

Zwischen Boykott und Turbokonsum

Der heutige Black Friday steht wieder im Zeichen einer Verlagerung ins Internet – und mancherorts des Boykotts.



© APA/Hans Punz

Rabattregen

Zum alljährlich am letzten Freitag im November abgehaltenen Black Friday animieren Händler mit Rabatten zur Schräppchenjagd – heuer ist diese zu großen Teilen aufs Internet beschränkt.

WIEN/MÜNCHEN. Wie im Vorjahr fällt der heutige Black Friday wieder in die Zeit eines bundesweiten Lockdowns. Die erwartbare Konsequenz ist eine neuerliche Umsatzverschiebung in Richtung Onlinehandel – und damit der Abfluss von Kaufkraft ins Ausland: Wie eine aktuelle Marktanalyse von RegioData Research im Auftrag des Versand- und Internethandels der WKÖ zeigt, gaben die Österreicher im Jahr 2020 rund 10,5 Mrd. € im Online-Handel aus. Davon flossen jedoch nur knapp 30% an heimische Online-Shops, während der Bärenanteil von mehr als 70% (7,4 Mrd.€) an ausländische Konkurrenten – allen voran Amazon – ging.

„Gerade während des erneuten Lockdowns ist es wichtig, den heimischen Online-Handel zu stärken und einen weiteren Abfluss von Kaufkraft, Arbeitsplätzen und Steuereinnahmen ins Ausland zu verhindern“,

unterstreicht Martin Sonntag, Obmann des Versand- und Internethandels in der WKÖ. Er empfiehlt, sich „bewusst für heimische Händler zu entscheiden und damit Wertschöpfung, Arbeitsplätze und Steuereinnahmen in Österreich zu sichern“.

Kauf-nix-Tag

Wenngleich der Black Friday mittlerweile auch im deutschsprachigen Raum zu den umsatzstärksten Tagen des Jahres zählt, macht sich bisweilen eine „Black-Friday-Müdigkeit“ breit, wie dem Global Black Friday Forecast von Simon-Kucher & Partners zu entnehmen ist. Demnach geben 43% der Generation Z (Jahrgänge ab ca. 1997) als Grund für weniger (Kauf-)Interesse an, vom wiederkehrenden Black Friday mit seiner Masse an Angeboten „gelangweilt“ zu sein.

Während die Studienautoren daraus auf neues Potenzial in

Form von Abwechslung schließen und etwa auf den hierzulande noch wenig bekannten „Singles' Day“ am 11. November – dem weltweit umsatzstärksten Online-Shopping-Tag – verweisen, haben sich längst auch Gegenveranstaltungen zum Black Friday wie der „Buy Nothing Day“ etabliert.

In den USA bereits im Jahr 1992 eingeführt, fand der konsumkritische Protesttag außerhalb Nordamerikas kaum Widerhall, gewann aber im Zuge der mittlerweile stärker präsenten Nachhaltigkeitsdebatte zuletzt mehr Aufmerksamkeit.

Die populärste Gegenveranstaltung in Österreich geht indes von Ikea aus: Im Rahmen des von 10. bis 30. November abgehaltenen „Green Friday“ kauft der Möbelhändler seinen Kunden gebrauchte Ikea-Möbel zu besonders guten Konditionen ab – und schenkt diesen via Weiterverkauf ein zweites Leben. (red)

IN EIGENER SACHE

(Un-)Mengen an Lebensmittelabfall

WIEN. In der letztwöchigen medianet-Ausgabe fanden sich in zwei (von verschiedenen Redakteuren verfassten) Artikeln widersprechende Angaben zur Lebensmittelverschwendung – einmal wurde die Zahl an vermeidbaren Lebensmittelabfällen, die im Haushaltsmüll landen, auf 206.990 t beziffert, im anderen Fall auf 521.000 t.

Die von einem aufmerksamen Leser angestoßene Recherche ergab, dass den beiden Zahlen jeweils seriöse Quellen zugrundeliegen. So beruft sich die Kearney-Studie auf Zahlen eines im Mai 2021 veröffentlichten Berichts des Rechnungshofs, der Lidl-Artikel auf eine 2020 vom WWF in Auftrag gegebene Erhebung der Universität für Bodenkultur Wien (Boku).

Hohe Diskrepanz

Während der Rechnungshof von einer niedrigeren Gesamtzahl (790.790 t) verschwendeter Lebensmittelabfälle sowie einem geringeren Haushaltsabfall-Anteil ausgeht (knapp ein Viertel), beziffert der Boku-Bericht die Gesamtmenge auf über eine Mio. Tonnen und deutlich höheren Haushaltsanteil (rund die Hälfte). Die hohe Diskrepanz dürfte der Schwierigkeit einer adäquaten Erhebung Rechnung tragen, vermag aber jedenfalls zu irritieren. (red)



© APA/Georg Hochmuth