

## Convenience - Unser Geschäft

### Schnelles und bequemes Einkaufen - überall und zu jeder Zeit



Das Sandwich auf die Hand, das Erfrischungsgetränk aus der Dose oder der Schokoriegel als Stärkung zwischendurch. Statt ausgedehnter Mahlzeiten bevorzugen in ganz Europa immer mehr Verbraucher Convenience-Food.

Warum greifen immer mehr Verbraucher immer häufiger zu Convenience-Produkten? Die Gründe sind vielfältig. Der Alltag fordert hohe Flexibilität und Mobilität. Gleichzeitig steigt die Zahl der Single-Haushalte. Dabei rücken Haushaltsorganisation und Vorratshaltung in den Hintergrund. Zeit ist Geld und Zeit ist knapp. Der Kunde will möglichst schnell und bequem einkaufen.

Um die Bedürfnisse des Verbrauchers noch besser kennenzulernen, hat Lekkerland 2007 den Stiftungslehrstuhl für Convenience & Marketing an der European Business School (EBS) ins Leben gerufen. Der Lehrstuhl erforscht im Rahmen der Studienreihe „Convenience in Europa“ das Convenience-Segment aus der Perspektive der Konsumenten.

Bereits die erste Studie aus dem Jahr 2008 hat umfangreiche Informationen über den Convenience-Konsumenten und seine Motive geliefert. Ein wichtiges Erkenntnis der ersten Studie war, dass es verbreitete Vorurteile über den Convenience-Konsumenten gibt, die heute nicht mehr zutreffen. Dazu gehört auch, dass die Freude an der Unterwegsversorgung und nicht Zeitdruck der Hauptgrund dafür ist, sich unterwegs mit Essen und Trinken zu versorgen.

**Lesen Sie hier mehr zur neuen Convenience Studie 2009.**

#### **Der Convenience-Store**

Convenience: Dieser Trend betrifft nicht nur die Produktangebote, sondern auch den Service. Allein das Sortiment befriedigt nicht mehr die Bedürfnisse und Wünsche der heutigen Verbraucher. Ausschlaggebend für den Erfolg der Convenience-Shops sind nicht nur Lage, Erreichbarkeit und vor allem Öffnungszeiten sondern auch die Kaufabwicklung. In einem zunehmend anonymen Alltag spielen beim Einkauf emotionale Faktoren eine immer größere Rolle. Konsumenten sehnen sich nach spontaner Kommunikation und Freundlichkeit.

Es gibt viele Möglichkeiten, Convenience-Produkte an den Kunden zu bringen: im Kiosk oder in der Kantine, in der Bäckerei und im Supermarkt, in Tabak- und Süßwarenfachgeschäften sowie in Tankstellen-Shops oder in neuen, abgeleiteten Arten von Convenience-Stores. Die Struktur der Organisation und Beschaffung reicht von nationalen Systemen bis zum einzelnen Shop-Betreiber. So profitieren Tankstellen-Shops, die zu einer Mineralölgesellschaft gehören, beispielsweise von deren hohen Professionalität sowie einheitlichem Markenauftritt. Kioske hingegen gestalten ihre Auftritte individuell und vielfältig.