



DER EINWURF

ZUR ABWECHSLUNG MAL EINE GUTE NACHRICHT

Der Handel ist seit dem 8. Februar wieder offen. Wie lange das bleiben wird, steht natürlich in den Sternen. Auf, zu, auf, zu und so weiter. Doch wie gehen die Konsumentinnen und Konsumenten mit dieser permanenten Unsicherheit um? Ende Jänner wurden dazu 1.075 Personen im Alter ab 18 Jahren im Rahmen der vierten Studie „Kaufverhalten im Wandel“ der Offerista Group Austria befragt.

Nach einer ersten Studie Ende März 2020, einer zweiten Mitte April 2020 und einer dritten Ende Juli 2020 ist das nun bereits die vierte Erhebung. Die Ergebnisse sprechen eine deutliche Sprache. War im Som-

mer 2020 für die meisten Befragten wieder Normalität beim Einkaufen eingeleitet, so ist diese nun wieder gesunken. Ende Juli gab mehr als jeder Zweite an, dass für ihn das Einkaufserlebnis wieder so ist wie vor Corona. Im Jänner 2021 sehen das nur mehr 40 Prozent so. Im Juli letzten Jahres empfand nur etwas mehr als ein Viertel der Befragten die Maßnahmen während des Einkaufs als nervig. Mittlerweile fühlen sich 41 Prozent beim Einkaufen von den Einschränkungen gestört. Und: Lediglich 15 Prozent geben an, dass sie sich mit einer FFP2-Maske beim Einkauf wohler fühlen würden.

Die wichtigste Erkenntnis für die Branche ist aber folgende: Drei von vier Befragten gaben im Lockdown an, dass sie sich nach der Wiedereröffnung der Geschäfte sehnen. Das zeigt auch, dass der stationäre Handel für viele Menschen einfach eine wichtige Konstante im Leben ist. Eine Konstante, die von keinem Onlineshop der Welt ersetzt werden kann. Schieben wir das Wehklagen und die Pandemiemüdigkeit für einen Moment auf die Seite und freuen uns. Denn die Sehnsucht nach stationären Geschäften ist eine gute Nachricht!

Wolfgang Zechner «

SOCIAL MEDIA

WATCH



Ist gerade Lockdown light oder Lockdown ultra? 3.1 oder 4.2? Dass selbst in diesen schwierigen Zeiten auch Spaß nicht fehlen darf, versucht das Satireprojekt **Die Tagespresse** beständig hochzuhalten. Bekannt für absurde Storys, verlautbarten sie Mitte Februar, dass der Tesla-Gründer und Raumfahrtunternehmer Elon Musk nach Bitcoins eine neue Investmentchance wittere: Die „futuristische Währung aus Österreich“, genannt Spar Rabattmarkerl. Anlass genug für die Social-Media-Redaktion von **Spar Österreich**, diese News mit dem Hinweis „Rabattmarkerl to the moon!“ zu teilen. Etwas spaßiger wird es hierzulande auch, seit der gesamte Handel wieder geöffnet hat, wenngleich das nun auch bedeutet, dass die Gemächlichkeit wieder passé sein dürfte. Dies thematisierte **Adeg** in einem Beitrag auf Facebook, der die drei schnellsten Dinge der Welt auflistete: Platz 3 belegten

Geparden, die Silbermedaille ging an die Lichtgeschwindigkeit – beide haushoch übertrumpft von Menschen, die die Worte „zweite Kassa“ im Supermarkt hören. Fast 1.900 Hahas und rund 1.700 Likes gab es für diesen Beitrag. Ob es sich hierbei um ein spezifisch österreichisches Phänomen handelt, blieb allerdings ungeklärt. Auf die Spur von Austriaca machte sich **Hofer** in einem sehr humorvollen Posting: Anfang Februar wurden die User auf Facebook „gefragt“, ob sie der Aussage zustimmen würden, dass es Faschiertes und nicht Hackfleisch heiße. Zur „Auswahl“ standen dabei ein „Ja“ mittels Like-Button und ein „Ja (mit Herz)“ durch Anklicken der Love-Reaktion. Über 21.000 User beteiligten sich an dieser „Umfrage“. Und Sie werden es schon erraten haben, die Abstimmung ging mit überwältigender Mehrheit für „Ja“ mit und ohne Herz aus. Neben rund 13.700 Likes und 7.000 Loves gab

es auch etwa 250 lachende, aber auch 50 wütende Reaktionen – wobei hier anzunehmen ist, dass es sich um Verfechter*innen demokratischer Strukturen handeln muss. Für gewöhnlich soll auch die Faschingszeit für Spaß sorgen, auch wenn sie derzeit nur mehr als gebremst begangen wird. Rechtzeitig zu ihrem Höhepunkt postete **Spar Österreich** ein Video, das zeigte, wie die eigene Küche in eine Krapfenbäckerei verwandelt werden kann. Bei **Billa** wurde die Userschaft am Rosenmontag gefragt, wie sie ihre Krapfen am liebsten genießen würden: Mittels Reactions-Umfrage konnte nicht nur mit Likes für Marillenmarmelade, Love für Vanillecreme oder Umarmung für vegan abgestimmt werden, darüber hinaus gab es mit Schnitzel- und Leberkäse-Krapfen auch ausgefallene Varianten zur Auswahl. Mehr als 1.300 Likes kürten eindeutig die Marillenmarmelade zum Sieger, Schnitzel und

Leberkäse kamen gemeinsam gerade einmal auf zehn – in turbulenten Zeiten wird also die Tradition hochgehalten. Bei der zu MPreis gehörenden **Bäckerei Therese Mölk** wurde der Faschingsdienstag zum Anlass genommen, 350 Krapfen an die Covid-Station der Innsbrucker Klinik sowie die Mitarbeiter*innen der Teststraße in der Olympiaworld zu verschenken – und dabei auf Facebook die Hoffnung ausgedrückt, dem einen oder der anderen dadurch diesen Tag zu versüßen. Laut traditioneller Jahreseinteilung beginnt nach diesem Schlemmertag ja bekanntermaßen die Fastenzeit, die **Nah & Frisch** seinen Facebook-Fans zu versüßen versucht: mittels Osterkalender, bei dem jeden Tag ein Ei zu öffnen ist. Darin finden sich die Preise eines Gewinnspiels, die nach dem Ende der kargen Zeit gegessen werden können.

Alexander Fleischmann «