

PRESSEMITTEILUNG

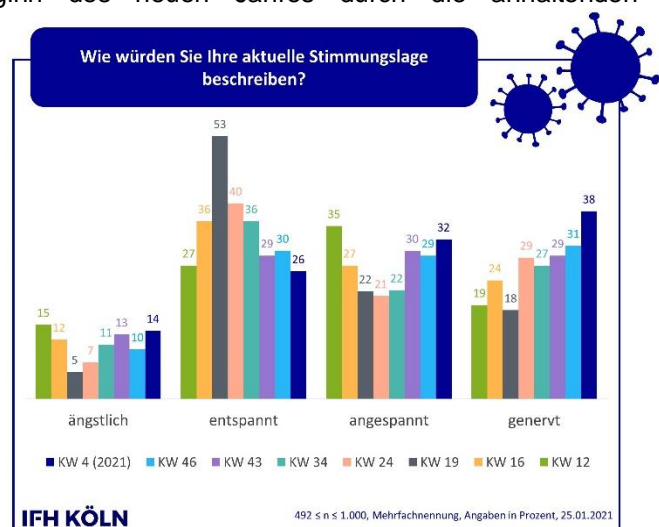
CORONA CONSUMER CHECK: NEUE SERVICEANGEBOTE IM STATIONÄREN HANDEL AUSBAUFÄHIG

Neuer Corona Consumer Check des IFH KÖLN bestätigt: Die Menschen in Deutschland sind zunehmend genervt vom andauernden Lockdown. Konsumverhalten verschiebt sich weiter ins Netz – großes Potenzial bei Cross-Channel-Angeboten.

Köln, 9. Februar 2021 — Seit Mitte Dezember ist das öffentliche Leben im sogenannten zweiten Lockdown stark heruntergefahren: Einschränkungen, die den Menschen zunehmend auf die Stimmung schlagen. Der Onlinehandel kann weiterhin von der Krise profitieren, während der stationäre Handel mit Cross-Channel-Ansätzen wie Click & Collect seine Kundinnen und Kunden auch bei geschlossenen Läden zu erreichen versucht. Neue Serviceangebote der stationären Händler sind für viele Konsument*innen interessant, allerdings erst wenig bekannt und somit noch kaum genutzt. Diese und weitere Ergebnisse liefert der neue Corona Consumer Check des IFH KÖLN.

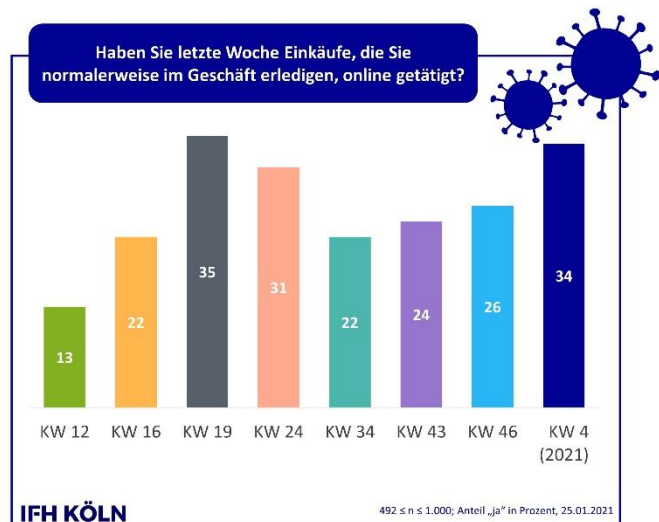
Stimmung zunehmend angespannt

Die Stimmung der Deutschen ist zu Beginn des neuen Jahres durch die anhaltenden Coronamaßnahmen getrübt. So gibt ein Großteil der Befragten an, aktuell genervt (38 %) oder angespannt (32 %) zu sein. Als entspannt beschreiben sich aktuell nur 26 Prozent der Befragten und damit weniger als in allen vorausgegangenen Befragungen. Ängstlich gestimmt sind lediglich 14 Prozent. Damit befindet sich dieser Wert nahezu auf dem gleichen Niveau wie zu Beginn der Pandemie im März 2020. Die angespannte Stimmung zeigt sich auch im Konsumverhalten: Aktuell geben 37 Prozent an, weniger einzukaufen als vor dem zweiten Lockdown.



