

**Kontakt:**  
IFH Köln  
Lara Kersken  
Unternehmenskommunikation  
+49 (0) 221 94 36 07-827  
[presse@ifhkoeln.de](mailto:presse@ifhkoeln.de)  
[www.ifhkoeln.de](http://www.ifhkoeln.de)

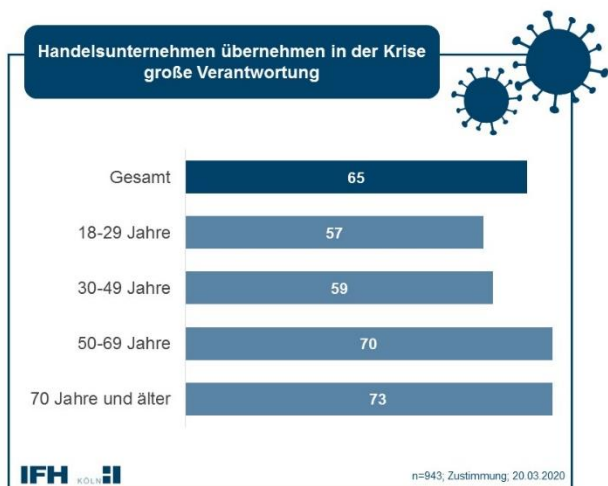
## Corona Consumer Check: Handelsunternehmen kommt große Verantwortung zu

Die aktuelle Ausgabe des Corona Consumer Check des IFH Köln beleuchtet die gesellschaftliche Rolle der Handelsunternehmen in der Coronakrise und zeigt: Konsument\*innen schreiben dem Handel eine große Verantwortung zu. Verantwortungsvolles Verhalten honorieren die Konsument\*innen und verschieben große Anschaffungen in die Zeit nach der Krise.

**Köln, 01. April 2020** – Immer mehr Unternehmen – insbesondere aus der Handelsbranche – haben in der vergangenen Woche Kurzarbeit angemeldet. Ein korrekter und verantwortungsvoller Umgang mit der Krisensituation ist für die Branche grundlegend wichtig – so auch die Meinung der für den Corona Consumer Check befragten Konsumentinnen und Konsumenten, die mehrheitlich den Handelsunternehmen in der Krise eine große Verantwortung zuschreiben. Diese Sichtweise zeigt sich auch in dem Konsumverhalten der Befragten: Unternehmen, die sich aktuell nicht korrekt verhalten, könnten nach der Krise von ihren Kund\*innen abgestraft werden und geplante Anschaffungen verschieben die Befragten eher in die Zeit nach der Krise.

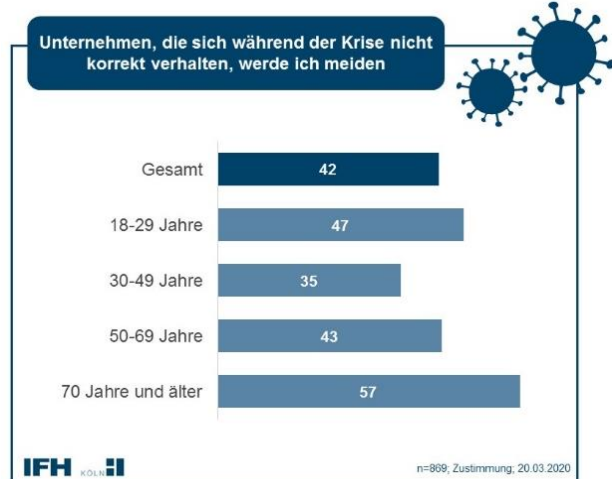
### Handelsunternehmen mit großer Verantwortung

Eine Mehrheit von 65 Prozent der Befragten sind der Meinung, dass Handelsunternehmen in der Coronakrise eine große Verantwortung übernehmen. Dabei scheint bei der älteren Bevölkerung der über 50-Jährigen diese Überzeugung stärker verankert zu sein als bei den jüngeren Bürgerinnen und Bürgern.



