

# “Die Gefühlslage & das Verhalten der ÖsterreicherInnen beim Einkaufen von Lebensmitteln durch die Corona-Krise“

6. April 2020

**Sabine Beinschab, MA, MBA**

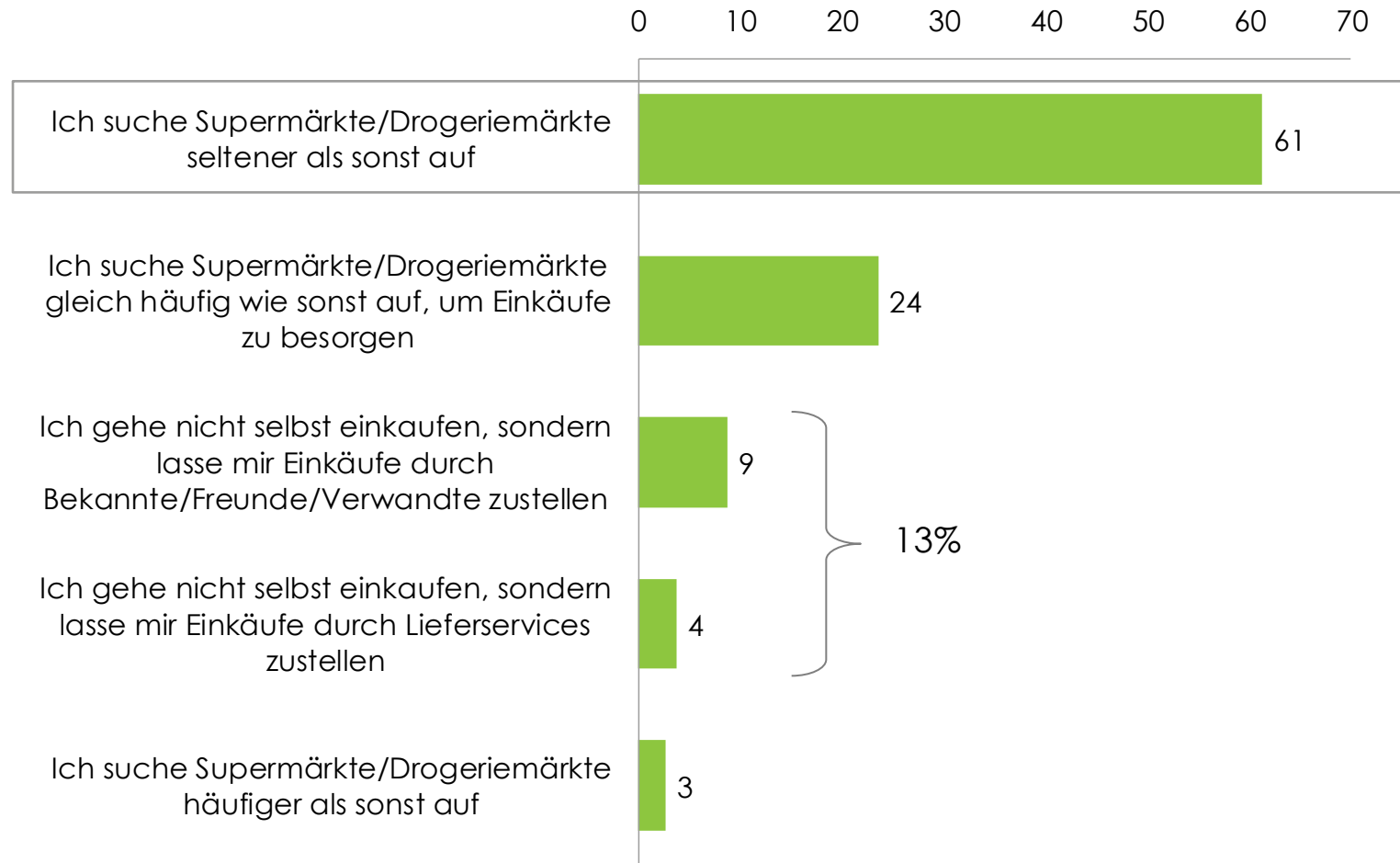
0043 676 700 72 76

[www.reserachaffairs.at](http://www.reserachaffairs.at)

