

PRESSEMITTEILUNG

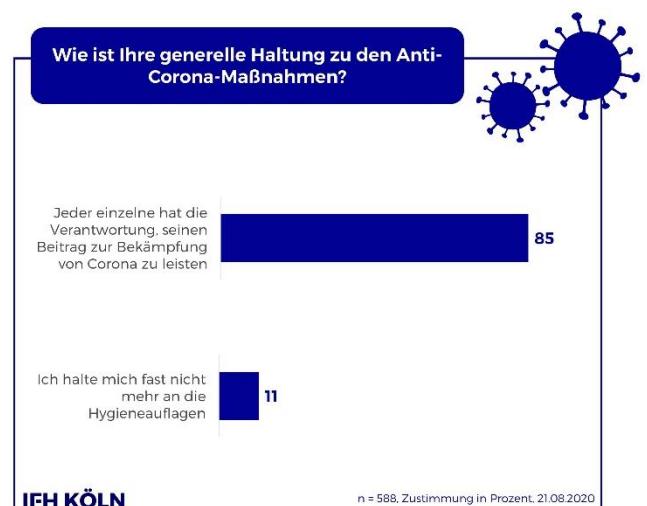
CORONA CONSUMER CHECK: MEHRHEIT DER KONSUMENT*INNEN AKZEPTIEREN „NEW NORMAL“

Coronamaßnahmen stoßen bei der Mehrheit der Bevölkerung auf Zustimmung. Rund die Hälfte der Deutschen hat Angst vor einem zweiten Lockdown. Das Konsumverhalten tendiert wieder zu Vorratskäufen.

Köln, 15. September 2020 — Mundschutz, Hygieneregeln, Abstände einhalten, Reiseeinschränkungen: Rund ein halbes Jahr nach dem Lockdown in Folge des Ausbruchs der Coronapandemie hat sich in Deutschland und in anderen Ländern weltweit eine neue Normalität im Alltag eingestellt. In Anbetracht der Diskussionen um die Maßnahmen und deren Notwendigkeit, die in der Bevölkerung momentan unterschiedliche Meinungen hervorrufen, untersucht der aktuelle Corona Consumer Check des IFH KÖLN in Zusammenarbeit mit Sitecore und ecx.io, Teil der Agenturfamilie IBM iX, das Stimmungs- und Meinungsbild der Deutschen zum „New Normal“. Fazit: Die geltenden Maßnahmen werden mehrheitlich angenommen – die Angst vor einer zweiten Infektionswelle steigt, was sich auch an der Tendenz zu „Hamsterkäufen“ beobachten lässt.

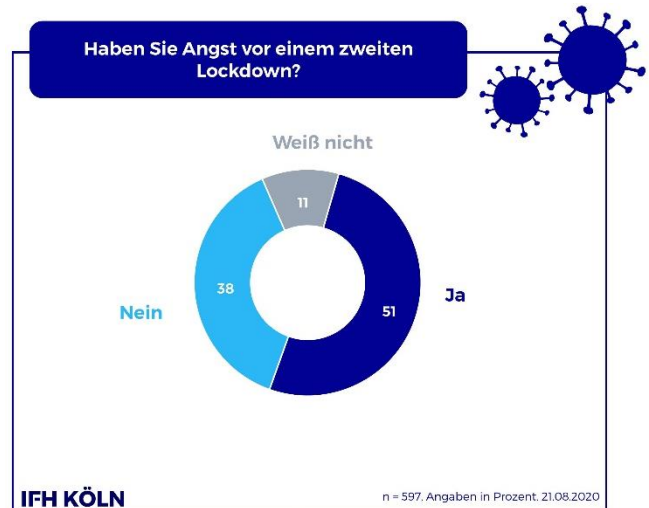
Großteil der Bevölkerung unterstützt die geltenden Anti-Corona-Maßnahmen

85 Prozent der deutschen Konsumentinnen und Konsumenten sind der Meinung, dass jedem Einzelnen in der Bevölkerung eine Verantwortung zukommt, die Ausbreitung der Coronapandemie zu bekämpfen und sich somit an die geltenden Maßnahmen zur Eindämmung des Virus zu halten. Nur 11 Prozent der befragten Deutschen geben an, sich kaum noch an die geltenden Maßnahmen und Hygieneauflagen zu halten.



