

Essen, 14. September 2017

Neue Erkenntnisse zum mobilen Handel:

Das erwarten die Deutschen von einem guten Wochenmarkt

Messe Essen gibt anlässlich der MARKT MOBIL repräsentative Umfrage in Auftrag

Über 3.000 Wochenmärkte bereichern das öffentliche Leben in Deutschland – und das nicht nur kulinarisch. Sie dienen Menschen als Nahversorger, sind ein Wirtschaftsfaktor und werden als Kulturgut wahrgenommen. Vor allem im ländlichen Raum sind sie ein traditioneller Begegnungsort und willkommene Freizeitbeschäftigung – und somit nach wie vor ein essentieller Bestandteil unseres gesellschaftlichen Zusammenlebens. Doch was müssen Händler und Marktmanager beachten, damit Märkte ihre Attraktivität und ihren Stellenwert beibehalten? Das international tätige Markt- und Meinungsforschungsinstitut YouGov hat im Auftrag der MARKT MOBIL eine repräsentative Umfrage mit über 2000 Teilnehmern zum Thema Wochenmarkt durchgeführt: Nun werden die Ergebnisse anlässlich der am 17. und 18. September in der Messe Essen stattfindenden Fachmesse veröffentlicht. Alles über die Vorlieben der Deutschen und den „Wochenmarkt von morgen“!

Über 80 Prozent der Deutschen ist die Wohlfühlatmosphäre eines Marktes „wichtig bis äußerst wichtig“. Dabei handelt es sich um ein generationenübergreifendes Bedürfnis, das in allen Altersgruppen ähnlich stark ausgeprägt ist – und dementsprechend auch zukünftig nicht an Relevanz verlieren wird. Für die Mehrheit der Befragten bieten Wochenmärkte damit einen willkommenen Rückzugsort vor dem Stress des Alltags. Eine ansprechende Gestaltung der Marktstände sowie des Platzes kommt diesem Bedürfnis entgegen und erhöht die Verweilqualität des Kunden.

Saftige Tomaten mit Geschmack stehen hoch in der Gunst des Kunden

Frische und Qualität der angebotenen Waren sind bei den Deutschen Spitzenreiter. Für eine deutliche Mehrheit von 90 Prozent sind hochwertige Produkte „wichtig bis äußerst wichtig“ – und somit für Händler ein guter Ansatzpunkt im Konkurrenzkampf mit Discountern und Supermärkten. Dabei ist der Wunsch nach Frische und Qualität weitgehend unabhängig vom verfügbaren Haushaltsnettoeinkommen, denn auch die unteren Einkommensgruppen haben ein Bedürfnis nach hochwertigen Waren.



MESSE ESSEN GmbH
Messehaus West Norbertstraße
Postfach 10 01 65
45001 Essen | Germany
Presse-Kontakt | Press Contact
Moritz Rosenthal
Fon + 49.(0)201.72 44-466
moritz.rosenthal@messe-essen.de
Presse-Assistenz | Press Assistance
Claudia Brügger
Fon + 49.(0)201.72 44-244
Fax + 49.(0)201.72 44-249
presse@messe-essen.de
Presse-Fotoservice |
Press Photo Service
Rainer Schimm
Fon + 49.(0)201.72 44-247
rainer.schimm@messe-essen.de
www.messe-essen.de
www.markt-mobil.de
Veröffentlichung kostenfrei –
Beleg erbeten
Publication free of charge –
Copy requested

Kulinarische Angebote auf dem Wochenmarkt: Pflicht oder Kür?

Mit dem vollen Einkaufskorb noch schnell zum Bratwurststand gehört für 55 Prozent der Menschen zum Pflichtprogramm eines Wochenmarkt-Besuchs. Dabei bieten vor allem vegetarische und vegane Angebote ein zukünftiges Wachstumspotenzial für Marktmanager: Der Anteil der 18- bis 24-Jährigen, denen das Angebot explizit vegetarischer und veganer Speisen wichtig ist, ist doppelt so hoch wie der Anteil der älteren Semester (55 Jahre oder älter). Bei Studenten ist der Wert sogar mehr als doppelt so hoch wie beim Gesamtdurchschnitt.

