

EINKAUFsverhalten IN ZEITEN DES CORONAVIRUS

PRESSEREPORT: DAS BEWUSSTE EINKAUFEN

Ausgelöst durch die Covid-19-Krise und die damit einhergehenden Maßnahmen, die Geschäfte vieler Einzelhandelsbranchen zu schließen, lassen sich Veränderungen im Einkaufsverhalten der Konsument*innen feststellen. Sowohl in Bezug auf den stationären Einzelhandel als auch den Onlinehandel wird durch die aktuelle Phase ein stärkeres Bewusstsein über die Notwendigkeit vieler Produkte in den Kaufprozess miteinbezogen. Auch das Unterstützen der regionalen Wirtschaft begründet dabei ein wichtiges Kriterium für Österreicher*innen.

Änderungen des Einkaufsverhaltens durch die Covid-19-Krise: Spontankäufe werden bewusst vermieden

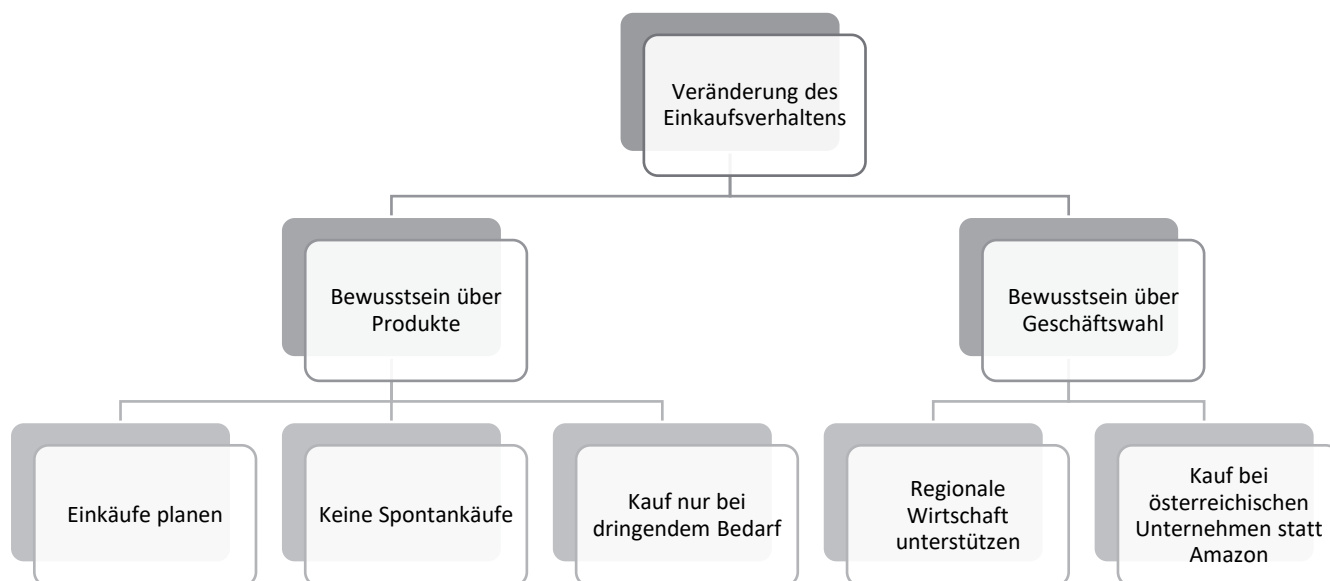
Die Ergebnisse der Forschung über jene Phase der Covid-19-Krise, in der nur essentielle Geschäfte geöffnet hatten, zeigen Verhaltensänderungen von Konsument*innen beim Kauf im stationären Handel auf. Die Beweggründe dafür sind vor allem auf eines zurückzuführen: Es wird bewusster eingekauft als vor der Corona-Zeit. Einkäufe werden im Voraus geplant, um die Häufigkeit der Einkäufe und in weiterer Folge die sozialen Kontakte zu reduzieren. Außerdem regt die Corona-Zeit an, darüber nachzudenken, auf welche Produkte verzichtet werden kann.

