



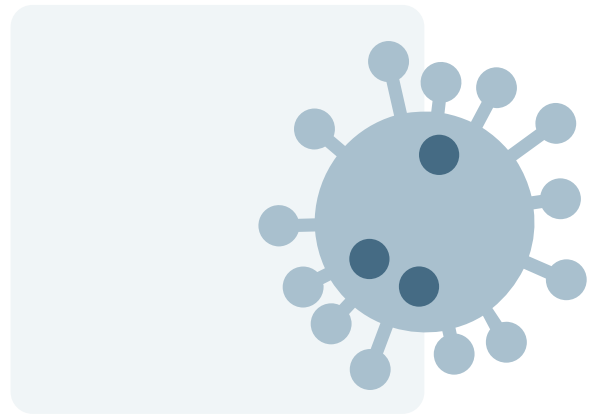
appinio corona report

WELLE 31 · 15.10.2020

🇩🇪 DEUTSCHLAND

Intro zur Studie

Einleitung zum Appinio Corona Report



Das Leben in Deutschland wird gerade maßgeblich durch die COVID-19-Pandemie bestimmt.

Aus diesem Grund hat die **Appinio GmbH** im März 2020 in umfangreiches Tracking rund um das Coronavirus aufgesetzt, um herauszufinden, was für Auswirkungen das Virus auf die deutsche Bevölkerung hat.

Die Studie beschäftigt sich mit den **Auswirkungen der COVID-19-Pandemie** auf den Alltag und das **Konsumverhalten** der deutschen Bevölkerung und untersucht unter anderem die **Sorge um Gesundheit, Informationsquellen, Verhaltensänderungen, Kaufverhalten** für Lebensmittel und andere Produkte sowie **Markentreue**. In diesem Report finden Sie die Hauptinsights der Studie zusammengefasst.

Die Studie wird in den folgenden Wochen **regelmäßig neu erhoben**, um Zeitverlaufsdaten abbilden zu können. Die Messungs-Wellen erfolgten am

Welle 1 – 18.03.2020	Welle 2 – 24.03.2020	Welle 3 – 01.04.2020	Welle 4 – 08.04.2020
Welle 5 – 15.04.2020	Welle 6 – 23.04.2020	Welle 7 – 29.04.2020	Welle 8 – 06.05.2020
Welle 9 – 13.05.2020	Welle 10 – 21.05.2020	Welle 11 – 27.05.2020	Welle 12 – 04.06.2020
Welle 13 – 10.06.2020	Welle 14 – 17.06.2020	Welle 15 – 24.06.2020	Welle 16 – 01.07.2020
Welle 17 – 07.07.2020	Welle 18 – 16.07.2020	Welle 19 – 22.07.2020	Welle 20 – 29.07.2020
Welle 21 – 05.08.2020	Welle 22 – 12.08.2020	Welle 23 – 19.08.2020	Welle 24 – 26.08.2020
Welle 25 – 02.09.2020	Welle 26 – 08.09.2020	Welle 27 – 16.09.2020	Welle 28 – 23.09.2020
Welle 29 – 01.10.2020	Welle 30 – 07.10.2020	Welle 31 – 15.10.2020	

Neben der Trackingfragen, die jede Woche erhoben werden, werden ab dem vierten Messzeitpunkt jede Woche zusätzliche Fragen in die Studie aufgenommen. Diese Momentaufnahmen finden Sie ebenfalls immer im Report unter dem Kapitel „**Zusatzfragen**“.

Alle Daten und weitere Filtermöglichkeiten (z.B. nach soziodemographischen Kriterien) können auf **business.appinio.com** in real-time eingesehen werden.

Agenda

1

Studiendesign & Stichprobe

Seite 04

Wie kann man auf die gesamte Studie zugreifen? Wie sah das Forschungsdesign und die Stichprobenszusammensetzung aus?

2

Key Insights

Seite 08

Was sind die größten Veränderungen seit der letzten Messung? Was sind die Key Insights der wöchentlichen Zusatzfragen?

3

Zusatzfragen

Seite 10

Ist dir in den letzten 7 Tagen aufgefallen, dass Menschen in deiner Umgebung sich nicht an die Corona-Regeln gehalten haben? Weißt du andere darauf hin, wenn sie sich gegen die Corona Regeln verhalten? Welche Fehlverhalten sind dir aufgefallen? Wie schätzt du die aktuelle Lage der Pandemie ein?
Hattest du den Besuch eine Großveranstaltung geplant? Wenn ja, welcher? Wann würdest du wieder Großveranstaltungen besuchen? Sind Tickets für Veranstaltungen trotzdem zu Weihnachten denkbar? Unter welchen Voraussetzungen würdest du wieder Großveranstaltungen besuchen?

4

Sorgen um Corona

Seite 14

Wie besorgt sind die Deutschen und was sind die größten Sorgen?

5

Vermeidung & Sicherheit

Seite 19

Was wird unternommen, um eine Ansteckung zu vermeiden? Wie viele Personen arbeiten aktuell im Homeoffice und bleiben generell mehr zuhause? Wie sicher werden verschiedene Verkehrsmittel wahrgenommen?

6

Kaufverhalten

Seite 24

Wie hat sich das Kaufverhalten für bestimmte Produktgruppen verändert? Wie hat sich das Einkaufsverhalten (online/offline) verändert?



1 Studiendesign & Stichprobe

Zugriff auf das Tracking

Real-Time Zugriff auf alle Ergebnisse über das Appinio-Dashboard

Schritt 1

Unter business.appinio.com einen kostenfreien Account erstellen

appinio

Registrieren Sie sich

Oder [melden](#) Sie sich bei Ihrem Konto an.

Email-Adresse

name@firma.com

Passwort

Passwort

Ich akzeptiere die [AGB](#) und habe die [Datenschutzerklärung](#) gelesen.

Kostenlos registrieren

Schritt 2

Unter „Studien von Appinio“ bei der „Corona: Consumer Tracking- DEU“ auf „Zur Studien-Analyse“ klicken

Studien von Appinio



Corona: Consumer Tracking - DEU

Teilnehmer	Fragen	Erstellt am
3500	36	25.03.2020

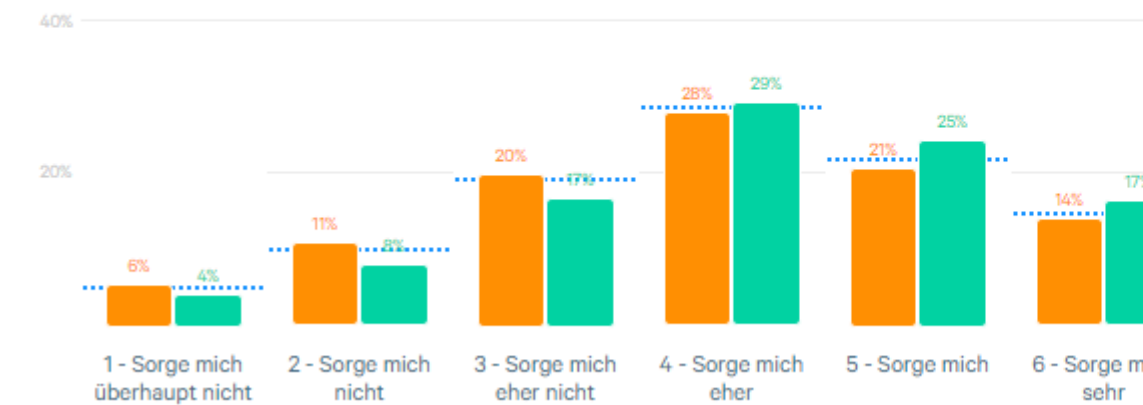
Zur Studien-Analyse

Schritt 3

Ergebnisse in Real-Time im Dashboard verfolgen und flexibel splitten und filtern (z.B. nach Messzeitpunkt).

5. Frage 3500 Teilnehmer (100%)

In welchem Ausmaß sorgst Du Dich um Deine Gesundheit aufgrund des Coronavirus?



Anzeige: Standard

Darstellung nach: [FILTER] Welle

[FILTER] Welle

	Anzahl	Durchschnitt	Standardabw.	Top2	Bottom2
<input checked="" type="checkbox"/> Alle	3500	3.96	1.4	36.9%	15.5%
<input checked="" type="checkbox"/> Welle 1 (18.03.2020)	2500	3.90	1.4	35.1%	16.7%
<input checked="" type="checkbox"/> Welle 2 (25.03.2020)	1000	4.12	1.3	41.2%	12.4%

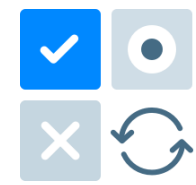
26. Question 142 Participants (6%)

Was genau hast Du spontan wegen Corona gekauft?



Tracking: Forschungsdesign

Methode, Stichprobe & Inhalt



Methode

- Mobiler Fragebogen, ausgespielt über die Appinio-App
- Die Messungs-Wellen erfolgten am:
 - Welle 1 – 18. März 2020
 - Welle 2 – 24. März 2020
 - Welle 3 – 01. April 2020
 - Welle 4 – 08. April 2020
 - Welle 5 – 15. April 2020
 - Welle 6 – 23. April 2020
 - Welle 7 – 29. April 2020
 - Welle 8 – 06. Mai 2020
 - Welle 9 – 13. Mai 2020
 - Welle 10 – 21. Mai 2020
 - Welle 11 – 27. Mai 2020
 - Welle 12 – 04. Juni 2020
 - Welle 13 – 10. Juni 2020
 - Welle 14 – 17. Juni 2020
 - Welle 15 – 24. Juni 2020
 - Welle 16 – 01. Juli 2020
 - Welle 17 – 07. Juli 2020
 - Welle 18 – 16. Juli 2020
 - Welle 19 – 22. Juli 2020
 - Welle 20 – 29. Juli 2020
 - Welle 21 – 05. August 2020
 - Welle 22 – 12. August 2020
 - Welle 23 – 19. August 2020
 - Welle 24 – 26. August 2020
 - Welle 25 – 02. September 2020
 - Welle 26 – 08. September 2020
 - Welle 27 – 16. September 2020
 - Welle 28 – 23. September 2020
 - Welle 29 – 01. Oktober 2020
 - Welle 30 – 07. Oktober 2020
 - Welle 31 – 15. Oktober 2020
- Daten können immer unter business.appinio.com in real-time eingesehen werden



Stichprobe

- Land – Deutschland
- Alter – 16-65 Jahre
- nat. rep. – quotiert nach Alter & Geschlecht basierend auf Zensus 2011
- 1. Welle – N = 2.500 Personen
- Welle 2-19 – N = 1.000 Personen
- 20. Welle – N = 2.000 Personen
- Welle 21-31 – N = 1.000 Personen



Inhalt

Zusatzfragen

- Corona-Regeln: Ist dir in den letzten 7 Tagen aufgefallen, dass Menschen in deiner Umgebung sich nicht an die Corona-Regeln gehalten haben? Weißt du andere darauf hin, wenn sie sich gegen die Corona Regeln verhalten? Welche Fehlverhalten sind dir aufgefallen? Wie schätzt du die aktuelle Lage der Pandemie ein?
- Großveranstaltungen: Hattest du den Besuch eine Großveranstaltung geplant? Wenn ja, welcher? Wann würdest du wieder Großveranstaltungen besuchen? Sind Tickets für Veranstaltungen trotzdem zu Weihnachten denkbar? Unter welchen Voraussetzungen würdest du wieder Großveranstaltungen besuchen?

