

Neue Umfrage: So kauft Österreich ein

Im Vorfeld des ECR (Efficient Consumer Response) Tages, der am 10. November 2022 unter dem Motto „Hybrid Everything“ sowohl in Präsenz als auch virtuell stattfinden wird, hat das digitale Markt- und Meinungsforschungsinstitut Marketagent gemeinsam mit ECR Austria untersucht, wie hybrid die Einkaufsgewohnheiten bei Konsumgütern des täglichen Bedarfs bereits sind.



(©ECR)

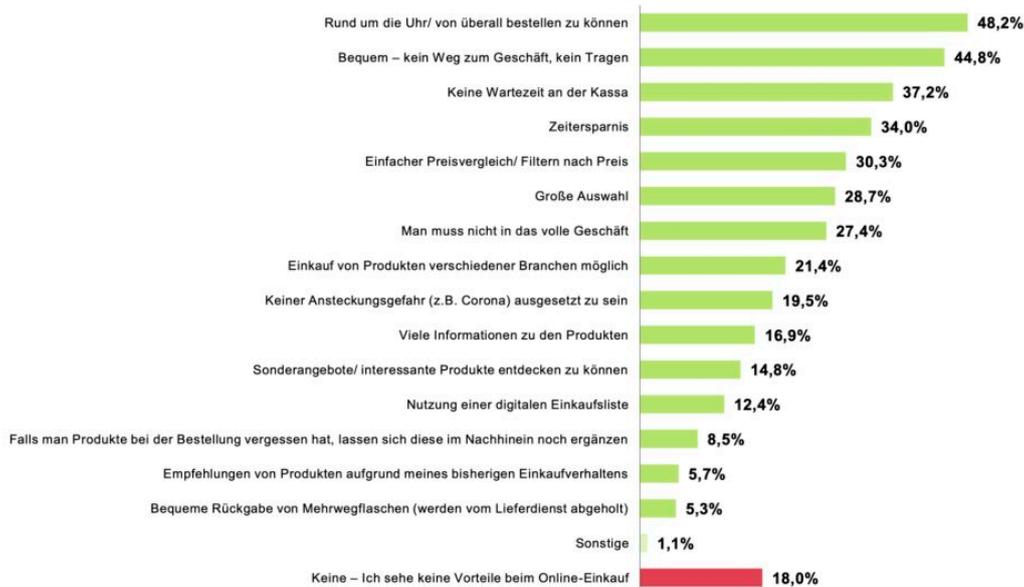
Was den Einkauf von Produkten des täglichen Bedarfs wie Lebensmittel und Drogerieprodukte angeht, sind die Österreicher:innen noch traditionell: 85% kaufen die alltäglichen Güter vorwiegend offline, also im Geschäft ein.

Knapp 10% kann man zu der Gruppe der hybriden Shopper:innen zählen, also solchen, die zum Teil vor Ort, zum Teil digital einkaufen. Fast ausschließliche Online-Shopper gibt es gerade einmal 5%, wenn es um die Fast-Moving Consumer Goods (FMCG) geht.

Online-Shopping: Jederzeit und Überall

Dennoch zeichnet sich ein Shift ab: Knapp jede*r Zweite*r ist der Meinung, dass zukünftig mehr Menschen Produkte des täglichen Bedarfs im Internet bestellen werden. Denn das Online-Shopping bietet Vorteile: Vor allem jederzeit und von überall bestellen zu können ist für knapp die Hälfte ein großer Pluspunkt.

Vorteile beim Online-Kauf von Produkten des tägl. Bedarfs



Welche Vorteile sehen Sie im Einkauf von Produkten des täglichen Bedarfs online [...] ? || Basis: Haushaltsentscheider || n=1.000 || Mehrfach-Nennung möglich



Eine Trendwende lässt sich in erster Linie unter den jüngeren Altersgruppen erkennen: Die Generation Z setzt bereits vermehrt auf Online-Käufe und informiert sich öfter über Lebensmittel und Drogerieprodukte im Internet. Im Gegensatz dazu sind die älteren Altersgruppen gegenüber dem digitalen Einkaufen noch etwas skeptisch.

Gründe dafür könnten in den unterschiedlichen Einkaufsbedürfnissen der Jahrgänge zu finden zu sein: Während die Baby Boomer und die Generation X die Beratung und den zwischenmenschlichen Kontakt vor Ort im Geschäft schätzen, haben für die jüngeren Generationen andere Aspekte Priorität beim Einkauf ihrer Konsumgüter.

Die neuen Möglichkeiten des Online Shopping

„Besonders spannend sind auch die Ergebnisse über neue, technische Möglichkeiten, die für das Shopping in Zukunft relevant sein und die Grenzen zwischen offline und online verschwimmen lassen werden,“ erläutert Thomas Schwabl, Geschäftsführer von Marketagent.

„Neben der Online-Bestellung nach Hause sind für die Befragten vor allem Self-Checkout Kassen und die Möglichkeit, den QR-Code auf Produkten einzuscannen, um weitere Informationen dazu zu erhalten, interessant“.

ECR Tag

Diese und weitere Ergebnisse der Studie werden in der Podiumsdiskussion am ECR Tag – dem Höhepunkt der Branchenveranstaltung – wie immer geleitet von Armin Wolf, diskutiert.

Der ECR TAG ist der große jährliche Branchentreff, bei dem sich Teilnehmer*innen der gesamten Wertschöpfungskette begegnen: Hersteller und Händler aus der FMCG-Branche, Elektronik- und Logistik-Dienstleister sowie digitale Player, Verpackungsfirmen, Marktforschungs-Unternehmen, Konsumenten und Vertreter der Wissenschaft.

Unter dem Motto "Hybrid Everything" findet die Fachveranstaltung am 10. November 2022 statt – passend dazu

in hybrider Form: Die Teilnehmer*innen können entweder vor Ort im Eventhotel Pyramide oder virtuell auf der Veranstaltungsplattform live dabei sein.

Das ECR Tag-Programm finden Sie **hier**.

Egal ob vor Ort oder online, hier geht es zur **Anmeldung**.

Besuchen Sie uns auf: fleischundco.at