

# EINKAUFsverhalten in Zeiten des Coronavirus

## TEIL 2: SHUTDOWN IM STATIONÄREN EINZELHANDEL

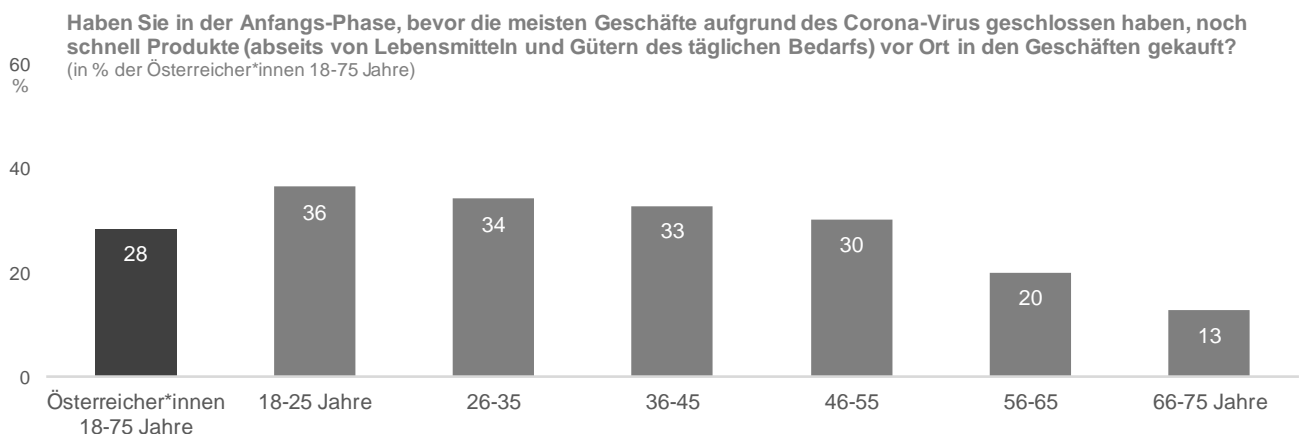
28 % der Österreicher\*innen haben sich vor dem Shutdown (16. März) in vielen Einzelhandelsbranchen noch schnell mit Waren (abseits von Lebensmitteln und Gütern des täglichen Bedarfs) eingedeckt. Vor allem Artikel aus dem Bau- und Heimwerkersegment waren sehr gefragt. Der Shutdown führt im stationären Einzelhandel zu Umsatzverlusten in Höhe von rd. € 110 Mio. (brutto) pro Tag bzw. bis Ostern in Summe von rd. 2,6 Mrd. (brutto). Ein Viertel davon entfällt auf die modischen Branchen.

Der Einkauf im stationären Einzelhandel fehlt den Österreicher\*innen. 47 % der Konsument\*innen (18-75 Jahre) vermissen aktuell den Einkauf in Geschäften, die zurzeit geschlossen sind (Baumärkte, Modegeschäfte, etc.). Der Wunsch jetzt in Geschäften einzukaufen (abseits von Lebensmitteln und Gütern des täglichen Bedarfs), nimmt mit zunehmendem Alter signifikant ab. Vermisst wird vor allem der Einkauf von Bau- und Heimwerkerbedarf, Bekleidung und Büchern. Die aktuellen Analysen des Instituts für Handel, Absatz und Marketing der JKU Linz zeigen: Der stationäre Einzelhandel fehlt!

### 28 % der Österreicher\*innen haben sich vor dem Shutdown noch schnell mit Waren (abseits von Lebensmitteln) eingedeckt

Kurz vor dem Shutdown (am 16. März) haben sich 28 % der Österreicher\*innen (18-75 Jahre) noch schnell mit Waren versorgt, die üblicherweise in Branchen angeboten werden, die (zumindest) bis Ostern geschlossen sind. Interessanterweise haben sich vor allem jüngere Konsument\*innen noch schnell mit Produkten (abseits von Lebensmitteln) eingedeckt. Der Anteil der Österreicher\*innen, die kurz vor dem Shutdown Non-Food-Artikel besorgt haben, sinkt mit zunehmendem Alter signifikant und liegt in der Alterskohorte 18-25 Jahre bei 36 % und sinkt dann kontinuierlich bis 13 % in der Konsumentengruppe 66-75 Jahre.