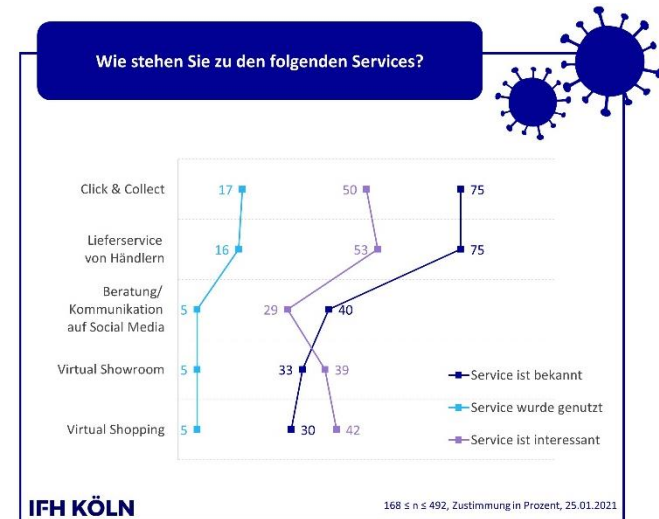
Stationäre Käufe werden bewusst ins Netz verlagert

Die weitgehende Schließung des Einzelhandels befeuert weiterhin den Onlinehandel. 34 Prozent der befragten Konsument*innen geben an, Einkäufe bewusst vom stationären Handel in den Onlinekanal verlagert zu haben – acht Prozentpunkte mehr als zum Ende des vergangenen Jahres im Weihnachtsgeschäft. Damit ist der Onlineshift im Zeitvergleich des Corona Consumer Check nahezu gleichauf mit dem bisher ermittelten Höchstwert im Mai 2020 (35 %).



Innovative Services noch kaum genutzt

Neue Serviceangebote, die es dem Einzelhandel erlauben, trotz geschlossener Läden, Waren zu verkaufen, werden bisher von Konsument*innen noch eher selten aufgegriffen. Am meisten genutzt wird Click & Collect, das 17 Prozent der Befragten bereits genutzt haben, dicht gefolgt von Lieferservice-Angeboten von Händlern (16 %). Neuere Cross-Channel-Services, wie beispielsweise die Beratung über soziale Netzwerke, virtuelle Showrooms oder Virtual Shoppingangebote werden noch kaum genutzt (5 %). Dabei werden letztere von den befragten Konsument*innen zwar als interessant bewertet, sind allerdings noch kaum bekannt. Im Ausbau dieser und weiterer Cross-Channel-Angebote und ihrer entsprechenden Kommunikation in die Zielgruppe liegt ein wichtiger Ansatz für den stationären Handel.



Wörter der Meldung: 394

Zeichen (inkl. Leerzeichen): 2.898

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 Deutschland. Hierfür werden 500 Konsumentinnen und Konsumenten in einer repräsentativen Onlinebefragung zu ihrem Einkaufsverhalten befragt. 2020 führte das IFH KÖLN sieben Befragungen zwischen März und Dezember durch. Die vorliegende Befragung wurde in der letzten Januarwoche 2021 durchgeführt.

Mehr Informationen zum „Corona Consumer Check“ sowie die Ergebnisse der vergangenen Befragungen und die aktuelle Untersuchung gibt es zum Download [hier](#).

Auch im Rahmen der Expertenvorträge der [ECC WEB TALKS](#) wird der Corona Consumer Check aufgegriffen. Am 16.02. blicken Anne Lisa Weinand und Cassandra Bolz vom ECC KÖLN, der Tochtermarke des IFH KÖLN, auf den Status quo des Konsumverhaltens im zweiten Lockdown. Jetzt kostenfrei zum ECC WEB TALK „Corona Consumer Check im zweiten Lockdown“ [anmelden](#).

Die letzten drei ECC WEB TALKS können Sie eine Woche lang auf der Website der ECC WEB TALKS bequem noch einmal anschauen.

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