

Frischetheken im Supermarkt: Gen Z setzt auf Selbstbedienung!

Immer weniger junge Verbraucher nutzen Bedientheken in Supermärkten. Edeka reagiert mit neuen Konzepten und Selbstbedienungslösungen.



Freiburg, Deutschland - Die traditionelle Frischetheke in deutschen Supermärkten verliert zunehmend an Bedeutung, insbesondere bei jüngeren Verbrauchern der Generation Z. Ein Beispiel dafür bietet ein Edeka-Markt in Freiburg, wo die Umsätze an der Bedientheke deutlich hinter den Erwartungen zurückbleiben. Inhaber Michael Rees hat deshalb sein Konzept angepasst und bietet nun verstärkt Premium-Produkte sowie Selbstbedienungsoptionen an. Dies spiegelt das veränderte Einkaufsverhalten wider, das vor allem durch die Abneigung junger Leute gegen direkte Kommunikation an der Theke geprägt ist. Laut einer Edeka-Kundenbefragung haben viele junge Menschen Angst, sich beim Bestellen zu blamieren, was zum Rückgang des Interesses an Bedientheken beiträgt.

Die Konsumforscherin Sabine Loch erklärt, dass die Generation Z eher schnelle Rezepte bevorzugt oder auf Fertigprodukte zurückgreift. Um auf diese Veränderungen zu reagieren, entwickeln Supermärkte und Discounter hybride Thekenkonzepte, die sowohl Bedienung als auch Selbstbedienung anbieten. Darüber hinaus fördert das Ladenbauunternehmen Schweitzer Fachabteilungen mit vor Ort geschnittenen Pre-Packs, um den neuen Bedürfnissen gerecht zu werden.

Neue Strategien für Frischetheken

In der digitalen Ära ist auch die Online-Präsenz der Supermärkte entscheidend. Edeka hat eine neue Kampagne namens „Theke it Easy“ gestartet, um jüngere Verbraucher über soziale Medien anzusprechen. Unternehmer Bernd Wilger geht zudem neue Wege, indem er Wartemarken und Online-Vorbestellungen für Thekenprodukte einführt. Dies sind Schritte, um die Frischetheken attraktiver zu gestalten, während Metzger Fabian Lenk in Bochum Trends von Plattformen wie Instagram und TikTok nutzt, um jüngere Zielgruppen anzusprechen.

Der Bedeutungsverlust der Frischetheken ist nicht nur lokal zu beobachten; die gesamte Generation Z wird für Unternehmen zunehmend relevant. Eine mehrjährige Partnerschaft zwischen Forbes und dem Schweizer Beratungsunternehmen Neoviso hat gezeigt, dass die Gen Z, die zwischen 1995 und 2010 geboren wurde, in Deutschland fast 15 % der Bevölkerung ausmacht. Ihre Kaufgewohnheiten sind durch wichtige Faktoren wie Preis-Leistungs-Verhältnis geprägt: Über 90 % der deutschen Befragten wählten dies als entscheidenden Aspekt ihrer Kaufentscheidungen.

Die Einstellungen der Generation Z

Zudem sind Empfehlungen von Freunden und Familie für 39 % der jungen Konsumenten entscheidend. Einkäufe bei Unternehmen, die sich um ethische Bemühungen kümmern,

werden jedoch nur von 8 % der Befragten belohnt. Nachhaltigkeit spielt für etwa 66 % der Generation Z eine zumindest mittelmäßige Rolle, während nur 19 % sie als einen der Top drei Gründe nennen, ein Unternehmen zu unterstützen. Das globale Ausgabenpotential dieser Generation wird laut Nielsen bis 2030 auf 12 Billionen US-Dollar geschätzt, was ihre zunehmende Relevanz für den Markt unterstreicht.

Über 65 % der Generation Z bestellen mindestens einmal im Monat online, wobei Kleidung und Elektronik die häufigsten Kategorien sind. Sie sind auch bereit, gebrauchte Produkte zu kaufen: Fast 90 % haben dies bereits getan. In einer Zeit, in der Unternehmen sich fragen müssen, ob sie für die junge Generation relevant und ansprechend sind, ist es klar, dass die Anpassung an die neuen Einkaufsgewohnheiten unerlässlich ist. Die Veränderungen in den Supermärkten sind dabei nur ein Teil des umfassenden Wandels im Konsumverhalten der Generation Z.

Diese Entwicklungen zeigen, dass sich die Einkaufsgewohnheiten fortwährend wandeln, wobei die Ansprüche und Präferenzen der jüngeren Generationen an den stationären Handel immer größer werden. Wie die Daten zeigen, müssen Supermärkte innovativ bleiben, um auch in Zukunft attraktiv für die junge Zielgruppe zu sein.

Für weitere Informationen zu den Veränderungen im Einkaufsverhalten der Generation Z besuchen Sie **Forbes** oder **Ruhr24**.

Details	
Ort	Freiburg, Deutschland
Quellen	<ul style="list-style-type: none">• www.ruhr24.de• www.forbes.at

Besuchen Sie uns auf: n-ag.de