



© idealo.at

tig nicht ohne den stationären Handel erfolgreich wirtschaften kann. Aber auch, dass der stationäre Handel ohne Online-Handel keine großen Erfolge mehr erzielen wird“, so Veronika Bahr, Country Managerin idealo Österreich. Sie verweist damit auf den theoretischen Rettungsanker: den Schulterschluss von Online und Offline. Den wird es in aller Herrlichkeit natürlich nicht spielen. Dafür fühlen sich die einen (Amazon & Co.) zu stark und schätzen überdies die anderen als zu schwach ein.



© Veronika Bahr

”

Das letzte Jahr hat auch gezeigt, dass der Onlinehandel langfristig nicht ohne den stationären Handel erfolgreich wirtschaften kann.

Veronika Bahr
idealo.at

Dennoch sind Initiativen willkommen, nicht zuletzt als Hoffnungsträger. Demgemäß bietet idealo gemeinsam mit dem Handelsverband Corona-betroffenen Händlern mit Sitz in Österreich an, ihre Produkte und Angebote

bis einschließlich 28. Februar 2021 kostenlos auf idealo.at zu listen. Derart möge man von der Reichweite und Beliebtheit der Plattform profitieren – übrigens inklusive Beratungsteam, das dabei hilft, die ersten Online-Schritte auch richtig zu setzen.

Ein starker Monat weniger

Bei aller Online-Liebäugelei könnte die Zeit für den harten Lockdown gar nicht schlechter fallen: Nach Weihnachten ist der Jänner mit seinen ersten Ausverkaufaktionen und dem Umtauschgeschäft der Weihnachtsgeschenke normalerweise ein bärenstarker Monat. Modehändler, die saisonbedingt Platz für neue Ware schaffen wollen, bleiben auf der alten, die sie normalerweise zugkräftig rausverkaufen, diesmal eher sitzen. Wie ist hier die Unterstützung politischerseits anzusehen? Wie weit kann sie reichen?

Ersatz für entgangenen Umsatz ist eine tatkräftige Hilfe, aber für viele Inanspruchnehmer hakt hier die Bürokratie sehr stark. Und zweitens: Wie oft lässt sich dieses Szenario finanziell durchdrücken? Fakt ist, dass auch die Unterstützungsprogramme der Regierung einmal vorbei sein müssen und dann bleibt als Mutmaßung stehen, dass das Dauerstolpern von einem Lockdown in den nächsten vielleicht weiter von einer konstruktiven Herangehensweise entfernt ist,

–84%

Keine Frequenz

Besonders augenfällig ist der harte Lockdown in der Wiener Kärntner Straße – laut Standort + Markt lagen hier die Frequenzrückgänge im Weihnachtsgeschäft bei 84,1% in der KW 48.

als ursprünglich angedacht. Die *Süddeutsche Zeitung* hat in der Vorwoche dem andauernden Verlängern von Lockdowns treffend die Zuschreibung „brutale Fantasielosigkeit“ verliehen. Zu hoffen ist, dass der brutalen Fantasielosigkeit kein ebenso brutaler Knockdown des Handels folgt.

Zuversicht schon für 2021

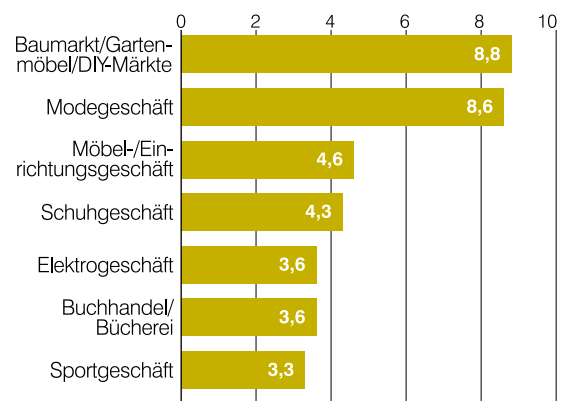
Die Studie für Hoffnung und Zuversicht kommt an dieser Stelle vom KSV1870, durchgeführt zum Ende des zweiten Lockdowns im Dezember 2020. Nach dem sogenannten Austrian Business QuickCheck wird sogar das Jahr 2020 ungeachtet aller Corona-Verwerfungen von 60% von rd. 600 befragten Betrieben grundsätzlich positiv bewertet.

Darüber hinaus starten rd. drei Viertel der Unternehmen mit einer positiven Erwartungshaltung ins neue Jahr. Weiters rechnet mehr als ein Viertel der Befragten mit einer Entspannung der wirtschaftlichen Lage frühestens im 3. Quartal 2021 – ebenso viele erwarten diese für 2022. Als größte Sorge wird aber auch weiterhin die große „Unsicherheit, wann denn nun endlich die Covid-19-Krise endet“, gesehen.

Stationärer Einkauf im Rückblick

Rückgänge bei den Non Food-Händlern

Mode- und Möbelhäuser besonders stark betroffen



Im Jahr 2020 waren Sie als Kunde ...; n=1.000; Quelle: Marketagent