

Der deutsche Konsument will es nicht nur billig, sondern auch ethisch. Und wehe dem, der nicht mitzieht.

Logistikscheck: Der Konsument 2.0

Qualität zu niedrigen Preisen wollte der deutsche Konsument schon immer. Aber jetzt wird er noch anspruchsvoller: Weil für ihn die Themen Klimaschutz und Arbeitsbedingungen im eigenen Lebensbereich greifbar werden, bezieht er diese Kriterien in seine Kaufentscheidungen ein. Manchmal mit dem Kopf, oft aus dem Bauch heraus: Trendforscher wie Prof. Peter Wipperfurthmann sehen eine wachsende

Ethikorientierung der Konsumenten. Wer diesem Anspruch als Händler oder Logistiker nicht gerecht wird, läuft Gefahr, ignoriert zu werden. Bequem ist der Verbraucher überdies auch noch. Produktinformation und Kauf regelt er immer häufiger über das Web. Händler ohne den Vertriebskanal Internet geraten ins Hintertreffen. Logistiker, die Fulfillment im E-Commerce anbieten, verzeichnen sattes Wachstum.

made in germany

klimaschutz

fair trade

vertrauen

mehrwert



product carbon footprint

innovation

transparenz

lokale produkte

regional

Datenschutz

Wähler

ethik

multi-channel

modernen
gemütlich
service-
verliebt
gestresst
spontan
kompromisslos
anspruchsvoll
mitgestaltend
schnell
schmähchenjäger



83% Stationär

6% Katalog

11% E-Commerce

- verfügbarkeit
- schnelligkeit
- verpackung
- zuverlässigkeit
- kooperation
- retouren
- nahversorgung
- outsourcing
- ergonomie
- skalierbarkeit
- flexibilität
- nachhaltigkeit