

CORONAVIRUS

INFO-SERVICE FÜR BETRIEBE



WKÖ-Trefelik: Konsumenten sehnen sich nach Normalität

Aktuelle Gallup Studie: Sehnsucht nach Einkaufsbummel und Spontankäufen

13.09.2021, 13:06



© ENVATO

“Die Corona-Pandemie hat das Einkaufsverhalten stark verändert. Niedrige Einkaufsfrequenz, kürzere Verweildauer in den Geschäften und kaum noch Spontankäufe auf der einen Seite, Wertschätzung von Regionalität, Nachhaltigkeit und Gesundheit auf der anderen – so vielfältig und zum Teil widersprüchlich sind die Trends im Handel. Die Bevölkerung sehnt sich zurück nach Altbekanntem. Viele wollen bummeln gehen und den Einkauf in den Geschäften wieder sinnlich erleben. Um sich dabei richtig wohlfühlen, darf ein Kaffee oder ein Essen zwischen den Einkäufen nicht fehlen“, so [Rainer Trefelik](#), Obmann der Bundesparte Handel in der Wirtschaftskammer Österreich (WKÖ).

Mittlerweile wird bewusster eingekauft

73 Prozent denken nach, ob sie die Produkte wirklich brauchen. Erfreulich ist, dass 70 Prozent verstärkt bei lokalen Händlern einkaufen wollen und ganze 68 Prozent stärker als vor der Krise auf Regionalität und die Auswahl heimischer Produkte achten. Händler sollten diesen Trend der Nachhaltigkeit, der sich immer mehr verfestigt, zur Grundlage ihrer Angebotspalette und Geschäftsphilosophie machen. Das zeigt die Studie des österreichischen Gallup-Instituts im Auftrag der Bundesparte Handel in der WKÖ.

“Die Bevölkerung überlässt ihre Einkaufsentscheidung viel seltener dem Zufall. Die Einkäufe werden im Vorfeld geplant. Es werden also viel öfter nur jene Waren gekauft, die der Konsument als wirklich notwendig empfindet. Dadurch hat sich auch die Verweildauer in den Geschäften stark reduziert“, so Andrea Fronaschütz, COO und Studienautorin vom österreichischen Gallup-Institut.

“Um dieser Entwicklung entgegenzuwirken und damit ein Revival des Spontankaufs auszulösen, dürfen keine Barrieren aufgebaut werden. Es gelingt umso leichter, alle Freiheiten zurückzugewinnen, je höher der Prozentsatz der geimpften Bevölkerung ist. Händler selbst haben es natürlich - gewissermaßen im eigenen Haus - in der Hand, ihre Attraktivität zu erhöhen, indem sie vermehrt auf Service setzen. Die Erwartungen in diesem Punkt sind angestiegen“, zitiert Trefelik aus einer kürzlich präsentierten JKU-Studie zum Thema Servitisation. Die aktuelle Gallup-Erhebung bestätigt diesen Trend. So muss der Handel noch mehr Gewicht auf Beratung, Zustellung, Convenience und Omni-Channeling setzen.

Stationärer Handel mit deutlichem Imagegewinn

9 von 10 der Befragten konzedieren dem Handel in der Krise Verantwortungsbewusstsein und mehr als ein Drittel bringen dem Handel nunmehr größere Wertschätzung entgegen. Auch die Schutzmaßnahmen und Sicherheitsvorkehrungen hielten die Befragten im Wesentlichen für zufriedenstellend.

Ableitungen für den österreichischen Handel

Sowohl die Geschäfte als auch die Gastronomie müssen offen bleiben, beide brauchen einander. Eine Fachkräfte- und Lehrlingsoffensive ist genauso notwendig wie die Stärkung der Digitalisierung von KMU. Einmal mehr betont der Sprecher des österreichischen Handels: “Um im internationalen Wettbewerb zu bestehen, muss Fair Play im Abgaben- und Steuerrecht verwirklicht werden und verweist auf den Plan der OECD, eine Mindestbesteuerung von Gewinnen im internationalen Gleichklang einzuführen.“ (PWK 421/NIS)

Unterlagen finden Sie hier zum Download:

[Zukunft des Österreichischen Handels](#)

Das könnte Sie auch interessieren



WKÖ-Lebensmittelhandel übt scharfe Kritik an der Fortführung der Maskenpflicht in Lebensmittelgeschäften

Obmann Prauchner: Verlängerung der Maskenpflicht bis Juli trotz stark sinkender Fallzahlen ist Zumutung für 130.000 Mitarbeiter im Lebensmittelhandel [→ mehr](#)



Energieversorgung: Existenzbedrohung für Industriestandort Österreich

WKÖ-Bundesspartenobmann Menz: Betriebe brauchen unmittelbar effektive Unterstützung ebenso wie verlässlichen Plan für die Zukunft > mehr



Die besten Tourismus-Jungprofis: Team Austria für WorldSkills Shanghai ist komplett

Österreichs bester Koch, Rezeptionistin und Servicefachkraft treten in China gegen die Welt-Elite an > mehr