

<p>13. Welches sind die 5 häufigsten Kunden Sonderkaufwünsche zur demonstrativen Untermauerung der Individualität?</p> <div> <div> 1. biologisch 3. regional 5. nachhaltig </div> <div> 2. ökologisch 4. vegan 6. fair </div> <div>  </div> </div>	<p>14. Was sind die drei Hauptgründe, dass der Anteil der Haushaltsausgaben im Einzelhandel jährlich 1 % sinkt?</p> <ul style="list-style-type: none"> - immer mehr Ausgaben für Dienstleistungen - immer stärkere Discount-Orientierung (auch online) - immer mehr anteilig Ältere die wenig im Einzelhandel ausgeben
<p>15. Die 5 wichtigsten Erwartungen der Käufer an einen zufriedenen Einkauf im Einzelhandel?</p> <div> <div> 1. riesen Auswahl & preisliche Vergleichbarkeit 2. immer mehr Anregungen, Erlebnisse, Genüsse 3. alles schneller & billiger 4. mehr smart shopping & Schnäppchen 5. mehr Marken & Qualität </div> <div>  </div> </div>	<p>16. Zu welchen drei Kundentypen bekennen sich laut GfK aktuell die deutschen Verbraucher prozentual?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 33 % Marke & Qualität 2. 26% immer billigst möglich 3. 22% Schnäppchenkäufer
<p>17. Die drei Hauptschwächen der über Jahrzehnte rückläufigen großen Kaufhäuser K&K?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Festhalten am Shop in Shop Prinzip, statt Concessions Prinzip 2. weder Discount noch Luxus 3. lange Verschlafen des Online Trends 	<p>18. Auf welchen Status haben sich die beiden K&K seit Dezember 2018 gefangen?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Name: Galeria Karstadt & Kaufhof - Umsatzgröße & Marktanteile: 5 Milliarden Euro (rund 1% vom Einzelhandel) - Eigentumsverhältnisse: 100% Rene Benko in Österreich - Standort der Zentrale: Essen
<p>19. Auf welchen letzten Geschäftszweig, mit welchem Restumsatz, ist die ehemals Metro Gruppe dabei zu schrumpfen?</p> <div>  </div> <ul style="list-style-type: none"> - auf den Cash and Carry Sektor mit 27 Milliarden Euro 	<p>20. Was haben Factory Outlets & virtuelle Outlet Clubs für eine gemeinsame Anziehungskraft? Wie heißen beide Vertriebsgrößen, der jeweils größten Anbieter?</p> <ul style="list-style-type: none"> - bekannte Markenartikel preiswert einkaufen & größere Markenartikel-Überhänge ohne Imageverluste verkaufen - Boss Metzingen, Vente Priveé, Zalando Lounge, Limango, Brands for Friends <div>  </div>
<p>21. Welchen zwingenden Schritt wollen Shopping-Center zum erfolgreichen Überleben im online Umfeld begehen?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ausbau zur digital Mall, d.h. Einbau von no-line, damit Verbraucher sich schon von Zuhause auf den Mall Besuch vorbereiten können 	<p>22. Was macht Pop-Up Stores so interessant?</p> <div> <div> <ul style="list-style-type: none"> - interessantes, inspirierendes Umfeld - zeitliche Begrenztheit = Verknappungsprinzip - Produkte mit hohem emotionalem Involvement - mediale Attraktivitäts Verbreitung - primär für jüngere Zielgruppen (Generation Y) </div> <div>  </div> </div>