

Medieninformation

## **GEKOMMEN, UM ZU BLEIBEN: Warum Online-Shopping in Österreich auch nach Lockdowns & Co. hoch im Kurs bleibt ...**

**17. November 2021. Wie hat sich das Online-Kaufverhalten durch Covid-19 verändert?  
Und welche Trends prägen in diesem Jahr das digitale Konsum- und Nutzungsverhalten der  
Österreicher\*innen vor Black Friday (26. 11.) und Weihnachten? Der otago Trendreport 2021  
analysiert die wichtigsten Entwicklungen.**

Eines steht fest: Corona hat unser Leben und unser Einkaufsverhalten nachhaltig verändert. Online-Shopping – ganz bequem per Mausklick und vom Sofa aus – gehört zu unserem Alltag wie regelmäßige PCR-Tests und das Tragen einer FFP2-Maske. Obwohl der stationäre Handel und die Gastronomie wieder geöffnet sind, kehren viele Konsument\*innen in Österreich nicht zu früheren Gewohnheiten zurück. Wie es nach fast zwei Jahren Corona-Pandemie um das digitale Konsum- und Nutzungsverhalten der Österreicher\*innen steht, hat Integral im Auftrag der Online-Marketing-Agentur otago unter 1.000 Österreicher\*innen zwischen 18 und 65 erhoben.

„Als Online-Marketing-Spezialisten wollten wir einen genauen Blick auf das digitale Nutzungs- und Konsumverhalten werfen. Seit Ausbruch der Corona-Pandemie hat sich in Österreich viel verändert. Als gute Vergleichs-Basis dient der otago Trendreport aus dem Vorjahr. Aktuelle Entwicklungen rechtzeitig zu erkennen und dafür die passende Marketing-Strategie für unsere Kund\*innen zu entwickeln ist für uns essenziell“, erklärt Jan Königstätter, Gründer & Geschäftsführer von otago.

### **Nicht ohne mein Smartphone!**

Smartphones und Tablets gehören auch 2021 zu den Lieblings-Accessoires in Österreich. 94 Prozent der Österreicher\*innen zwischen 18 und 65 Jahren verwenden ein mobiles Endgerät. Bei den 30- bis 49-jährigen Österreicher\*innen stehen die mobilen Endgeräte sogar mit 97 Prozent hoch im Kurs – sie sind Heavy User. Die ältere Bevölkerungsgruppe zieht mit 91 Prozent nach. Auch sie ist mit mobilen Devices gut versorgt.

### **iOS auf Aufholjagd**

9 von 10 (92 Prozent) der Österreicher\*innen verwenden ein oder mehrere Smartphones, 43 Prozent ein oder mehrere Tablets. Android ist das mit Abstand am häufigsten genutzte Betriebssystem für Smartphones (65 Prozent) und Tablets (24 Prozent). iOS holt aber auf und verzeichnet mit 29 Prozent bei Smartphones und 18 Prozent bei Tablets einen signifikanten Anstieg gegenüber 2020.

### **Zuhause ist es am schönsten...**

Herr und Frau Österreicher greifen am liebsten zu Hause zu ihrem Handy. 74 Prozent surfen oder kommunizieren auf der Couch, 51 Prozent schnappen dabei frische Luft: im Garten, auf der Terrasse oder

am Balkon. Allzeit bereit?! Das Smartphone ist morgens und abends mit von der Partie – im Schlafzimmer wie im Bett. Auch beim Arzt, am Amt oder in den Öffis greifen die Österreicher\*innen gerne zum Handy, um sich – bitte warten – die Zeit zu vertreiben. Spannend: Männer nehmen ihr Smartphone gerne mit aufs WC, Frauen machen es sich zum Surfen und Chatten lieber auf der Couch gemütlich.

### **Alexa, übernehmen Sie!**

4 von 10 Österreicher\*innen verwenden die Spracheingabefunktion am Handy vor allem für WhatsApp Nachrichten und die Suche via Google, Alexa oder Siri. Vor allem die 18- bis 29-Jährigen haben wenig Berührungängste mit diesen Funktionen. Lieber klassisch mögen es 60 Prozent der Österreicher\*innen. Sie verwenden die Spracheingabe nicht.

### **(Online-) Shop till you drop?!**

6 von 10 Österreicher\*innen kaufen mindestens einmal im Monat online ein, 2 von 10 bereits einmal pro Woche. Spannendes Detail: iOS Nutzer\*innen shoppen signifikant öfter wöchentlich im Netz (25 Prozent). Im Vergleich zu 2020 hat sich Online-Shopping noch einmal verstärkt. Das gilt vor allem für Frauen (59 Prozent) und die Best Ager zwischen 50 und 65 Jahren (52 Prozent). Am intensivsten kaufen unter 30-jährige Österreicher\*innen (73 Prozent) im Web ein – als junge Shopaholics.