[sabine.beinschab@researchaffairs.at](mailto:sabine.beinschab@researchaffairs.at)

- n=500 Online-Interviews mit ÖsterreicherInnenrep. für die Bevölkerung ab 16 Jahren
- Durchführungszeitraum: 2.–5. April 2020
- Schwankungsbreite: max. +/- 4,5%

61% der Bevölkerung geben an, Supermärkte/Drogeriemärkte seltener als sonst aufzusuchen. 13% vermeiden Einkäufe gänzlich, indem sie sich Lebensmittel durch Bekannte/Freunde/Verwandte oder Lieferservices zustellen lassen.

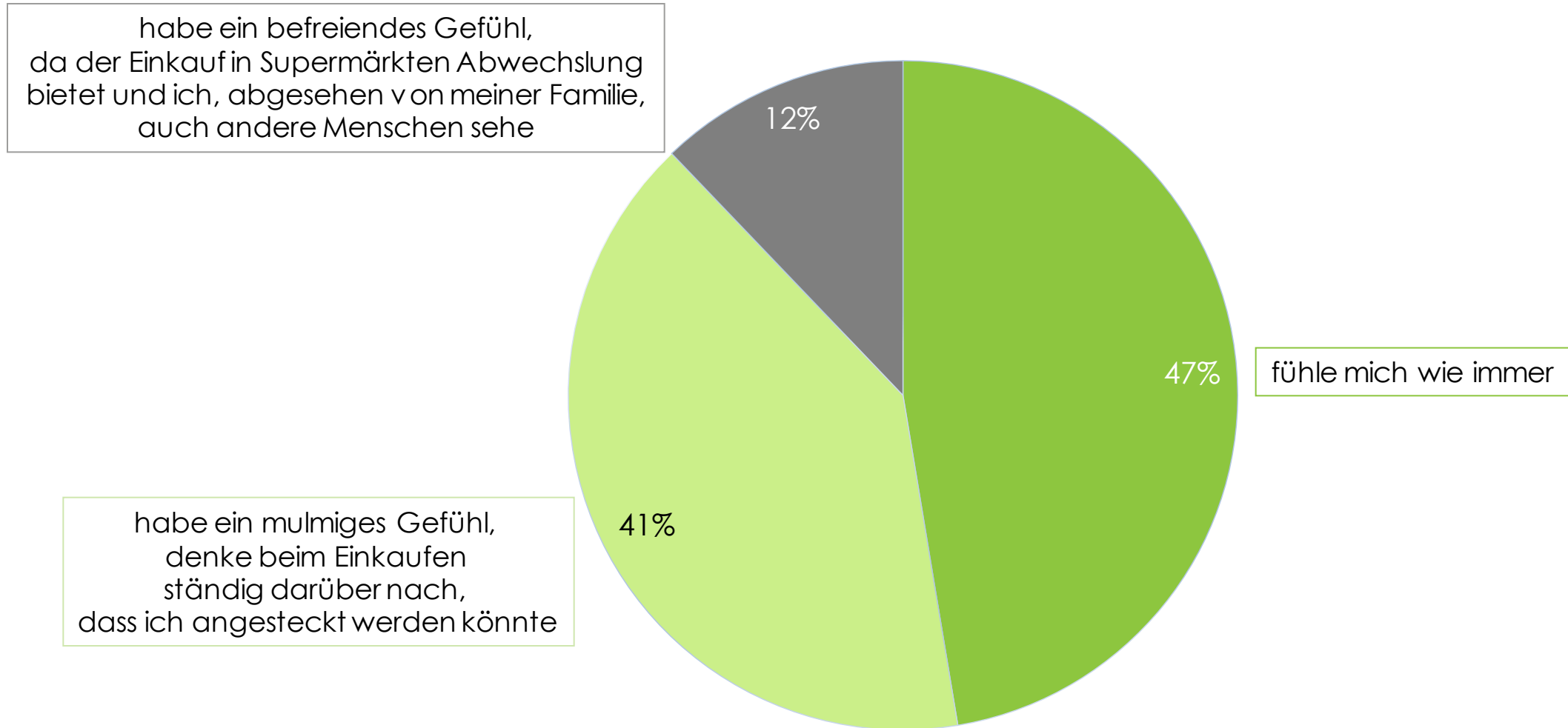


%-Werte

n=500

1. Wie bewältigen Sie aktuell Ihre Einkäufe für das alltägliche Leben?  
Welche der folgenden Aussagen trifft auf Sie am ehesten zu?

