**Medieninformation**

**Laut Studie: Österreicher gehen wieder häufiger einkaufen und tragen dabei gerne Maske**

**Covid-19 hat unser Leben total verändert. So auch unser Einkaufsverhalten. Offerista Group Austria hat in einer aktuellen Erhebung das „Kaufverhalten im Wandel“ unter die Lupe genommen. Die Österreicher und Österreicherinnen fühlen sich wieder sicherer, gehen häufiger einkaufen und sind froh darüber, dass die Maskenpflicht im Supermarkt wieder eingeführt wurde.**Wien, 23. September 2020. Wie beeinflusst Corona unser Einkaufsverhalten? Wie fühlen wir uns beim Shoppen? Hat sich etwas grundlegend geändert? Diese und viele weitere Fragen wurden bei der dritten Studie „Kaufverhalten im Wandel“ der Offerista Group Austria erhoben. Als Basis diente eine Stichprobengröße von 1.248 Personen im Alter ab 18 Jahren im Erhebungszeitraum von 27. Juli bis 3. August 2020. Durchgeführt wurde die Umfrage mittels Fragebogen über die hauseigene App wogibtswas.at.   
  
Die Ergebnisse sind deswegen interessant, da nun in einer dritten Studie – nach einer ersten Ende März 2020 und einer zweiten Mitte April 2020 – erneut das Thema Kaufverhalten abgefragt wurde. So liefern Entwicklungsfragen, die bereits in den ersten beiden Erhebungen gestellt wurden, besonders spannende Ergebnisse und geben darüber Aufschluss, wie sich das Kauf- und Konsumverhalten in den letzten Monaten verändert hat.   
  
Es ist wieder mehr Normalität beim Einkaufen eingekehrt. Das ist das Ergebnis der Studie. In der Offerista Umfrage Mitte April gaben lediglich 30 % an, sich beim Einkaufen wie vor Corona zu fühlen. Ende Juli gibt bereits mehr als jeder Zweite (57 %) an, dass für ihn das Einkaufserlebnis wieder so ist, wie vor Corona. Auch die Angst, sich beim Einkauf anzustecken, ist von 26 % (April) auf 16 % zurückgegangen.

**Häufigeres Einkaufen …**  
Die Österreicher und Österreicherinnen gehen wieder häufiger einkaufen. Im März gab jeder Zweite an, nur einmal die Woche im stationären Supermarkt einzukaufen. Ende Juli sind es 37 %, die nur einmal die Woche ihren Einkauf erledigen. Dementgegen ist die Anzahl der Personen, die wieder täglich shoppen gehen, von 5 % (März) auf 17 % gestiegen.   
  
Seit der Wiedereröffnung des gesamten stationären Handels Mitte April 2020 haben 58 % aller Mehrfachantworten der Teilnehmer ergeben, dass sie seit dieser Wiedereröffnung zwischen 1 bis 5 Mal stationär eingekauft haben. Darüber hinaus zeigt sich jeder Zweite froh, dass der stationäre Handel wieder geöffnet hat und nutzt dies auch. Budgetär gesehen, geben 55 % genauso viel Geld aus wie vor Corona. Mehr als ein Drittel der Befragten gibt aktuell im Lebensmitteleinzelhandel mehr Geld aus.   
  
Es wird zunehmend mehr auf Regionalität und Qualität geachtet. Je älter die Befragten sind, desto mehr Wert legen sie auf diese beiden Kriterien. Insgesamt ist die Wichtigkeit von Qualität im Vergleich zu Mitte April von 21 auf 31 % gestiegen.

**… und das gerne mit Maske**  
Mit 24. Juli 2020 wurde die Maskenpflicht in den österreichischen Supermärkten wieder eingeführt. Mehr als 2 von 3 Befragten (68 %) geben in der Erhebung Ende Juli an, froh darüber zu sein, dass dies geschehen ist und so wieder mehr Maßnahmen zur Eindämmung des Virus getroffen werden. Insbesondere die Personen in der Zielgruppe 55+ zeigen sich darüber begeistert (78 %). Nicht einmal ein Fünftel der Befragten gibt an, von der Wiedereinführung der Maske im Supermarkt genervt zu sein.   
  
