

Wie lang sind die Deutschen bereit zum Shoppen zu fahren?

Chart der Woche, 2024-KW45

7. November 2024



Ihre
Ansprechpartnerin



Ayaan Güls
Pressesprecherin

Tel. 040/4151-2264

Fax 040/4151-2091

guels@zukunftsfragen.de

Beitrag teilen:



Fahrtzeit zum Einkaufen



Von je 100 Befragten sind bereit x Minuten zum Shoppen zu fahren:



Von je 100 Befragten fahren im Durchschnitt X Minuten zum Einkaufen:



Online Repräsentativbefragung von 2.000 Personen ab 18 Jahren durch die GfK in Deutschland

Ergebnis

Die Bereitschaft der Bürger, Zeit für die Anfahrt zu einem Shopping-Center oder einer Fußgängerzone aufzuwenden, hat sich in den letzten Jahren deutlich verringert. Lag diese vor 20 Jahren noch bei durchschnittlich 45 Minuten, sind es aktuell nur noch 35 Minuten. Besonders häufig sind es innerhalb der Altersgruppen die Ruheständler, die kürzere Anfahrtszeiten bevorzugen. Dagegen liegt die durchschnittliche Anfahrtszeit bei den unter 30-Jährigen mit 45 Minuten fast doppelt so hoch. Eine Anfahrtszeit von über einer Stunde nehmen lediglich noch neun Prozent der Befragten in Kauf, während zwölf Prozent überhaupt nicht bereit sind, sich für ein Shopping-Center oder eine Fußgängerzone auf den Weg zu machen.

Gründe

Online-Shopping hat die Notwendigkeit, physische Geschäfte aufzusuchen, reduziert. Viele bevorzugen es inzwischen, bequem von zu Hause aus einzukaufen – oft günstiger und mit einer größeren Auswahl. Ein weiterer Grund für die kürzeren Anfahrtszeiten liegt im Angebot der Shopping-Center und Meilen selbst. Viele Konsumenten haben das Gefühl, überall auf ein ähnliches oder austauschbares Sortiment zu stoßen und kaum individuelle Produkte angeboten zu bekommen. Die

überdurchschnittlich hohe Bereitschaft der Jüngeren, längere Anfahrten in Kauf zu nehmen, liegt an ihrem Interesse, in Shopping-Centern mehr als nur Einkaufsmöglichkeiten vorzufinden. Für sie sind Shopping-Center auch Treffpunkte, in denen sie Zugang zu kostenlosem WLAN haben und durch spezielle Angebote angesprochen werden.

Prognose

Um sich in einer zunehmend digitalen Welt behaupten zu können, müssen Shopping-Center und Fußgängerzonen ihren Fokus neu ausrichten. Das Gesamterlebnis sollte ansprechender gestaltet werden: angefangen bei mehr Service über weniger Filialisierung und mehr Einzelhandel bis hin zur Schaffung von Begegnungsplätzen. Was früher die Marktplätze waren – Orte, an denen nicht nur konsumiert, sondern auch das Zwischenmenschliche gepflegt wurde – könnten die Shopping-Center der Zukunft werden. Dafür jedoch müssen sie wieder mehr den Menschen in den Mittelpunkt stellen.

Vertiefende Infos gibts in dieser Podcastfolge

Ähnliche Beiträge

Mut zur Bindung: Braucht es mehr Beständigkeit?

Chart der Woche, 2025-
KW16
17. April 2025

Erziehungsziele: Was braucht die nächste Generation?

Chart der Woche, 2025-
KW15
10. April 2025

Zwischenmenschliche Sorgen: War früher alles besser?

Chart der Woche, 2025-
KW14
3. April 2025

Die Zukunft des Reisens: Wohin geht die Reise wirklich?

Chart der Woche, 2025-
KW13
27. März 2025

Urlaub in Deutschland: Wer reist wohin?

Chart der Woche, 2025-
KW12
25. März 2025

Reiseverhalten der Deutschen: Wann wird gebucht, und wohin wird es gehen?

Chart der Woche, 2025-
KW11
20. März 2025

Sind Mehrfachreisen die neue Normalität?

Chart der Woche, 2025-
KW10
6. März 2025

So blicken die Bürger auf das Jahr 2025: Sorgen, Angst und ein wenig Hoffnung

Chart der Woche, 2025-
KW1
2. Januar 2025

Freizeit im Fokus: Wie Geld unsere Aktivitäten beeinflusst

Chart der Woche, 2024-
KW52
26. Dezember 2024

Wie verbringen die Deutschen die Festtage? Zwischen Familie und Einsamkeit

Chart der Woche, 2024-
KW51
19. Dezember 2024

Kein Platz für Egoismus: Warum unsere Gesellschaft mehr Zusammenhalt braucht

Chart der Woche, 2024-
KW50
12. Dezember 2024

Wie Spenden unser Leben bereichert: Glück durch Großzügigkeit

Chart der Woche, 2024-
KW49
5. Dezember 2024

Mehr Beiträge laden

Newsletter bestellen



Formate & Ergebnisse

[Chart der
Woche](#)

[Podcast](#)

[Forschung
aktuell](#)

[Tourismusanaly](#)

[Freizeit-
Monitor](#)

[Zukunftserwart](#)

[Weitere
Sonderseiten](#)

[Publikationen](#)

Themen & Methodik

[Themen &
Methodik](#)

[Formate &
Ergebnisse
erklärt](#)

[nach Themen
filtern](#)

[nach
Formaten
filtern](#)

[🔍 Suche](#)

Stiftung & Personen

[Selbstverständr](#)

[Über die
Stifterin](#)

[Organe und
Personen](#)

[Fotos & Vita](#)

[Förderung &
Kooperationen](#)

[Nützliche
Links](#)