41% haben ein mulmiges Gefühl beim Einkaufen, da sie ständig über eine potentielle Infektion durch den Corona-Virus nachdenken.

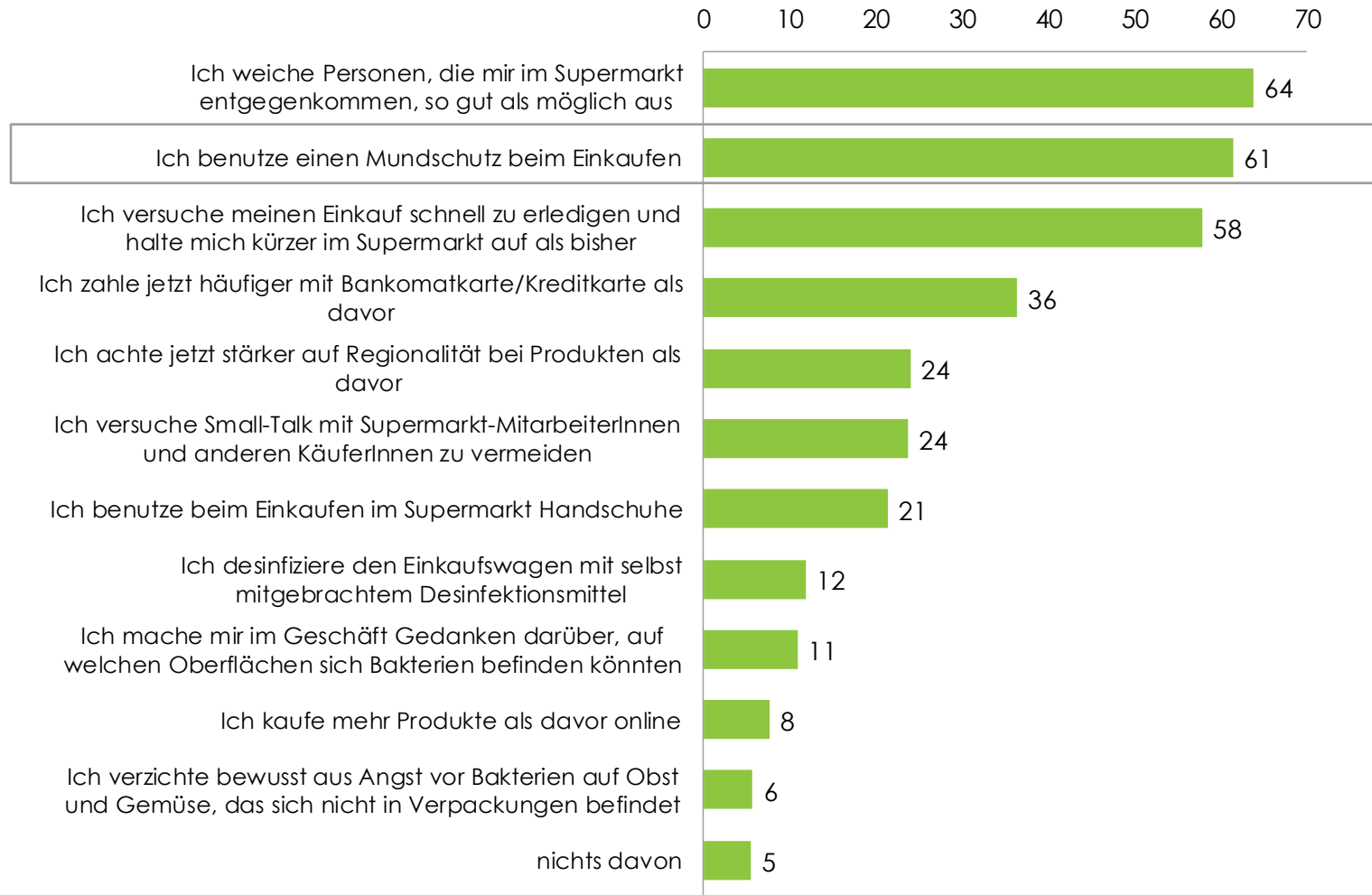


%-Werte

n=438

**2. Wie fühlen Sie sich, wenn Sie aktuell im Supermarkt einkaufen?**  
(Basis: Personen, die selbst einkaufen gehen lt. Frage 1)

