



POS-MARKETING- REPORT 2021

Eine Konsumentenbefragung
zu Shopper Insights am POS von
medialog, POSpulse und UGW

Januar 2021



NEU

Mit Sonderfragen
zum POS-Marketing
in Corona-Zeiten

Die Zeitspanne von Anfang 2020 bis heute umfasst ein ganz besonderes Jahr. Die Corona-Pandemie hat das private und öffentliche Leben verändert und auch vor den Schiebe- und Drehtüren der Geschäfte des LEH und der Drogeriemärkte nicht halt gemacht. Begrenzte Kundenanzahl auf der Fläche, „AHA“-Regeln und zum Teil erheblich veränderte Nachfrageschwerpunkte waren nur einige der Herausforderungen, die insbesondere Händlern, aber auch der Markenartikelindustrie gestellt wurden.

Die Interviews für den vorliegenden POS-Marketing-Report 2021 standen also unter ganz besonderen Vorzeichen. Neben den gewohnten Fragestellungen zum Kundenverhalten entlang der Shopper-Journey, wurden in zahlreichen Themengebieten auch Corona bedingte Veränderungen gezielt erhoben. Damit schreibt die Studie nicht nur die Zeitreihe der Vergleichsergebnisse etablierter Fragenkomplexe fort, sie wirft auch ein Schlaglicht auf die wichtigsten Veränderungen von Einkaufsgewohnheiten durch die Corona-Pandemie.

Aufgrund der Einschränkungen rund ums stationäre Einkaufen – insbesondere Mund-/Nasenschutz und Abstandsregeln – haben wir uns in diesem Jahr dafür entschieden, die persönlichen Shopper-Interviews durch eine Online-Befragung zu ersetzen. Nach Prüfung der Methodik gab die beratende Hochschule RheinMain grünes Licht für die Vergleichbarkeit der Ergebnisse mit den Resultaten der Vorgänger-Studie(n).

Von Einkaufsstättenwahl und Einkaufsplanung über die unterschiedlichen Instore-Maßnahmen bis zur Digitalisierung des Einkauf(en)s erstrecken sich die Themenfelder, in denen es dieses Mal besonders bemerkenswerte Veränderungen zu entdecken gibt. Einige aktuelle Trendwellen werden „nach Corona“ wieder abebben, andere Entwicklungen (z. B. Digitalisierung) dürften durch die Rahmenbedingungen in diesem Jahr noch beschleunigt und verstärkt werden.

Mit der Lektüre des „POS-Marketing-Report 2021“ wünschen wir Ihnen viele unterstützende Impulse für Ihre beruflichen Herausforderungen und wertvolle Einblicke in aktuelle Entwicklungen zur Vermarktung rund um den Point-of-Sale (POS).

Die Autoren, Januar 2021.