### **Zuerst informieren, dann kaufen**

Zwei Drittel der Österreicher\*innen (66 Prozent) informieren sich über Produkte und Services vorab via Suchmaschinen. Ein signifikanter Anstieg im Vergleich zum Vorjahr: um 5 Prozent. Das Lesen von Online-Bewertungen (57 Prozent) ist im Vergleich zum Vorjahr gesunken: um 7 Prozent. 9 von 10 holen ihre Informationen am liebsten in den eigenen vier Wänden ein. Dafür nutzen sie das Handy, gefolgt von Laptop und Desktop-PC.

### **Der Vergleich macht sie sicher?!**

Mehr als die Hälfte der Österreicher\*innen (55 Prozent) macht vor dem Einkauf einen Preisvergleich, auch bei Kleinbeträgen. Nur 14 Prozent vergleichen nicht. 46 Prozent schauen sich rund 3 Anbieter an. Bei der Gruppe der besser Gebildeten sind es sogar 52 Prozent.

### **Einkaufsplanung statt Impulskauf**

Knapp die Hälfte (47 Prozent) planen ihre Einkäufe. Je jünger die Österreicher\*innen sind, desto eher lassen sie sich zu Spontankäufen verleiten. 4 von 10 kaufen online geplant wie spontan ein. 42 Prozent shoppen gelegentlich spontan, besonders Frauen und unter 30-Jährige.

### **Aktionsgetrieben?!**

Zu saisonalen Anlässen kaufen vor allem Frauen (62 Prozent) und besser Gebildete (62 Prozent) mehr als sonst ein. Aktionstage wie Black Friday & Co. motivieren vor allem unter 30-Jährige (47 Prozent).

### Good stuff: Outfits, Bücher & Medikamente gehören online zu den Favoriten

Am liebsten kaufen die Österreicher\*innen online Bekleidung (58 Prozent), Bücher (35 Prozent) und Medikamente (32 Prozent) ein. Kosmetik und Pflege (31 Prozent) sowie Haushaltsgeräte (30 Prozent) werden ebenso online geshoppt. Die unter 30-Jährigen greifen verstärkt bei Öffi-Tickets, Reisen und Sportartikeln zu, die 30- bis 49-Jährigen bei Spielzeug und Spielen für Kinder sowie die Familie. Viel Zeit zum Lesen haben die Best Ager ab 50: 42 Prozent besorgen sich ihren Lesestoff online.

### Corona als Turbo für den Onlinehandel?!

4 von 10 Österreicher\*innen haben seit Beginn der Corona-Pandemie Produkte online gekauft, die sie davor noch nicht im Internet gekauft hatten. Besonders der Kauf von Medikamenten (32 Prozent) hat deutlich zugenommen.

### Die No-Gos beim Online Shopping

Herr und Frau Österreicher wollen online keine Autos kaufen (47 Prozent). Auch Pflanzen und Lebensmittel shoppen sie nicht gerne im Netz (jeweils 29 Prozent). 29 Prozent schließen den Online-Kauf von Lebensmitteln aus, weil sie die Produkte nicht sehen oder angreifen können. 25 Prozent möchten online keine Medikamente erwerben. Ihnen fehlt dabei die persönliche Beratung und das Vertrauen.

### Online-Services rund um die Uhr

72 Prozent der Österreicher\*innen nutzen am liebsten das Internetbanking. Hoch im Kurs liegt auch Online-Entertainment: 48 Prozent streamen Filme oder Serien, 34 Prozent Musik. Online-Weiterbildungsangebote werden in Österreich von 22 Prozent genutzt. Tendenz steigend. 41 Prozent der 18- bis 29-Jährigen lassen gerne das Essen nach Hause liefern. 4 von 10 haben seit der Corona-Krise Dienstleistungen online bestellt, die sie zuvor nicht im Internet gekauft hatten. Am wenigsten Zuspruch erhalten Services wie Finanzberatung (34 Prozent), Online-Dating (24 Prozent) oder virtuelle Immobilienbesichtigungen (22 Prozent).

### Regional vor international

57 Prozent der Österreicher\*innen kaufen Dinge, die nicht zum täglichen Bedarf gehören, lieber regional ein, 54 Prozent online auf internationalen Websites und Online-Shops. 40 Prozent der Wiener\*innen shoppen bevorzugt auf österreichischen Websites, aber nur 32 Prozent der übrigen Österreicher\*innen.