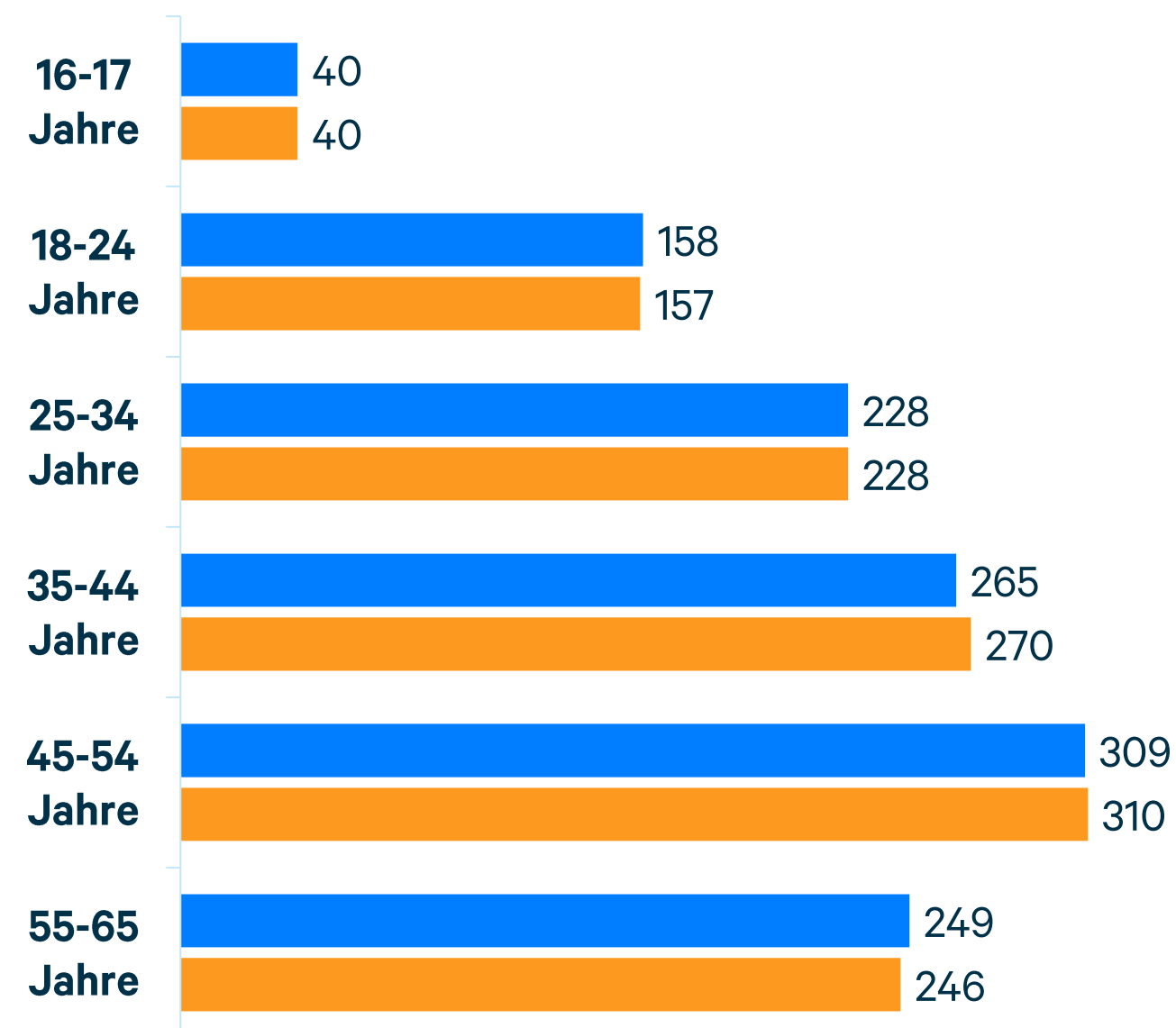
Maßnahmen zur Eindämmung des Risikos

- Änderungen im Konsum
- Markentreue

Stichprobenszusammensetzungen

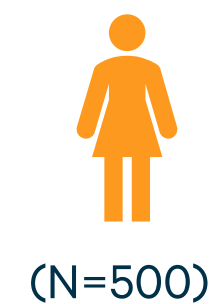
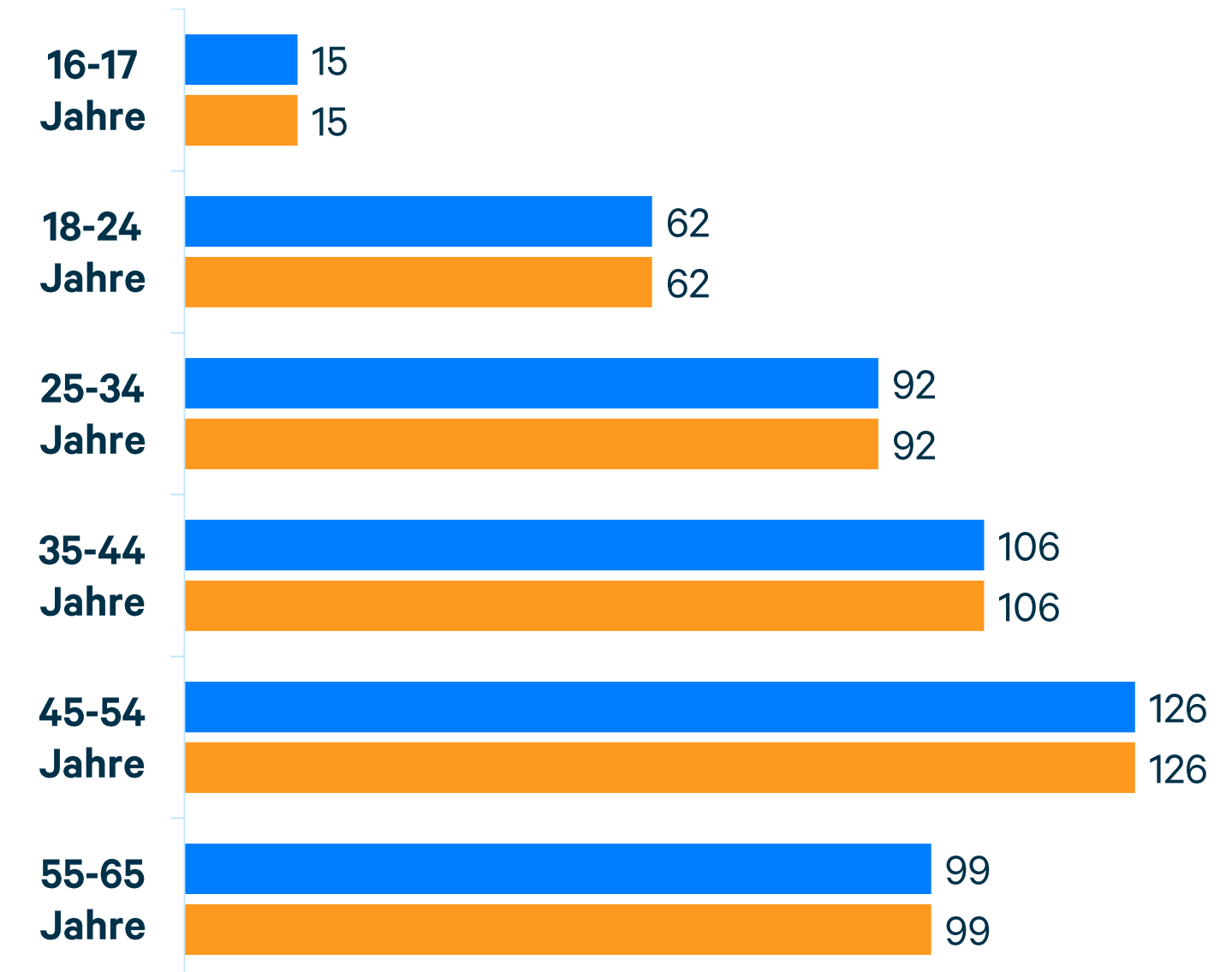
Alter & Geschlecht – Alle Wellen

Nullpunktmessung
(N=2.500)



Ø Alter
40,7 Jahre

Welle 2-31
(N=1.000)



Ø Alter
40,9 Jahre



2

Key Insights

Key Insights – Tracking & Zusatzfragen

Die größten Veränderungen & Neuerungen



Die AHA-Regeln werden noch immer nicht eingehalten – zumindest beobachten das die Deutschen: **68 Prozent** der Befragten gaben in dieser Woche an, Verstöße gegen die Regeln wie bspw. das falsche Tragen der Mund-Nasen-Schutzes, beobachtet zu haben.

In der 30. Welle (7. Oktober) haben **54 Prozent** der Befragten gesagt, dass sie **andere generell (eher) darauf hinweisen**, wenn sie sich nicht an die Corona-Regeln halten – **diese Woche** sagen **42 Prozent**, dass sie in den letzten 7 Tagen mindestens einmal jemanden darauf angesprochen haben.

82 Prozent der Deutschen denken, dass die **aktuelle Lage der Corona-Pandemie eher ernst bis sehr ernst ist**. Im Alterssplit zeigt sich: während in der Altersgruppe der **55- bis 65-Jährigen 67 Prozent** die Lage als ernst oder sehr ernst einschätzen, sind es unter den **18- bis 24-Jährigen 20 Prozentpunkte** weniger, nämlich **47 Prozent**.

Mehr als jeder Zweite (**53 Prozent**) **wollte dieses Jahr eine Großveranstaltung besuchen**. Die meisten Personen, die von der **Absage oder der Verschiebung** betroffen sind, wollten eigentlich **ein Musik-Konzert** besuchen (**42 Prozent**). **28 Prozent** der Befragten können sich erst **nach März 2021** vorstellen, wieder eine Großveranstaltung zu besuchen, während sich jeweils **11 Prozent** gar **keinen Veranstaltungsbesuch** im kommenden Jahr **bzw. erst, wenn ein Impfstoff zugelassen wurde**, vorstellen können. Auch unterm Weihnachtsbaum werden kaum Veranstaltungstickets liegen: Nur **10 Prozent** der Deutschen können sich vorstellen, **Tickets fürs nächste Frühjahr zu Weihnachten zu verschenken**.



Die Infektionszahlen steigen – und damit auch die Sorge der Deutschen um Dinge wie bspw. eine **Massenpanik (plus fünf Prozentpunkte, 25 Prozent)** oder die **Absage von privaten Veranstaltungen wie Hochzeiten (plus zwei Prozentpunkte, 12 Prozent)**.