Maria Akhavan, RUNDSCHAU



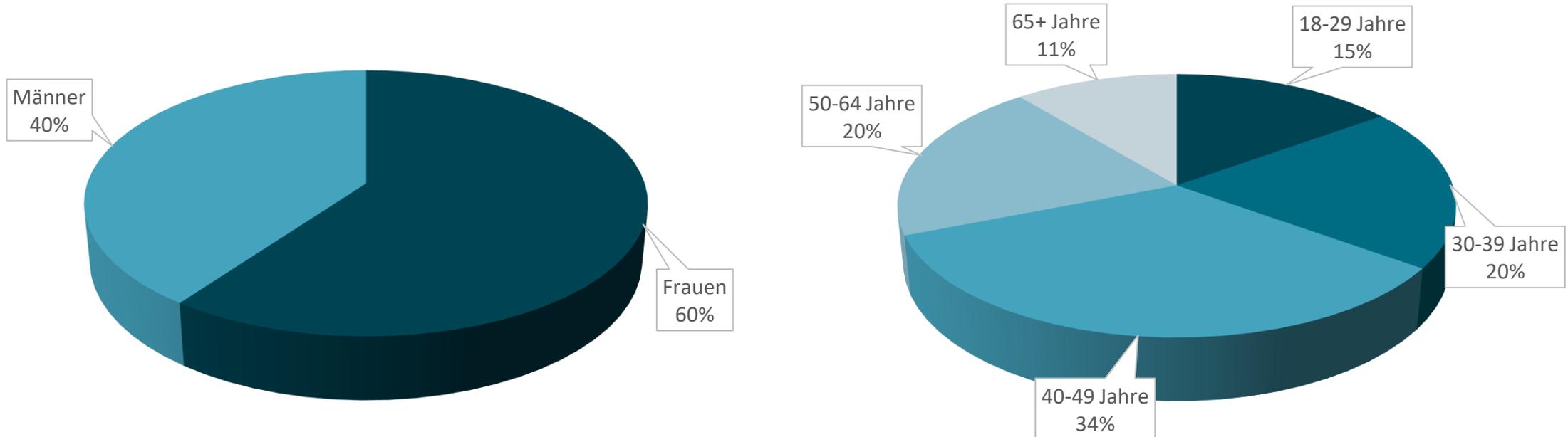
Dominic Blank, POSpulse



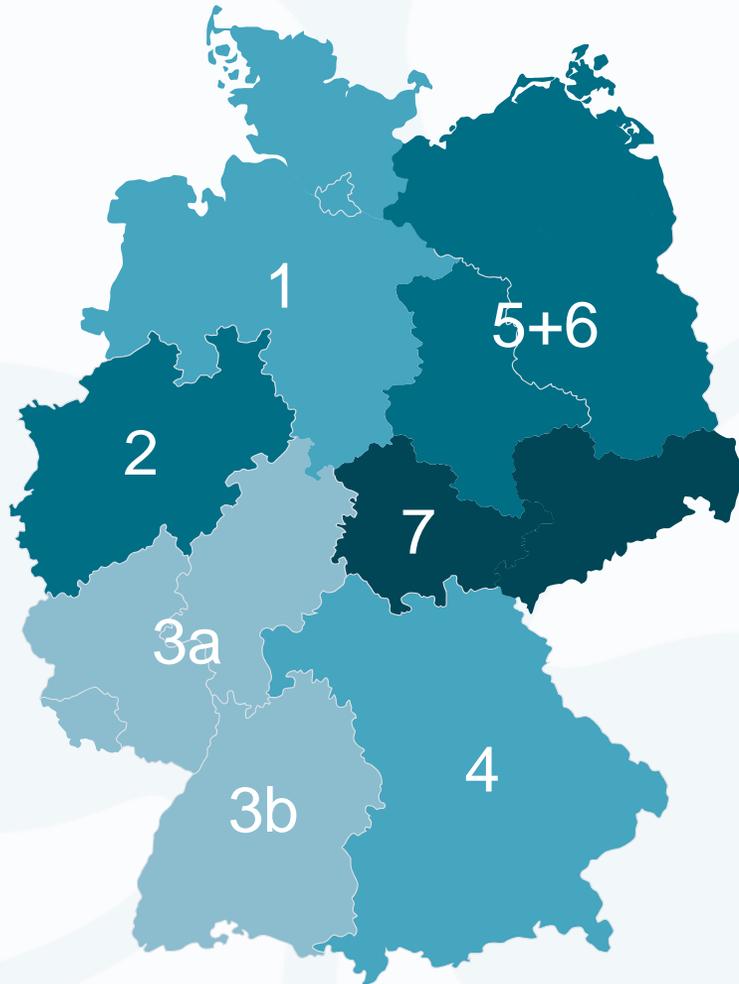
Gernot Lingelbach, UGW

1	Management Summary / Studiendesign	04
2	Einkaufsverhalten: Dauer, Häufigkeit, Ausgaben und Einstellung	13
3	Die Shopper Journey	31
3.1	Einkaufsstättenwahl	32
3.2	Einkaufsplanung	50
3.3	Einkaufserfahrungen	61
4	Hersteller- vs. Handelsmarken	69
5	Einfluss von Instore-Maßnahmen	92
5.1	Personalgestützte Promotions	106
5.2	Zugaben	115
5.3	Code-Aktionen	125
5.4	Treue- / Sammelaktionen	138
5.5	Siegel und Auszeichnungen	148
5.6	Vergleich unterschiedlicher POS-Maßnahmen	156
6	Digitalisierung des Point of Sale	158
6.1	Digitale Marketing-Maßnahmen	159
6.2	Innovative Einkaufsmodelle	180
	Quellenverzeichnis	195
	Ansprechpartner / Impressum	196

Die folgenden Ergebnisse basieren auf einer Befragung, die mit Hilfe der Mystery Shopping App „Streetspotr“ durchgeführt wurde. Im August und September 2020 wurden über einen Zeitraum von vier Wochen insgesamt 713 User zu ihrem Einkaufsverhalten befragt. Die Stichprobe wurde repräsentativ nach Geschlechter- und Altersgruppen analog der Shopper-Struktur im deutschen LEH zusammengestellt und deckt die sieben Nielsen-Gebiete gleichmäßig ab. Die Untersuchungsmethode unterscheidet sich damit von früheren Befragungen im Rahmen des „POS-Marketing-Report“, was beim Vergleich der Ergebnisse mit den Vorjahreszahlen berücksichtigt werden sollte.



Erhebungszeitraum: 24.08 – 17.09.2020



Nielsen Gebiet	Geschlecht	Anzahl Shopper pro Altersgruppe					Σ
		18-29 Jahre	30-39 Jahre	40-49 Jahre	50-64 Jahre	65+ Jahre	
1	M	5	5	15	10	5	101
	W	10	15	20	11	5	
2	M	5	5	15	10	5	100
	W	10	15	20	11	4	
3a	M	5	5	15	10	6	102
	W	10	15	20	10	6	
3b	M	5	5	15	10	6	100
	W	10	15	20	10	4	
4	M	5	5	15	10	7	104
	W	10	15	20	10	7	
5+6	M	5	5	15	10	6	105
	W	10	15	22	10	7	
7	M	5	5	15	10	7	101
	W	10	15	19	10	5	
Σ	M/W	105	140	246	142	80	713

Medialog GmbH & Co. KG

Maria Akhavan
Verlagsleitung
Telefon: 07225 916-250
E-Mail: akhavan@medialog.de

POSpulse GmbH

Dominic Blank
Founder & CEO
Telefon: 0160 954 23503
E-Mail: dominic.blank@pospulse.com

UGW Communication GmbH

Gernot Lingelbach
Geschäftsführung
Telefon: 0611 9 77 77-326
E-Mail: g.lingelbach@ugw.de

Impressum

Herausgeber:

medialog GmbH & Co. KG
Medienplatz 1, 76571 Gaggenau
<https://www.medialog.de/>
<https://www.rundschau.de/besser-verkaufen/pos-marketing-report/>

Redaktion:

Gernot Lingelbach, Jonas Wiegel, UGW Communication GmbH
Marcelo Crescenti, Maria Akhavan, medialog GmbH & Co. KG

© 2020 UGW / medialog

Jegliche Verwendung – auch auszugsweise – nur mit Quellenangabe, für gewerbliche Zwecke und Nutzung nur mit schriftlicher Genehmigung des Herausgebers

Schutzgebühr: ab 295,00€
(inkl. MwSt., zzgl. Versand)