

PRESSEMITTEILUNG

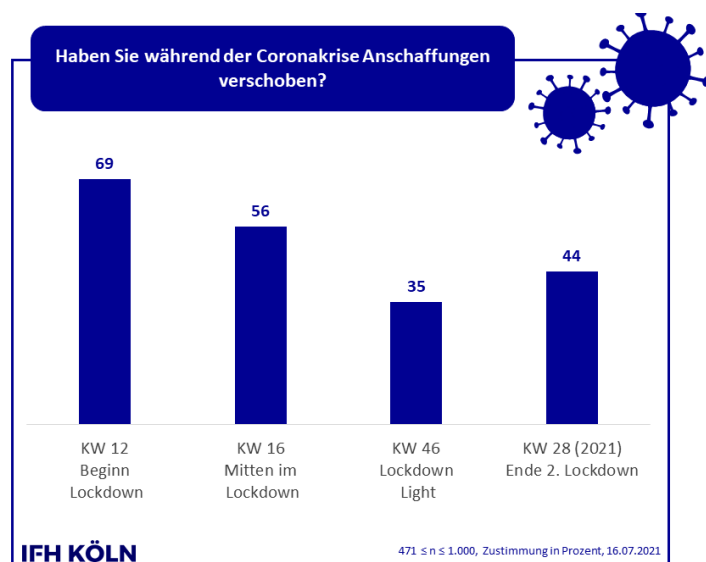
CORONA CONSUMER CHECK: KONSUMZURÜCKHALTUNG KEHRT ZURÜCK

Die neueste Befragung des Corona Consumer Check beleuchtet die aktuelle Situation des Ausgabeverhaltens der Konsumentinnen und Konsumenten und zeigt: Produktkäufe werden branchenübergreifend wieder vermehrt verschoben. Viele Konsument:innen hinterfragen zunehmend ihren Konsum.

Köln, 17. August 2021 — Die Coronalage in Deutschland hat sich nach einer kurzen Entspannung in den letzten Wochen wieder verschärft. Am Einkaufsverhalten hat sich bisher aufgrund der anhaltenden Lage noch wenig verändert - der erhoffte Run auf die stationären Geschäfte ist bislang ausgeblieben. Doch wie beeinflusst diese Zurückhaltung das Ausgabeverhalten der Konsument:innen? Der aktuelle Corona Consumer Check nimmt den Status quo des Ausgabeverhaltens im Juli 2021 genauer unter die Lupe. Fazit: Die Konsumzurückhaltung kehrt allmählich zurück, sodass Anschaffungen wieder vermehrt verschoben werden – und zwar branchenübergreifend. Konsument:innen hinterfragen vielfach ihre Konsumgewohnheiten.

Konsument:innen verschieben Anschaffungen

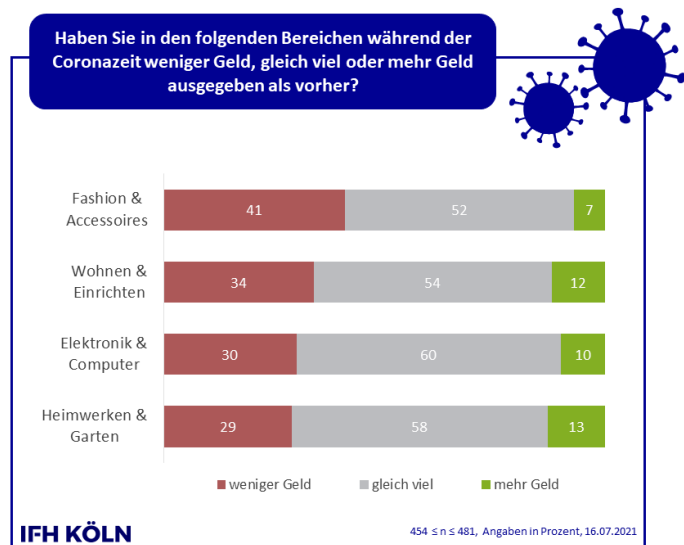
Zu Beginn der Coronapandemie und des ersten Lockdowns 2020 haben viele Konsument:innen Anschaffungen und Produktkäufe verschoben. Obwohl einige Anschaffungen im Laufe des letzten Jahres nachgeholt wurden, hält der Trend auch im zweiten Jahr der Pandemie weiter an. So ist die Konsumzurückhaltung im Juli 2021 durch den langen zweiten Lockdown wieder angestiegen. Knapp die Hälfte der Befragten (44 %) gibt an, aktuell Anschaffungen zu verschieben. Grund hierfür sind trotz Lockerungen immer noch Ängste und Sorgen um die finanzielle Zukunft, die unverändert bei rund 30 Prozent der Befragten vorherrschen.



Grund hierfür sind trotz Lockerungen immer noch Ängste und Sorgen um die finanzielle Zukunft, die unverändert bei rund 30 Prozent der Befragten vorherrschen.

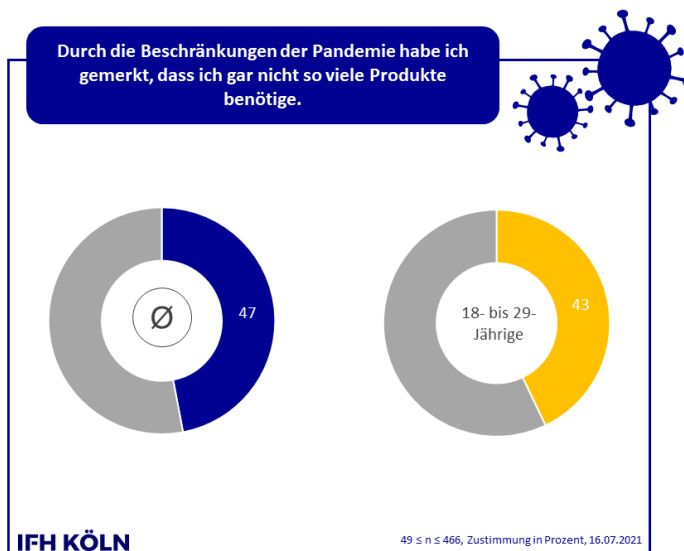
Branchenübergreifende Konsumzurückhaltung

Die Verschiebungen der Anschaffungen spiegeln sich auch in den einzelnen Branchen wider. Über alle Branchen hinweg haben Konsument:innen weniger Geld ausgegeben als noch vor der Coronakrise. Insbesondere bei Bekleidung wurde gespart: 41 Prozent der Befragten gaben in der Coronazeit weniger Geld für Fashion & Accessoires aus. Aber auch bei Wohnen & Einrichten tätigen Konsument:innen aktuell geringere Ausgaben: Ein Drittel (34 %) gibt momentan weniger Geld aus als noch vor der Pandemie.



Konsum wird vielfach hinterfragt

Knapp die Hälfte der befragten Konsument:innen hat durch die coronabedingten Beschränkungen realisiert, dass sie auf Konsum teilweise verzichten können. So haben 47 Prozent der Befragten gemerkt, dass sie gar nicht so viele Produkte benötigen. Auch der jüngeren Zielgruppe der 18- bis 29-Jährigen fällt der Konsumverzicht nicht unbedingt schwer: 43 Prozent realisieren, dass sie auch mit weniger Produkten auskommen können.



Wörter der Meldung: 353
Zeichen (inkl. Leerzeichen): 2.665

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 sind 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, eine zweite Mitte März. Die vorliegende Befragung wurde Mitte Juli 2021 durchgeführt und ist damit bereits der zehnte Corona Consumer Check.

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

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