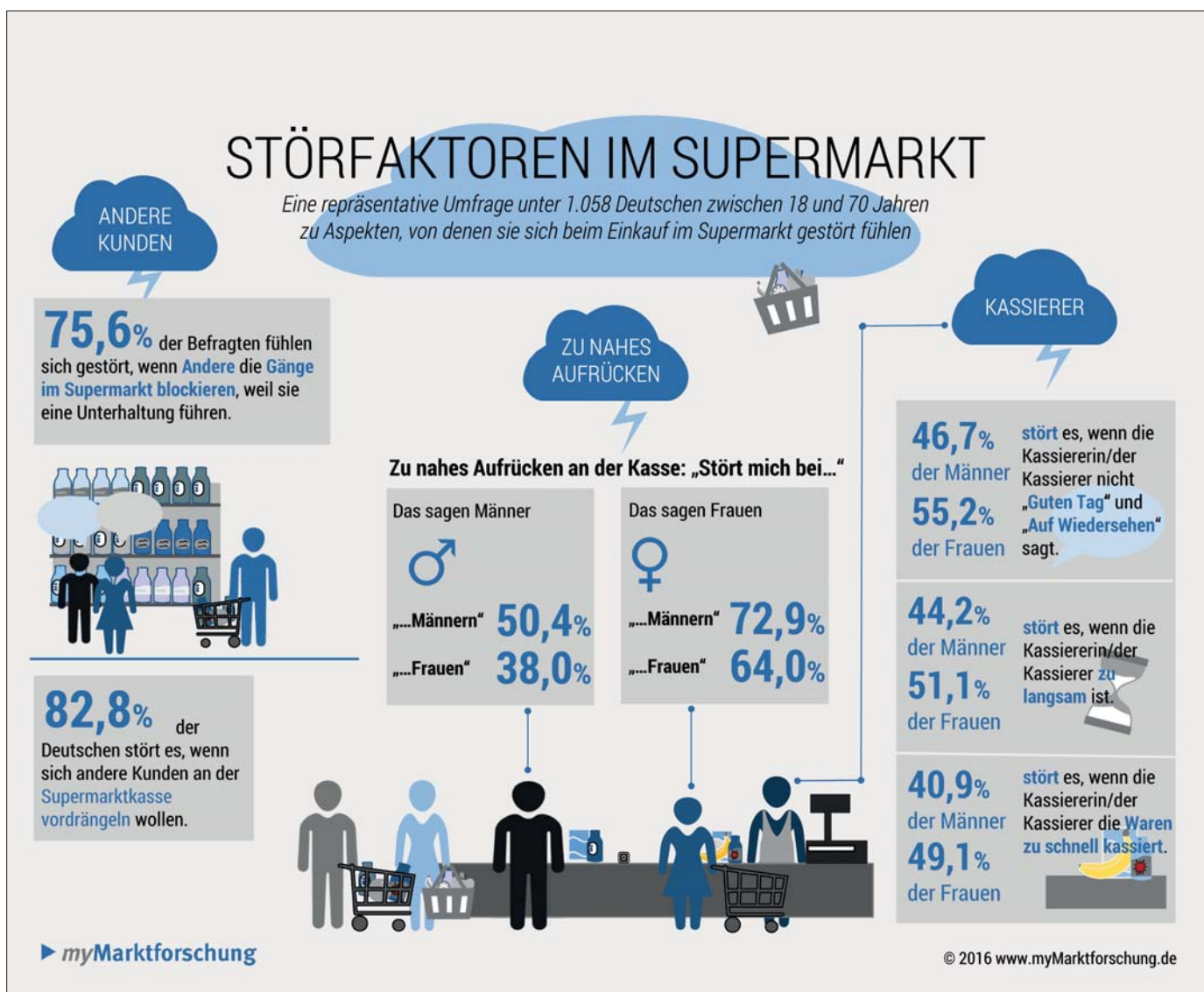


# Studie untersucht Störfaktoren beim Supermarkteinkauf

Der Einkauf im Supermarkt strapaziert häufig unsere Nerven: Gänge werden durch Plaudergrüppchen blockiert, andere Kunden drängeln sich an der Kasse vor, die Kassiererin scannt die Waren entweder viel zu schnell oder viel zu langsam. Und dann noch der Hintermann in der Warteschlange, der uns viel zu dicht auf die Pelle rückt. Eine aktuelle Studie deckt auf, was uns Deutsche während des Einkaufs im Supermarkt besonders stört.



