



Im Blickwinkel von Thomas Pressberger

Kinder lieben ihre Väter vor allem im Supermarkt

Kinder gehen doppelt so gern mit dem Vater in den Supermarkt als mit der Mutter. Nur die Großeltern können den Vätern das Wasser reichen, denn sie sind die noch beliebteren Einkaufsbegleiter. Das ergibt eine aktuelle Umfrage des Österreichischen Gallup Instituts. Was machen Oma, Opa und Papa besser als die Mama? Nichts, sie sind lediglich inkonsequenter. Die Mutter erledigt in der Regel die großen Einkäufe und braucht daher länger. Für das Kind bedeutet das vor allem eines: Langeweile. Wenn es um Schokolade oder andere Süßigkeiten zwischen durch geht, reicht ein Blick der Mutter und der Nachwuchs weiß, dass er erst gar nicht zu fragen braucht. Bei Papa ist alles anders. Er rauscht meist nur schnell durch den Supermarkt, weil die Mutter das Bier vergessen hat. Ist das Kind dabei, bekommt es einen Schokoriegel, um das schlechte Gewissen zu beruhigen. Nur mit einem 24er-Tray Schwechater unterm Arm und dem Kind an der Hand aus dem Supermarkt zu kommen, schaut ja auch irgendwie blöd aus.

Die Studie wurde vom Lebensmittelhändler Merkur in Auftrag gegeben (das mit dem 24er-Tray stand übrigens nicht in der Studie). Handelsketten setzen also stärker auf den Einkaufsfaktor Kind. Kinder gehen gern in den Supermarkt, kaufen am liebsten Süßigkeiten und wählen jene Produkte, die die Eltern auch kaufen. So weit ist das Ergebnis wenig überraschend. Kinder haben aber auch Verbesserungsvorschläge. Etwa Probierstationen für Süßigkeiten oder Spaßfaktoren wie Spielecken und Animation. Da ließe sich eine Menge für Erwachsene ableiten, denn denen macht einkaufen auch nicht immer Spaß. Etwa schnellere Kassenlösungen, keine Irrgänge, die einen durch den ganzen Supermarkt zwingen, oder klarere Preisschilder. Probierstationen sind übrigens auch okay, warum nicht mal mit Wodka statt mit Schinken?



THOMAS
PRESSBERGER
thomas.pressberger@
wirtschaftsblatt.at