

PRESSEMITTEILUNG

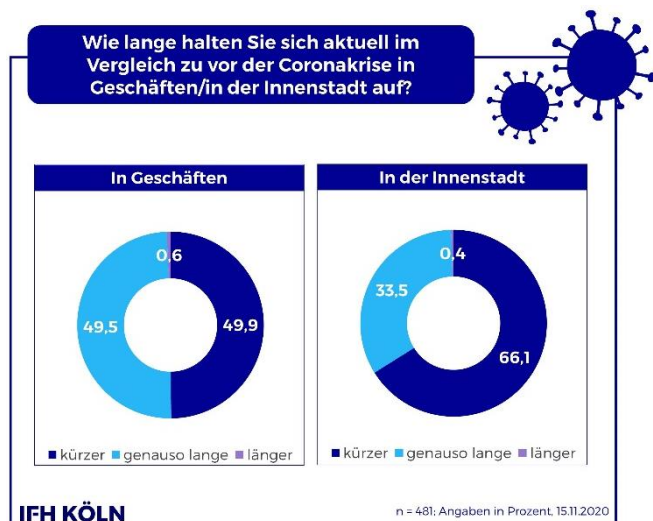
CORONA CONSUMER CHECK: VERWEILDAUER IN INNENSTÄDTEN SINKT

Neue Daten des Corona Consumer Check zeigen: Coronamaßnahmen haben große Implikationen auf den stationären Handel, während der Onlinekanal weiter profitiert. Die Aktionstage Black Friday und Cyber Monday finden vor allem online statt.

Köln, 26. November 2020 — Rund einen Monat nach Einführung des sogenannten Lockdown Light beleuchtet der neue Corona Consumer Check des IFH KÖLN die Auswirkungen für den Online- und Offlinehandel. Während das Stimmungsbild zeigt, dass die Konsumentinnen und Konsumenten zunehmend genervt von der aktuellen Situation sind, haben sie ihr Konsumverhalten im Verlauf der Krise geändert. Stationäre Geschäfte werden weniger besucht, die Verweildauer in Innenstädten sinkt. Demgegenüber gewinnt der Onlinekanal weiter an Zuwachs, was sich auch in der Nutzung der kommenden Aktionstage Black Friday und Cyber Monday widerspiegelt und sich im Weihnachtsgeschäft 2020 vermutlich weiter fortsetzen wird – so die Prognose des IFH KÖLN.

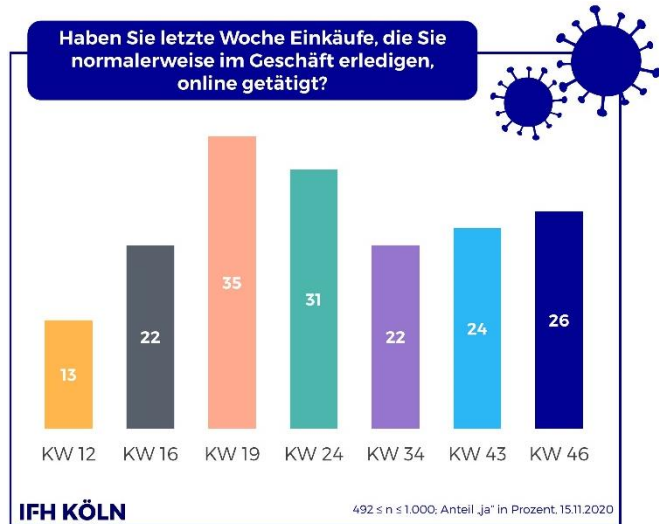
Verweildauer in Geschäften und Innenstädten abnehmend

Auch wenn der deutsche Einzelhandel – unter Einhaltung der Hygienemaßnahmen – nach wie vor geöffnet hat, hat sich das stationäre Einkaufsverhalten stark verändert. Konsumentinnen und Konsumenten suchen Geschäfte meist mit einem gezielten Kaufvorhaben auf; Stöbern und Inspirationskäufe finden weniger statt. Entsprechend gibt jeder Zweite an, sich aktuell kürzer in Geschäften aufzuhalten. Besonders bei der Frage nach dem Aufenthalt in der Innenstadt zeigt sich ein verändertes Verhalten: Nur ein Drittel der Befragten gibt an, sich aktuell genauso lange wie vor der Krise in der Innenstadt aufzuhalten.



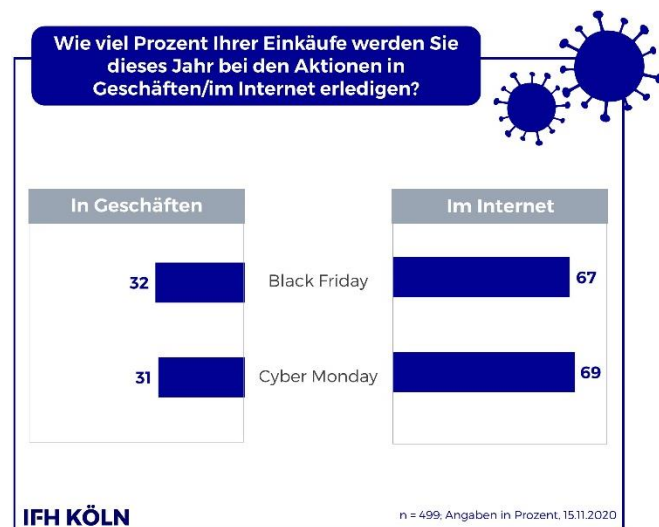
Onlinekanal weiter auf dem Vormarsch

Die Verschiebung von Einkäufen, die normalerweise stationär getätigt werden, hinein in den Onlinekanal nimmt wieder stetig zu. Nachdem die vermehrte Zuwendung gen Online in KW 19, mitten im ersten Lockdown mit 35 Prozent am höchsten war, sank sie in den entspannteren Sommermonaten wieder deutlich auf 22 Prozent. Mit dem Anstieg der Infektionszahlen im Herbst ist diese Entwicklung wieder rückläufig: Konsumentinnen und Konsumenten entscheiden sich wieder mehr dazu, Einkäufe in den Onlinekanal zu verlagern. Aktuell beläuft sich der Wert auf 26 Prozent.



Aktionstage finden hauptsächlich online statt

Die Mehrheit der Konsumentinnen und Konsumenten nehmen die Angebote rund um die Aktionstage Black Friday (67 %) und Cyber Monday (69 %) im Internet wahr. Aber auch der stationäre Handel wirbt vermehrt mit Sonderangeboten in der sogenannten Cyberweek. Aktuell geben rund ein Drittel der Befragten an, die Aktionstage um den Black Friday auch stationär zu nutzen.



Wörter der Meldung: 376
Zeichen (inkl. Leerzeichen): 2.674

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 „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 Erhebung von KW 43, sowie die vorliegenden, aktuellen Daten von KW 46 wurden vom IFH KÖLN 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/>.

Auch im Rahmen der Expertenvorträge der [ECC WEB TALKS](#) wird der Corona Consumer Check aufgegriffen. Am 10.12. blicken die IFH KÖLN Geschäftsführer Dr. Kai Hudetz und Boris Hedde mit dem Direktor der IFH FÖRDERER Prof. Dr. Werner Reinartz gemeinsam auf das Jahr 2020 zurück und diskutieren Handelsszenarien für 2021 und darüber hinaus.

Jetzt kostenfrei [anmelden](#).

Die letzten drei ECC WEB TALKS 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 WEB TALKS.

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