

UMWELTSCHUTZ

Konzerne wollen weniger Plastik

DAVOS. Zum Schutz der Meere haben sich 40 der größten Konzerne der Welt dazu verpflichtet, weniger und umweltfreundlicheres Plastik zu verwenden. Der entsprechenden Initiative haben sich Unternehmen wie Procter and Gable, Unilever, Coca-Cola und Danone angeschlossen. (APA)

S-BUDGET & CLEVER

Handelsmarken setzen Bullen zu

SALZBURG/WIEN. Die Energydrink-Eigenmarken der Händler haben dem ehemaligen Platzhirsch in diesem Segment, Red Bull, den Rang abgelaufen: Der S-Budget-Muntermacher ist laut Spar 2016 mit 45,7 Mio. Dosen fast doppelt so oft verkauft worden wie Red Bull.

Auch bei Billa, Merkur & Co liege der clever-Energydrink mengenmäßig seit Jahren deutlich über Red Bull. Entscheidendes Kriterium dürfte wohl der Preis sein: Red Bull kostet gut dreimal so viel wie die Energydrinks der Händler.

Weltweit erzielt Red Bull nach wie vor Wachstumsraten. Im Jahr 2015 hat der Konzern insgesamt 5,957 Mrd. Dosen verkauft, um rund sechs Prozent mehr als 2014. Neuere Zahlen liegen noch nicht vor. (red)

© Panthermedia.net/Pressmaster



Entertainment

Die Digital Natives sind gar nicht so digital, wie man meinen möchte: Ihre zweitliebste Beschäftigung ist nämlich Shoppen gehen ins Einkaufszentrum.

Die Kaufkraft aus dem Hotel Mama

Millennials, die oft noch bei den Eltern wohnen, gehen gern shoppen – und können sich's auch leisten.

WIEN. Millennials, also jene zwischen 1980 und 2000 geborene, die man gern als „Digital Natives“ bezeichnet, bevorzugen zum Einkaufen den stationären Handel. Sie wollen die Produkte vor dem Kauf sehen und ausprobieren – das geht aus einer internationalen Millennials-Studie des Immobiliendienstleisters CBRE hervor.

70% dieser Digital Natives kaufen demnach im Geschäft ein; 43% wollen die Produkte anprobieren, und 29% sehen Einkaufen zudem als angenehme Freizeitaktivität. Und sowieso seien die Produkte da und dort verfügbar. Für zwei Drittel der Frauen sei Shopping an freien Tagen mithin „was Schönes“.

Lediglich 16% würden die Produkte zuerst online bestellen und dann im Geschäft abholen. Die Online-Shops werden vor allem benutzt, um sich über Produkte zu informieren. Wenn online bestellt wird, dann wird in

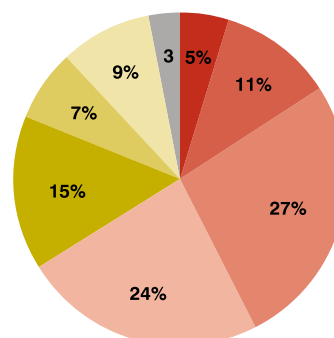
65% der Fälle die Lieferung nach Hause vereinbart; 17% lassen an Packstationen liefern, 13% holen im Geschäft ab und 11% lassen ins Büro liefern.

High-Shopping voraus

Die Millennials werden in wenigen Jahren in ihrer „High-Shopping-Phase“ sein, besitzen eine hohe Kaufkraft und wohnen zu 50% im „Hotel Mama“, urteilt

Handelsexperte Walter Wölfler von CBRE Österreich.

80% dieser digital versierten Gruppe besitzen ein Smartphone, 45% ein Tablet; sie ist sehr entertainmentaffin. Nach dem Auswärtsessen kommt in der Spaß-Hierarchie der Besuch des Einkaufszentrums. Drei Tage im Monat verbringen sie laut Studie im EKZ, vorwiegend zur Unterhaltung. (nov)

Onlinehandel in Österreich**Kaufhäufigkeit 2016**

Online wird mehr gustiert als geshoppt

- Mehrmals pro Woche
- ca. einmal pro Woche
- Mehrmals pro Monat
- Ca. einmal im Monat
- Alle 2–3 Monate
- Alle 4–6 Monate
- Seltener
- Nie

Quelle: Handelsverband Österreich