



KOMMENTAR

Maria Jelenko-Benedikt
Chefredakteurin Österreich
maria.jelenko@regionalmedien.at

Enkeltauglich, fair: Zurück in die Zukunft

Geht es nach einer heimischen Bürgerrechts- und „Xundheits“-Organisation, sollten wir nach der Krise in eine „enkeltaugliche Normalität“ mit gesunder Umwelt, fairen Löhnen, demokratischeren Strukturen und starken Nahversorgern zurückfinden. Immerhin: Zwei Fünftel der Österreicher wollen laut Agrarmarkt Austria künftig mehr heimische Produkte (z.B. beim Bauern) kaufen, rund ein Fünftel weniger über ausländische Versandhändler bestellen bzw. weniger verreisen. Und nur ein Viertel will so weiterleben wie vor der Corona-Krise.

Online? Ja, und bitte regional

Comeback des Einkaufszettels – Online-Handel als Krisengewinner

(mjb). Eine Analyse des Gallup Instituts und der **Wirtschaftsuniversität Wien** von Anfang April zeigt, wie die Geschäftsschließungen unser Kaufverhalten verändert haben. 44 Prozent wollen wieder häufiger einkaufen gehen, allen voran die Tiroler und Vorarlberger (59%). Nur elf Prozent jener, die nun Geld angespart haben, möchten es komplett anlegen.

Amazon als großer Gewinner

71 Prozent haben während des „Shutdowns“ online eingekauft, am seltensten in der Region Oberösterreich/Salzburg (65%). Am häufigsten wurden Bekleidung (35%), Bücher (32%), Hygieneartikel (28%) und Lebensmittel (28%) im Internet erworben. Bei Bekleidung ist die Region Tirol/Vorarlberg mit 42 Prozent führend, auch Hygieneartikel wurden vor allem im Westen online bestellt (Tirol/Vorarlberg

38%, OÖ/Salzburg 36%). Online-Lebensmittelkauf fand am häufigsten in Wien statt (34%). Laut Ökonom **Peter Schnedlitz** ist Amazon im Online-Geschäft der große Gewinner. „Heimische Anbieter bedienen höchstens Nischen“. Wo österreichische Online-Anbieter besser abschnitten als internationale: Gartenware (52% vs. 32%), Lebensmittel (53% vs. 30%), Möbel (55 % vs. 36%). Wichtigste Kriterien für den heimischen Online-Kauf sind Gratislieferung (79%) und das Angebot regionaler oder heimischer Produkte (61%). WKÖ-Handelsobmann Peter Buchmüller: „Es ist wichtig für uns alle, dass möglichst jeder Euro, der ausgegeben wird, im Land bleibt!“

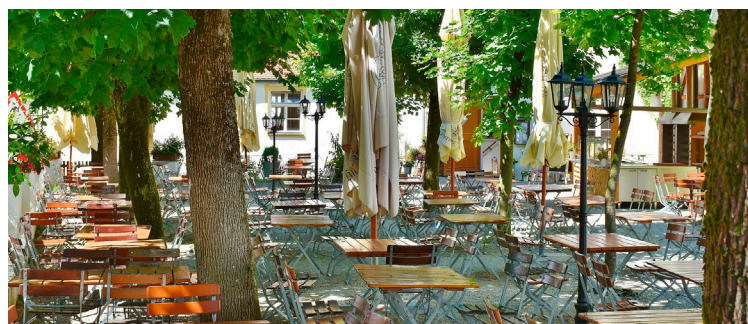
Comeback des Einkaufszettels

65 Prozent planen ihre Lebensmitteleinkäufe nun sorgfältiger. Schnedlitz: „Es gibt insgesamt eine Renaissance des Einkaufs-



Einkaufen in Zeiten der Corona-Krise.
Foto: Markus Spitzauer

zettels.“ Das bedeute kürzere Verweildauer, mehr Plankäufe, weniger Impulskaufe. Der schon vor der Krise beobachtbare Trend zur Regionalität hat sich verstärkt, vor allem in Tirol/Vorarlberg: Angst vor Lieferengpässen bei regionalen Produkten haben dort 71 Prozent, bundesweit nur 59 Prozent.



Wenn es um Gastronomie geht, warten die Österreicher am ungeduligsten auf die Öffnung von Wirtshäusern und Restaurants.
Foto: pixabay

Österreicher sehnen sich nach ihrem Wirtshaus

(mjb). In der Krise angespartes Geld wollen die Österreicher laut Umfrage des Gallup Instituts und der **WU Wien** in Reisen (46%) und Gastronomie (44%) stecken. Dabei würden 62 Prozent nach der Öffnung Wirtshäuser bzw. Restaurants besuchen (68% der Tiroler und Vorarlberger). Kaffeehäuser vermisst man am meisten in der Region Steiermark/Kärnten und Tirol/Vorarlberg (45 Prozent und 46 Prozent).

In Wien, Niederösterreich/Burgenland wollen 35 Prozent gleich nach der Öffnung zum Heurigen gehen (bundesweit 21%).

Regionales Einkaufen bleibt

A propos Heuriger: 67 Prozent der Österreicher wollen auch nach der Krise mehr regionale Produkte und 63 Prozent stärker bei heimischen Unternehmen kaufen, in Wien hegen diese Absichten nur 58 Prozent.

So wirkt sich die Krise auf heimische Betriebe aus

(mjb). Die Geschäftslage der österreichischen Unternehmen hat sich einen Monat nach dem vorübergehenden „Shutdown“ massiv verschlechtert, wie eine Blitzumfrage von KSV1870 ergibt. Auf 68 Prozent der Betriebe hat die Krise eine sehr starke oder starke Auswirkung, 27 Prozent davon spüren sogar einen massiven Einschnitt. Nur knapp drei Prozent sind überhaupt nicht betroffen.

Liquiditätsprobleme

Während vor einigen Wochen noch 63 Prozent ihre Geschäftslage mit „sehr gut“ bzw. „gut“ bewertet haben, sind es jetzt gerade einmal 31 Prozent, davon nur neun Prozent mit „sehr gut“. Für 30 Prozent der Befragten reichen die liquiden Mittel (Stand: 16. April) nur noch für maximal drei Monate aus, für 14 Prozent nur mehr für vier Wochen, in etwas über



Fast alle Betriebe spüren die Maßnahmen.
Foto: Markus Spitzauer

fünf Prozent der Fälle sind es sogar nur mehr zwei. Bei vier Prozent der Betriebe sind sämtliche finanzielle Mittel bereits aufgebraucht. Hingegen erwarten 14 Prozent der Unternehmen aus heutiger Sicht langfristig keine Probleme. Bis nach Ostern haben 61 Prozent um finanzielle Hilfe aus dem Rettungsschirm angesucht bzw. haben das vor.