

PRESSEMITTEILUNG

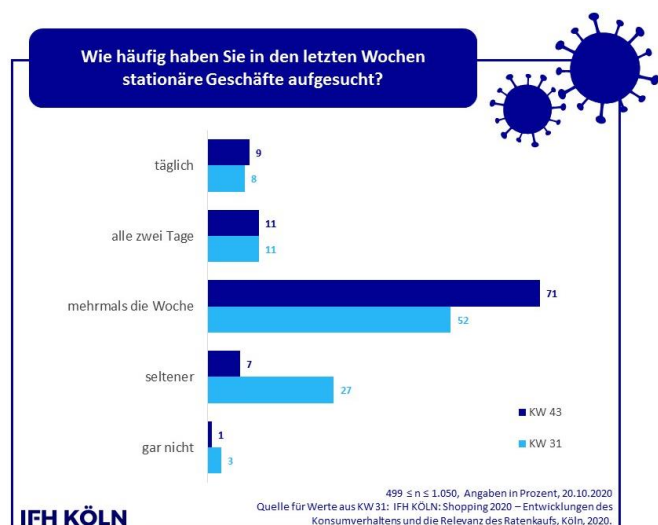
CORONA CONSUMER CHECK: SCHON VOR LOCKDOWN WENIGER LUST AUF STÖBERN IM STATIONÄREN HANDEL

Das Einkaufsverhalten der Deutschen zeigt schon vor neuem Lockdown Dynamik: Stationäre Geschäfte werden nach wie vor frequentiert, die Lust am Stöbern nimmt mit steigenden Infektionszahlen jedoch ab. IFH Prognose: Von dieser Trendbewegung wird der Onlinehandel profitieren.

Köln, 04. November 2020 — Seit Montag gilt bundesweit die neue, verschärfte Coronaschutzverordnung, der sogenannte Lockdown Light. Obwohl der Einzelhandel nicht von Schließungen betroffen ist, werden sich die strengeren Coronaregeln voraussichtlich ebenso auf das Konsumverhalten der Deutschen auswirken. Der aktuelle Corona Consumer Check des IFH KÖLN analysiert das Einkaufsverhalten online und offline kurz vor dem nun eingetretenen Teil-Lockdown und zeigt: Trotz ansteigender Infektionszahlen gaben die Befragten in der Erhebung vom 20. Oktober an, stationäre Geschäfte generell weiter zu besuchen. Aber: Die Lust am Stöbern im stationären Einzelhandel ging bereits vor dem Lockdown wieder stärker zurück. Diese Dynamik wird sich zukünftig auf die Frequenzen im Onlinehandel positiv auswirken – was man in einer leichten Tendenz schon in der aktuellen Erhebung sehen kann.

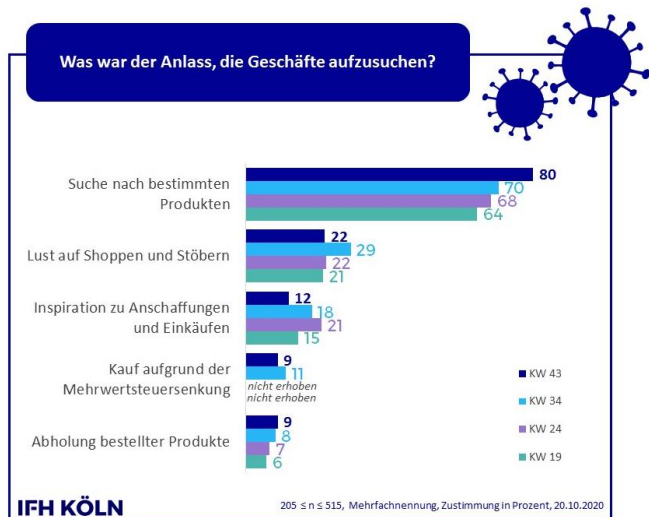
Stationäre Geschäfte trotz ansteigender Infektionszahlen gut besucht

Bis zu der Verkündung der neuen Coronamaßnahmen war trotz bereits steigender Infektionszahlen die Skepsis vor dem Besuch stationärer Geschäfte weitaus geringer als Anfang August. So gaben in KW 31 noch 27 Prozent der Konsumentinnen und Konsumenten an, seltener stationäre Geschäfte zu besuchen, in KW 43 lag dieser Wert nur noch bei sieben Prozent. Außerdem gab die Mehrheit der Befragten (71 %) zwei Wochen vor dem neuen Lockdown an, mehrmals die Woche stationäre Geschäfte zu besuchen. Das sind trotz steigender Infektionszahlen rund 20 Prozent mehr als noch in KW 31.



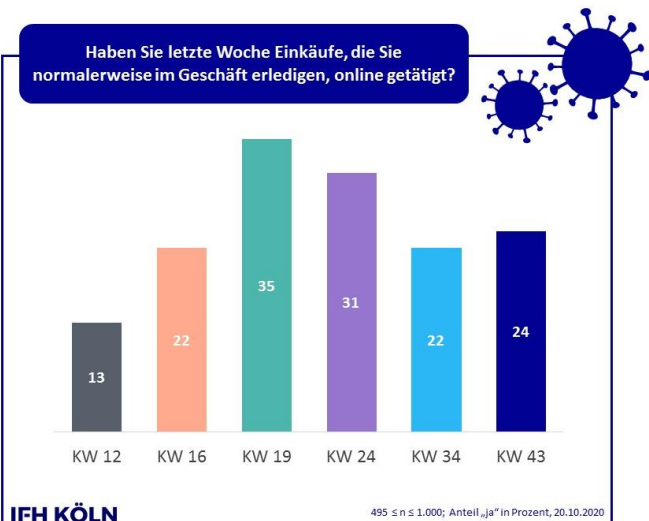
Lust am Stöbern in Geschäften nimmt ab

Ein Blick auf die Gründe, warum stationäre Geschäfte besucht werden, lässt jedoch bereits Ende Oktober ein vorsichtigeres Einkaufsverhalten erkennen als noch in den Sommermonaten. Die Befragten geben nun mehrheitlich (80 %) an, stationäre Läden für die Suche nach bestimmten Produkten aufzusuchen. Das Shoppen und Stöbern wird weniger betrieben (22 % vs. 29 % Ende August) und auch der Kauf aufgrund der Mehrwertsteuersenkung ist aktuell nur noch für neun Prozent der Konsument*innen ein Anreiz.



Onlinekäufe leicht zunehmend

Bei den Verschiebungen von Offline- hin zu Onlinekäufen lassen sich im zeitlichen Vergleich interessante Dynamiken erkennen, die vor allem mit den strengeren Coronamaßnahmen, den zeitweiligen Lockerungen und der Entwicklung der Infektionszahlen zusammenhängen. So war der Zuwachs für den Onlinekanal von Käufen, die normalerweise stationär getätigt werden, kurz nach dem ersten Lockdown in KW 19 am höchsten. Nachdem die Daten zum Onlineshift in den entspannteren Sommermonaten sanken, lässt sich Ende Oktober wieder ein leichter Anstieg erkennen. Ein Trendverhalten, das laut Prognose des IFH KÖLN mit dem aktuellen Lockdown Light noch einmal zunehmen wird.



Wörter der Meldung: 433

Zeichen (inkl. Leerzeichen): 3.052

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. Die Erhebungen von KW 16, KW 24 und KW 34 wurden in Zusammenarbeit mit Sitecore und ecx.io, Teil der Agenturfamilie IBM iX durchgeführt. Die vorliegenden, aktuellen Daten wurden vom IFH KÖLN in KW 43 erhoben.

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

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