Waren aus der Region sind gefragt

Ein weiterer gesellschaftlicher Trend, der sich in den Ergebnissen widerspiegelt, ist das Interesse an regionalen Waren. Für 85 Prozent der Deutschen ist die Regionalität der angebotenen Waren „wichtig bis äußerst wichtig“. Dieser Wert liegt auch bei jungen Menschen mit 77 Prozent auf hohem Niveau. Kurze Warenwege bedeuten einen geringeren CO₂-Ausstoß und damit eine bessere Umweltbilanz. Hier können Marktmanager mit Informationskampagnen ansetzen und die Neugier an regionalen Waren erhöhen, denn ein generelles Interesse an Themen, die dem Umweltschutz dienen, ist definitiv vorhanden.

Der Wochenmarktbesuch bedeutet für viele Menschen aktiver Umweltschutz

Selbst Marktbesuchern, die sich nicht bewusst der „No-Waste-Bewegung“ zuordnen, liegen umweltverträgliche Verpackungen am Herzen. 76 Prozent der Marktbesucher sehen es als Vorteil, wenn ein Wochenmarkt auf grünes Verpackungsmaterial achtet oder auf Umverpackungen komplett verzichtet. Zu den ebenfalls essentiellen Bedürfnissen des Wochenmarktbesuchers zählt eine gute Erreichbarkeit des Platzes. Der Wunsch nach guter Erreichbarkeit wächst mit dem Alter und ist ein Hinweis darauf, wie wichtig eine altersgerechte Gestaltung von Wochenmärkten ist – vor allem mit Blick auf den demografischen Wandel in Deutschland.

Wochenmärkte als Ausflugsziel für die gesamte Familie

„Wochenmarkt und Kind“ sind für viele Menschen bereits heute vereinbar. 64 Prozent der Befragten sehen keine Notwendigkeit für zusätzliche Unterhaltungs- und Betreuungsangebote für Kinder. Ob Mama oder Papa mit dem Kind über den Markt schlendert, spielt dabei keine Rolle.

Fazit: Die wichtigsten To-dos für Händler und Marktmanager

Die Marktbranche befindet sich im Umbruch – und tut trotzdem gut daran, sich auf ihre Kernkompetenzen zu besinnen und diese weiter zu stärken. Neben einem ansehnlichen Ambiente wünscht sich der Kunde vor allem frische und hochwertige Waren. Am liebsten aus der Region und zudem umweltfreundlich verpackt. Wenn dann noch eine gute Anbindung des Marktes hinzukommt, sind die wichtigsten Bedürfnisse des Besuchers bereits bedient. Aber die Ergebnisse zeigen auch: Wochenmärkte müssen langfristig über ihre Rolle als reiner Nahversorger hinauswachsen, denn die Deutschen wünschen sich Ruhezonen, die zum Genuss und Entspannen einladen. Es liegt nun in den Händen der Marktmanager und Händler, diese Anreize umzusetzen. Nur eines muss klar sein: Die Zeit der Schmutzstände mit Qualität auf Discounter-Niveau wird auch in Zukunft nicht wiederkehren.

MARKT MOBIL als Impulsgeber für Händler und Marktmanager

Am 17. und 18. September präsentieren in der Messe Essen mehr als 70 Aussteller aus Deutschland ihr umfangreiches Angebot zu den Bereichen Weihnachts-, Jahr-, Street-Food- und Wochenmärkte. MARKT MOBIL umfasst alle Facetten des mobilen Handels, die notwendig sind, um einen Markt(stand) attraktiv und zukunftssicher zu gestalten, damit die deutsche Marktvielfalt auch weiterhin erhalten bleibt. Auf der Messe finden Zulieferer, Produzenten, Händler und Direktvermarkter zueinander, sodass ein umfassender Informations- und Handelstreff entsteht. Experten sprechen in der Speakers' Corner an beiden Messetagen über Herausforderungen und Potenziale der Marktbranche – und geben konkrete Praxistipps für die sofortige Umsetzung auf dem heimischen Markt.

Infos sowie das Programm der Speakers' Corner auf: www.markt-mobil.de.

„Die verwendeten Daten beruhen auf einer Online-Umfrage der YouGov Deutschland GmbH, an der 2053 Personen zwischen dem 08.09.2017 und 11.09.2017 teilnahmen. Die Ergebnisse wurden gewichtet und sind repräsentativ für die deutsche Bevölkerung ab 18 Jahren.“