



Was Millennials vom stationären Handel erwarten

- **Shopping nach wie vor beliebt – stationär und online**
- **Digitale Services, Erlebniseinkauf und kürzere Wartezeiten an den Kassen werden erwartet**

Für 57 Prozent der europäischen Millennials ist Shopping ein wahres Vergnügen. Dabei kaufen nach den Ergebnissen des Konsumbarometer 2018 von Consors Finanz 78 Prozent der Digital Natives gerne im Internet ein. Häufig online ordern sie aber nur bestimmte Produkte, wie etwa Bücher oder Musik. Sie wollen die physische Erfahrung, die ihnen der stationäre Handel bietet, nicht missen. 82 Prozent möchten das Produkt vor dem Kauf sehen und anfassen, 79 Prozent es ausprobieren können. Der Einkaufsbummel in der realen Welt steht also nach wie vor hoch im Kurs. „Allerdings unterscheiden sich das Konsumverhalten und die Anforderungen, die die Millennials an Geschäfte stellen, deutlich von denen der älteren Generation“, analysiert Gerd Hornbergs, CEO von Consors Finanz. „Der stationäre Handel muss die Erwartungen kennen und erfüllen können, um die wichtige junge Konsumentengeneration nachhaltig an sich zu binden.“

Die digitale Welt gehört zum Einkaufserlebnis

So wollen die Millennials als Digital Natives etwa die Vorteile und Annehmlichkeiten, die ihnen die digitale Technik bietet, auch beim Einkauf nutzen. „Das Einkaufsverhalten der Millennials ist fast ausschließlich digitalbasiert“, sagt Prof. Dr. Gerrit Heinemann, Leiter des eWeb Research Center der Hochschule Niederrhein. „Ohne Smartphone, Apps und Social Media läuft gar nichts mehr.“ 66 Prozent würden gerne während ihres Einkaufs im Geschäft personalisierte Angebote in Echtzeit auf ihr Smartphone erhalten. 67 Prozent wünschen sich, über aktuelle Sonderangebote der einzelnen Abteilungen des Geschäfts in Echtzeit informiert zu werden. Und 59 Prozent möchten beim Ausprobieren der Produkte stets auf die neueste Technik zurückgreifen können.

Erlebnisshopping für Millennials

Millennials sind stets auf der Suche nach dem Besonderen. 80 Prozent der Befragten erwarten, dass die Geschäfte Produkte anbieten, die sich nirgendwo anders finden lassen. 76 Prozent bevorzugen Shops, die originell sind und mehr Emotionen wecken. Sie wünschen sich Orte, an denen sie überraschende Erfahrungen erleben können, die zugleich spielerisch und sinnlich sind (61 Prozent), wo man sich ausruhen und entspannen kann (52 Prozent), wo man nicht nur einkauft, sondern auch andere Freizeitangebote nutzen kann (53 Prozent). Gerne hätten sie in den Geschäften mehr Platz und spezielle Bereiche, in denen sie Produkte testen (74 Prozent) oder eine persönliche Einweisung während des Shoppings erhalten (69 Prozent). „Diesen Bedürfnissen werden stationäre Händler gerecht, wenn sie einzigartige Angebote schaffen und diese klar herausstellen“, so Hornbergs.

Zeit – wichtiger Faktor für Millennials

Auch bei der jungen Generation spielen Zeit und Zeitersparnis eine wichtige Rolle. 71 Prozent wünschen sich längere Öffnungszeiten. 40 Prozent empfinden die Wartezeit an den Ladenkassen als zu lang. Das ist ein Nachteil gegenüber dem Einkauf im Internet. 83 Prozent würden ein Geschäft sogar häufiger aufsuchen, wenn sie so schnell wie möglich zahlen könnten. „Um schnellere Prozesse zu schaffen, könnten Händler verstärkt auf Selbst-Scan-Kassen oder auf kontaktloses Zahlen via



Smartphone setzen“, rät Hornbergs. Bereits heute bezahlen 32 Prozent der Millennials mit mobilen Geräten.

