

## PRESSEMITTEILUNG

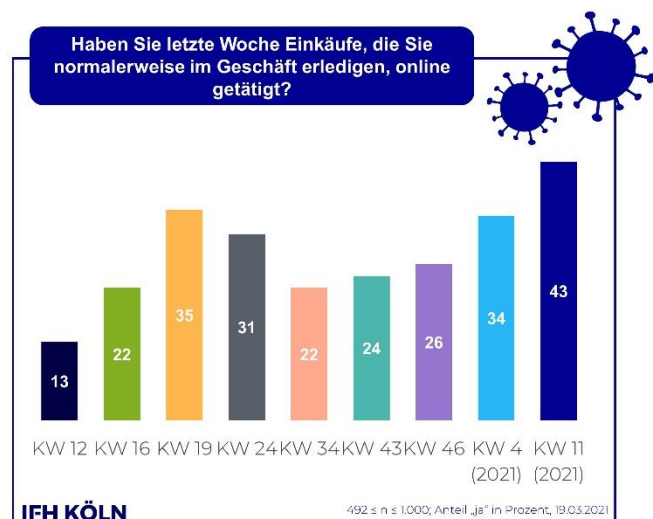
### **CORONA CONSUMER CHECK: DIGITALSHIFT AUF KRISEN-HÖCHSTSTAND**

*Der neue Corona Consumer Check des IFH KÖLN analysiert Click & Collect und Click & Meet und zeigt: Terminshopping wird noch wenig genutzt. Stetiger Gewinner der Krise bleibt der Onlinekanal mit einem neuen Rekordwert.*

**Köln, 30. März 2021** — Die Coronalage spitzt sich kurz vor Ostern mit stetig steigenden Infektionszahlen und wechselnden politischen Verordnungen auch im Handel weiter zu. Während der Onlinehandel weiterhin für viele der Kanal der Wahl ist, ist die Lage für den stationären Handel nach wie vor schwierig: Lockerungen rund um neue Services wie das Terminshopping – Click & Meet – sind vielerorts aufgrund steigender Coronainfektionen nicht mehr möglich. Aber wie wurde dieser Service in den vergangenen Wochen überhaupt in Anspruch genommen? Neueste Daten des Corona Consumer Check des IFH KÖLN zeigen eine eher verhaltene Nutzung. Deutlich häufiger wurden Click & Collect-Angebote wahrgenommen.

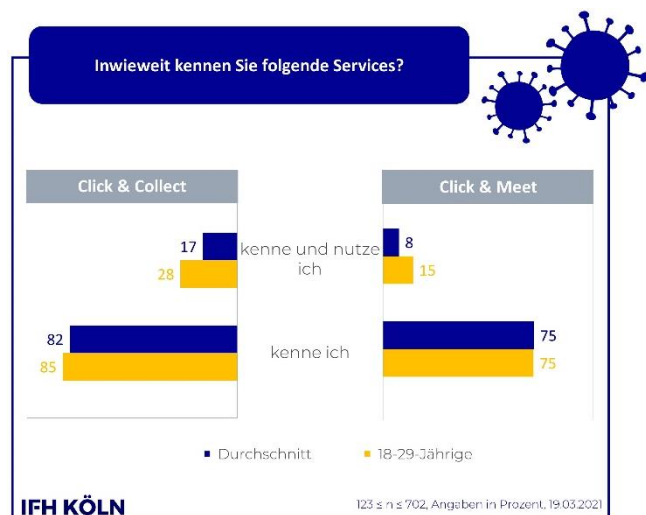
#### **Onlineshift mit neuem Rekordwert**

Die bewusste Verlagerung von stationären Einkäufen hinein in den Onlinekanal hat im März 2021 einen neuen Höchstwert erreicht. Aktuell geben 43 Prozent der befragten Konsumentinnen und Konsumenten an, Käufe, die sie normalerweise stationär getätigt hätten, nun im Internet zu erledigen. Ende Januar lag dieser Wert noch bei knapp einem Drittel. Der Onlineshift hat damit innerhalb von sechs Wochen um neun Prozentpunkte zugenommen.



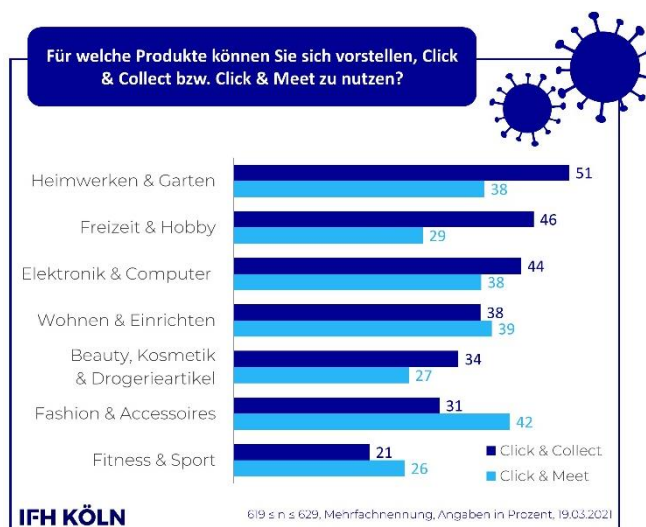
### Click & Meet eher verhalten genutzt

Die beiden Cross-Channel-Services Click & Collect und Click & Meet werden von den Konsument:innen aktuell noch verhalten genutzt. Dabei ist Click & Collect nicht nur bekannter (82 %), sondern wird auch öfter in Anspruch genommen (17 %). Click & Meet ist dagegen 75 Prozent der Befragten bekannt und nur acht Prozent haben bereits mit Termin geschopppt. Beide Services werden von der jüngeren Zielgruppe der 18- bis 29-Jährigen deutlich besser angenommen.



### Click & Meet am relevantesten bei Fashionkäufen

Ein Vergleich von Click & Collect und Click & Meet in den verschiedenen Handelsbranchen zeigt: Vor allem für den Kauf von Fashion und Accessoires können sich die befragten Konsument:innen vorstellen, Shoppingtermine wahrzunehmen (42 %). Auch in den Bereichen „Fitness & Sport“ und „Wohnen und Einrichten“ ist Click & Meet für Konsument:innen attraktiv. Umgekehrt überzeugt der reine Abholservice Click & Collect vor allem in den Branchen Heimwerken & Garten (51 %) sowie Freizeit & Hobby (46 %).



Wörter der Meldung: 364

Zeichen (inkl. Leerzeichen): 2.468

*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. 2021 fand die erste Befragung Ende Januar statt, die vorliegende Befragung wurde Mitte März 2021 durchgeführt und ist damit bereits der neunte Corona Consumer Check.

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 30.03. um 14 Uhr geben Dr. Kai Hudetz, Geschäftsführer des IFH KÖLN, und Jochen

Schnell von Schnell Consult einen Ausblick für den Einzelhandel für das Jahr 2021 und zeigen Handlungsempfehlungen auf. Jetzt kostenfrei zum ECC WEB TALK „GAMECHANGER Corona – Erosion im Einzelhandel?“ [anmelden](#).

Am 8. April um 11 Uhr widmen sich Dr. Kai Hudetz und Anne Lisa Weinand, Leiterin des ECC KÖLN, Tochtermarke des IFH KÖLN, im Detail den neuen Services für den stationären Handel.

Jetzt kostenfrei zum ECC WEB TALK "Corona Consumer Check in Zeiten von Click & Collect, Click & Meet und Co." [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)