#### Je jünger die Konsument\*innen sind, desto häufiger haben Sie vor dem Shutdown noch Waren eingekauft



Besonders gerne gekauft wurden Artikel aus dem Bereich Bau- und Heimwerkerbedarf (und hier besonders Blumenerde, Pflanzen, Bastelsachen, etc.), was augenscheinlich dem frühlingshaften Wetter und der Aussicht die nächsten Tage/Wochen zu Hause verbringen zu müssen, geschuldet ist. Aber auch Bücher, Bekleidung und Spielwaren wurden teilweise noch schnell gekauft, wenngleich die Befragungsergebnisse in den meisten Warengruppen nicht auf eine speziell hohe Nachfrage schließen lassen.

### 11 % der Österreicher\*innen haben vor dem Shutdown noch schnell Bau-/Heimwerkerbedarf in Geschäften besorgt



Quelle: JKU Institut für Handel, Absatz und Marketing

### Shutdown bis Ostern führt im stationären Einzelhandel zu Umsatzverlusten in Höhe von rd. € 2,6 Mrd (brutto)

Pro Shutdown-Tag verliert der stationäre Einzelhandel in Österreich durchschnittlich rd. € 110 Mio. Brutto-Umsatz. Die Höhe der Umsatzverluste wird auch von Berechnungen von Standort+Markt<sup>1</sup> untermauert. Vom Beginn der Geschäftssperren für eine Vielzahl von Einzelhandels-branchen (16. März) bis zum Ostermontag, 13. April summieren sich die Umsatzverluste bei 24 Einkaufstagen auf rd. € 2,6 Mrd. Sollten die Geschäfte bis Ende April geschlossen bleiben, ist mit Umsatzverlusten in Höhe von rd. € 4,3 Mrd. zu rechnen.

Zum Vergleich: das Weihnachtsgeschäft<sup>2</sup> im stationären Einzelhandel lag 2019 bei rd. € 1,5 Mrd. (brutto). Auch die durchschnittlichen Jahregewinne (vor Steuern)<sup>3</sup> der betroffenen Branchen sind nicht mal halb so hoch, wie die Umsatzverluste bis Ostern. Rein rechnerisch wäre ein kompletter Jahresgewinn (bei weiterhin laufenden Kosten) im Durchschnitt nach 1 ½ Wochen Shutdown „aufgebraucht“.

<sup>1</sup> Quelle: Standort+Markt: Presseinformation: Shutdown Shopping Places Österreich 2020 (Teil 2), 27.03.2020

<sup>2</sup> Quelle: KMU Forschung Austria: Das Weihnachtsgeschäft 2019 im österreichischen Einzelhandel, 2019

<sup>3</sup> Berechnungen auf Basisdaten von KMU Forschung Austria. Quelle: KMU Forschung Austria: Der österreichische Handel 2019