Die **Angst vor einem zweiten Lockdown**, also dem „vollständigen Erliegen des öffentlichen Lebens“, ist im Vergleich zur Vorwoche um **zwei Prozentpunkte** auf **31 Prozent** angestiegen.

Dafür **steigt die Einhaltung der Maßnahmen zur Vermeidung einer Ansteckung**: Es wird sich wieder mehr die **Hände gewaschen**, der **Mund-Nasen-Schutz** wird wieder mehr getragen und auch **Menschenmassen** werden wieder stärker **gemieden**. Auch wird der Herbst deutlich sportlicher: **vier Prozentpunkte** mehr geben derzeit an, **ihr Immunsystem durch sportliche Aktivitäten zu stärken**. Damit ist es jetzt jeder Dritte (**33 Prozent**), der so aktiv unterwegs ist.

Wie in der Vorwoche gaben **34 Prozent** der **Arbeitnehmer** an, **von zu Hause zu arbeiten** – dagegen ist die Zahl der Personen, die in **ihrer Freizeit verstärkt zuhause bleiben**, um ganze **sechs Prozentpunkte** auf **66 Prozent** angestiegen.

Im Kaufverhalten von **Non-Food-Artikeln** hat sich einiges getan: Bis auf **Desinfektionsmittel**, das im Vergleich zur Vorwoche gleich viel gekauft wird (**47 Prozent**), werden alle anderen Top 5 Produkte (**Mundschutz, Einweghandschuhe, Seife** sowie **Toilettenpapier**) **nicht mehr so viel gekauft wie vorher**.



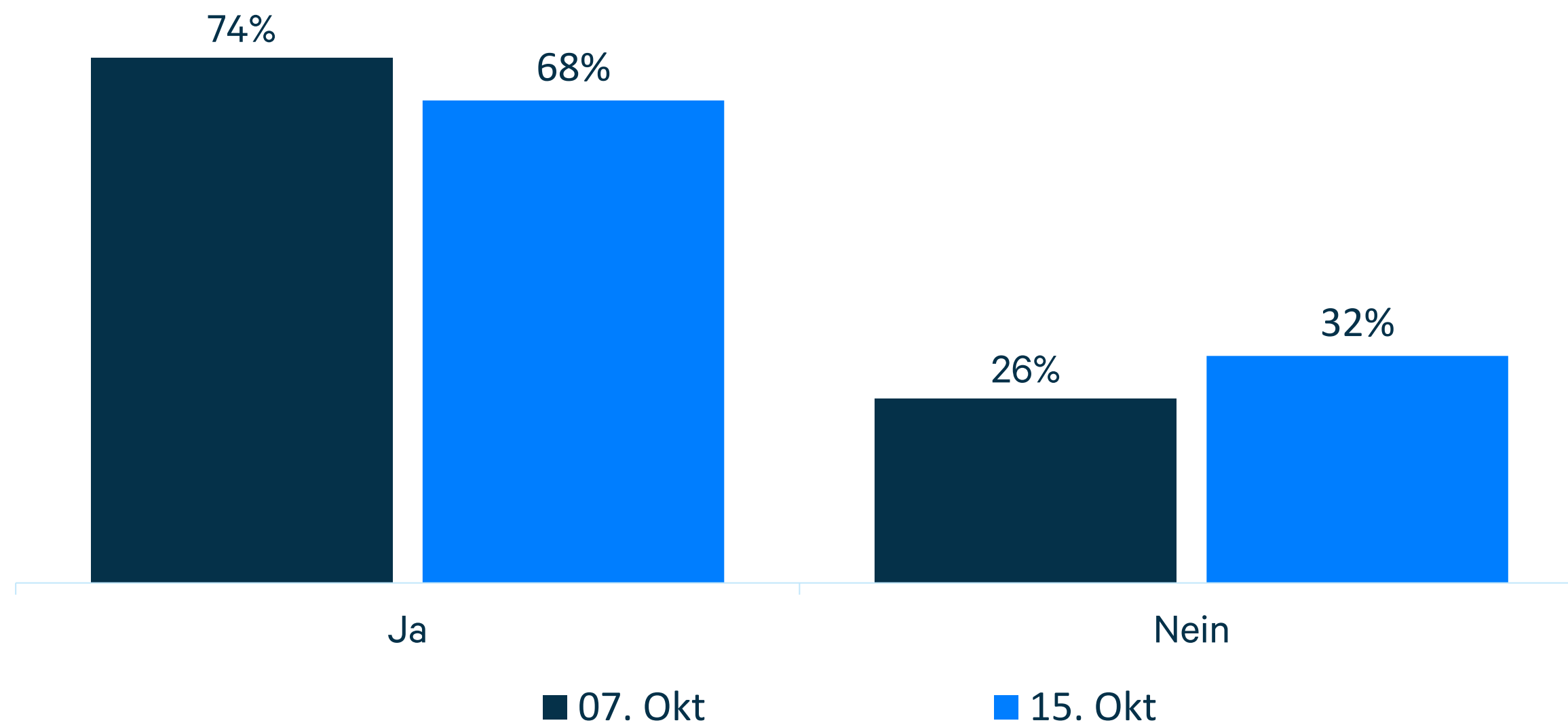
3

Zusatzfragen: Einhaltung der Corona-Regeln, Einschätzung der aktuellen Lage, Großveranstaltungen wie Konzerte/Shows

Einhaltung der Corona-Regeln

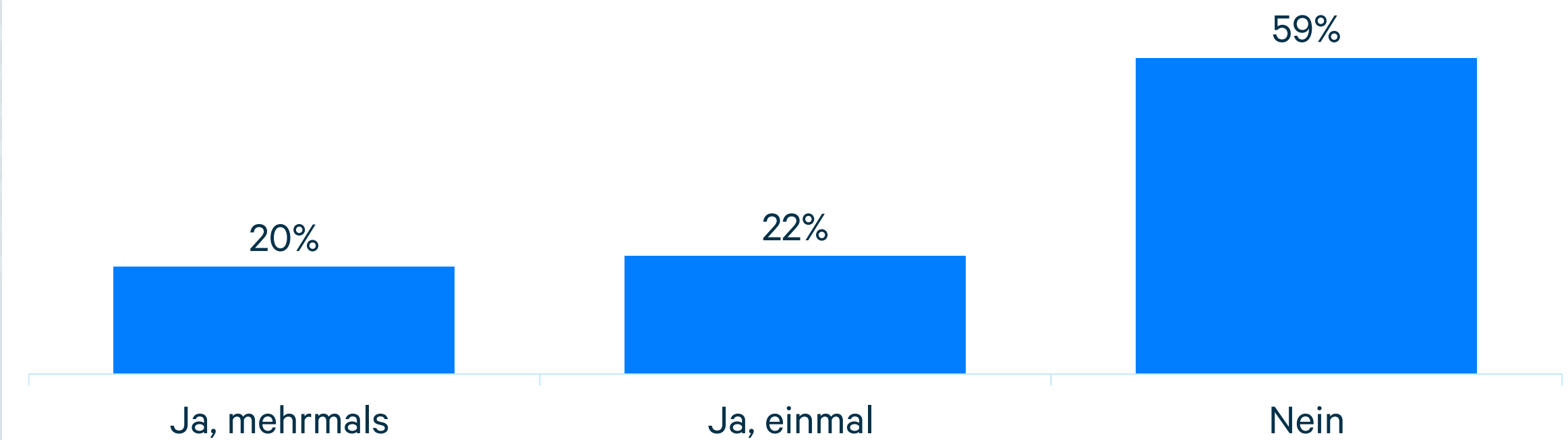
Gesamtstichprobe & Vergleich zur 30. Welle (7. Oktober)

Ist Dir in den **letzten 7 Tagen** aufgefallen, dass Menschen in Deiner Umgebung (z.B. beim Einkaufen, in der Bahn etc.) sich nicht an die Corona-Regeln gehalten haben?



Hast Du in den **letzten 7 Tagen** jemanden darauf angesprochen, wenn er/sie sich nicht an die Corona-Regeln gehalten hat?

N=682



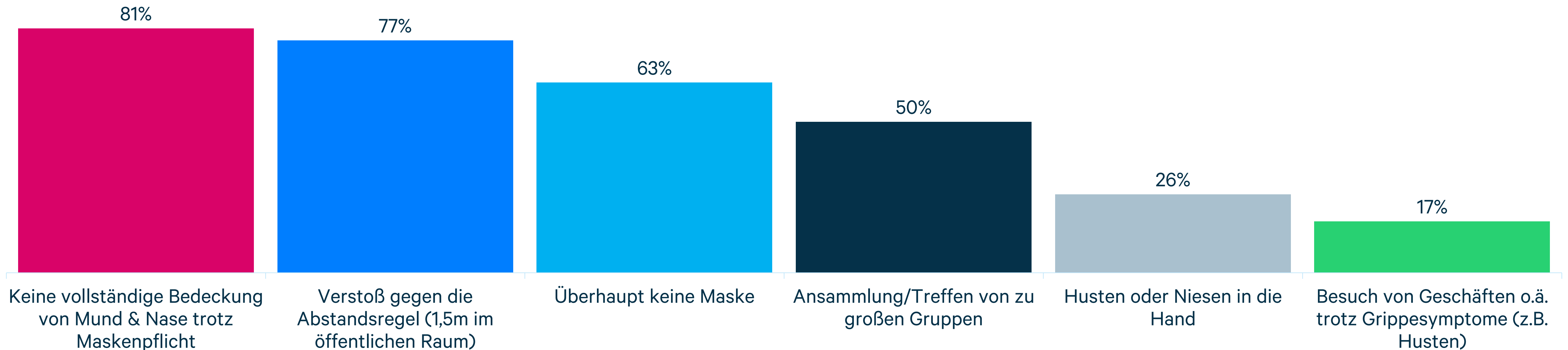
- In der 30. Welle (7. Oktober) haben 54 Prozent der Befragten gesagt, dass sie andere generell (eher) darauf hinweisen, wenn sie sich nicht an die Corona-Regeln halten - diese Woche sagen 42 Prozent, dass sie in den letzten 7 Tagen mindestens einmal jemanden darauf angesprochen haben.
- Wer sich wegen Corona größere Sorgen um seine Gesundheit macht, achtet auch strenger auf die Einhaltung der Regeln: 60 Prozent derjenigen, die sich sehr sorgen, und nur 30 Prozent derjenigen, die sich nicht sorgen, haben in den letzten 7 Tagen jemanden wegen eines Regelverstoßes angesprochen.

Corona-Regeln: beobachtete Verstöße

Hat einen Regelverstoß gesehen

Welche der folgenden Fehlverhalten in Bezug auf die Corona-Regeln hast Du in den letzten 7 Tagen bei Menschen in Deiner Umgebung beobachtet?

