

74% der Generation der Jugendlichen kaufen Produkte, die von Influencer:innen beworben werden.

74% der Generation Z kaufen Produkte, die von Influencer:innen beworben werden. Um das sich ändernde Kaufverhalten der jungen Österreicher:innen besser nachvollziehen zu können, hat der Handelsverband gemeinsam mit dem Marktforschungsinstitut MindTake Research die Social Media- sowie Einkaufs-Vorlieben der verschiedenen Generationen untersucht.



Die Einkaufsgewohnheiten der Generationen X (41- bis 60-Jährige), Generation Y (21- bis 40-Jährige) und Generation Z (nach 2001 Geborene) zeigen deutliche Unterschiede. Bei der Generation Z liegt Social Media Marketing ganz vorne. 16 Prozent der Befragten haben schon zumindest einmal von Influencer:innen präsentierte Produkte gekauft, jede:r Zehnte sogar mehrmals.

Bei zwei Drittel der Österreicher:innen hat Influencer Marketing bisher keinen Produktkauf ausgelöst. Allerdings gibt es auch hier deutliche Unterschiede im Generationenvergleich. Während nur 16 Prozent der Gen X bereits Produkte gekauft haben, die von Influencer:innen beworben wurden, steigt diese Zahl bei der Gen Y auf 47 Prozent und bei der jungen Gen Z sogar auf 74 Prozent. Alle Generationen entscheiden sich vor allem für das vom Influencer beworbenen Produkt, um Teil einer Community zu sein, für die Generation Z steht außerdem der damit einhergehende Discount im Fokus

Social Media Ranking: WhatsApp, Facebook und YouTube auf den ersten Plätzen

Bei den Sozialen Medien und Messenger Diensten hat der heimische Nachwuchs mittlerweile die Qual der Wahl: Neben etablierten Plattformen wie Facebook, Twitter, Pinterest oder LinkedIn erfreuen sich auch neuere Player wie das Instant Messaging Programm Telegram oder die Video Community TikTok steigender Beliebtheit.

Die Top 5 der beliebtesten Social Media Plattformen:

- WhatsApp (91%)
- Facebook (66%)
- YouTube (56%)
- Instagram (52%)
- Facebook Messenger (35%)

Während sowohl Generation X, Y und Z den Messenger-Dienst WhatsApp gleichermaßen stark nutzen (88%, 94%, 91%), gestaltet sich die Nutzungsintensität von Facebook und YouTube im Generationenvergleich sehr unterschiedlich. Ähnliches zeigt sich auch am Beispiel der App Instagram: 91 Prozent aus der Generation Z sind auf der Plattform aktiv, aus der Generation X sind es hingegen nur 36 Prozent.

Auch Snapchat und Twitter werden von der Generation Z eindeutig am stärksten genutzt (74% bzw. 29%), genauso wie die Trend-Plattform TikTok (69%), die wiederum nur von 24 Prozent der Generation Y und nur von 10 Prozent der Generation X verwendet wird.

Persönliche Beratung im Geschäft von 60% der Generation X erwünscht

Als Informationsquelle für den Kauf von Produkten ziehen alle drei Generationen primär Internet-Suchmaschinen heran, wobei die Generationen Y und X Google und Co. mit jeweils 77 Prozent deutlich stärker nutzen als die Generation Z mit 66 Prozent. Spannend: Knappe 60 Prozent der Gen X lassen sich gerne von Händler:innen persönlich im Geschäft beraten, immerhin 43 Prozent sind es bei der Generation Z. Mehr als die Hälfte der Befragten nutzen außerdem Familie, Freunde und Bekannte als Anlaufstelle für Produktinformationen.

Die Generation Y schaut sich im Vergleich am häufigsten direkt auf der Website oder im Onlineshop des jeweiligen Unternehmens um (54%), 37% der Generationen X und Y greifen auch gerne auf Vergleichsportale wie **idealo.at** zurück. Social Media ist vor allem für die junge Generation Z nützlich, um Produktinformationen zu sammeln (54%), bei der Gen X und Y sind es 18 bzw. 36 Prozent.

Die Top 5 der beliebtesten Produktinformationsquellen:

- Suchmaschinen wie Google (76%)
- Familie, Freunde, Bekannte (56%)
- Infos im Geschäft/beim Händler (53%)
- Websites von Unternehmen (49%)
- Vergleichsportale wie idealo (35%)

Neuer Social Commerce Trend aus China:

Live Shopping auch in Österreich im Kommen

Ein ähnliches Bild zeichnet sich beim Thema Live Shopping ab. China gilt als Vorreiter bei der Idee, sich auf Social Media-Kanälen nicht nur inspirieren zu lassen, sondern dort auch anderen Personen in Echtzeit via Live Streaming dabei zuzusehen, wie diese einkaufen oder Waren testen.

Dieser Trend dürfte nun auch in Europa bzw. Österreich endgültig angekommen sein: Ein Viertel der heimischen Befragten hat bereits Produkte gekauft, die via Live-Shopping präsentiert wurden. Weitere 15 Prozent sagen, sich in Zukunft vorstellen zu können, über derartige Events das eigene Shopperlebnis zu erweitern. Im Generationenvergleich ergeben sich hierbei nur geringe Unterschiede.

Einkaufsverhalten: Am liebsten wird im Supermarkt und beim Discounter eingekauft

Wirft man einen näheren Blick auf das Einkaufsverhalten der Österreicher:innen, zeigt sich, dass fast ein Drittel der Generation X am liebsten im Supermarkt oder beim Discounter einkauft. Die 41- bis 60-Jährigen präferieren somit das Einkaufen im stationären Handel deutlich mehr als es die Umfrageteilnehmenden der Generation Y und Z tun. Die Generation Y bestellt am liebsten online in diversen Webshops oder aber über Online-Marktplätze (24%), die Generation Z bevorzugt das Shopping-Center (23%).

Besuchen Sie uns auf: [fleischundco.at](https://www.fleischundco.at)