# Schnell. Kompetent. Hochwertig.

## MAGNETTECHNIK IN PERFEKTION

Im Rahmen einer aktuellen repräsentativen Umfrage von Ende Mai bis Anfang Juni hat das Institut myMarktforschung.de 1.058 Deutsche zwischen 18 und 70 Jahren online zu Störfaktoren im Supermarkt befragt. Dabei wurden neben allgemeinen Störfaktoren auch Unterschiede zwischen Altersgruppen und Geschlechtern untersucht.

### Stressfaktoren im Supermarkt

Zu enge Gänge, zu wenig Zeit, zu lange Schlangen – das führt oft zu Stress im Supermarkt. Der größte zusätzliche Stör- und damit Stressfaktor sind Kunden, die sich an der Kasse vordrängeln. Rund 83 Prozent der Deutschen nervt dieses egoistische Verhalten. Drei Viertel der Deutschen fühlen sich gestört, wenn andere Kunden die Gänge für Unterhaltungen nutzen und somit blockieren. Im Altersgruppenvergleich zeigt sich, dass sich vor allem die älteren Semester darüber ärgern: Acht von zehn der 60- bis 70-Jährigen stört es, wenn andere Kunden und deren Einkaufswagen ein reibungsloses Durchkommen verhindern.

Die Toleranz bei zu nahem Aufrücken an der Supermarktkasse unterscheidet sich deutlich zwischen den Geschlechtern: Frauen fühlen sich grundsätzlich eher von zu dichtem Aufrücken gestört, unabhängig davon, wer ihnen zu nahekommt.

Männer haben deutlich weniger Berührungängste, sechs von zehn Männern bleiben gelassen, wenn Frau zu dicht aufrückt. Im Bundeslandvergleich lassen sich weitere Unterschiede erkennen: Die Westdeutschen pochen insgesamt stärker auf ihren persönlichen Bereich: Dabei ist es unerheblich, ob Männer oder Frauen nicht ausreichend Abstand halten.

Das Tempo an der Kasse ist eine Gratwanderung für die Kassierer: 47 Prozent ärgern sich darüber, wenn die Waren zu langsam gescannt werden. Fast genauso viele stört es hingegen, wenn dieser Vorgang zu schnell geht und sie mit dem Einpacken nicht hinterherkommen. Gut die Hälfte ärgert sich darüber, wenn nicht „Guten Tag“ und „Auf Wiedersehen“ gesagt wird. Dabei zeigen sich Frauen insgesamt intoleranter als Männer. Sowohl das Tempo der Kassiererin als auch die fehlende Begrüßung oder Verabschiedung finden vergleichsweise mehr Frauen ärgerlich.

Erfreulich tolerant sind die Deutschen gegenüber dem Vordermann an der Supermarktkasse: Versäumt dieser es, einen Warentrenner hinter seinen Produkten zu platzieren, stören sich vergleichsweise wenige daran. Nur jedem Dritten missfällt dieses Verhalten. ♦

*Die vollständigen Ergebnisse gibt es kostenlos unter [www.myMarktforschung.de](http://www.myMarktforschung.de)*

### Über myMarktforschung

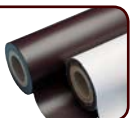
myMarktforschung.de ist ein Angebot von Dr. Grieger & Cie. Marktforschung. Das Marktforschungsinstitut bietet die gesamte Bandbreite qualitativer und quantitativer Marktforschung. Dr. Grieger & Cie. betreut mittelständische Unternehmen und internationale Konzerne der Industrie-, Medien-, Handels- und Dienstleistungsbranche.



- Schnelle Lieferung
- Individuelle Beratung
- Erfahrung seit 1972
- Find us on 

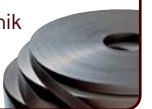
### MAGNETOflex Magnetfolien

- Individuelle Zuschnitte möglich
- Im Digital- und Siebdruck direkt bedruckbar



### MAGNETOflex Magnetbänder

- Vielseitige Einsatzmöglichkeiten in Befestigungs- und Verschlusstechnik
- Ideal geeignet für Display- und Messebau



### FERRO Papier

- In der Kombination mit MAGNETOflex Magnetfolie ideal zur Gestaltung von Werbeflächen im Ladenbau
- Im Digitaldruckverfahren bedruckbar



Wir beraten Sie gerne, rufen Sie uns an:

+49(0)6122 - 1407 - 0

**haas & Co.**  
Magnettechnik GmbH

[www.haas-magnettechnik.com](http://www.haas-magnettechnik.com) 