Der Rückgang des Onlinehandels in manchen Branchen ist auf ähnliche Verhaltensmuster zurückzuführen. Besonders Kleidung oder Elektrogeräte werden während dieser Phase der Corona-Krise nicht gekauft, da kein Bedarf an solchen Waren besteht und ohnehin ausreichend besessen wird. Wie auch im Rahmen des stationären Handels bereits erwähnt, werden Spontankäufe auch über das Internet abgelehnt, weil in dieser Phase außer Lebensmitteln nichts benötigt wird. Eine Ausnahme stellen jedoch jene Produkte dar, die unerlässlich sofort gebraucht werden; dabei bestehen zwischen den Konsument*innen Abweichungen bezüglich der Produktart. Alle anderen Käufe werden so lange aufgeschoben, bis der Kauf im stationären Einzelhandel wieder möglich ist. All dies hat zur Folge, dass Österreicher*innen weniger Spontankäufe im Internet und im stationären Handel tätigen.

Trend zum regionalen Kauf verändert stationären Handel sowie Onlinehandel

Eine starke Veränderung im Einkaufsverhalten ist das Bewusstsein über die Herkunft der gekauften Produkte. Zusätzlich lässt sich anhand der Forschungsergebnisse feststellen, dass die Wahl der kleineren regionalen Geschäfte ein Zeichen der Solidarität in wirtschaftlich herausfordernden Zeiten darstellt.

Gründe für die Verhaltensänderung



Quelle: JKU Institut für Handel, Absatz und Marketing

Auch in Bezug auf den Onlinehandel zeigt sich, dass sich Österreicher*innen bewusst dafür entscheiden, die heimischen Geschäfte vor Ort zu unterstützen. Einerseits kann dies verwirklicht werden, indem man nicht über Amazon, sondern über Webshops österreichischer Unternehmen einkauft. Eine weitere Möglichkeit die regionale Wirtschaft zu unterstützen besteht darin, online nur zu „stöbern“, jedoch mit dem tatsächlichen Kauf abzuwarten, bis die jeweiligen Geschäfte wieder öffnen dürfen.

JKU Institut für Handel, Absatz und Marketing

Linz, 17. Juni 2020

Studienautor*innen:

Alexandra Holzer

Alexandra Joch

Anja Stoiber

Katharina Wöhrer

Methodik:

Die Ergebnisse basieren auf einer Befragung im Umfang von 20 Interviews zum Thema „Änderung des Einkaufsverhaltens durch die Covid-19-Krise“, die durch das Institut für Handel, Absatz und Marketing der Johannes Kepler Universität Linz durchgeführt wurden. Man gelangte durch die Eingrenzung des Forschungsbereichs zu den Ergebnissen, die sich ausschließlich auf die Phase beziehen, in welcher der gesamte stationäre Einzelhandel bis auf die von den Maßnahmen ausgenommenen Einzelhandelsbranchen geschlossen war.

Die **Artikelreihe** des Instituts für Handel, Absatz und Marketing zum „**Einkaufsverhalten der Österreicher*innen in Zeiten des Coronavirus**“ steht unter

<https://www.jku.at/institut-fuer-handel-absatz-und-marketing/news-events/detail/news/einkaufsverhalten-in-zeiten-des-coronavirus/>

zum Download zur Verfügung. Bereits erschienen (in Reihenfolge der Veröffentlichung):

- ✓ Teil 1: Vertrauen in den Lebensmitteleinzelhandel
- ✓ Teil 2: Shutdown im stationären Einzelhandel
- ✓ Teil 3: Online-Shopping
- ✓ Pressereport: Einzelhandel mit Bau- und Heimwerkbedarf in der „Pole-Position“
- ✓ Teil 4: Veränderungen in der Zeit danach
- ✓ Pressereport: Frühlingserwachen im Einzelhandel (in Kooperation mit Standort+Markt)
- ✓ Teil 5: Nähe ist das „New Sexy“ im Einzelhandel
- ✓ Pressereport: Lockdown-Resümee

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