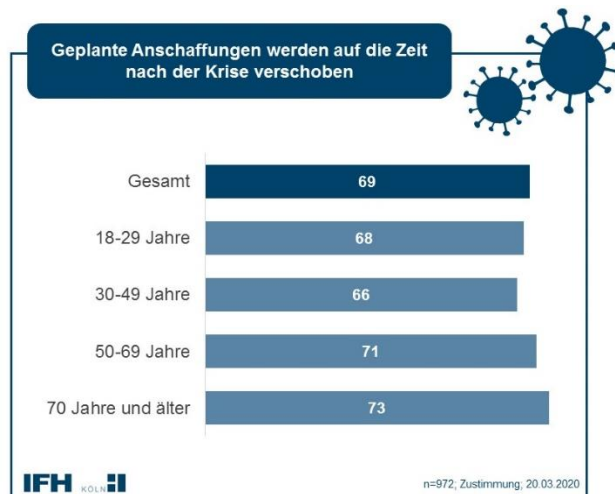
## Unkorrektes Verhalten zieht Konsequenzen nach sich

42 Prozent der befragten Konsument\*innen geben an, verantwortungsloses Agieren von Unternehmen in der Krise später mit Konsequenzen zu strafen und das Unternehmen zu meiden. Während Konsument\*innen über 70 Jahren hier besonders abstrafend reagieren, zeigen die 30-49-Jährigen hier ein weniger konsequentes Verhalten in der Zeit nach der Krise.



## Geplante Anschaffungen werden verschoben

Die Einschränkungen im Einkaufsverhalten – unter anderem ausgelöst durch geschlossene Geschäfte – wirken sich auch auf geplante Anschaffungen der Konsumentinnen und Konsumenten aus. So geben 69 Prozent der Befragten an, geplante Anschaffungen bewusst auf die Zeit nach der Krise zu verschieben. Hier herrscht über die unterschiedlichen Altersgruppen hinweg nahezu Einigkeit.



Wörter der Meldung: 298

Zeichen der Meldung: 2.271

*Daten und Grafiken aus dieser Pressemitteilung dürfen nur im Rahmen journalistischer oder redaktioneller Zwecke genutzt werden. Die werbliche und kommerzielle Nutzung sowie Aufbereitung für eine vertragsbasierte Weitervermarktung sind untersagt. Dies gilt insbesondere für Statistikportale.*

### Über die Daten

Anlässlich der aktuellen Coronakrise analysiert das IFH Köln im Rahmen des neuen „Corona Consumer Check“ bevölkerungsrepräsentativ das Stimmungsbild zum Konsumverhalten in der deutschen Gesellschaft.

Für weitere Informationen und Zahlen kommen Sie gerne auf uns zu.

Basierend und ergänzend zum Corona Consumer Check bieten wir am 7. April im Rahmen unserer [ECC WEBINAR DAYS](#) zwei Webinare an, zu denen Sie sich kostenfrei anmelden können:

7. April, 11 Uhr: *Corona-Krise im Handel – Insights für Marktbearbeitung* mit Dr. Susanne Eichholz-Klein, Bereichsleiterin IFH Köln und Anne Lisa Weinand, Projektleitung ECC Köln. [Hier](#) anmelden.

7. April, 14 Uhr: *5 vor 12 wegen der Corona-Krise: Was Handelsunternehmen tun können, wenn die Insolvenz droht* mit Boris Hedde, Geschäftsführer IFH Köln und Prof. Dr. Manfred Hunkemöller, Sanierungsexperte. [Hier](#) anmelden.

### **Über das IFH Köln – Die Experten für Handel im digitalen Zeitalter**

Als Brancheninsider liefert das IFH Köln Information, Research und Consulting zu handelsrelevanten Fragestellungen im digitalen Zeitalter. Das IFH Köln ist erster Ansprechpartner für unabhängige, fundierte Daten, Analysen und Strategien, die Unternehmen erfolgreich und zukunftsfähig machen. Durch die Betrachtung von Märkten, Kunden und dem Wettbewerb, bietet das IFH Köln einen 360°-Blick für die Strategieableitung bei handelsrelevanten Themen. In maßgeschneiderten Projekten werden Kunden bei strategischen Fragen rund um Digital-Strategien, bei der Entwicklung neuer Märkte und Zielgruppen oder bei Fragen der Kanalexzellenz unterstützt. Mit der Digital-Brand ECC Köln ist das IFH Köln seit 1999 im E-Commerce aktiv und bearbeitet Zukunftsthemen im Handel. Weitere Informationen unter [www.ifhkoeln.de](http://www.ifhkoeln.de)