**Urlaub 2020**  
Die Urlaubs-Top-Destination 2020 war ganz eindeutig Österreich. Urlaub 2020 wird für die meisten Befragten in Österreich gemacht oder gleich in den eigenen vier Wänden. Die Gründe für den „Urlaub zu Hause“ sind unterschiedlich in Abhängigkeit des Alters. Jüngere Teilnehmer entscheiden sich für den Urlaub zu Hause, aufgrund größerer Investitionen oder einer geplanten Reise im Jahr 2021. Mit zunehmendem Alter wächst die Angst vor einer Ansteckung mit Covid-19 oder einer zweiten Welle, was dazu führt, den Urlaub daheim zu verbringen.   
  
„Wie schon in den letzten beiden Studien zum Thema Kaufverhalten, hat sich auch dieses Mal gezeigt, dass der stationäre Handel für die Verbraucher wichtiger ist denn je. Die Befragten zeigen sich froh, dass der gesamte stationäre Handel wieder geöffnet ist. Die Österreicherinnen und Österreicher gehen wieder häufiger einkaufen, das Bewusstsein für Regionalität und Qualität steigt kontinuierlich. Und auch die Wiedereinführung der Maskenpflicht in den Supermärkten wurde sehr positiv aufgenommen“, so Oliver Olschewski, Geschäftsführer der Offerista Group Austria.   
  
Die dritte Studie „Kaufverhalten im Wandel“ gibt es hier:   
<https://www.offerista.com/at/kaufverhalten-durch-covid-19-im-wandel-umfrage-juli-2020/>  
  
**Bildmaterial**Foto: So hat sich das Kaufverhalten in Österreich in den letzten Monaten verändert.  
Oliver Olschewski, Geschäftsführer der Offerista Group Austria    
Bildnachweis: © Offerista Group Austria  
  
**Über Offerista Group Austria  
Offerista Group Austria** ist der Experte für Handelsmarketing, der dem stationären Handel zu mehr Geschäftsbesuchen durch digitale Angebotskommunikation verhilft. wogibtswas.at ist Österreichs größtes Aktionsportal. Jedoch geht mittlerweile das Leistungsspektrum weit darüber hinaus. Mit innovativen technischen Lösungen wird das Produktportfolio immer weiter ausgebaut, um den Kunden allumfassende Lösungen für ihren Online Auftritt zu bieten. Im Jahr 2018 wurde wogibtswas.at zu 100 % von der Offerista Group übernommen. Im August 2020 erfolgte die Namensumbenennung in Offerista Group Austria. wogibtswas.at blieb als eigene Marke für das B2C-Portal bestehen.   
Mehr unter [www.offerista.com/at](http://www.offerista.com/at)  
  
**Über die Offerista Group**  
Als Shopper Marketing Network bietet die [Offerista Group GmbH](http://www.offerista.com/) individuell ausgerichtete, digitale Lösungen für standortbasiertes Angebots- und Filialmarketing. Mit Cross-Channel Kampagnen werden Werbebotschaften reichweitenstark über verschiedene nutzerrelevante Kanäle transportiert. Marken können Konsumenten so neugierig auf Produkte machen und sie in ihre Filialen locken. Mit einem Team von mehr als 120 Mitarbeitern in Europa begleitet und berät Offerista Handels- und Herstellermarken aus allen Branchen kanalübergreifend entlang ihrer Customer Journey. Zusätzlich zum Hauptsitz in Dresden zählen Berlin, Essen, Wien, Sofia, Budapest und Bukarest als weitere Standorte. Geschäftsführer sind Tobias Bräuer und Benjamin Thym.  
  
**Pressekontakt**Dr. Alexandra Vasak, Reiter PR  
Praterstraße 1 | weXelerate Space 16  
A-1020 Wien  
+43 699 120 895 5  
alexandra.vasak@reiterpr.com