



Meine Eltern kannten sie noch, die guten alten **Tante Emma Läden**.

Tante Emma Läden

Lokale Geschäfte mit Lebensmitteln und Produkten des täglichen Bedarfs wie Schreib- und Haushaltswaren oder Textilien. Seinerzeit stand die persönliche Kund:innenbindung im Vordergrund, welche durch Warenproben, Hauslieferungen, Sonderbestellungen oder Reservierungen stattfand. Mit dem Vormarsch der Discounter ab 1974 verschwanden die Tante Emma Läden jedoch nach und nach.

Heutige Merkmale von Supermärkten und Discountern

Die ersten **Supermärkte mit Selbstbedienung** fanden sich ab ca. 1960 in Deutschland wieder. Dieses Geschäftsmodell setzte weitaus weniger auf eine persönliche Kund:innenansprache oder individuelle Bedienung als im lokalen Tante Emma Laden um die Ecke, sondern auf:

größere Verkaufsflächen

- breites Warenangebot
- Gebäude inkl. Parkplätzen
- geringere persönliche Bindung
- Anstieg der Anonymität
- standardisierte Werbung
- hohe Warenverfügbarkeit
- geregelter Öffnungszeiten

Kund:innenwünsche der heutigen Shopper

Heute ist unser Alltag weitestgehend vollgepackt und die Welt scheint sich schneller zu drehen, als zur Zeit der Tante Emma Läden. Durch die **Digitalisierung** gibt es wesentlich mehr Informationen und Aufgaben, sowohl im Berufs- als auch im Privatleben.

Die Menschen haben wieder das Verlangen nach einem **bequemem Einkauf**, einem (personalisiertem) **Einkaufserlebnis**. Ebenso sind **biologische** und **regionale Produkte** in den Fokus gerückt und der Shopper achtet auf den **CO2-Fußabdruck** im Rahmen der ganzen Nachhaltigkeitsdebatte.

Auch der **demografische Wandel** führt dazu, dass die Kundschaft ab 50+ größer sind als darunter. Die Generation altert und das bringt im Handel viele Herausforderungen mit sich. Einerseits besteht das Interesse den jungen **Generationen** gerecht zu werden und gleichzeitig möchte man seine langjährige Kundschaft bedienen. Nur ist der Anspruch an einen Einkauf beider Generationen sehr unterschiedlich.

Tante Emma fährt los

Ein - aus meiner Sicht - geniales Konzept, was **jeder Generation** in **ländlichen Gebieten** gerecht wird, hat die **Deutsche Bahn** und die **REWE Group** gemeinsam auf die Beine gestellt.

Da ist für jeden etwas dabei:

- ältere Menschen, welche nicht mehr so gut zu Fuß sind oder keine weiten Strecken mehr

fahren können

junge Familien, welche auf dem Land leben und mit kleinen Kindern nicht so flexibel sind

Liebhaber regionaler und biologischer Produkte

Und es bringt jede Menge **Vorteile:**

gesunde Ernährung

persönlicher Kontakt und persönliche Beratung

ohne Auto entsteht auch kein CO2

schnelles Einkaufen um die Ecke

Fazit

Das Konzept der beiden Unternehmen begeistert mich und zeigt mir, dass die Menschen wieder mehr Wert auf ein gesundes Essen aus der Region legen. Als

Nachhaltigkeitstreiberin stimme ich das zuversichtlich und ich hoffe, dass das Konzept ausgeweitet wird. Vielleicht mit einem Wasserstoff betriebenen Bus?

Im nächsten Artikel berichtet ich Ihnen von einem Tante Emma Laden meiner „Träume“.

Möchte sich jemand mit mir zu diesen oder anderen Nachhaltigkeitsthemen austauschen, zögern Sie nicht, mich anzusprechen.



Christine Mengelée

Autorin bei Zukunft des Einkaufens
Nachhaltigkeitstreiberin

Ausbildung:

Bankkauffrau

Diplom-Betriebswirtin

M. Sc. Umweltwissenschaften (Ifd.)

Kontaktmöglichkeit:

www.greenfairworld.com

christine@greenfairworld.com

[Christine Mengelée | LinkedIn](#)