

EINKAUFsverhalten in Zeiten des Coronavirus

Pressereport: Veränderung des Online-Einkaufsverhaltens bei der Altersgruppe 60+

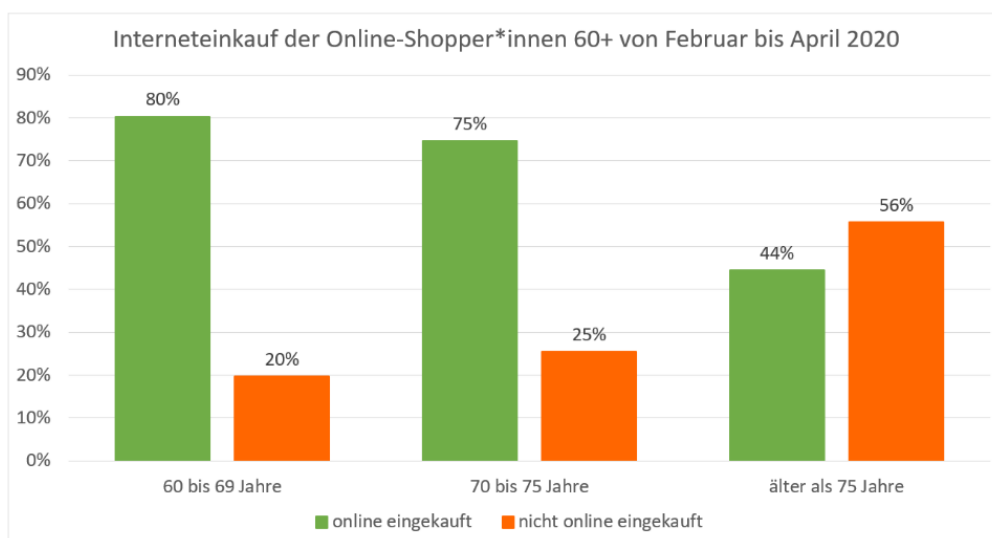
Die Corona-Krise schafft vermehrt Attraktivität für die Online-Shops. Zudem haben sich die Kriterien für die Wahl des Online-Shops bei der Altersgruppe 60+ verändert. Bedeutsam sind vor allem eine hohe Datensicherheit, gute Qualität sowie die Herkunft der Produkte.

Der Großteil der 60- bis 69-jährigen Online-Shopper*innen hat von Februar bis April online eingekauft

Die vorgenommene Befragung sowie die Auswertungen fokussieren sich auf die Online-Shopper*innen der 60+ Generation. Während vor der Corona-Situation eher Männer als Frauen mindestens einmal im Monat eingekauft haben, gibt es nun während der Corona-Krise keine signifikanten Unterschiede zwischen dem Online-Einkaufsverhalten der Geschlechter.

Basierend auf dem Alter der befragten Personen, wurde aufgrund vorgenommener Tests bestätigt, dass die Altersgruppe „60 bis 69 Jahre“ eher eine höhere persönliche Betroffenheit durch die Entwicklungen rund um den Corona-Virus verspürt als die älteren Testpersonen (70+). Die Mehrheit dieser Altersgruppe hat auch von Februar bis April dieses Jahres online eingekauft. Wie in der Grafik ersichtlich ist, haben in dieser Zeit 80 % der 60- bis 69-Jährigen, 75 % der 70- bis 75-Jährigen und nur 44 % der Befragten über 75 Jahre online eingekauft.

Interneteinkauf der Online-Shopper*innen der 60+ Generation von Februar bis April 2020 nach Altersgruppen



Die Corona-Krise verändert die Wichtigkeit der Kriterien für die Wahl eines Online-Shops

Die Prioritäten der Online-Shopper*innen der Generation 60+ hinsichtlich der Kriterien für die Wahl eines Online-Shops haben sich während der Corona-Krise verschoben. In der Anfangsphase sind für die Befragten die gute Qualität der Produkte (Platz 1), die Herkunft der Produkte (Platz 2) und hohe Datensicherheit (Platz 3) am bedeutendsten. Während in der Anfangsphase Bewohner*innen von ländlichen Gemeinden verglichen mit Menschen, die in der Stadt leben, mehr Wert auf akzeptable Zustellkosten gelegt haben, differenzieren sich die beiden Gruppen in der Lockdown-Phase der Befragung in der Corona-Krise nicht mehr.