### Shopping vor und nach Corona

Während der Pandemie haben alle Altersgruppen mehr online gekauft. Besonders Niederösterreicher\*innen haben mit 37 Prozent die Nase vorne. Für 55 Prozent hat sich durch Corona in punkto Kaufverhalten nichts verändert. Interessant: Mit 62 Prozent ist im Vergleich zu 2020 ein rückläufiger Trend zu erkennen. 2 von 10 (18 Prozent) der unter 30-Jährigen haben während der Corona-Krise mehr Services online genutzt. Speziell Österreicher\*innen mit höherer Bildung wollen auch nach der Krise mehr Produkte und Services online kaufen.

### Online Shopping: der Convenience Faktor siegt

Ob Herr und Frau Österreicher lieber online statt im Geschäft einkaufen, hängt von unterschiedlichen Faktoren ab: Zu den Top-Entscheidungskriterien zählen eine größere Auswahl (47 Prozent), der Wegfall von Öffnungszeiten (47 Prozent), die Verfügbarkeit der Produkte (43 Prozent) und die wegfallende Anfahrt (39 Prozent). Keine große Rolle spielt das Umgehen einer Maskenpflicht. Nur 13 Prozent sehen dies als guten Grund, lieber online zu shoppen. 29 Prozent geben an, während der Corona-Krise mehr online gekauft zu haben – um 7 Prozent mehr als 2020.

### Einkauf im Geschäft: probieren, angreifen und mitnehmen

Für ein reales Shopperlebnis spricht bei 63 Prozent der Österreicher\*innen, dass sie die Waren vor Ort angreifen und probieren wollen. 56 Prozent möchten die gekauften Produkte sofort mitnehmen. Das Einkaufserlebnis (33 Prozent) und die Regionalität (28 Prozent) spielen auch eine große Rolle. 34 Prozent legen noch Wert auf eine persönliche Beratung. Dies hat im Vergleich zu 2020 abgenommen.

### It's the Image, Stupid!

74 Prozent der Österreicher\*innen vertrauen Online-Shops, die zu bekannten und renommierten Unternehmen gehören. 70 Prozent verlassen sich auf die Empfehlungen von Freunden und Verwandten. Das Beste aus beiden Welten wollen 62 Prozent: ein ‚richtiges Geschäft‘ und einen Online-Shop.

### Und täglich grüßen Facebook, Instagram & YouTube

Facebook (40 Prozent), Instagram (27 Prozent) und YouTube (26 Prozent) werden von allen Plattformen täglich am meisten genutzt. Vor allem bei den 30-40-Jährigen ist Facebook mit 46 Prozent der Favorit. Frauen (32 Prozent) und jüngere Nutzer\*innen im Alter zwischen 18 und 29 (63 Prozent) bevorzugen Instagram. Überraschend: Business-Plattformen wie LinkedIn oder Xing spielen in der täglichen Nutzung eine sehr geringe Rolle.

### Ich geh dann mal googlen ...

93 Prozent nutzen bei ihrer Suche im Web am häufigsten Google. 39 Prozent recherchieren bei Amazon und 29 Prozent bei YouTube. Gelernt ist gelernt: Rund ein Fünftel der Google-Nutzer\*innen vertraut erstgereihten Websites mehr und stuft diese als beste Suchergebnisse ein.

### Der Spion im Smartphone

40 Prozent der Österreicher\*innen sind der Meinung, dass Sprachassistenten wie Alexa, Siri & Co. ihre Nutzer\*innen unerlaubt abhören. 3 von 10 nehmen dies auch von der Smart-Home-Ausstattung und Facebook an. Online-Meeting-Plattformen stufen nur 54 Prozent als Abhör-Assistenten ein.

### Download Studie, Grafiken & Bildmaterial:

<https://www.otago.at/cases-branchen/otago-trendreport-2021/>

**otago** hilft Unternehmen dabei, im Web besser gefunden zu werden. Mittels Suchmaschinenmarketing (Search Engine Advertising = SEA), Suchmaschinenoptimierung und Social Media Marketing werden Maßnahmen gesetzt, die mehr Besucher auf die Websites der betreuten Unternehmen bringen – und damit mehr potenzielle Kunden. Das Angebot von otago umfasst Website-Checks, SEO-Konzepte, die Optimierung von Websites, laufende Betreuung im SEO-Bereich und die Betreuung von Social-Media-Kampagnen. Unterstützung bietet die innovative Online-Marketing-Agentur, die als CO2 neutrales Unternehmen zertifiziert ist, auch in den Bereichen Programmatic Advertising, YouTube Marketing, Google-Display-Netzwerk, Re-Marketing und in Form individueller Workshops für SEO, Google Ads und Social-Media-Marketing. [www.otago.at](http://www.otago.at)

**Medienkontakt: Doris Spiegl und Karin Lehner**

Doris Spiegl: 0676/540 15 94 & [ds@dorisspiegl.at](mailto:ds@dorisspiegl.at)

Karin Lehner: 0650/555 66 55 & [karin@karinlehner.com](mailto:karin@karinlehner.com)