

(Auswertung)

Institut für Handel & Internationales Marketing
der Universität des Saarlandes

Univ.-Professor Dr. Bastian Popp



Bedeutung der Regionalität und der Unterstützung des stationären Handels während der Corona-Pandemie gestiegen

Die Unterstützung des stationären Handels und lokaler, inhabergeführter Geschäfte ist den Konsumenten wichtig und wird durch die Corona-Pandemie verstärkt!

Im Rahmen einer Befragung, die im März 2021 am [Institut für Handel & Internationales Marketing \(H.I.M.A.\)](#) durchgeführt wurde, konnten deutschlandweit 637 Probanden aus allen Altersgruppen und Bevölkerungsschichten zur Bedeutung der Regionalität für ihr Kaufverhalten im stationären Handel und im Online-Handel befragt werden. Dabei wurden auch die Auswirkungen der Corona-Pandemie untersucht.

Die Ergebnisse belegen eine hohe Bedeutung der Regionalität für das Einkaufsverhalten im stationären Handel. So gaben 69 % der Befragten an, dass es ihnen wichtig ist, den stationären Handel zu unterstützen und 67 % kaufen lokal ein, um lokale Händler zu unterstützen. Die Mehrheit der Befragten (56 %) gab zudem an, dass die Corona-Pandemie dazu geführt hat, dass sie nun generell mehr darauf achten, von lokalen Händlern zu kaufen. Auch die Einstellung gegenüber lokalen Händlern hat sich nach eigenem Bekunden der Befragten durch die Corona-Pandemie mehrheitlich zum Positiven verändert.

Durch die Corona-Pandemie wurde den Konsumenten zudem die Bedeutung des stationären Handels bewusst. Hier stimmten 59 % auf der Skala von „1 – stimme überhaupt nicht zu“ bis „7 – stimme voll und ganz zu“ mit Werten von 5, 6 oder 7 zu.

Während unter Konsumenten ein starkes Interesse besteht, den regionalen Handel zu unterstützen, zeigt sich jedoch eine Lücke zwischen der Einstellung und dem tatsächlichen Verhalten der Konsumenten, welche letztlich - aus verschiedensten Gründen wie Preis, Sortimentsvielfalt, Einfachheit und Bequemlichkeit - weiterhin online bestellen. Eine regionale Prägung spiegelt sich gegenwärtig kaum im Online-Kaufverhalten wider, allerdings sind die

Befragten gegenüber Angeboten regionaler Händler im Internet, z. B. über einen Online-Marktplatz mit Händlern aus der eigenen Region, positiv eingestellt.

Die Studie belegt zudem, dass die Corona-Pandemie die Digitalisierung des stationären Handels und den Trend zum Multi-Channel-Retailing beschleunigt hat. 30 % der Befragten gaben an, dass sie in den vergangenen 12 Monaten erstmals über das Internet bei einem oder mehreren stationären Händlern eingekauft haben, bei denen sie vorher bereits im Ladengeschäft eingekauft hatten. Für 85 % davon war die Corona-Pandemie die Hauptursache hierfür.

Stationäre Händler dürfte freuen, dass die Konsumenten mit deutlicher Mehrheit vorhaben, nach dem Lockdown gleich häufig oder sogar häufiger im stationären Einzelhandel einzukaufen.

Die aktuelle Studie belegt und erweitert zudem vergangene Studien des H.I.M.A., nach denen sich der stationäre Handel im Vergleich zum Online-Handel aus Kundensicht durch eine signifikant höhere wahrgenommene Nachhaltigkeit auszeichnet und die Bedeutung der Nachhaltigkeit für das Konsumverhalten trotz der Herausforderungen durch die Corona-Pandemie ungebrochen ist.

Für den stationären Handel eröffnet die Studie Anhaltspunkte für die zukünftige Positionierung. Regionalität und der Aspekt des lokalen Handels stellt demnach ein wichtiges Positionierungsmerkmal für den Einzelhandel dar. Das Potenzial der Regionalität im Online-Handel gilt es genauer zu prüfen und selektiv zu nutzen. Gleiches gilt für den Ausbau von Omni-Channel-Konzepten stationärer Händler. In Anbetracht des anhaltenden Trends zu mehr Nachhaltigkeit gilt es zudem auch in Zeiten der Corona-Pandemie und danach die auf Seiten der Konsumenten wahrgenommene Nachhaltigkeit des stationären Handels in der Positionierung zu nutzen.

Für weitere Informationen und detailliertere Einblicke in die Erkenntnisse der Untersuchung stehen Univ.-Prof. Dr. Bastian Popp (hima@mx.uni-saarland.de) sowie die an der Studie beteiligten Mitarbeiter am H.I.M.A., M.Sc. Patrick Klein (patrick.klein@uni-saarland.de) und M.Sc. Florian Weyerhäuser (florian.weyerhaeuser@uni-saarland.de)