N=682



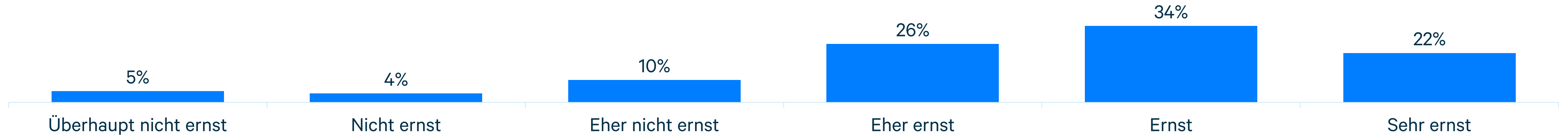
- Der Großteil der Verstöße gegen die Corona-Regeln betrafen vor allem die falsche Nutzung eines Mund-Nasenschutzes oder das Abstandhalten. Ganze 63 Prozent derer, die Verstöße gegen die Regeln wahrgenommen haben, haben andere Menschen gesehen, die gar keine Maske im öffentlichen Raum getragen haben.
- Besonders in jüngeren Altersgruppen wurden größere Gruppen wahrgenommen: 57 Prozent der 18- bis 24-Jährigen und 42 Prozent der 55- bis 65-Jährigen, die einen Verstoß beobachtet haben, haben eine nicht erlaubte, große Gruppe wahrgenommen.

Aktuelle Einschätzung der Pandemie

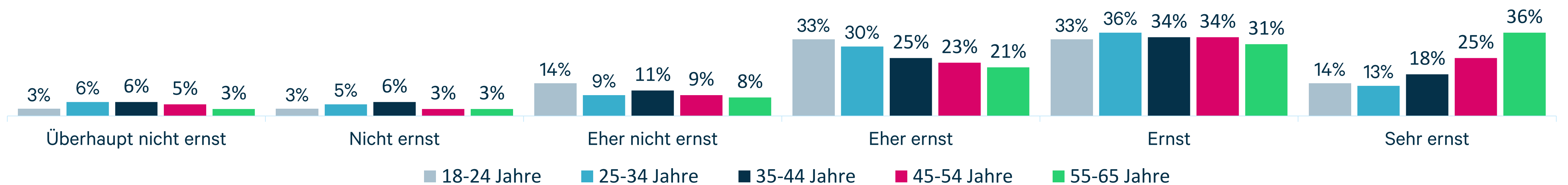
Gesamtstichprobe & Alterssplit

Wie schätzt Du die aktuelle Lage mit der Coronavirus Pandemie in Deutschland ein?

Gesamtbevölkerung:



Im Alterssplit:



- 82 Prozent der Deutschen denken, dass die aktuelle Lage der Corona-Pandemie eher ernst bis sehr ernst ist
- Im Alterssplit zeigen sich deutliche Unterschiede in den Generationen: während in der Altersgruppe der 55- bis 65-Jährigen 67 Prozent die Lage als ernst oder sehr ernst einschätzen, sind es unter den 18- bis 24-Jährigen nur 47 Prozent. Auch in der Altersgruppe der 35- bis 44-Jährigen schätzen nur 52 Prozent die Lage als ernst oder sehr ernst ein.

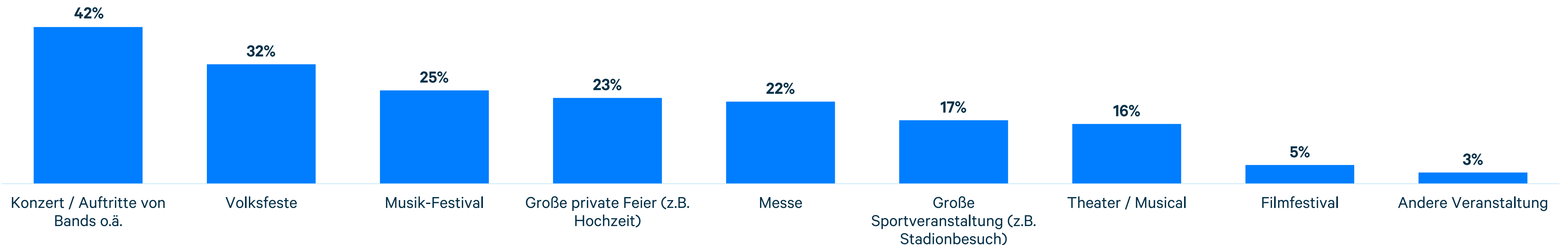
Welche Großveranstaltungen wurden abgesagt?

Personen, die eigentlich eine Großveranstaltung besuchen wollten

53 Prozent der Befragten hatten für dieses Jahr den Besuch mindestens einer Großveranstaltung **geplant**.
Bei **23 Prozent** wurde mindestens eine Veranstaltung **abgesagt** und bei **26 Prozent** wurde ein Event **verschoben**.

Abgesagt / Verschoben wurden:

N=454

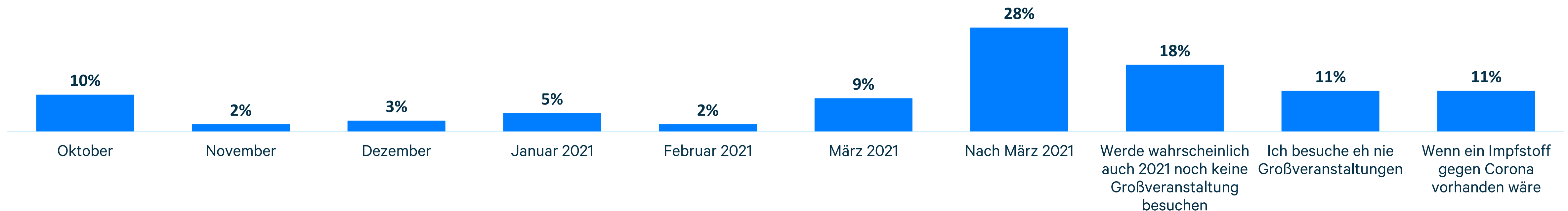


- Die meisten Personen, die von der Absage oder der Verschiebung einer Großveranstaltung betroffen sind, wollten eigentlich ein Musik-Konzert besuchen (42 Prozent). Danach folgen mit Abstand Volksfeste (32 Prozent) und Musik-Festivals (25 Prozent).
- Ein knappes Viertel aller betroffenen Personen wollte eigentlich eine große private Feier (z.B. eine Hochzeit) besuchen.

Wann würden die Deutschen wieder Großveranstaltungen besuchen?

Gesamtstichprobe

Die Deutschen wollen vor allem erst **nach März 2021** wieder Großveranstaltungen besuchen
15 Prozent könnten sich vorstellen noch **dieses Jahr** eine Großveranstaltung zu besuchen

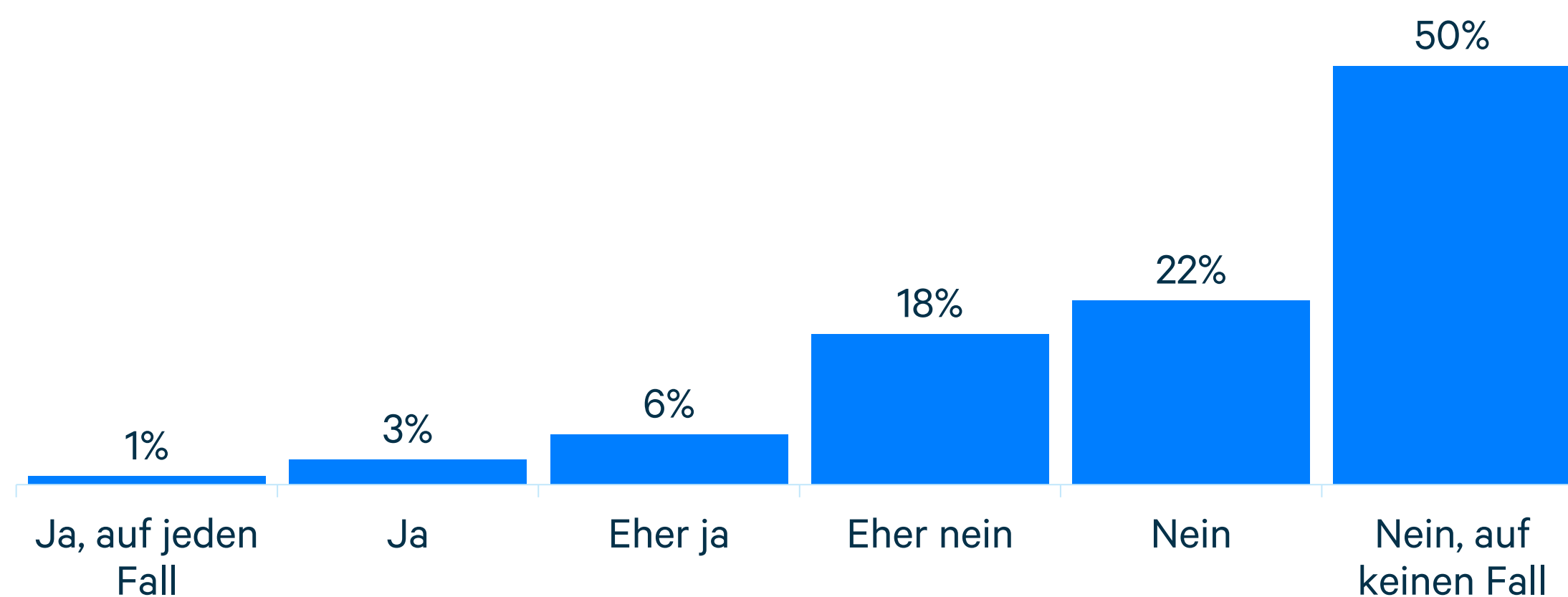


- Im Juni (Welle 9) konnten sich noch mehr als die Hälfte der Deutschen (62 Prozent) vorstellen, im Jahr 2020 (Mai bis Dezember) eine Großveranstaltung zu besuchen – aktuell liegt diese Zahl für die verbleibenden Monate in 2020 bei 15 Prozent.
- Im Juni lag die Zahl derjenigen, die erst nach März 2021 wieder eine Großveranstaltung besuchen wollen, bei 15 Prozent - Inzwischen ist dieser Wert auf 28 Prozent angestiegen.
- Auch die Anzahl derer, die auch 2021 wahrscheinlich gar keine Großveranstaltung besuchen wollen, ist angestiegen: Von sieben Prozent im Juni auf 18 Prozent Mitte Oktober.

