Die Verbraucher:innen in Deutschland lieben lokale Shops und Restaurants vor Ort. Das ist das Ergebnis einer aktuellen Umfrage von American Express in Zusammenarbeit mit Civey.

Insgesamt stimmten 91,6 Prozent der Befragten der Aussage zu, dass kleine, lokale Betriebe wie z.B. Kioske, Boutiquen oder das Lieblingsrestaurant „um die Ecke“ Innenstädte lebenswert machen. Mitglieder aller Altersklassen bevorzugen lokale Geschäfte.

Auch die Befragten aus der Altersgruppe der Generation Z, also Geburtsjahrgänge ab 1997, teilen diese Aussage zu 91,5 Prozent. Dabei schätzen sie besonders, Waren direkt mitzunehmen und Dienstleistungen vor Ort zu erhalten sowie den sozialen Kontakt und Austausch.

Über alle Altersgruppen hinweg besteht auch eine hohe Bereitschaft, lokale Shops zu unterstützen. 49,4 Prozent der Befragten gaben an, dass sie durch ihren Einkauf die

(C) ZUKUNFT DES EINKAUFENS

kleineren Läden am Leben halten wollen. Ein wichtiges Motiv ist dabei, eine lebendige Nachbarschaft zu fördern (41,4 Prozent).

Dabei gibt es bei der Beliebtheit von kleineren Geschäften in den einzelnen Bundesländern Unterschiede. Während die Menschen in Bayern (51,1 Prozent) und Baden-Württemberg (50,8 Prozent) sich am meisten durch ihren Einkauf für den Erhalt von kleineren Läden einsetzen, ist dieses Motiv in Mecklenburg-Vorpommern (41,5 Prozent) und Sachsen (43,7) geringer ausgeprägt.

Besonders gefragt beim Einkauf vor Ort sind bundesweit Nahrungs- und Genussmittel. 59,6 Prozent der Befragten kaufen diese gerne beim Einzelhändler um die Ecke. Blumen, Pflanzen, Tierbedarf (46,8 Prozent) und medizinische Produkte (39,4 Prozent) rangieren auch hoch auf der Beliebtheitsskala. In der GenZ-Altersgruppe sind Bücher und Zeitschriften besonders gefragt (42,6 Prozent). Bei Dienstleistungen liegen gastronomische Betriebe (73,5 Prozent) vor Friseur- und Kosmetiksalons (61,6 Prozent) in der Beliebtheitsskala bei allen Befragten vorn.

Berlin bevorzugt bargeldlos

Bei den Zahlungsmethoden wünscht sich die Mehrheit (54,9 Prozent) der Befragten eine hohe Flexibilität. Im Vergleich der Bundesländer ragt dabei Berlin besonders heraus. Rund 61 Prozent der Menschen aus diesem Bundesland bevorzugen eine Alternative zum Bargeld, gefragt sind dabei besonders Zahlungsmittel wie Kredit- bzw. Giro- & EC-Karte sowie Bezahl-Apps.

„In der Umfrage wird klar deutlich, dass die Deutschen eine Leidenschaft für lokale, kleinere Geschäfte haben und die wichtige Rolle erkennen, die sie im städtischen Leben spielen“, kommentiert Fabiana Mingrone, Country Managerin von American Express in Deutschland, die Ergebnisse der Studie. „Kleine Geschäfte sind das Rückgrat der Gemeinschaft und wir freuen uns sehr, sie in dieser Funktion zu stärken.“ In diesem Zusammenhang startete American Express in diesen Tagen zum vierten Mal eine Shop Small-Kampagne in Deutschland.

(C) ZUKUNFT DES EINKAUFENS

„Shop Small“ bietet American Express Kund:innen Anreize, in lokalen Geschäften einzukaufen. In diesem Jahr gibt es bis zum 15. August die Möglichkeit, bei einem Einkauf 100.000 zusätzliche Membership Rewards Punkte oder 100.000 extra PAYBACK Punkte zu gewinnen. Um an der Verlosung teilzunehmen, müssen American Express Kund:innen einfach ihre Karte registrieren und mit dieser in einem teilnehmenden Geschäft bezahlen.

Dies ist allerdings nur eine der Möglichkeiten, mit denen American Express kleinere Unternehmen das ganze Jahr über unterstützt. Um das Thema Local Shopping in den sozialen Medien stärker in den Fokus zu rücken, arbeitet American Express auch mit bekannten Influencern zusammen, wie zum Beispiel Yulia Slavinskaya (@thisisyules) aus München. Yulia wird über ihre Einkaufserlebnisse vor Ort online berichten und Shoppingtipps geben. Weitere Influencer aus Frankfurt, Köln und Berlin sind ebenfalls Teil der Kampagne.

Was ich denke

Die Umfrageergebnisse lesen sich sehr gut und sind sicherlich Balsam auf so mancher Seele. Doch der Handelsverband Deutschland HDE rechnet für 2023 mit dem Aus von 9.000 Geschäften. Der Deutsche Hotel- und Gasstättenverband Dehoga prophezeit sogar die Schließung von 12.000 Betrieben, da der reduzierte Mehrwertsteuersatz auslaufen soll. Nun müssen Verbände die Interessen ihrer Mitgliedsunternehmen vertreten und dazu gehört es auch, um Unterstützung aus der Politik zu werben. Doch, wenn es zu Schließungen in diesem Umfang kommt und die Kundinnen und Kunden doch eigentlich gerne in den lokalen Geschäften ihr Geld ausgeben, dann scheinen Wunsch und Wirklichkeit noch etwas auseinander zu liegen.

Sicherlich ist eine Erklärung, dass derzeit das Geld knapper ist und die Herausforderungen, vor denen wir stehen, die Konsumlaune trüben. Wir sollten jedoch auch nicht vergessen, dass auf den Wunsch, lokale Geschäfte zu unterstützen, oft kein ausreichend attraktives Angebot trifft. Die Kundinnen und Kunden sind da. Jetzt müssen Gastronomie, Handel und Innenstädte sie „nur“ noch begeistern.

Bild von djedj auf Pixabay

(C) ZUKUNFT DES EINKAUFENS