

INFLATION IN ÖSTERREICH

Datenerhebung, die in einem Zeitraum von 05.07. bis 14.07. von der Offerista Group Austria in Österreich durchgeführt wurde. Befragt wurden insgesamt 1.827 Personen ab 18 Jahren, davon 59% weiblich, 40% männlich und 1% divers.



Die Inflation trifft so gut wie jeden.

90% der Befragten spüren die Inflation stark bis sehr stark im eigenen Geldbeutel.



Angebote sind seit der Preissteigerung noch wichtiger!

Deshalb ist es für fast alle Befragte (96%) noch wichtiger geworden, nach guten Preisen und Sonderangeboten Ausschau zu halten.



Österreicher:innen sind auf Schnäppchensuche

Am beliebtesten ist die Suche nach Angeboten in den Branchen:

- Lebensmitteleinkauf (89%)
- Mobilität (Auto und Tanken) (49%)
- Fashion (Kleidung, Schuhe, Accessoires) (49%)
- Drogerie (45%)



Konvergente Angebotsauspielung zur optimalen Erreichung von Konsument:innen

87% der Befragten setzen auf eine Informationssuche in Online-Kanälen (wie Flugblattportale, Webseiten, Apps, Social Media & Suchmaschinen), um sich über aktuelle Angebote zu informieren. Gleichzeitig empfinden 71% Offline-Kanäle (wie Printflugblätter & Beilagen) als hilfreich.



Die Konsument:innen reagieren vielfältig auf die Inflation:

- 62% achten mehr auf die Preise
- 45% planen den Einkauf besser
- 42% überlegen länger, bevor sie sich etwas gönnen
- 41% kaufen verstärkt Angebote
- 40% gehen in mehr Geschäfte, um Produkte im Angebot zu erwerben



Größere Ausgaben werden verschoben

Die große Mehrheit der Verbraucher:innen (85%) verschiebt derzeit z.T. größere Ausgaben. Vorrangig in den Bereichen:

- Fashion (Kleidung, Schuhe, Accessoires) (52%)
- Möbel und Einrichtung (50%)
- Elektronische Geräte (49%)



Auf das kann nicht verzichtet werden:

Bei der Mobilität mit dem Auto wollen sich sehr viele Befragte (59%) nicht einschränken. Auch auf (hochwertige) Lebensmittel will mehr als ein Drittel (41%) nicht verzichten.



Beliebtheit der öffentlichen Verkehrsmittel nimmt zu

In der Stadt greifen aufgrund der steigenden Spritpreise fast ein Drittel der Befragten (27%) nun öfter auf öffentliche Verkehrsmittel zurück, auf dem Land haben dies nur 12% der Befragten angegeben.