

Mindshare MindMinutes: Möbel und Lebensmittel werden zwar online gesucht, aber offline gekauft

Gepostet in [Studien](#) • Geschrieben von [Manuel Stenger](#) • [Keine Kommentare](#)

Die aktuelle Momentaufnahme MindMinutes von [Mindshare](#) hat 525 Österreicher im Alter von 15 bis 59 Jahren zu ihren Kaufgewohnheiten befragt. Die Ergebnisse zeigen, dass vor allem Möbel und Lebensmittel online begutachtet, diese dann aber letztendlich im stationären Handel eingekauft werden. Dies zeigt auch die unten stehende Grafik. 52 Prozent besuchen den Onlineshop von XXXLutz, aber nur vier Prozent kaufen Produkte des Anbieters online ein. Dasselbe Ergebnis lässt sich auch bei den Möbelmärkten Ikea, kika, Möbelix und Leiner beobachten. Auch im Lebensmittelhandel ist das Verhältnis ähnlich. Suchen etwa 19 Prozent der Befragten nach Produkten von Hofer online, kauft jedoch nur ein Prozent diese aber auch im Web.

Die beliebtesten Online Shops Tchibo, Thalia und H&M punkten

Seite besucht – Online bestellt



Grafik: Mindshare MindMinutes

Wie die Befragung ergab, kann sich jedoch jeder fünfte Österreicher vorstellen, Lebensmittel online zu kaufen. Bequeme Lieferung, Zeitmangel und flexible Bestellmöglichkeiten werden als Hauptgründe angeführt, um sich Lebensmittel vor die Haustür liefern zu lassen. In den Bereichen Elektronik, Bekleidung und Bücher ist die Diskrepanz deutlich geringer. 79 Prozent der Studienteilnehmer ziehen in Erwägung, in Zukunft Bücher und Schreibwaren online zu kaufen, gefolgt von Elektrogeräten (71 Prozent) und Bekleidung und Schuhe (60 Prozent).

Omnichannel-Strategien gefragt

Tchibo, Thalia und H&M bieten ihre Waren nicht nur online an, sondern geben dem Kunden auch die Möglichkeit, Waren abzuholen oder im stationären Geschäft zurücksenden zu lassen. „Aufgrund der zunehmenden Vernetzung des Konsumenten sind Omnichannel-Strategien gefragt“, erklärt Sabine Auer, Business Planning Director Mindshare. „Mit mobil optimierten Seiten oder Apps, der Verknüpfung von InStore und Online sowie flexibler Lieferung können die einzelnen Kanäle geschickt miteinander verbunden werden.“

Im Zuge der Befragung wurde auch die Akzeptanz der Zustellung per Drohne nachgefragt. Jeder Dritte kann sich hierzulande vorstellen, Pakete von Drohnen liefern zu lassen.