

PRESSEMITTEILUNG

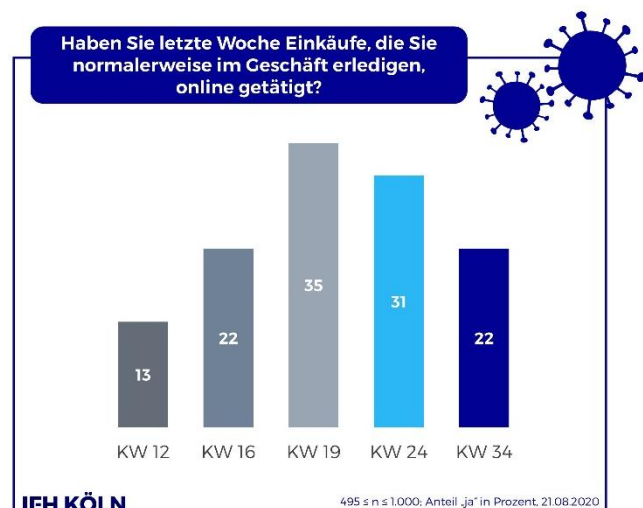
CORONA CONSUMER CHECK: CORONAKRISE ÄNDERT EINKAUFsverHALTEN ONLINE

Onlinekäufe sind in der Coronakrise nach wie vor beliebt und werden teilweise dem stationären Kauf vorgezogen. Möglichkeiten zur Online-Informationssuche und für personalisierte Angebote werden vor allem von der jüngeren Zielgruppe zunehmend genutzt.

Köln, 22. September 2020 — Das Einkaufsverhalten im Netz hat sich bei den deutschen Konsument*innen im Verlauf der Coronakrise nachhaltig verändert. So ist auch Monate nach der Lockerung der Coronamaßnahmen und der Wiederöffnung der geschlossenen Geschäfte ein stärkerer Zugriff auf den Onlinekanal für Einkäufe zu beobachten als noch vor der Krise. Dabei wird nicht nur die Möglichkeit, sich online verstärkt über Produkte und Anbieter zu informieren, sondern auch jene, sich personalisierte Angebote zukommen zu lassen, zunehmend genutzt. Zu diesen und weiteren Ergebnissen zum Onlineverhalten beim Einkaufen kommt der aktuelle Corona Consumer Check von IFH KÖLN in Zusammenarbeit mit Sitecore und ecx.io, Teil der Agenturfamilie IBM iX.

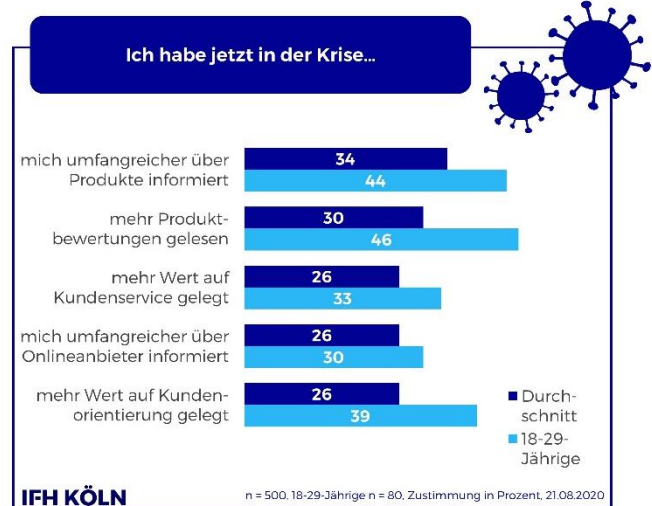
Verschiebung Stationär-Online weiter auf Vor-Krisen-Niveau

Der Onlinekanal verzeichnet weiterhin großen Zuwachs – wenn auch die befragten Konsument*innen aktuell wieder mehr Geschäfte aufsuchen als noch Anfang Mai oder Juni. So geben zum Zeitpunkt der Befragung in KW 34 immer noch 22 Prozent der Befragten an, Einkäufe, die sie normalerweise stationär erledigen, aktuell online zu tätigen. Die Präferenz eher online als stationär einzukaufen liegt damit auf dem gleichen Niveau wie zu Hochzeiten des Lockdowns Mitte April.



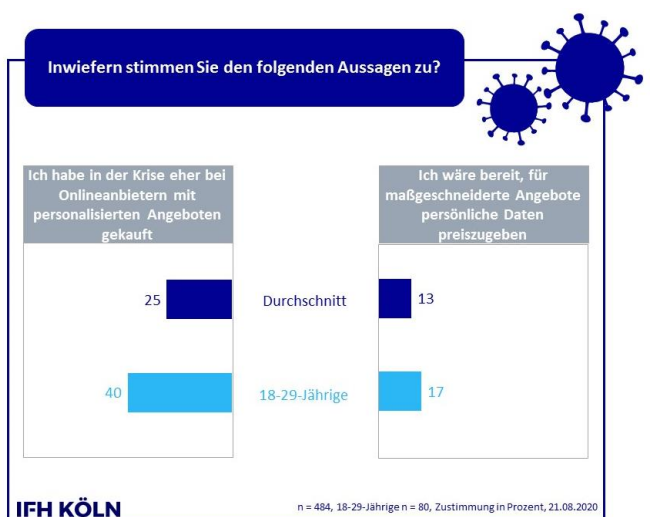
Onlinekäufe erfolgen zielgerichteter

Onlinekäufen geht oftmals ein ausgiebiger Rechercheprozess voraus. Das gilt bei rund 30 Prozent der Befragten nicht nur für Informationen das spezifische Produkt betreffend, sondern ebenso für den Onlineanbieter selbst. Hier spielt auch der Kundenservice eine tragende Rolle. Auffällig: Insbesondere die Smart Natives* informieren sich ausgiebiger online zu Anbietern und Produkten. Fast die Hälfte der 18-29-Jährigen hat während der Krise mehr Onlinebewertungen gelesen.



Personalisierte Onlineangebote werden beliebter

Ein Viertel der befragten Konsumentinnen und Konsumenten haben in der Coronakrise personalisierte Produkte online gekauft. Dabei sind die Smart Natives besonders empfänglich für individuell auf sie abgestimmte Angebote. Die Bereitschaft für maßgeschneiderte Angebote auch persönliche Daten preiszugeben ist bei der jüngeren Zielgruppe allerdings noch relativ wenig verbreitet (17 %). Der durchschnittliche Wert aller befragten Zielgruppen liegt hier bei 13 Prozent.



Wörter der Meldung: 346
Zeichen (inkl. Leerzeichen): 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 ist 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. 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 in Zusammenarbeit mit Sitecore und ecx.io, Teil der Agenturfamilie IBM iX, die auch bei der vierten Erhebung in KW 24 beteiligt waren. 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 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.