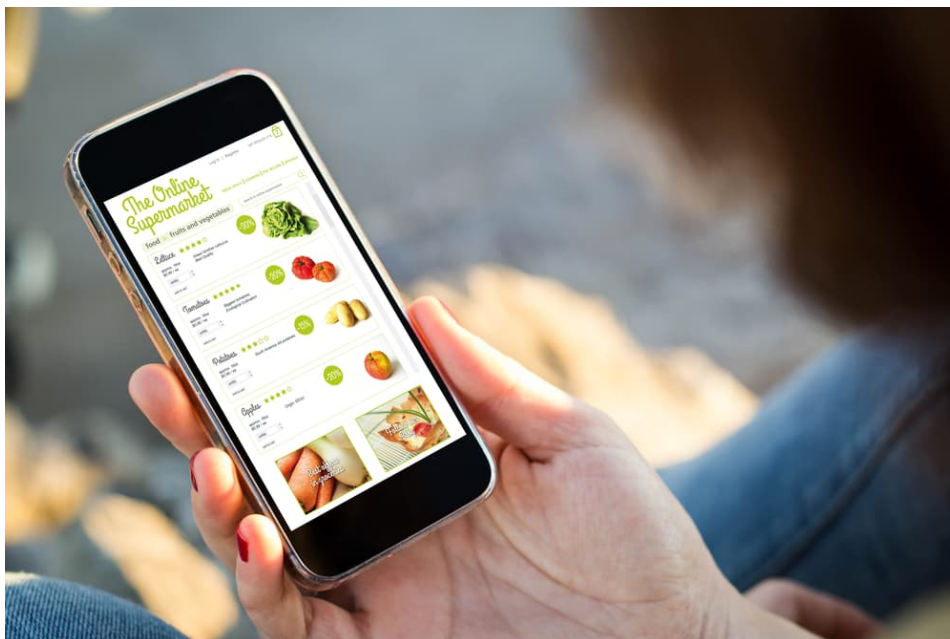


Jeder Zweite will nach Corona weiter online einkaufen

Eine Befragung von Kearney zeigt, dass 52 % der Konsumenten auch nach Corona online kaufen werden. Ein Drittel dieser digitalen Kunden sind Online-Erstkäufer. Die höchste Zuwachszahl verzeichnet dabei der Lebensmittelhandel. Hier stiegen die Anfragen um das 25-fache!



Der österreichische Onlinehandel verzeichnete ein Plus von 9,6 Milliarden Euro.

Neuer Online-Boom im Handel. Die Corona-Krise treibt neue Kunden ins Internet. In manchen Branchen steigt die Nachfrage über digitale Kanäle bis zu 300 Prozent, sagt Sebastian Schoemann, Partner und Digitalexperte bei der Managementberatung Kearney. Unsere repräsentative Konsumentenbefragung zeigt, dass Kunden, die vorher nicht

oder weniger im Internet gekauft haben, auch nach Corona weiter im Internet einkaufen wollen. Dadurch ergeben sich große Chancen, auf digitalen Kanälen neue Kundengruppen zu erschließen und zu halten.

Anstieg um das 25-fache bei Lebensmitteln

Die Digitalexperten von **Kearney** haben analysiert, wie sich die Google-Suchanfragen durch die Corona-Restriktionen verändert haben, und eine für Deutschland repräsentative Konsumentenbefragung zum Einkaufsverhalten durchgeführt. Für Österreich wurden keine Zahlen erhoben. Der Markt ist aber, so sind sich alle Experten einig, durchaus mit Deutschland vergleichbar.

Die Google-Analyse zeigt, dass die Anfragen bei Lebensmitteln um das 25-fache angestiegen sind, bei Baumärkten und beim Online-Lernen immerhin noch um das Fünffache. In der Umfrage gaben 700 Kunden eine Woche nach Einführung der Maßnahmen zur Eindämmung des Virus Auskünfte zu ihren neuen Präferenzen und Gewohnheiten beim Einkaufen.

Aus der Konsumentenbefragung ist abzulesen, dass mehr als die Hälfte derjenigen, die jetzt verstärkt über den digitalen Kanal einkaufen, dieses Verhalten auch nach der Corona-Krise beibehalten wollen: Auf die Frage, ob sie nach Beendigung der Maßnahmen weiterhin mehr online einkaufen wollen als vor dem Ausbruch antworteten 52 Prozent mit Ja .

Ein Drittel dieser neuen, digitalen Kunden sind Erstkäufer, die zuvor nichts im Internet erworben haben. Der verhältnismäßig größte Anteil an Erstkäufern findet sich bei Drogerieartikeln (45,9 Prozent), bei Heimwerkerartikeln (37 Prozent) und bei Medikamenten (33,1 Prozent). 24 Prozent geben darüber hinaus

an, seit Corona mehr Bereitschaft zu haben, Produkte online zu kaufen, ohne sie offline gesehen zu haben.

Der Online-Handel erlebt einen massiven Wachstumsschub mit der Erschließung neuer Kundengruppen. Unternehmen müssen rasch lernen, die neugewonnenen Kunden zu halten und an sich zu binden, so Conrad Heider, Principal bei Kearney. Wenn die digitalen Kanäle richtig bedient werden, können der Kundenstamm und das Geschäft langfristig verdoppelt werden.

Besuchen Sie uns auf: fleischundco.at