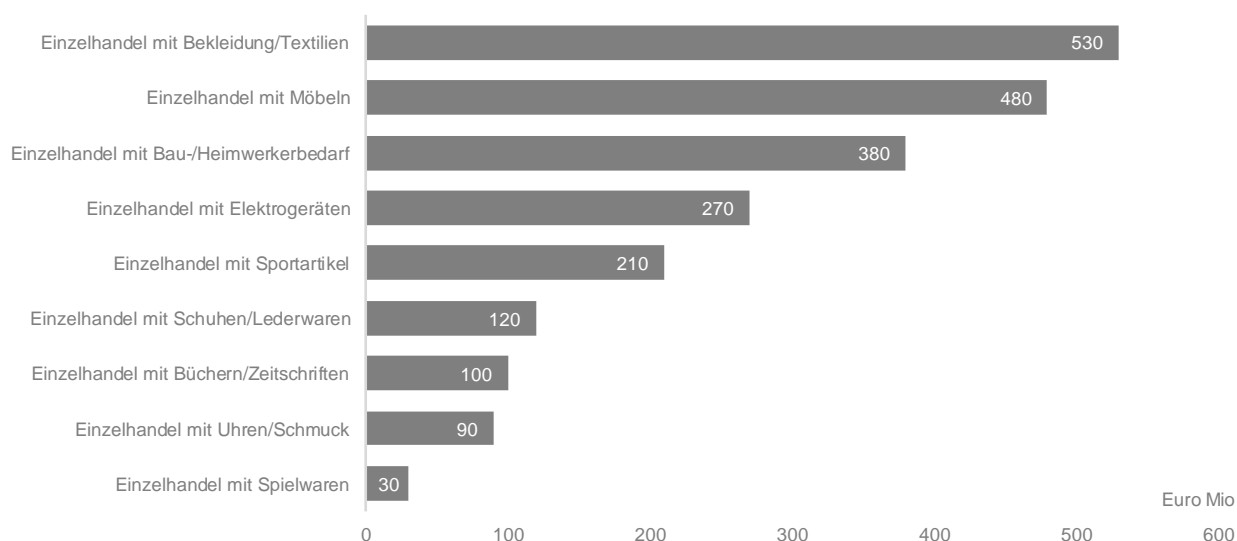
Da nicht alle Einzelhandelsbranchen geschlossen haben (Ausnahmen: Lebensmitteleinzelhandel, Drogerien, Apotheken, Trafiken, etc.) entsprechen die Umsatzverluste im Shutdown rd. 46 % der Umsätze, die üblicherweise im stationären Einzelhandel zu dieser Jahreszeit erzielt werden (sollten).

Ein Viertel der Umsatzverluste bis Ostern entfällt alleine auf die modischen Branchen (rd. € 530 Mio. auf Bekleidung sowie rd. € 120 Mio. auf Schuhe und Lederwaren), die ihre Frühjahrskollektionen zurzeit nicht verkaufen können. Auch Produkte aus dem Baumarktsegment wären aktuell – nicht zuletzt aufgrund der teilweisen bereits frühlingshaften Temperaturen – sehr gefragt (siehe unten).

Schwierig ist die Situation auch für den Sportartikeleinzelhandel, der zu Ostern traditionell in die Frühjahrssaison startet (rd. € 210 Mio. Umsatzverluste) und insbesondere für den Spielwareneinzelhandel, für den Ostern (nach Weihnachten) der zweitwichtigste Umsatzbringer im Jahr ist (rd. € 30 Mio.). Dies zeigen Modellrechnungen des Instituts für Handel, Absatz und Marketing der JKU Johannes Kepler Universität Linz.<sup>4</sup>

**Bekleidungseinzelhandel verliert im Shutdown bis Ostern rd. € 530 Mio. Brutto-Umsatz, Möbeleinzelhandel rd. € 480 Mio., Einzelhandel mit Bau- und Heimwerkerbedarf rd. €380 Mio.**

Abschätzung der Umsatzverluste ausgewählter Einzelhandelsbranchen durch den Shutdown bis Ostern, in Euro Mio (brutto)



Modellrechnung auf Basis Statistik Austria, gerundete Werte

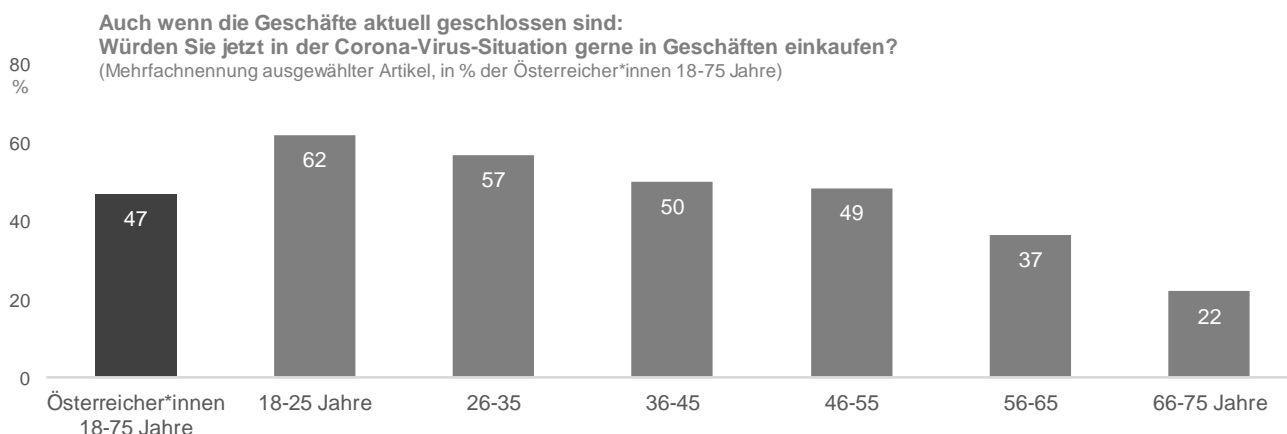
Quelle: JKU Institut für Handel, Absatz und Marketing

