

Neue Studie der Universität des Saarlandes im Auftrag der Heinz Lohmann Stiftung

Smart Stores oder klassischer Einkauf? Was Kundinnen und Kunden vom „Supermarkt der Zukunft“ erwarten

Saarbrücken / Rechterfeld, den 4. September 2025. Die derzeitige Kaufzurückhaltung, ein erhöhter Kostendruck, die Notwendigkeit der Digitalisierung und individueller werdende Kaufwünsche der Konsumentinnen und Konsumenten – all das führt zu enormen Veränderungen in der Handelslandschaft und bringt die Frage mit sich: Wie wird der „Supermarkt der Zukunft“ aussehen?

Antworten darauf liefert eine umfassende Studienreihe des Instituts für Konsum- und Verhaltensforschung (IKV) an der Universität des Saarlandes unter Leitung von Univ.-Prof. Dr. Andrea Gröppel-Klein. Die Forschungsarbeit „Supermarkt der Zukunft aus Sicht der Konsumentinnen und Konsumenten“ wurde von der Heinz Lohmann Stiftung im Rahmen des Projekts „Die Zukunft unserer Ernährung“ initiiert und gefördert.

Ein vielschichtiger Blick auf Konsumentenwünsche

Die Studienreihe umfasst eine Kombination qualitativer und quantitativer Forschungsmethoden. Sie startete mit einer Konsumentenbefragung zu verschiedenen Smart-Store-Konzepten, gefolgt von Experteninterviews aus Wirtschaft und Wissenschaft. In einer innovativen Laborstudie („Mapping-Studie“) wurden anschließend zentrale Erwartungen an den Supermarkt der Zukunft identifiziert und durch eine deutschlandweite Onlineumfrage validiert. Eine abschließende Untersuchung analysierte den Einfluss zeitlicher Perspektiven auf die Vorstellungen der Konsumentinnen und Konsumenten.

Zwischen Digitalisierung und Klassikern: Was Kundinnen und Kunden wirklich wollen

Der Einkauf im Supermarkt wird automatisierter. Selbstscannen und Selbstbedienungskassen gehören für viele Konsumentinnen und Konsumenten zum selbstverständlichen Alltag. Auch in der Studie stoßen unterschiedliche Formen von Smart Stores – z. B. kassenlose Geschäfte mit Sensor- und Kameratechnik – auf Interesse, insbesondere bei funktionalen Einkäufen. Für den Wocheneinkauf werden sie jedoch als ungeeignet empfunden. Es zeigt sich zudem die Bereitschaft der Konsumenten, im Smart Store sonntags einzukaufen.

Klassische Supermarktmerkmale wie Sortimentsvielfalt, Produktqualität, ein angenehmes Ambiente sowie kompetente Bedienung bleiben unverzichtbar. Günstige Preise sind weiterhin von großer Relevanz, insbesondere in wirtschaftlich schwierigen Zeiten. Die Themen Tierwohl und eine hohe Kompetenz beim Bio-Sortiment spielen für jüngere Konsumentinnen und Konsumenten eine zentrale Rolle.

Orientierung statt technische Innovationen

Technische Innovationen wie Virtual oder Augmented Reality werden ebenso wie Kommissionierungsroboter am Point of Sale derzeit eher skeptisch betrachtet. Weniger skeptisch betrachtet werden Technologien, die die Orientierung verbessern oder zur Qualitätssteigerung beitragen,

etwa durch digitale Preisanpassungen bei Frischware oder die Blockchain-Technologie zur Rückverfolgung von Produkten. Voraussetzung ist, dass sie sich funktional in den Einkaufsprozess integrieren. Interessanterweise gibt es hier keine großen Unterschiede zwischen „jüngeren“ und „älteren“ Konsumenten. Vielmehr stellt die Technologieaffinität eine zentrale Variable dar, wie Konsumenten solche technologischen Entwicklungen wahrnehmen.

Kundinnen und Kunden möchten sich auch ohne digitale Hilfsmittel im Markt zurechtfinden. Frühere Studien des IKV haben gezeigt, dass die Orientierungsfreundlichkeit und Effizienz beim Einkauf unter anderem durch verständliche Beschilderungen, Regalfahren, thematisch gruppierte Produktanordnungen und eine Führung durch den Markt im Uhrzeigersinn erhöht werden können

Die Ergebnisse der Studienreihe zeigen: Eine Weiterentwicklung hin zum „Supermarkt der Zukunft“ findet statt. Es wird jedoch kein revolutionärer Umbruch sein, sondern eine evolutionäre Weiterentwicklung, Schritt für Schritt.

Für weitere Presseinformationen

Heinz Lohmann Stiftung GmbH
Paul-Wesjohann-Str. 45
49429 Visbek-Rechterfeld
Mail: info@heinz-lohmann-stiftung.de

Institut für Konsum- und Verhaltensforschung
an der Universität des Saarlandes
Univ.-Prof. Dr. Andrea Gröppel-Klein
Campus A5 4, 66123 Saarbrücken
Mail: groeppe-klein@ikv.uni-saarland.de
Tel: 0681 302 2135

Über die Heinz Lohmann Stiftung:

Die PHW-Gruppe, der die Lohmann & Co. Aktiengesellschaft (Rechterfeld) angehört, gründete 1997 die gemeinnützige Heinz Lohmann Stiftung GmbH mit Sitz in Rechterfeld in Erinnerung an den Cuxhavener Firmengründer Heinz Lohmann (1901-1975). Die Stiftung fördert die Wissenschaft und Forschung über die Zukunft der Ernährung und des Ernährungsverhaltens sowie die Publikation ihrer Ergebnisse. Die Stiftungsgesellschaft dient ausschließlich und unmittelbar gemeinnützigen Zwecken. Die Stiftung vergibt ernährungswissenschaftliche Aufgaben an Diplomanden und Doktoranden. Sie unterstützt die wissenschaftliche Forschung an Hochschulen und Instituten und organisiert internationalen Wissenstransfer zu Stiftungsthemen.