

## PRESSEMITTEILUNG

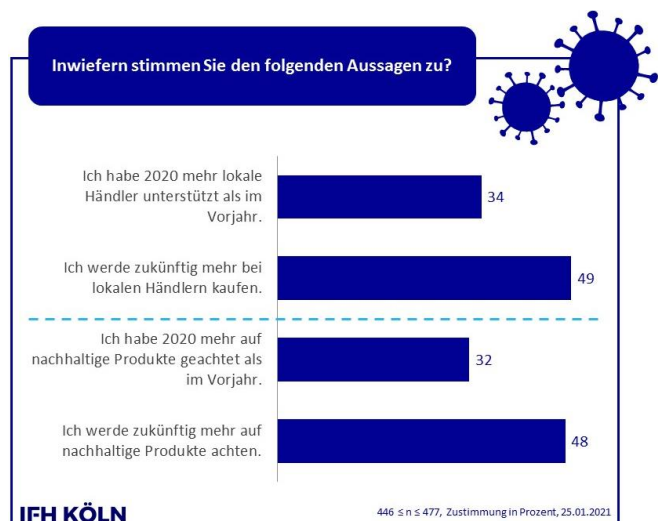
### **CORONA CONSUMER CHECK: DER LOKALE EINKAUF WIRD BELIEBTER**

*Der neue Corona Consumer Check zeigt: Regionales und nachhaltiges Einkaufen gewinnt in der Krise an Relevanz. Lokale Onlinemarktplätze werden insbesondere von Jüngeren zunehmend genutzt.*

**Köln, 16. Februar 2021** — Der Corona Consumer Check des IFH KÖLN nimmt das Konsumverhalten unter Pandemiebedingungen genauer unter die Lupe und beschäftigt sich in seiner neuesten Ausgabe insbesondere mit der Frage nach Regionalität und Nachhaltigkeit. Das Ergebnis: In Deutschland wurde in den vergangenen Monaten immer mehr Wert auf den Einkauf bei lokalen Händlern und auf Nachhaltigkeit gelegt, online wie auch offline. Denn auch lokale Onlinemarktplätze wurden im Verlauf der Pandemie verstärkt genutzt – Tendenz steigend, vor allem bei der jüngeren Zielgruppe.

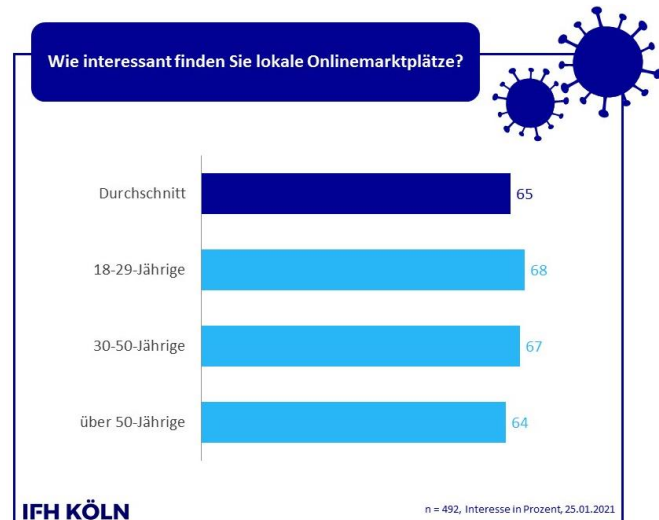
#### **Lokaler und nachhaltiger Handel wird mehr unterstützt**

Konsumentinnen und Konsumenten sind beim Einkaufen Nachhaltigkeit und Regionalität zunehmend wichtig. Während rund ein Drittel der Befragten angaben, 2020 vermehrt bewusst lokale Händler unterstützt und mehr auf nachhaltige Produkte geachtet zu haben, wird sich dieser Wert voraussichtlich weiter erhöhen. Aktuell gibt rund die Hälfte der Befragten an, zukünftig häufiger lokal kaufen und auf Nachhaltigkeit achten zu wollen.



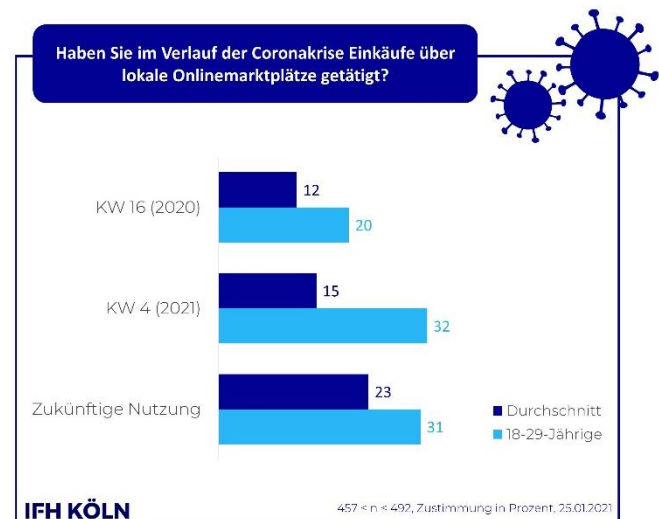
## Lokale Onlinemarktplätze stoßen auf Interesse

Über die Hälfte (65 %) der für den Corona Consumer Check befragten Konsumentinnen und Konsumenten findet lokale Onlineplattformen interessant. Dieses Interesse zeigt sich über alle Altersgruppen hinweg, ist jedoch bei den 18- bis 29-Jährigen (68 %) am deutlichsten ausgeprägt.



## Nutzung lokaler Onlinemarktplätze steigt an

Auch die tatsächliche Nutzung lokaler Onlinemarktplätze ist im Verlauf der Pandemie gestiegen – um rund drei Prozentpunkte auf 15 Prozent der Befragten. Wieder sind es vor allem die Jüngeren, die diese Entwicklung treiben. Insgesamt plant knapp ein Viertel (23 %) der Befragten zukünftig über digitale lokale Plattformen einzukaufen.



Wörter der Meldung: 272  
Zeichen (inkl. Leerzeichen): 1.989

*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. um 11 Uhr 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](http://www.ifhkoeln.de)