Hingegen ist die gute Qualität der Produkte in der Lockdown-Phase des Corona-Virus den Bewohner*innen von ländlichen Gemeinden wichtiger als städtischen Bürger*innen. Auch hinsichtlich der Unterscheidung nach dem Alter der Befragten, zeigt sich, dass Personen, die älter als 75 Jahre sind, eine gute Qualität der Produkte als wichtiger einschätzen als die Proband*innen im Alter von 60 bis 75 Jahren. Außerdem finden die älteren Befragungsteilnehmer*innen die richtige Qualität und Menge der Lieferung wichtiger. Generell gesehen, liegt hinsichtlich der wichtigsten Faktoren bei der Wahl eines Online-Shops in der Lockdown-Phase nun die hohe Datensicherheit auf Platz 1, während die Herkunft der Produkte auf den zweiten Platz gefallen ist. Die Befragten wollen in der Corona-Krise besonders österreichische Online-Händler unterstützen, dieser Faktor ist ihnen nun am dritt wichtigsten.

In der Nachher-Phase des Corona-Virus werden die Teilnehmenden der Befragung weiterhin auf hohe Datensicherheit (Platz 1) und Herkunft der Produkte (Platz 2) Wert legen. Interessant ist, dass sich nun der Faktor „Regionale Produkte“ auf dem dritten Platz und der Aspekt „Österreichischer Online-Händler“ auf dem vierten Platz befinden, dies bedeutet, dass die Befragten auch nach der Corona-Krise heimischen Online-Händlern unter die Arme greifen möchten. Werden Bewohner*innen der Stadt und jene von ländlichen Gemeinden verglichen, wird deutlich, dass sich die beiden Gruppen in der Nachher-Phase bei einigen Aspekten unterscheiden. Zum einen sind attraktive Rabatte und Treuepunkte, große Auswahl an Markenprodukten sowie gute Qualität der Produkte den Bewohner*innen von ländlichen Gemeinden wichtiger als den Befragten aus Städten. Zum anderen differenzieren sich die beiden Gruppen auch hinsichtlich der Faktoren „Richtige Qualität und Menge der Lieferung“, „Schnelle Lieferung“ sowie „Viele Sonderangebote“, denn Bewohner*innen von ländlichen Gemeinden legen mehr Wert auf diese Faktoren.

Die über 75-jährigen Befragten legen in der Nachher-Phase größeren Wert auf eine gute Qualität der Produkte und ein gutes Retourenservice als die Altersgruppen 60 bis 69 Jahre und 70 bis 75 Jahre. Auffällig ist, dass in allen drei Phasen der Befragung den Teilnehmer*innen im Alter von über 75 Jahren eine schnelle Lieferung wichtiger ist als den 60 bis 75-Jährigen.

Weiterführend wurde untersucht, wie häufig die Befragten in der Nachher-Phase des Corona-Virus online einkaufen werden und welche Kriterien diesen Gruppen bei der Wahl eines Online-Shops wichtig sein werden. Dabei zeigte sich, dass die Auskunftspersonen, die zukünftig mehrmals in der Woche etwas online erwerben werden, mehr Wert auf regionale Produkte von österreichischen Unternehmen legen. Demzufolge kann gesagt werden, dass Österreicher*innen, die zukünftig häufiger online einkaufen werden, heimische Unternehmen unterstützen und somit die derzeitige wirtschaftlich und finanzielle Lage von so manchen Firmen verbessern möchten.

Studienautor*innen:

Susanne Haslinger

Iva Kustura

Tina Schlager

Melanie Venzl

Methodik: Die Ergebnisse basieren auf den Daten der Befragung zum Konsumentenverhalten der Online-Shopper*innen 60+ in Zeiten der Corona-Krise, welche im März und April mittels einer Onlinebefragung sowie einer Paper-Pencil-Befragung (Stichprobe n=218) vom Institut für Handel, Absatz und Marketing der Johannes-Kepler-Universität Linz durchgeführt wurden.

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