

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

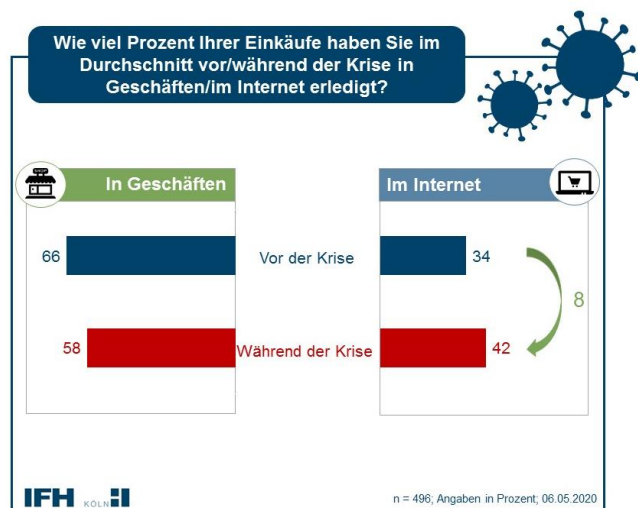
Corona Consumer Check: Onlinekanal unter Zugzwang

Der aktuelle Corona Consumer Check beleuchtet die Rolle des Onlinekanals in der Coronakrise und zeigt auf: Der Onlinekanal wurde im Laufe der Krise zwar immer beliebter, kann in Beratungs- und Serviceleistungen jedoch noch nicht überzeugen. Insbesondere bei 18-29-Jährigen sind Mängel beim Onlinekauf ein Thema.

Köln, 10. Juni 2020 – Der Onlinehandel hat in den vergangenen Monaten des Lockdowns großen Zuwachs erhalten. Während der Einkauf im Internet in Zeiten von Mundschutzpflicht und Einlassbeschränkungen im stationären Einzelhandel nicht nur sicher vor einer Ansteckung mit dem Coronavirus, sondern auch bequem erscheint, steht der Onlinekanal dennoch in einigen Qualitäten hinter den stationären Läden. Ein großes Manko: Die fehlende persönliche Beratung von Mitarbeiter*innen im Einzelhandel. Auch wird der fehlende Ausbau von Cross-Channel-Konzepten von den Konsument*innen bemängelt – so die Ergebnisse des aktuellen Corona Consumer Check des IFH Köln in Zusammenarbeit mit Sitecore und ecx.io, Teil der Agenturfamilie IBM iX.

Online und stationäre Einkäufe gleichen sich an

Der Vergleich von Online- und stationären Käufen vor und während der Coronakrise zeigt den Onlinehandel als klaren Gewinner. Während die stationär erledigten Käufe um acht Prozentpunkte auf 58 Prozent sinken, verhält es sich bei Onlinekäufen gegenläufig. Hier geben die befragten Konsumentinnen und Konsumenten an, vor der Krise 34 Prozent der Einkäufe im Durchschnitt online getätigt zu haben – während der Krise beläuft sich der Wert auf 42 Prozent.



Konsument*innen vermissen online den persönlichen Kontakt

Beim Onlinekauf wird von 21 Prozent der Befragten der fehlende Kontakt zu den Mitarbeiter*innen bemängelt. Auch die daraus resultierende persönliche Beratungsleistung vermissen 18 Prozent. Darüber hinaus sind auch 14 Prozent mit der Preistransparenz im Onlinekanal nicht zufrieden. Auffällig: In allen Kategorien bewerten die sogenannten Smart Natives* der 18-29-Jährigen die fehlenden Leistungen im Onlinekanal besonders negativ.



Cross-Channel-Services ausbaufähig

Serviceangebote, die Online- und stationären Einkauf verbinden, werden besonders von den 18-29-Jährigen vermisst. Am größten ist bei den befragten Konsumentinnen und Konsumenten der Wunsch nach einer Online-Verfügbarkeitsanzeige (11 %, Smart Natives 22 %), gefolgt von dem Digitalen Einkaufszettel (10 %, Smart Natives 21 %) sowie Click & Collect-Angeboten (9 %, Smart Natives 19 %).



Wörter der Meldung: 339

Zeichen der Meldung: 2.496

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.

*Definition Smart Natives

Personen mit Geburtsjahr ab 1990 mit hoher Smartphone-Affinität und Aktivität in sozialen Medien.

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. Die erste Erhebung fand in KW 12 statt, eine zweite in KW 16. Die aktuellen Daten wurden in Zusammenarbeit mit Sitecore und ecx.io, Teil der Agenturfamilie IBM iX, in KW 19 erhoben. Hierfür wurden 500 Deutsche in einer repräsentativen Onlinebefragung zu ihrem Einkaufsverhalten befragt.

Mehr Informationen zum „Corona Consumer Check“ sowie die kompletten drei Studien gibt es zum Download unter: <https://corona.ifhkoeln.de/>

Auch im Rahmen der Onlinevorträge der [ECC WEBINAR DAYS](#) wird der Corona Consumer Check aufgegriffen.

Am 25.06. um 11 Uhr wird Max-Henrik Fabian, IFH Köln, über das Thema „*Innenstadtrelevante Branchen unter Druck*“ und das veränderte Konsum- und Einkaufsverhalten der Verbraucher in Zeiten der Coronakrise sprechen. Kostenlose Anmeldung [hier](#).

Vergangene Webinare rund um die Auswirkungen der Coronakrise auf den Handel, so zum Beispiel „*Das neue Normal: Krise als Innovationsmotor für Nachhaltigkeit und Agilität*“ können Sie auf der Website der [ECC WEBINAR DAYS](#) bequem noch einmal anschauen.

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

Über Sitecore

Sitecore stellt eine Plattform für digitale Kundenerlebnisse bereit, mit deren Hilfe die intelligentesten Marken der Welt lebenslange Beziehungen zu ihren Kunden aufbauen können. Als ein vielfach ausgezeichneter Marktführer ist Sitecore das einzige Unternehmen, das Content, E-Commerce und Daten auf einer vernetzten Plattform zusammenführt, um mehr als 500.000 digitale Kundenerlebnisse pro Tag bereitzustellen. Führende Unternehmen wie American Express, ASOS, Carnival Cruise Lines, Kimberly-Clark, L'Oréal und Volvo Cars vertrauen auf Sitecore bei der Bereitstellung von ansprechenderen personalisierten Erlebnissen für ihre Kunden. Weitere Informationen finden Sie auf Sitecore.com.

Über ecx.io

[ecx.io](#) ist eine der erfolgreichsten Digital-Agenturen Europas — und als Teil der IBM iX Agenturfamilie auch eine der größten weltweit. An den [ecx.io](#) Standorten in Düsseldorf, Bracknell, Varaždin, Wels, Graz, Wien, Zagreb und Bangalore lösen über 440 Unternehmer, Kreative, Strategen, Denker und Geeks Herausforderungen rund um Digital Marketing und Commerce. Wir denken größer als Agenturen und kreativer als Beratungsunternehmen – mit der Power integrativer Lösungen.