61% haben bereits vor Einführung der Maskenpflicht in Supermärkten einen Mundschutz benutzt. Weiters versuchen die Befragten jegliche Kontakte in Supermärkten zu vermeiden.



%-Werte

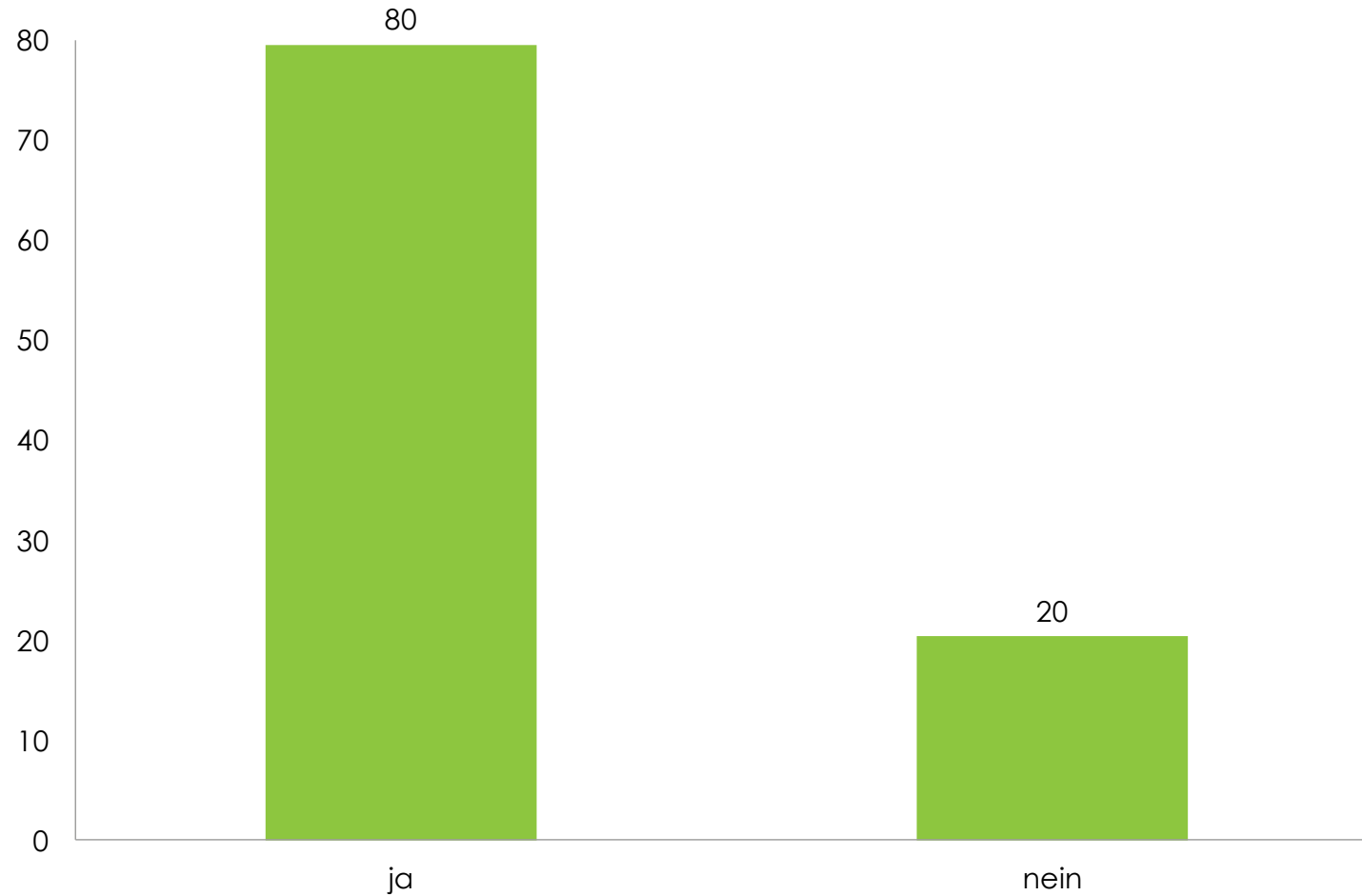
n=438

### 3. Wie hat sich Ihr Einkaufsverhalten in Supermärkten durch die Corona-Krise verändert?

Welche der folgenden Aussagen treffen auf Sie zu?