<sup>4</sup> Den Modellrechnungen liegen Basisdaten von Statistik Austria zu Grunde (siehe hierzu genauer unter Methodik am Ende des Kurzberichts)

## 47 % der Österreicher\*innen vermissen aktuell den Einkauf in Geschäften (Baumärkten, Modegeschäften, etc.), die jedoch geschlossen sind

47 % der Österreicher\*innen (18-75 Jahre) würden in der aktuellen Shutdown-Phase gerne Produkte in Geschäften einkaufen, die zurzeit jedoch geschlossen sind. Der Wunsch jetzt in Geschäften einzukaufen (abseits von Lebensmitteln und Gütern des täglichen Bedarfs), nimmt mit zunehmendem Alter signifikant ab. Während 62 % der 18-25jährigen Konsument\*innen in der Shutdown-Phase gerne einkaufen gehen würden, trifft dies in der Alterskohorte 66-75 Jahre „nur“ mehr auf 22 % zu. Frauen vermissen das Shoppen übrigens weniger häufig (43 %) als Männer (51 %).

### 62 % der Österreicher\*innen 18-25 Jahre vermissen den Einkauf in Geschäften (abseits vom Lebensmitteleinkauf)



Quelle: JKU Institut für Handel, Absatz und Marketing

Zudem zeigt die umfassende Konsumentenbefragung weitere interessante Teilaspekte:

- Je stärker die persönliche Betroffenheit durch die Corona-Krise wahrgenommen wird, desto häufiger wird auch der Einkauf in Geschäften (abseits vom Lebensmitteleinkauf) vermisst.
- Konsument\*innen, die vor dem Shutdown noch schnell Waren besorgt haben, geht das Einkaufen in Geschäften deutlich häufiger ab (69 % im Vergleich zu 47 % im Gesamtdurchschnitt).
- Einwohner\*innen in Gemeinden, die unter Quarantäne stehen<sup>5</sup>, haben öfter den Wunsch (abseits vom Lebensmitteleinkauf) in Geschäften einkaufen zu gehen (55 %).
- Hedonist\*innen, die Einkaufen mit Spaß und der Flucht aus dem Alltag verbinden, vermissen aktuell den Einkauf in Geschäften deutlich stärker (61 %), als dies bei Utilitarist\*innen, die effizientes und schnelle Einkaufen schätzen, der Fall ist (40 %).

<sup>5</sup> Gemeinden in Quarantäne zum Zeitpunkt der Konsumentenbefragung (Kalenderwoche 13/2020): Alle Tiroler Gemeinden, Heiligenblut (Kärnten), Lech, Schröcken, Ortsteil Stuben in Klösterle, Warth (Vorarlberg), Bad Gastein, Bad Hofgastein, Dorfgastein, Hüttschlag, Großarl, Flachau (Salzburg); siehe unter: <https://coronavirus.datenfakten.at/> [Abruf: 29.03.2020]

Am meisten werden Artikel aus dem Bereich Bau- und Heimwerkerbedarf vermisst (27 % der befragten Konsument\*innen). Auch der Einkauf von Bekleidung in Geschäften geht den Österreicher\*innen zurzeit ab (14 %). 10 % der Konsument\*innen würden aktuell gerne Bücher, 9 % Elektrogeräte und 8 % Spielwaren einkaufen gehen.