Sicherheit von Großveranstaltungen während der Pandemie

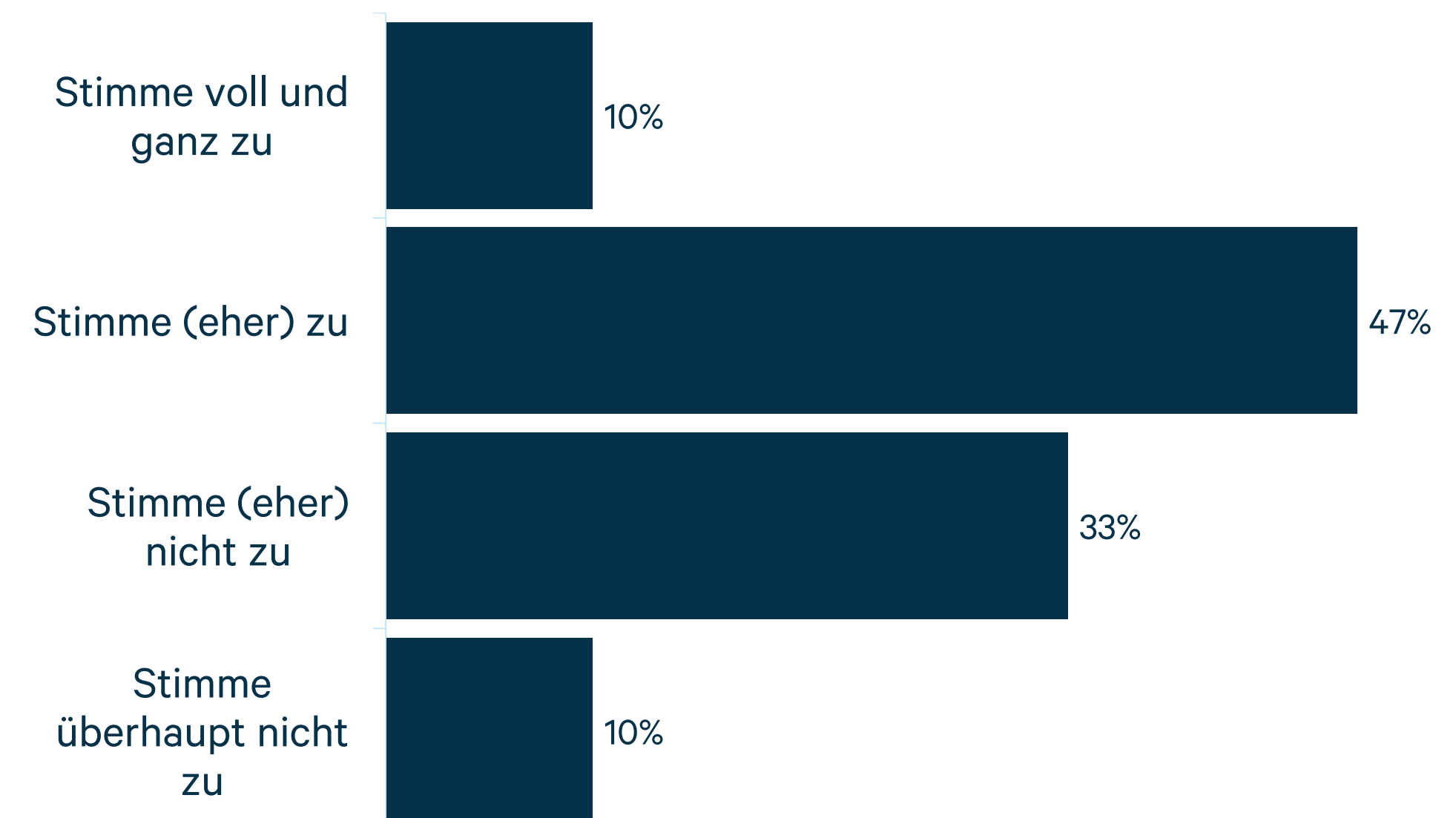
Gesamtstichprobe

Kannst Du Dir generell vorstellen, dieses Jahr zu Weihnachten Tickets für eine Großveranstaltung im Frühjahr 2021 zu verschenken?



- Nur 10 Prozent der Deutschen könnten sich (eher) vorstellen dieses Jahr zu Weihnachten Tickets für Events im nächsten Frühjahr zu verschenken.
- Vor allem ältere Deutsche können sich das nicht vorstellen: Für 85 Prozent der 55-65-Jährigen und für 65 Prozent der 18-24-Jährigen kommt das (überhaupt) nicht in Frage.

Wie sehr stimmst Du der folgenden Aussage zu: "Wenn die Corona-Regeln eingehalten werden, fühle ich mich auf einer Veranstaltung sicher."



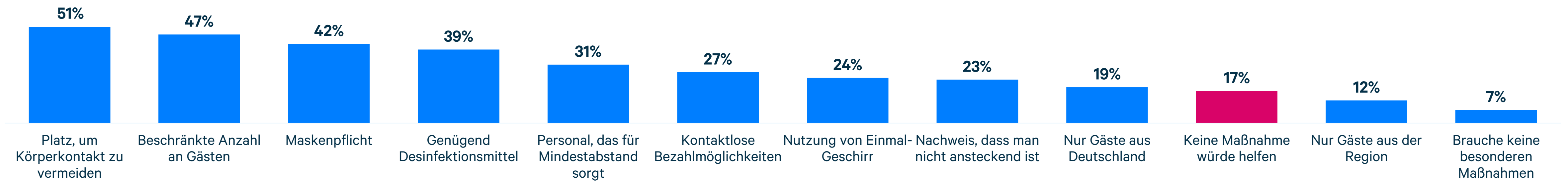
- Die Mehrheit der Deutschen (57 Prozent) gibt an, dass sie sich auf einer Veranstaltung sicher fühlen, solange die aktuellen Corona-Regeln eingehalten werden.
- Die restlichen 43 Prozent würden sich trotz Einhaltung der Regeln nicht sicher fühlen
- Die Corona-Regeln geben vor allem den Jüngeren ein Sicherheitsgefühl: 67 Prozent der 18- bis 24-Jährigen und 47 Prozent der 55- bis 65-Jährigen stimmen der Aussage zu.

Notwendige Sicherheitsmaßnahmen für Großveranstaltungen

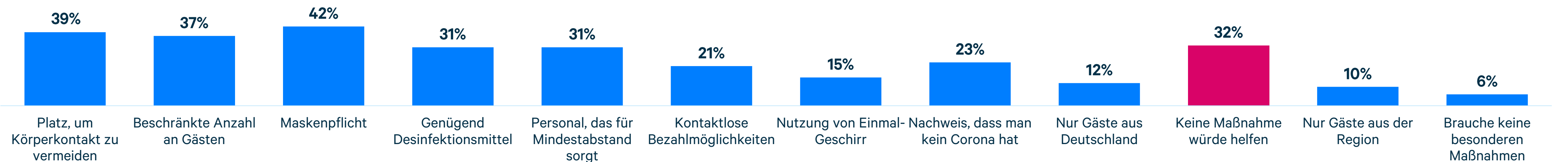
Gesamtstichprobe & Vergleich zur 9. Welle (13. Mai)

32 Prozent der Deutschen würden **momentan** auch mit Sicherheitsmaßnahmen dieses Jahr keine Großveranstaltung besuchen – im **Mai** waren es noch **17 Prozent**

Stand 13. Mai 2020



Stand 15. Oktober 2020



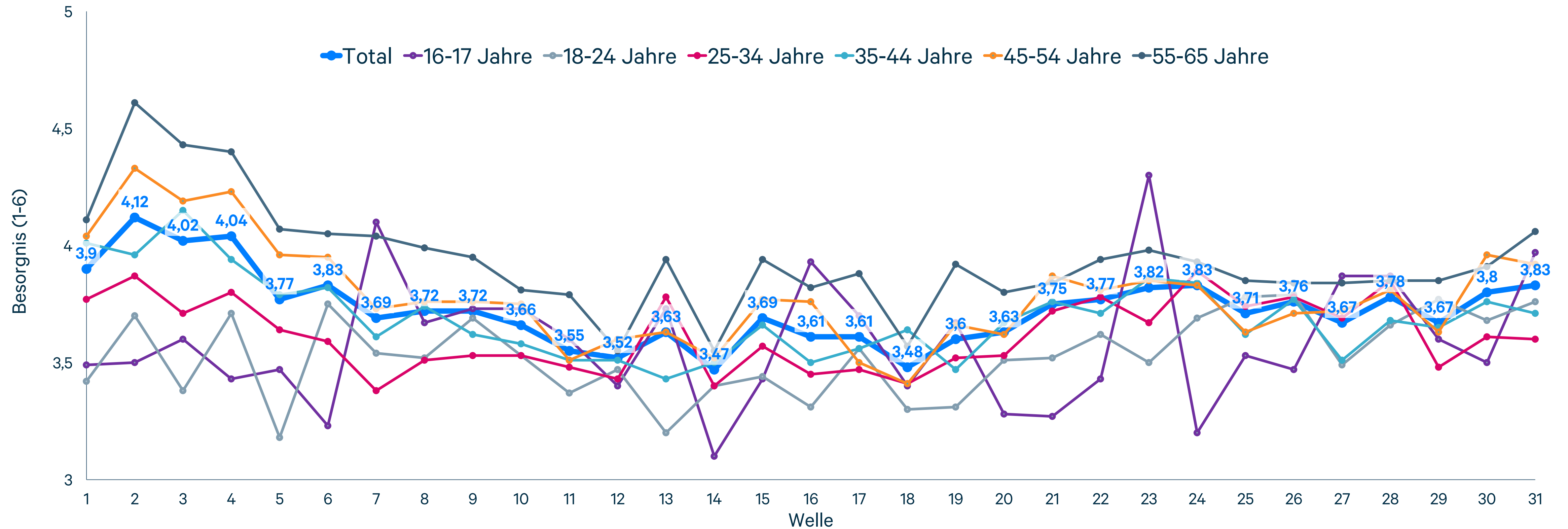


4

Sorgen um Corona

Wie besorgt sind die Deutschen um ihre Gesundheit?

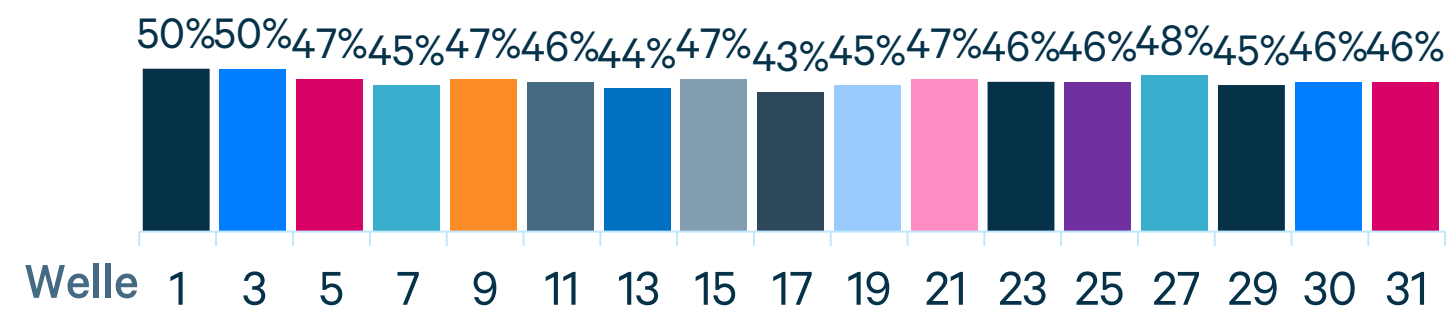
Gesamtstichprobe & Alterssplit – 6-stufige Skala



Was sind die größten Sorgen um Corona? (1/3)

