



# WIR SCHAFFEN ZUKUNFT. SEIT WANN SCHAFFEN SIE ZUKUNFT?

Mehr dazu

## Corona verändert den Handel dauerhaft

Studien zeigen: Die Pandemie hat das Kundenverhalten – für immer – beeinflusst, Corona hat den Menschen den Onlinehandel nähergebracht, aber auch das Thema Regionalität wieder in den Vordergrund gerückt. Gottweis: „Wir müssen unsere Märkte sichern und eine optimale Kombination aus stationärem und Onlinehandel finden.“

07.02.2022, 10:26



© WKB

Anlässlich des heurigen Pannonischen Handelstages, lud die Sparte Handel Expertin Livia Rainsberger zu einem Online-Event ein. Sie forscht seit Jahren im Bereich Kundenverhalten und präsentierte nun die neuesten Erkenntnisse in den Bereichen Digitale Transformation und Kundenverhalten, eines ist für Rainsberger klar: „Die COVID-19-Pandemie hat nicht nur unser aller Leben und die Wirtschaft verändert, sondern einen historischen und dramatischen Wandel im Kundenverhalten bewirkt. Eines ist fix: Die Art und Weise, wie Kunden kaufen, was sie kaufen, wo sie kaufen und wie sie Kaufentscheidungen treffen, hat sich zweifelsohne verändert - eine Rückkehr zur alten Normalität wird es nicht mehr geben.“

Handelsobfrau KommR Andrea Gottweis erklärt: „Die Menschen haben während der Corona-Krise positive Erfahrungen im Netz gemacht und wollen und werden diese daher auch beibehalten. Laut einer KPMG-Studie sagen 72 % der Befragten, dass sie auch weiterhin – zumindest bestimmte Produktgruppen – online einkaufen werden.“

Werte wie gesund, frisch, nachhaltig und regional haben während der Krise ebenso an Bedeutung gewonnen. Rainsberger: „Hier liegt die Chance für den regionalen Handel. Denn weil ein Konsument frisches Gemüse kaufen will, heißt das nicht, dass er deswegen direkt zum Bauern fährt. Der Konsument ist nämlich auch bequem geworden. Er wird dort kaufen, wo es für ihn am einfachsten ist.“

#### Lokalen Handel für Onlinehandel fit machen

Für KommR Andrea Gottweis ist klar: „Wir Unternehmer sind gerade dabei, uns an die neue Realität anzupassen!“ Gottweis erklärt: „Viele Händler sind online aktiv, manche stehen in den Startlöchern. Aber grundsätzlich sieht man, dass sich digitale Vertriebswege als Ergänzung zum stationären Geschäft bewähren.“

Für den Kunden steht über allen Kaufentscheidungen: Was ist der bequemste Weg, um das zu bekommen, was ich möchte? Gottweis: „Jeder Händler muss für sich ausloten, welcher Kanal für ihn der richtige ist. Für den einen wird es die Beteiligung an großen, weltweit agierenden Online-Marktplätzen sein, für den anderen werden Facebook, Instagram oder tiktok die richtigen Kanäle sein, um den stationären Vertrieb zu bewerben.“

Gottweis abschließend: „Eines ist klar: Diese neuen Wege des Vertriebes werden nicht mehr verschwinden. Was wir tun können ist, uns mit ihnen zu arrangieren. Von Seiten der Wirtschaftskammer bzw. dem WIFI Burgenland haben wir bereits seit Jahren Weiterbildungsangebote, die laufend adaptiert werden.“



Kommerzialrätin Andrea Gottweis, Obfrau des burgenländischen Handels, informierte beim Pannonischen Handelstag online über die Veränderungen durch Corona

© WKB



© PEPO SCHUSTER

## Das könnte Sie auch interessieren



### Energy Globe Award für Sonnenerde

Sonnenerde GmbH in Riedlingsdorf wurde für die Errichtung der ersten industriellen Pflanzkohleproduktionsanlage ausgezeichnet. [➤ mehr](#)



### Burgenlands Friseure setzen Trends

Veranstaltung in der Wirtschaftskammer Burgenland [➤ mehr](#)



### Motoren für Wachstum und Innovation

Ein-Personen-Unternehmen (EPU) im Burgenland [➤ mehr](#)