### 27 % der Österreicher\*innen vermissen aktuell den Einkauf von Bau- und Heimwerkerbedarf in Geschäften



Quelle: JKU Institut für Handel, Absatz und Marketing

### Resümierend ist festzuhalten: Der Einkauf im stationären Einzelhandel fehlt!

Diese Ergebnisse zeigen eines klar, der stationäre Einzelhandel fehlt den Österreicher\*innen. Es scheint, als ob die Konsument\*innen Anlauf für die Kaufphase danach holen. Das Geld ist gespart, der Wille ist da und es gilt zu hoffen, dass der Einzelhandel, vor allem der stationäre, gerüstet ist, um den „Kaufhunger“ der Österreicher\*innen in der Nach-Coronavirus-Phase zu stillen. Online in der Krisenphase ist wohl keine wirkliche Alternative zum Einkauf mit allen Sinnen im stationären Handel. Das wahre Einkaufserlebnis ist eben online schwer imitierbar. Einmal mehr zeigt sich auch, dass die Konsument\*innen keine asozialen, emotionsfreien und rationalen Wesen sind, die durchkalkuliert den „schmerzfreisten“ Weg des Einkaufs suchen.

**JKU Institut für Handel, Absatz und Marketing**  
Centre of Retail and Consumer Research

Linz, 3. April 2020

#### Für Rückfragen:

##### Dr. Ernst Gittenberger

Leitung Centre of Retail and Consumer Research (CRCR)  
Institut für Handel, Absatz und Marketing  
JKU Johannes Kepler Universität Linz  
[T] +43 699 19 29 49 89  
[E] ernst.gittenberger@jku.at  
[W] www.jku.at/ham

##### Univ. Prof. Dr. Christoph Teller

Institutsvorstand  
Institut für Handel, Absatz und Marketing  
JKU Johannes Kepler Universität Linz  
[T] +43 664 38 79 778  
[E] christoph.teller@jku.at  
[W] www.jku.at/ham

### **Kurzberichte:**

Im Rahmen von groß angelegten Studien untersucht das Institut für Handel, Absatz und Marketing der JKU Johannes Kepler Universität Linz Veränderungen im Kaufverhalten der Österreicher\*innen rund um die Entwicklungen des Coronavirus in Österreich. Ziel ist aus dieser Forschung zu lernen und Erkenntnisse für die Zukunft nutzbar zu machen. Ergebnisse werden für die interessierte Öffentlichkeit in mehreren Kurzberichten publiziert und stehen nach Erscheinen unter [www.marketing.jku.at](http://www.marketing.jku.at) zum Download zur Verfügung.

Bereits erschienen:

Einkaufsverhalten in Zeiten des Coronavirus

Teil 1: Vertrauen in den Lebensmitteleinzelhandel

Teil 2: Shutdown im stationären Einzelhandel

### **Methodik:**

Die Ergebnisse zum Einkaufsverhalten basieren auf einer Online-Befragung unter 1.006 Österreicher\*innen (repräsentative für die österreichische Bevölkerung 18-75 Jahre), durchgeführt in der Kalenderwoche 13/2020 und darauf aufbauenden Berechnungen am Institut für Handel, Absatz und Marketing der JKU Johannes Kepler Universität Linz.

Den Ergebnissen zum stationären Einzelhandel liegen Basisdaten von Statistik Austria zugrunde, die in Form von Modellrechnungen am Institut für Handel, Absatz und Marketing der JKU Johannes Kepler Universität Linz berechnet bzw. hochgerechnet wurden. Die Modellrechnungen gehen von der Annahme aus, dass alle Geschäfte in den Einzelhandelsbranchen, die in der 96. Verordnung des Bundesministers für Soziales, Gesundheit, Pflege und Konsumentenschutz betreffend vorläufige Maßnahmen zur Verhinderung der Verbreitung von COVID-19 ausgenommen sind, geöffnet haben und saisonal übliche Umsätze erzielen und dass alle betroffenen bzw. geschlossenen Geschäfte ihre Umsätze nicht zu wesentlichen Teilen in den Distanzhandel verlagern (können).