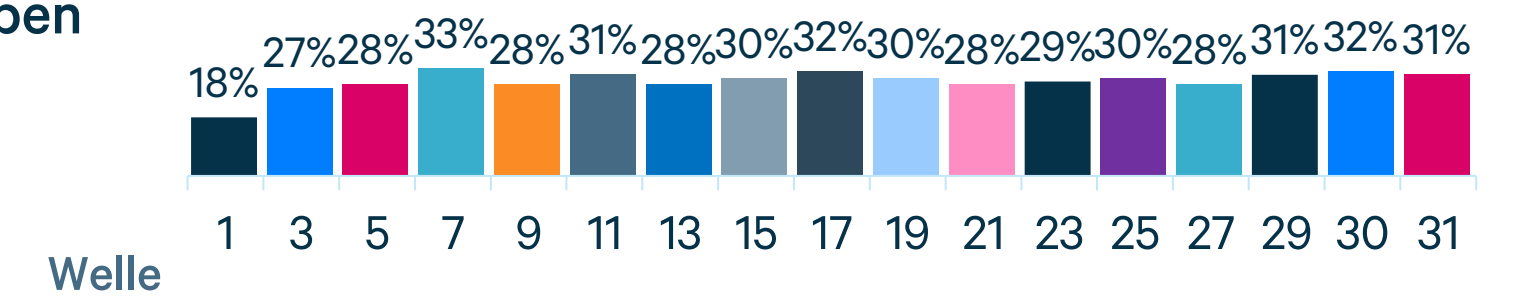
Gesamtstichprobe – Sortiert nach Häufigkeit

Ansteckungsgefahr (Familie, Freunde und Bekannte)



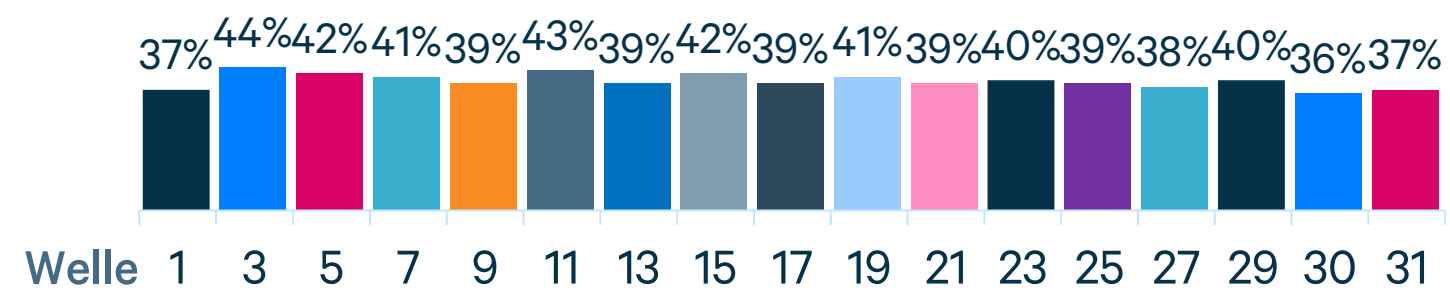
=

Langfristiges Aussterben von Gastro & Kultur



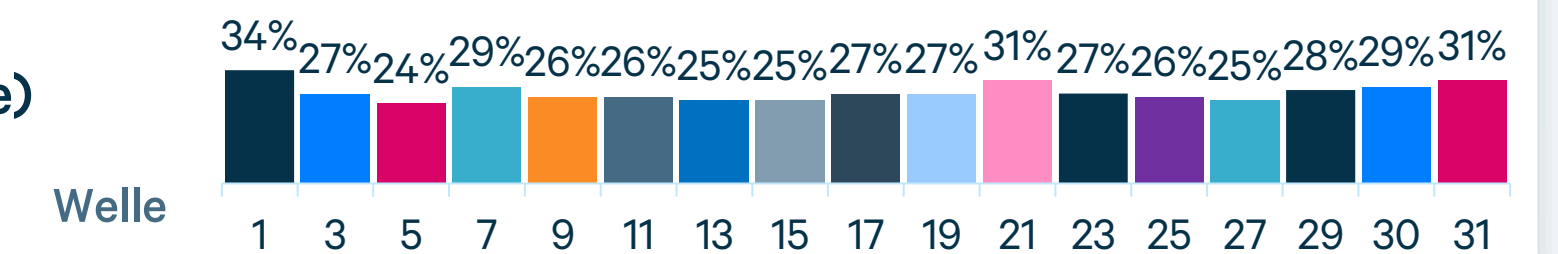
-1

Langfristige wirtschaftliche Auswirkungen (z.B. Insolvenz von Unternehmen)



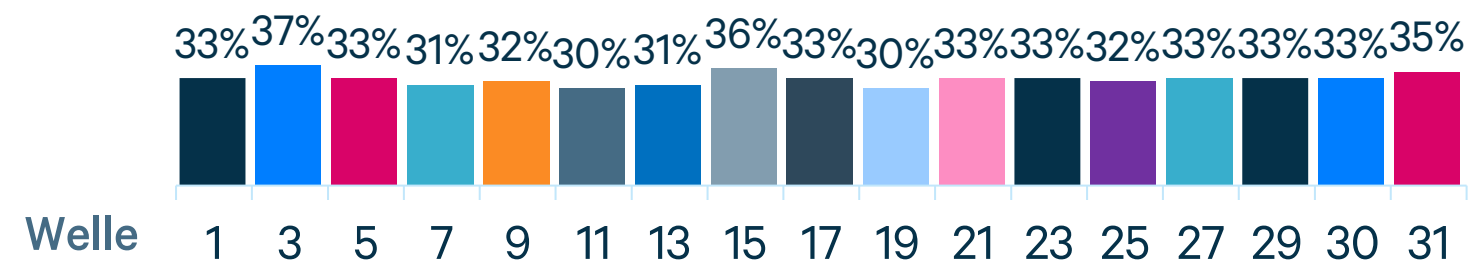
+1

Vollkommenes Erliegen des öffentl. Lebens (z.B. Ausgangssperre)



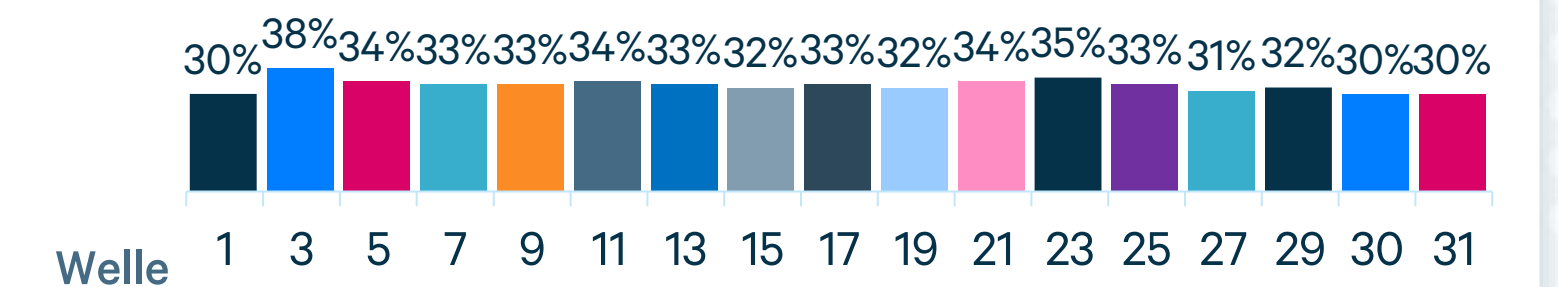
+2

Ansteckungsgefahr (selber)



+2

Persönliche finanzielle Auswirkungen (z.B. Kurzarbeit)



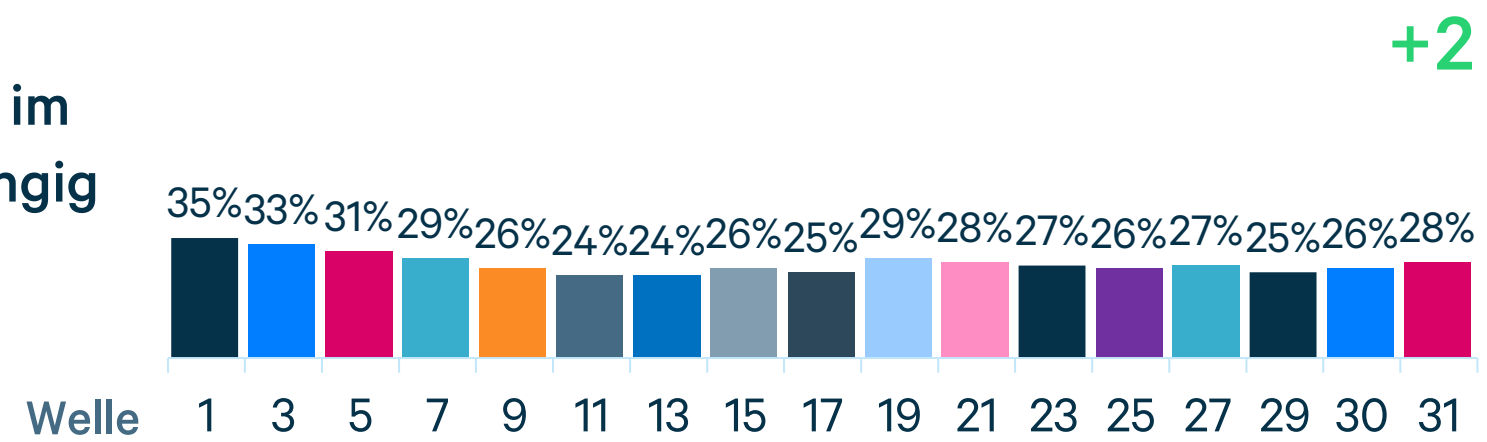
=

Zahlen oben rechts = Änderungen zur Vorwelle in %-Pkt.

