

„Börserl öffne dich“ wird seltener

Deutsche Konsumenten kaufen extrem strukturiert, so eine aktuelle Nielsen-Studie. Die Ausgaben steigen trotzdem.



© Panthermedia.net/CandyBox Images

... Von Eva Kaiserseder

DÜSSELDORF. Das Klischee des disziplinierten Deutschen lebt: Laut aktueller Nielsen-Studie sind unsere Nachbarn äußerst strategische Shopper. Denn trotz rarer werdender Einkaufstouren zu Discounter, Drogeriemarkt und Co. wird mehr Geld ausgegeben. „Wir beobachten, dass die Deutschen im Vergleich zu den letzten Jahren immer seltener einkaufen, dafür aber strukturiert“, beschreibt der Nielsen-Handelsexperte Fred Hogen die Entwicklung. Es werde schlicht effizienter geshopped.

Einkaufszettel forever

Mehr als die Hälfte aller Konsumenten verwenden dabei den klassischen Einkaufszettel, zusätzlich mehr Konsumenten die Möglichkeit, sich vor dem Einkauf online über Produkte und Sonderangebote zu informieren. Weniger

Geld ausgegeben wurde deshalb aber nicht – im Gegenteil: Zwischen 2013 und 2017 erhöhten sich die Ausgaben im LEH und den Drogeriemärkten von 166,6 Milliarden Euro auf 187,5 Milliarden Euro.

Ob der guten Wirtschaftslage wird durchaus auch zu preislich extravaganteren Produkten gegriffen. Ein starkes Minus

verbucht man allerdings bei den stationären Geschäften: 2014 gab es noch mehr als 37.000 Shops, mittlerweile ist diese Zahl auf 35.000 geschrumpft, vor allem kleinere Geschäfte mit weniger als 1.000 Quadratmetern machten dicht. „Verbraucher erledigen ihren Einkauf gern in Geschäften mit großem Sortiment“, so Hogen dazu.



© dpa/A3794 Peter Steffen

Stationärer Schwund vor allem bei den kleinen Flächen unter 1.000 m².

SÜSSWAREN

Mondelez wird immer grüner



© VSO/Ben Langdon

DEERFIELD/WIEN. Der Süßwarenspezialist Mondelez, unter anderem bekannt für Householdbrands wie Milka oder Oreo, hat seinen Nachhaltigkeitsbericht veröffentlicht. In der Zwischenbilanz des fünften „Impact for Growth“ werden die Fortschritte seit 2012 zusammengefasst, unter anderem in den Bereichen Umwelt, bewusster Konsum, Sicherheit für Produkte und Mitarbeiter sowie gesellschaftliches Engagement.

Drittel nachhaltiger Kakao

In Zahlen gefasst, heißt das: Das Snacking-Unternehmen hat etwa weltweit 75% der Kekse in Westeuropa mit Weizen aus dem Nachhaltigkeitsprogramm für Weizen, „Harmony“, hergestellt. Bis 2022 sollen gar satte 100% EU-weit über Harmony gedeckt werden. Weiters wurden mit dem Programm „Cocoa Life“, das ein wesentlicher Teil der Mondelezschen Nachhaltigkeitsschiene ist, über 120.000 Landwirte in 1.085 Gemeinden erreicht. Nebst dem Zugang zu besseren Anpflanzmaterialien und Pflanzenschutzmethoden wurden den Bauern dadurch auch verbesserte Finanzdienstleistungen verschafft. Ende 2017 wurden immerhin 35% des Kakao von Mondelez International nachhaltig aus dem Cocoa Life Programm bezogen.