



SITECORE[®]

ecx.io
an IBM Company

IFH KÖLN

PRESSEMITTEILUNG

Kontakt:

IFH Köln

Lara Kersken

Unternehmenskommunikation

+49 (0) 221 94 36 07-827

presse@ifhkoeln.de

www.ifhkoeln.de

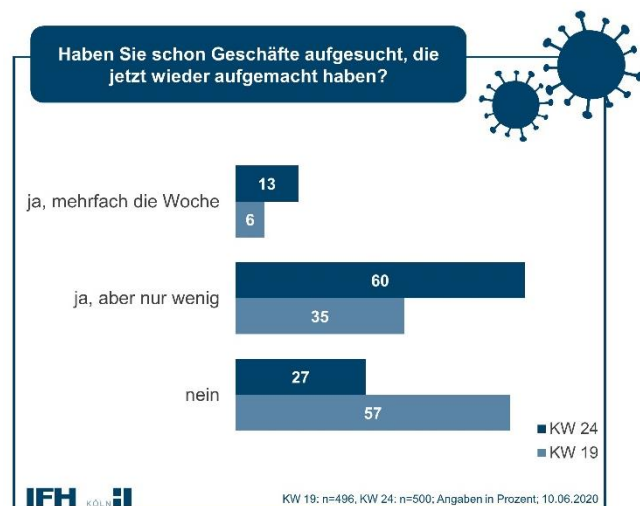
Corona Consumer Check: Maskenpflicht trübt Einkaufserlebnis

*Die neueste Befragung des Corona Consumer Check beleuchtet die aktuelle Situation für den stationären Einzelhandel, der von den Konsument*innen wieder vermehrt aufgesucht wird. Die Maskenpflicht in Geschäften trübt die Einkaufslust. Geplante Mehrwertsteuersenkung trifft bei Befragten auf Skepsis.*

Köln, 23. Juni 2020 – Der Alltag in Deutschland und anderen europäischen Ländern normalisiert sich langsam – auch im Einzelhandel. Geschäfte sind wieder geöffnet und werden von Konsumentinnen und Konsumenten wieder vermehrt besucht. Die Kundenfrequenzen liegen allerdings nach wie vor unter den Werten vor der Coronakrise. Die strengen Auflagen für den Einzelhandel und insbesondere die Maskenpflicht trüben die Lust am Einkaufen vor Ort und auch die angekündigte Mehrwertsteuersenkung wird den Konsum nur wenig ankurbeln. Diese und weitere Ergebnisse liefert der aktuelle Corona Consumer Check des IFH Köln in Zusammenarbeit mit Sitecore und ecx.io, Teil der Agenturfamilie IBM iX.

Zunehmender Besuch von Geschäften

Konsumentinnen und Konsumenten gehen vermehrt wieder in stationären Geschäften einkaufen. Während bei der letzten Befragung des Corona Consumer Check in KW 19 erst 35 Prozent der Befragten angaben, wieder ab und zu Geschäfte aufzusuchen, bejahen aktuell bereits 60 Prozent diese Frage. 13 Prozent geben sogar an, mehrfach wöchentlich Geschäfte zu besuchen – hier lag der Wert vor fünf Wochen noch bei 6 Prozent. Auch die strikte Ablehnung des Einkaufens vor Ort geht stark zurück: Aktuell geben 27 Prozent an, geöffnete Geschäfte noch nicht aufgesucht zu haben. In KW 19 lag dieser Wert noch bei 57 Prozent.



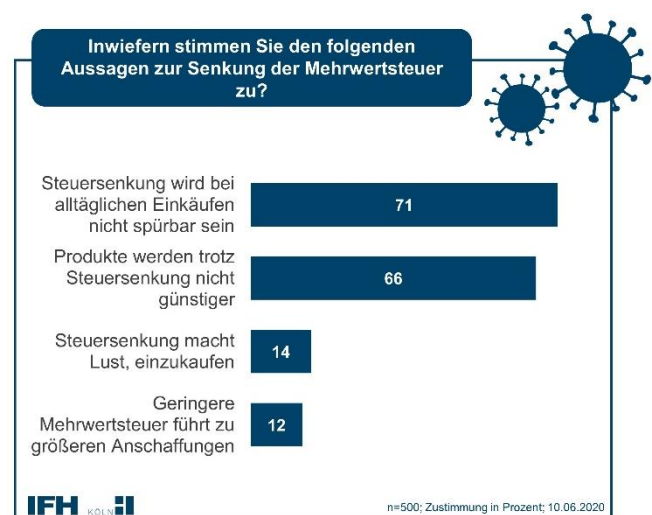
Maskenpflicht trübt das Einkaufserlebnis

Das rechtlich vorgeschriebene Tragen eines Mund-Nasen-Schutzes beim Einkaufen in Geschäften nehmen viele Konsument*innen als störend wahr. Rund die Hälfte der Befragten gibt an, ohne die Maskenpflicht mehr Lust am stationären Einkauf zu haben (52 %), vermehrt in Geschäften zu stöbern (50 %) oder diese generell aufzusuchen (48 %). Auch vermuten rund ein Drittel der Konsument*innen, ohne die Maskenpflicht mehr Produkte zu kaufen.



Angekündigte Mehrwertsteuersenkung trifft auf Skepsis

71 Prozent der befragten Konsument*innen sind in Punkto Mehrwertsteuersenkung skeptisch und glauben, dass sie von der ab Juli geplanten Steuersenkung beim Einkauf nichts spüren werden und dass Produkte nicht günstiger werden (66 %). Entsprechend ist auch die Einkaufslust nur bei 14 Prozent der Konsument*innen angereizt; lediglich 12 Prozent geben an, nun größere Anschaffungen vorzunehmen.



Wörter der Meldung: 363

Zeichen der Meldung: 2.602

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. Die erste Erhebung fand in KW 12 statt, eine zweite in KW 16. Die dritte Erhebung in KW 19 sowie die vorliegenden, aktuellen Daten wurden in KW 24 in Zusammenarbeit mit Sitecore und

ecx.io, Teil der Agenturfamilie IBM iX, erhoben. Hierfür wurden 500 Deutsche in einer repräsentativen Onlinebefragung zu ihrem Einkaufsverhalten befragt.

Mehr Informationen zum „Corona Consumer Check“ sowie die kompletten vier 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 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.