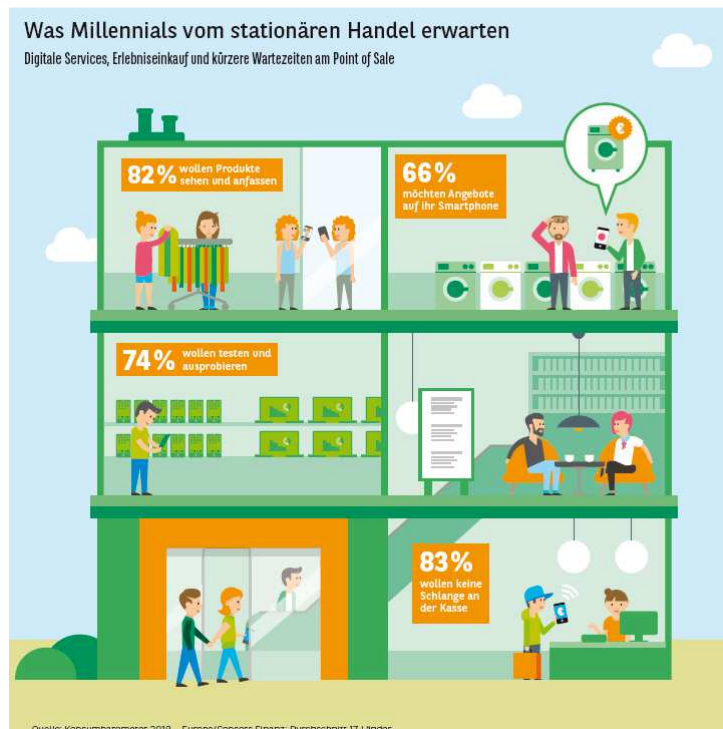
Digital Natives bestimmen die Zukunft des stationären Handels

Händler können es sich nicht leisten, die Wünsche der jungen Generation zu ignorieren. „Die Millennials sind besser über aktuelle Trends und Produkte aufgeklärt als ihre Vorgängergeneration“, weiß Heinemann. Auch wenn Sie nur 20 Prozent der Bevölkerung ausmachen, ist ihr Einfluss auf das Kaufverhalten anderer Familienmitglieder überproportional.

Die vollständige Studie kann abgerufen werden unter studien.consorsfinanz.de

Studien-Newsletter: Erfahren, was Verbraucher erwarten

Consors Finanz erstellt regelmäßig Studien und Umfragen zum Thema Konsum. Der Studien-Newsletter informiert sechsmal im Jahr über die Ergebnisse, fasst wichtige Fakten zusammen und zeigt Trends auf. Anmeldung unter studien.consorsfinanz.de



Bildunterschrift: Was europäische Millennials vom stationären Handel erwarten

Über die Studie

Das Konsumbarometer – Europa wird jährlich von Consors Finanz herausgegeben. Die Verbraucherstudie wurde vom 2. Oktober bis zum 2. November 2017 in Zusammenarbeit mit dem Marktforschungsinstitut Kantar TNS in den Ländern Belgien, Bulgarien, Dänemark, Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Italien, Norwegen, Österreich, Polen, Portugal, Rumänien, Schweden, Slowakei, Spanien, Tschechische Republik und Ungarn durchgeführt. Als repräsentative stichprobenartige Erhebung wurden 13.800 Konsumenten im Alter von 18 bis 75 Jahren sowie innerhalb einer zusätzlichen Befragung 3.400 Konsumenten im Alter von 18 bis 35 Jahren (Millennials) befragt. Die Befragungen erfolgten auf dem CAWI-System.



CONSORS FINANZ
BNP PARIBAS



Über die Consors Finanz

Consors Finanz ist eine Marke der internationalen BNP Paribas Gruppe. Sie gehört zu den führenden Consumer-Finance-Anbietern in Deutschland. Im Unternehmensfokus steht die Vergabe von Konsumentenkrediten, insbesondere die Absatzfinanzierung im Einzel- und Online-Handel sowie in Auto-, Caravan- und Motorradhäusern.

Das Produktportfolio umfasst Ratenkredite, Kartenprodukte mit Verfügungsrahmen und endfällige Kredite sowie in Zusammenarbeit mit Kooperationspartnern ergänzende Versicherungs- und Zusatzprodukte. Vertriebspartner sind Handelsunternehmen jeder Größe, Banken und Versicherungen. Als Mitglied des Bankenfachverbandes hat sich Consors Finanz dazu verpflichtet, den strengen Verhaltensregeln der verantwortungsvollen Kreditvergabe von Verbraucherkrediten zu folgen.

Über BNP Paribas in Deutschland

BNP Paribas ist eine führende europäische Bank mit internationaler Reichweite. Sie ist mit mehr als 192.000 Mitarbeitern in 74 Ländern vertreten, davon über 146.000 in Europa. In Deutschland ist die BNP Paribas Gruppe seit 1947 aktiv und hat sich mit 13 Gesellschaften erfolgreich am Markt positioniert. Privatkunden, Unternehmen und institutionelle Kunden werden von rund 5.000 Mitarbeitern bundesweit in allen relevanten Wirtschaftsregionen betreut. Das breit aufgestellte Produkt- und Dienstleistungsangebot von BNP Paribas entspricht nahezu dem einer Universalbank.

www.bnpparibas.de

Weitere Informationen erhalten Sie bei:

Consors Finanz

Dr. Stefan Mette

Pressesprecher

Tel.: +49 (0) 89 55 11 3140

E-Mail: presse@consorsfinanz.de