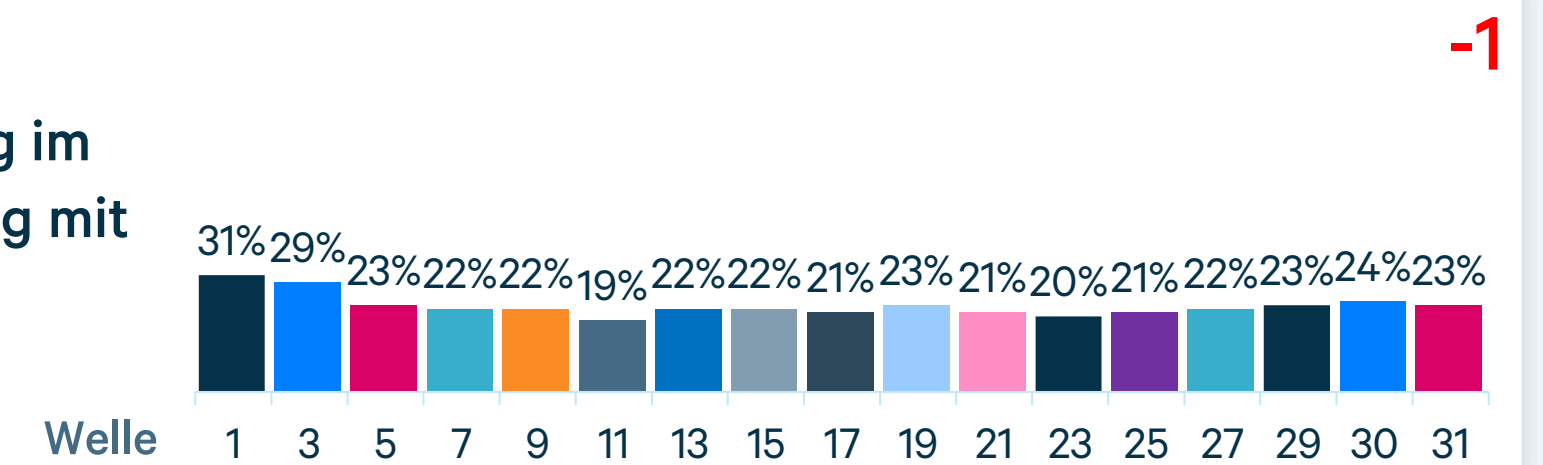
Was sind die größten Sorgen um Corona? (2/3)

Gesamtstichprobe – Sortiert nach Häufigkeit

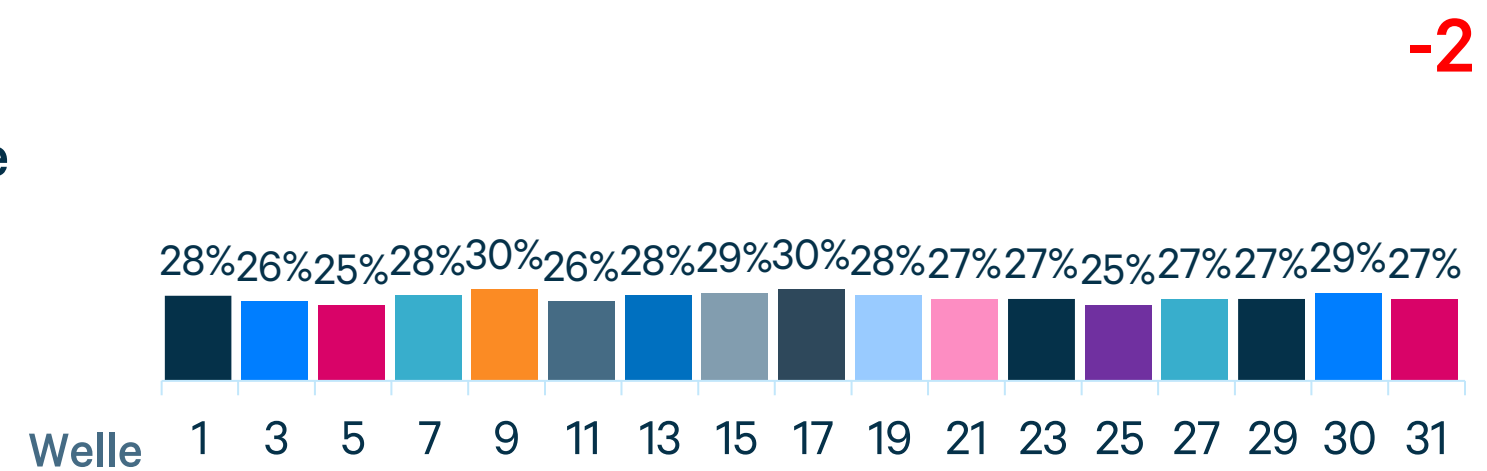
Schlechte Versorgung im Krankheitsfall unabhängig von Corona (z.B. bei Herzinfarkt)



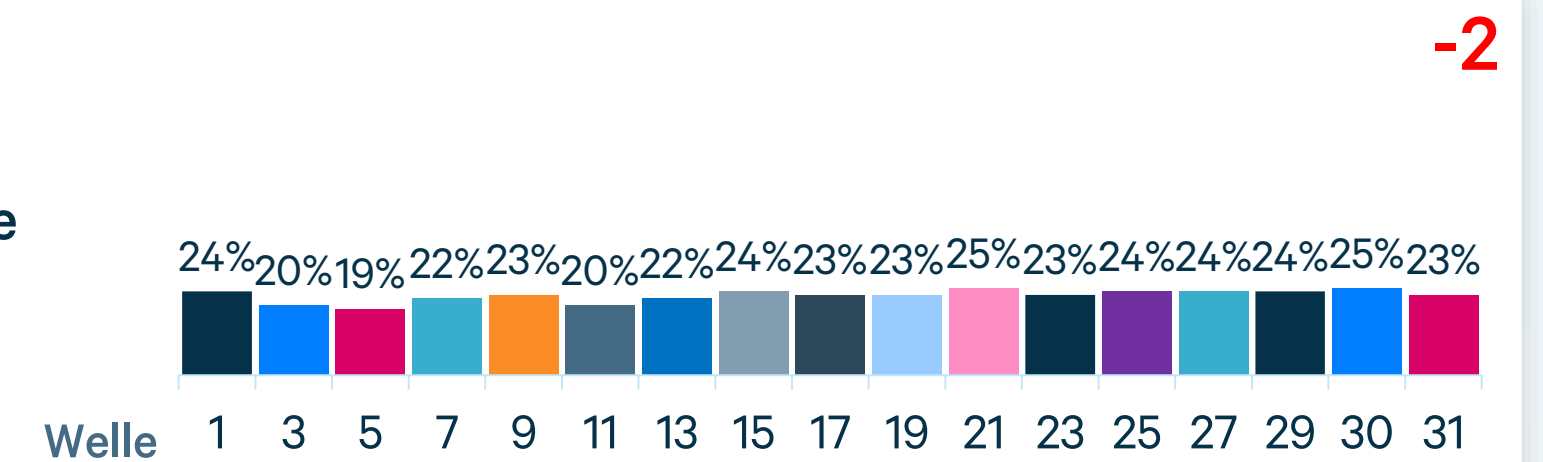
Schlechte Versorgung im Falle einer Ansteckung mit dem Coronavirus



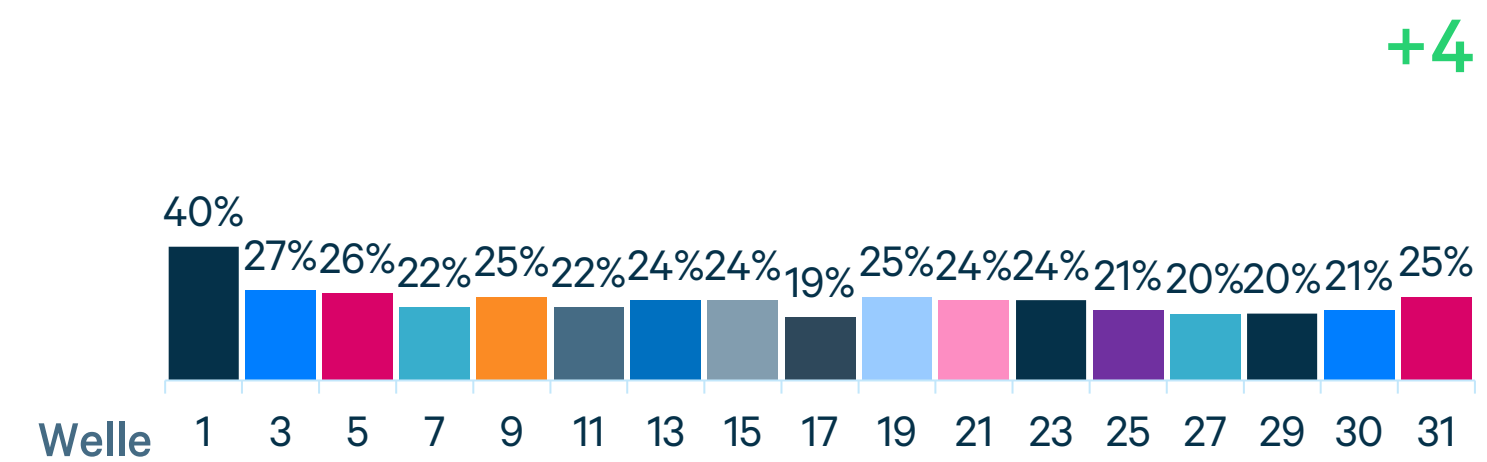
Isolation / Quarantäne (Freunde, Familie und Bekannte)



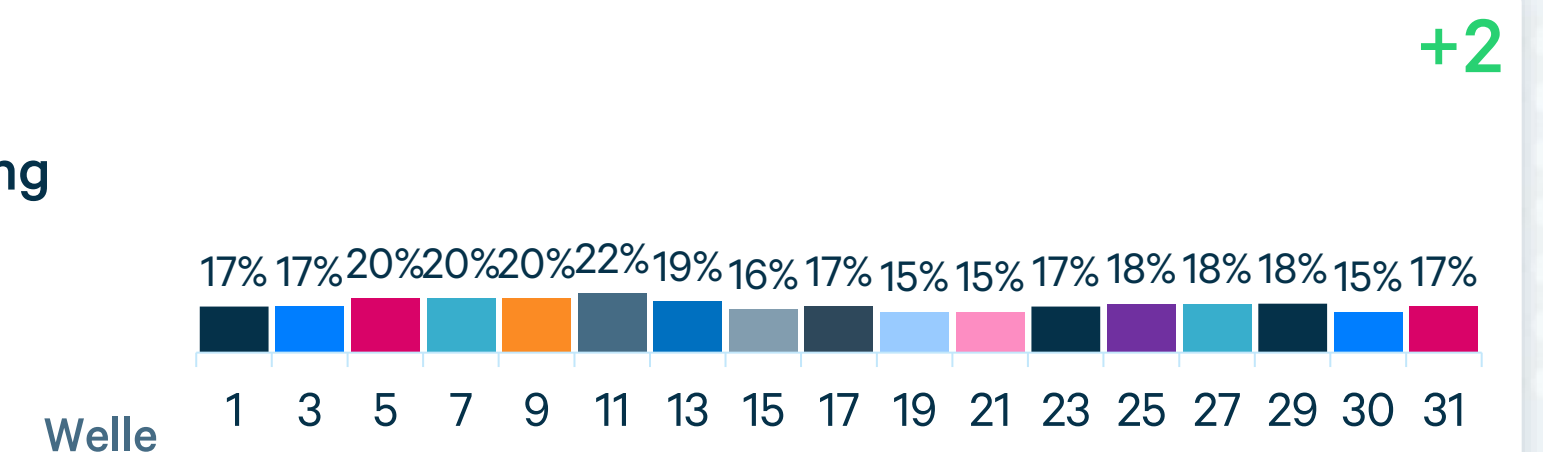
Isolation / Quarantäne (selber)



Massenpanik



Mangelhafte Betreuung von Kindern / Pflegebedürftigen

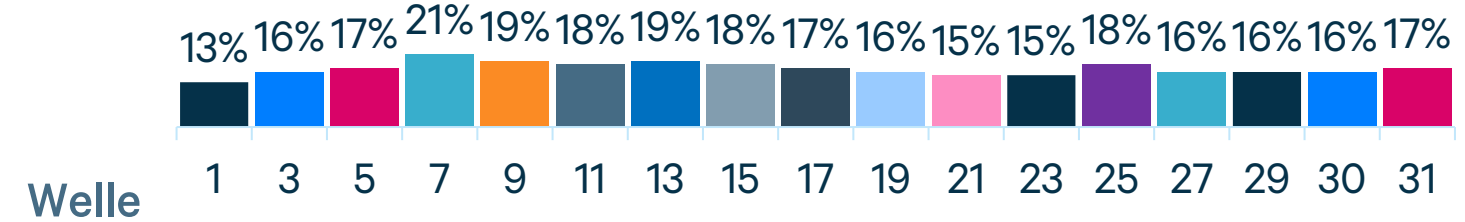


Zahlen oben rechts = Änderungen zur Vorwelle in %-Pkt.