(Basis: Personen, die selbst einkaufen gehen lt. Frage 1, Mehrfachnennung möglich)

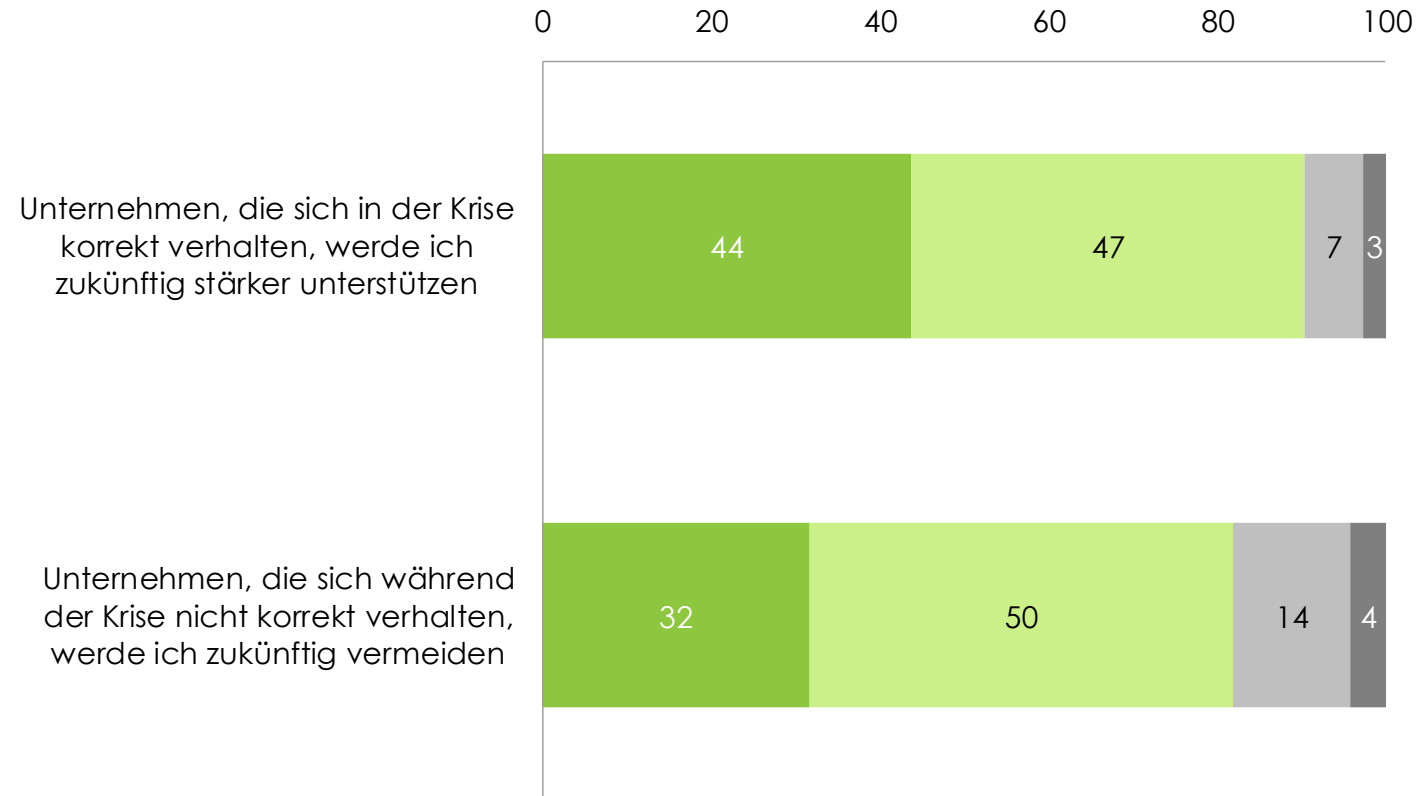
Die Befragten haben den Eindruck, dass Supermärkte ausreichend Verantwortung für die Gesundheit der Bevölkerung übernehmen.



n=500

4. Haben Sie den Eindruck, dass Supermärkte aktuell ausreichend Verantwortung für die Gesundheit der Bevölkerung übernehmen?

