

Konsumwandel 2025: Interspar als Möglichmacher im Supermarkt!

Heute diskutieren Branchenexperten über Konsumverhalten, Nachhaltigkeit und die Rolle von Interspar als "Möglichmacher".



Wiener Schottentor, Österreich - In einer Diskussion über Veränderungen im Konsumverhalten und deren gesellschaftliche Bedeutung betonen Johannes Holzleitner, Geschäftsführer von Interspar, und der Jugendexperte Ali Mahlodji die Rolle von Supermärkten als soziale Schnittpunkte. Die Veranstaltung fand im neu eröffneten Interspar-Restaurant am Wiener Schottentor statt, dem ersten à-la-carte-Konzept in einem österreichischen Interspar-Markt. Holzleitner erklärt, dass Interspar nicht nur Händler, sondern auch „Möglichmacher“ sei und zieht aus seiner über 25-jährigen Erfahrung im Lebensmitteleinzelhandel den Schluss, dass Supermärkte sich in einem nie dagewesenen Wandel befinden.

Die Veränderungen im Sortiment sind vielfach bedingt durch technologischen Fortschritt, neue Ernährungsgewohnheiten sowie ein wachsendes Bewusstsein für Nachhaltigkeit und Gesundheit. Interspar bietet mehr als 50.000 Artikel an, davon 20.000 im Lebensmittelbereich, mit einer klaren Regionalitätsstrategie, die die Vielfalt im Sortiment fördert. Dazu gehören Convenience-Produkte, regionales Fleisch und vegane Alternativen. Holzleitner sieht die Aufgabe des Unternehmens darin, nicht zu bewerten, sondern bereitzustellen.

Nachhaltigkeit und Konsumverhalten im Wandel

Die letzten Jahre waren geprägt von Krisen wie Corona, Lieferkettenproblemen und einer Inflation, die das Kaufverhalten stark beeinflusst haben. Eine Umfrage aus November 2023 zeigt, dass 49 % der Befragten Nachhaltigkeit für sehr wichtig halten, jedoch steigen die Preissensibilität der Konsumenten. Geplantes und bewusstes Kaufen hat spontane Käufe weitgehend ersetzt, während die Preissensibilität dazu führt, dass der Fokus auf Qualität und Langlebigkeit zunehmend an Bedeutung gewinnt. Dennoch könnte dies die Nachfrage nach nachhaltigen Produkten beeinträchtigen, da diese häufig teurer sind, wie **IFH Köln** feststellt.

Dabei zeigt sich, dass der Secondhand-Markt, der bereits ein Volumen von 14,8 Milliarden Euro erreicht hat, weiterhin wachsen wird. Viele Konsumenten kaufen Secondhand aus finanziellen Gründen (77 %) und nicht primär aus Umweltbewusstsein. In diesem Kontext könnte der Markt für Reparaturleistungen, der 2022 rund 3,7 Milliarden Euro betrug, vom Wunsch nach langer Lebensdauer profitieren.

Der Einfluss der Generationen

Die jüngere Generation, die zunehmend nach Sinnorientierung und Selbstbestimmung sucht, betrachtet Supermärkte als mehr

als nur Einkaufsorte. Mahlodji hebt hervor, dass diese soziale Funktion der Einkaufsstätten auch durch emotionale Bindung geprägt ist, die im digitalen Raum nicht ersetzt werden kann. Bei Interspar wird zudem flexible Ausbildung und empathische Führung gefördert, um Talente zu gewinnen, die mehr als nur ein Gehalt erwarten.

In diesem Sinne könnten neue Geschäftsmodelle wie Secondhand, Leih-, Upcycling- oder Reparaturservices für Handelsunternehmen entscheidend sein, um der sich verändernden Kundenstruktur und deren Bedürfnissen gerecht zu werden. Holzleitner und Mahlodji verweisen beide auf Armbanduhren, die als Zeichen für Verantwortung und bewusste Zeitgestaltung mit ihren Kindern fungieren. Diese symbolische Bedeutung verdeutlicht den Wunsch nach einem bewussteren Leben in einer von fast ausschließlichem Konsum geprägten Gesellschaft.

Aktuelle Daten belegen außerdem, dass Verbraucher zunehmend sowohl Secondhand- als auch Off-Branding-Produkte erwerben, um modisch zu bleiben, trotz finanzieller Herausforderungen und steigender Lebenshaltungskosten. Der Trend zu nachhaltigeren Kaufentscheidungen könnte laut **Marktforschung.de** auch weiterhin bestehen bleiben. Trotz der Herausforderungen in Zeiten von Inflation und Krisen wird deutlich, dass ein Umdenken im Konsumverhalten notwendig ist, um dem Druck auf die Umwelt und die eigenen Finanzen gerecht zu werden.

Die Ausrichtung der Handelsunternehmen auf diese Trends und das Verständnis für die veränderten Bedürfnisse der Konsumenten erweist sich als zukunftsentscheidend. Das Zusammenspiel von Nachhaltigkeit, Qualität und sozialen Aspekten wird die Handelslandschaft in den kommenden Jahren prägen.

Details	
Vorfall	Sonstiges
Ort	Wiener Schottentor, Österreich
Quellen	• www.leadersnet.at • www.ifhkoeln.de • www.marktforschung.de

Besuchen Sie uns auf: die-nachrichten.at