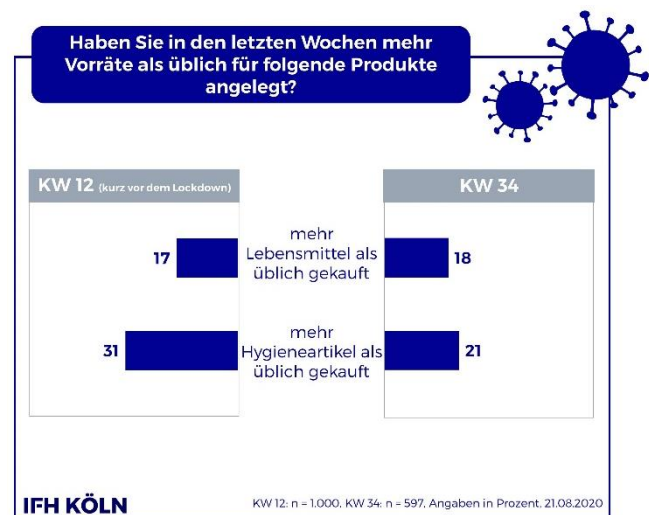
Furcht vor erneutem Lockdown

Ein erneuter Lockdown wie im Frühjahr 2020 wird von rund der Hälfte der Befragten befürchtet. 38 Prozent haben dagegen keine Angst vor einer erneuten Schließung von Geschäften und einer damit verbundenen Eindämmung des öffentlichen Lebens; 11 Prozent zeigen sich neutral gestimmt.



„Hamstern“ nimmt wieder zu

Die Furcht vor einem zweiten Lockdown zeigt sich auch in der zunehmenden Tendenz der Konsument*innen, wieder mehr Vorräte anzulegen. So haben in KW 12 – kurz vor dem nahezu bundesweiten Lockdown am 20.3. – 17 Prozent der Menschen mehr Lebensmittel als üblich eingekauft. Bei Hygieneartikeln (beispielsweise Toilettenpapier) bevorratete sich damals nahezu ein Drittel der Bevölkerung. Mit 18 Prozent (Lebensmittel) und 21 Prozent bei Hygieneartikeln nimmt aktuell die Tendenz zum „Hamstern“ wieder zu.



Wörter der Meldung: 326

Zeichen (inkl. Leerzeichen): 2.372

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 ist 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. Hierfür werden 500 Deutsche in einer repräsentativen Onlinebefragung zu ihrem Einkaufsverhalten befragt. Die erste Erhebung fand in KW 12 statt, eine zweite in KW 16 und eine dritte in KW 19. Es folgte eine vierte Erhebung in KW 24 in Zusammenarbeit mit Sitecore und ecx.io, Teil der Agenturfamilie IBM iX. Die vorliegenden, aktuellen Daten wurden in KW 34 ebenfalls in Zusammenarbeit mit Sitecore und ecx.io erhoben.

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

Auch im Rahmen der Expertenvorträge der [ECC WEB TALKS](#) wird der Corona Consumer Check aufgegriffen.

Am 08.10. um 16 Uhr geht es im Vortrag „GAMECHANGER Corona – Erosion im Einzelhandel?“ von IFH KÖLN Geschäftsführer Dr. Kai Hudetz und Jochen Schnell, Schnell Consult, darum, welche gravierenden Veränderungen zu erwarten sind und welche konkreten Chancen sich daraus für den Handel in unterschiedlichen Kategorien und an verschiedenen Standorten ableiten lassen.

Jetzt kostenfrei [anmelden](#).

Die letzten drei Webinare können Sie eine Woche lang auf der [Website](#) der ECC WEB TALKS bequem noch einmal anschauen. Als ECC CLUB Mitglied haben Sie im Mitgliederbereich exklusiv Zugriff auf alle bereits durchgeführten Webinare.

Über das IFH KÖLN

Als Brancheninsider liefert das IFH KÖLN Informationen, Marktforschung und Beratung zu handelsrelevanten Fragestellungen rund um eine erfolgreiche Gestaltung der Zukunft und der Entwicklung passender Geschäftsmodelle. Das IFH KÖLN ist erster Ansprechpartner für unabhängige, fundierte Daten, Analysen und Strategien, die Unternehmen und Handelsstandorte 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 Digitalstrategien, bei der Entwicklung neuer Märkte und Zielgruppen oder bei Fragen der Kanalexzellenz unterstützt. Mit der Tochtermarke ECC KÖLN ist das IFH KÖLN seit 1999 im E-Commerce aktiv und widmet sich dem Community- und Knowhow-Transfer für die Digitalisierung im Handel.

Mehr 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 ausgezeichnete 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 anspruchsvolleren 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 integrierter Lösungen.