Die langfristigen Gewinner in der Wirtschaft werden Unternehmen sein, die sich in der aktuellen Krisensituation korrekt verhalten. Andernfalls könnten Boykotts die Folge sein.



■ stimme sehr zu   ■ stimme eher zu   ■ stimme eher nicht zu   ■ stimme gar nicht zu

%-Werte

n=500

5. Welchen Einfluss hat das aktuelle Verhalten von Unternehmen zur Corona-Krise auf Ihre zukünftigen Kaufentscheidungen? Wie sehr stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?  
(Skala: 1=stimme sehr zu, 4=stimme gar nicht zu)

## Zusammenfassung (1)

### Supermärkte werden in der Corona-Krise deutlich seltener als sonst aufgesucht

- 61% geben an, seltener als sonst in Supermärkten einzukaufen.
- 13% verzichten gänzlich auf Einkäufe in Supermärkten. Sie lassen sich ihre Lebensmittel zustellen.

### Das Einkaufserlebnis hat sich deutlich verändert

- 41% der Befragten haben ein mulmiges Gefühl beim Einkaufen, da sie sich vor Ansteckungen durch den Corona-Virus fürchten.
- Trotz der Ausgangsbeschränkungen ist Einkaufen für nur 12% ein befreiendes Gefühl, da es Abwechslung bietet.



## Zusammenfassung (2)

### Mundschutz war schon vor Einführung der Maskenpflicht ein relevantes Thema für die Bevölkerung

- 61% geben an, bereits vor der Einführung der Maskenpflicht beim Einkauf einen Mundschutz getragen zu haben.

### Kontakte mit anderen werden so gut als möglich vermieden

- 64% weichen anderen Personen im Supermarkt bewusst aus.
- 24% vermeiden Small-Talk mit Supermarkt MitarbeiterInnen und anderen KundInnen.
- Generell versuchen 58% den Supermarkt so schnell als möglich wieder zu verlassen.

### Eigenverantwortliche Maßnahmen zeigen den sorgsamen Umgang der Bevölkerung mit der Corona-Krise auf

- Die Bevölkerung setzt auch zahlreiche Maßnahmen um, die nicht verpflichtend sind, um sich und andere vor Ansteckungen zu schützen.
- Dazu zählen das Zahlen mit Bankomatkarte/Kreditkarte (36%), das Benutzen von Handschuhen beim Einkaufen (21%), die Desinfektion des Einkaufswagens (12%).

## Zusammenfassung (3)

Supermärkte vermitteln den Eindruck, sich um die Gesundheit der Bevölkerung zu bemühen

- 80% haben den Eindruck, dass Supermärkte ausreichend Verantwortung für die Gesundheit der Bevölkerung übernehmen.

Langfristige Gewinner: Unternehmen, die sich in der Krise korrekt verhalten

- Zu den langfristigen Gewinnern werden Unternehmen zählen, die sich angesichts der aktuellen Situation laut Meinung der Bevölkerung korrekt verhalten/Verantwortung übernehmen.
- 44% geben an, dass sie solche Unternehmen, auf jeden Fall in Zukunft verstärkt unterstützen werden.
- Ein falsches Verhalten könnte zu einem Boykott durch KonsumentInnen führen. Ein Drittel der Befragten möchte Unternehmen, die sich aktuell nicht korrekt verhalten, zukünftig allenfalls vermeiden.
- Profiteure könnten in diesem Zusammenhang auch regionale Unternehmen sein. 24% geben bereits jetzt an, stärker auf den Kauf von regionalen Produkten zu setzen, als vor der Krise.