▶ In Bezug auf die Lebensmittelauswahl besteht das magische **Viereck der Zukunft** aus **Preis, Frische, Qualität** und **Herkunft!**
- ▶ **Regionale** und **saisonale Produkte** sind im **Trend!** Die Zielgruppe der 30- bis 49jährigen Frauen achtet besonders auf Regionalität und Saisonalität – „Rationalität“ wird gelebt!
- ▶ Auch wenn die neuen Technologien das alltägliche Leben stark beeinflussen, so ist **Onlineshopping** im Bereich des Lebensmittelhandels Ergänzung und nicht Ersatz!
- ▶ Die Top 3-Kriterien, mit welchen ein Lebensmittelgeschäft besonders auffallen kann, sind: maximale **Sauberkeit, gute Lage** und ein **passendes Preis- / Leistungsverhältnis**. Aber auch maximale **Wertschätzung der Kunden** und eine **übersichtliche Ladengestaltung** bringen es! Menschlichkeit und Orientierung sind gefragt!
- ▶ **Verkostungen, Lieferservice** und **fertige Menüs / Snacks** sind Zusatzleistungen, die vom idealen Nahversorger **gewünscht** werden.
- ▶ Die **durchschnittlichen Lebensmittelausgaben der Befragten** belaufen sich auf **384,6 Euro** pro Monat. Mit zunehmendem Alter steigen die Ausgaben für Lebensmittel durchschnittlich auf 475 Euro. Genau diese Ausgaben werden in Zukunft noch stärker und konstruktiv hinterfragt – denken und handeln zahlt sich aus!