

Abstract

Titel: Zukünftiges Konsumverhalten der Babyboomer hinsichtlich der demografischen Entwicklung und der Digitalisierung – Herausforderungen für den klassischen Dorfladen

Kurzzusammenfassung:

In der vorliegenden Arbeit wurde das zukünftige Konsumverhalten der geburtenstarken Babyboomer-Generation hinsichtlich der demografischen und gesellschaftlichen Entwicklung durch die Digitalisierung untersucht. Es wurde geprüft, welche Herausforderungen und Erfolgschancen Experten aus Forschung, Praxis und Wirtschaft für den klassischen Dorfladen erkennen, um den nachhaltigen Erfolg zu gewährleisten. Es hat sich gezeigt, dass die Digitalisierung in der Lebensmitteleinzelhandelsbranche gegenwärtig noch keinen starken Einfluss übt, dies aber künftig erwartet wird. Kombiniert mit der künftigen Überalterung und Zunahme der Gesellschaft eröffnen sich neue Vertriebswege, Konsumverhalten und Absatzmärkte. Aus den Antworten konnten Empfehlungen für die zukünftige strategische Positionierung definiert werden.

Verfasser/in: Anian Willi
Herausgeber/in: Dr. Susanne Elisabeth Zajitschek
Veröffentlichung (Jahr): 01.07.2016
Zitation: Anian Willi, 2016, Zukünftiges Konsumverhalten der Babyboomer hinsichtlich der demografischen Entwicklung und der Digitalisierung – Herausforderungen für den klassischen Dorfladen. FHS St.Gallen – Hochschule für Angewandte Wissenschaften: Masterarbeit MSc in Business Administration
Schlagworte: Konsumverhalten; Babyboomer; demografische Entwicklung; Digitalisierung; Lebensmitteleinzelhandel; Dorfladen; Herausforderungen

Ausgangslage

Aktuell befinden wir uns in zwei fortschreitenden Megatrends: der Megatrend der Überalterung und die fortschreitende Digitalisierung. Beide Trends werden das Konsumverhalten in der Zukunft markant verändern, indem neue Vertriebswege und Märkte entstehen. Zum heutigen Zeitpunkt ist kaum abschätzbar, welches Ausmass dies annehmen wird. Welche Herausforderungen und Chancen bieten sich durch diese demografischen und gesellschaftlichen Entwicklungen für den klassischen Dorfladen, um in Zukunft weiterhin gegenüber der Konkurrenz zu bestehen und nachhaltig erfolgreich zu sein? Unzählige Studien zur demografischen Entwicklung und Digitalisierung, sowie eine grosse Anzahl an Verfassungen, welche das Konsumverhalten der konsumstarken Babyboomer erforscht, bestehen. Es fehlen Ausführungen, welche die Trends in Kombination, bezogen auf den klassischen Dorfladen in Schweizer Dörfern betrachten und konkrete Erfolgsfaktoren für ein nachhaltiges Bestehen aufführen.

Ziel

Der herrschende Megatrend der Überalterung wird der digitalen Revolution, in Bezug auf das Konsumverhalten der Babyboomer, gegenübergestellt. Erfolgsfaktoren, Herausforderungen und Chancen werden abgeleitet, welche im Konsumwesen für den klassischen Dorfladen nachhaltig erfolgsversprechend sind. Aus den gewonnenen Erkenntnissen sollen Empfehlungen für das zukünftige Geschäftsmodell definiert werden, welche dem Kaufverhalten und den Bedürfnissen der Konsumenten im Alter gerecht werden und den nachhaltigen Erfolg sicherstellen.

Vorgehen

Die Aufarbeitung des aktuellen Forschungsstandes zur demografischen Entwicklung, Digitalisierung und dem Konsumverhalten der Babyboomer erfolgt anhand einer umfassenden Sekundärforschung. Die Primärforschung erfolgt mittels Experteninterviews von mindestens 8 Vertretern aus der Forschung, Praxis und Wirtschaft/Politik. Die Auswertung der Interviews erfolgt anhand der qualitativen Inhaltsanalyse nach Meuser & Nagel (1991). Die Resultate werden nach Kategorien zusammengefasst, interpretiert und den Erkenntnissen aus der Theorie gegenübergestellt. Anschliessend werden Handlungsempfehlungen für die Praxis abgeleitet.

Erkenntnisse

Es hat sich gezeigt, dass der klassische Dorfladen einen entscheidenden Wettbewerbsvorteil besitzt: die Kundennähe. Neuartige Technologien im Zuge der Digitalisierung können zum eigenen Vorteil genutzt und mit Traditionellem kombiniert werden. Kooperationen mit umliegenden Dorfläden und Lieferanten fördern den Wirtschaftsstandort des Dorfzentrums und werden unumgänglich. Höhere Erwartungen und Anforderungen der Konsumenten setzen ein flexibles und mit Service kombiniertes Produktangebot voraus.