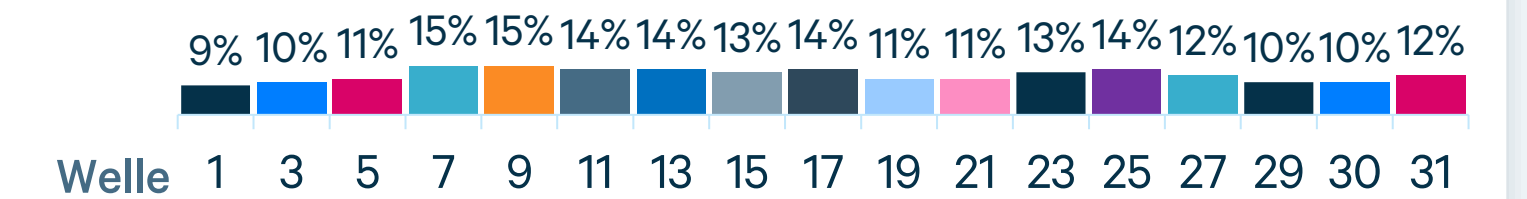
Was sind die größten Sorgen um Corona? (3/3)

Gesamtstichprobe – Sortiert nach Häufigkeit

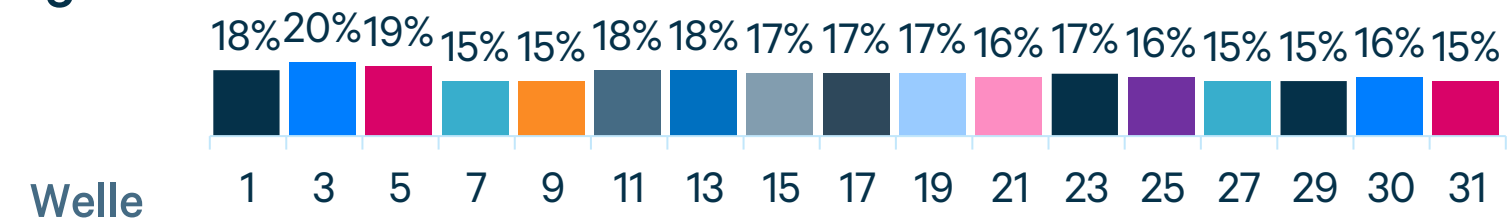
Verringerte
Reisemöglichkeiten (z.B.
gestrichene Flüge)



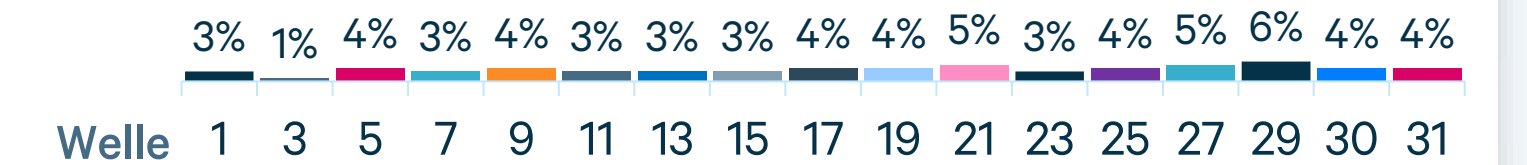
Verbot von privaten
Veranstaltungen (z.B.
Hochzeiten)



Kurzfristige wirtschaftliche
Auswirkungen (z.B. lange
Lieferzeiten)

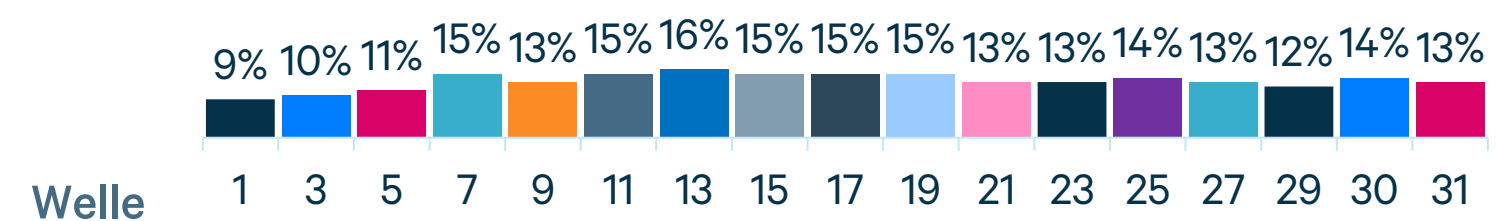


Mache mir keine Sorgen



Zahlen oben rechts = Änderungen zur Vorwelle in %-Pkt.

Meidung von Kranken /
Soziale Ausgrenzung



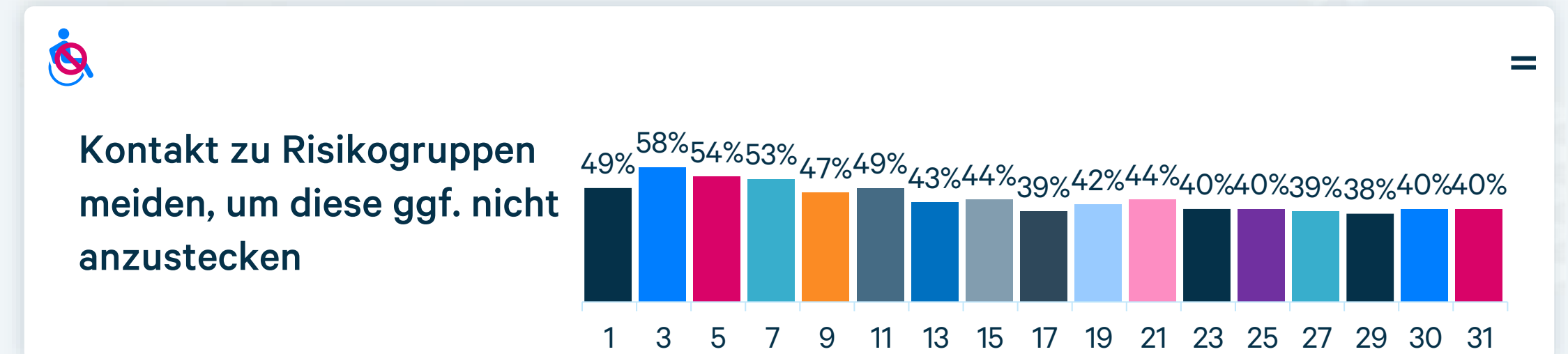
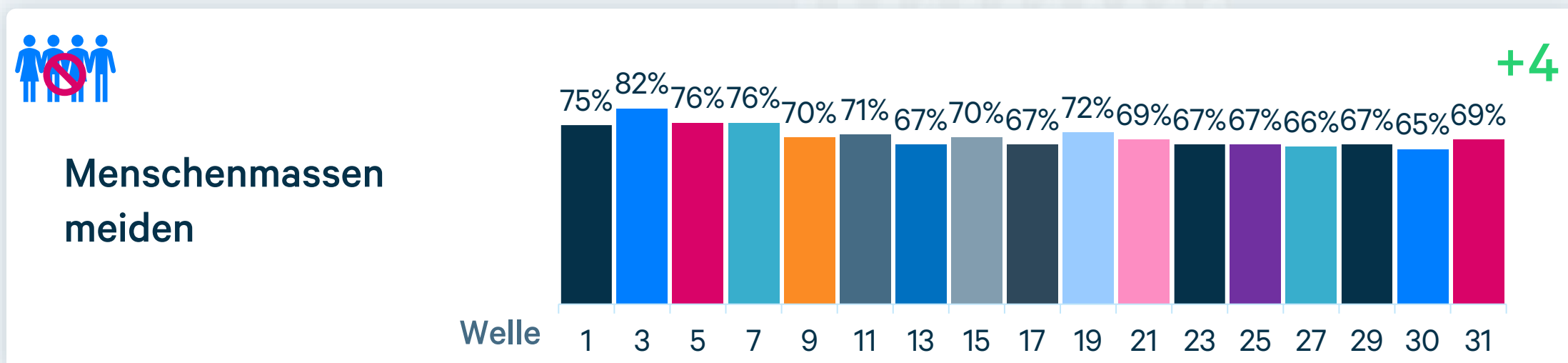
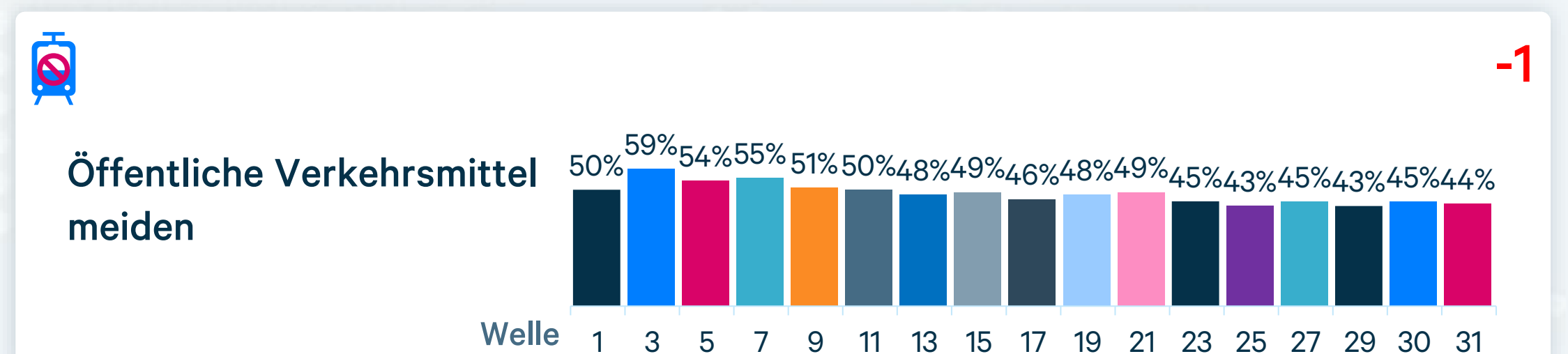
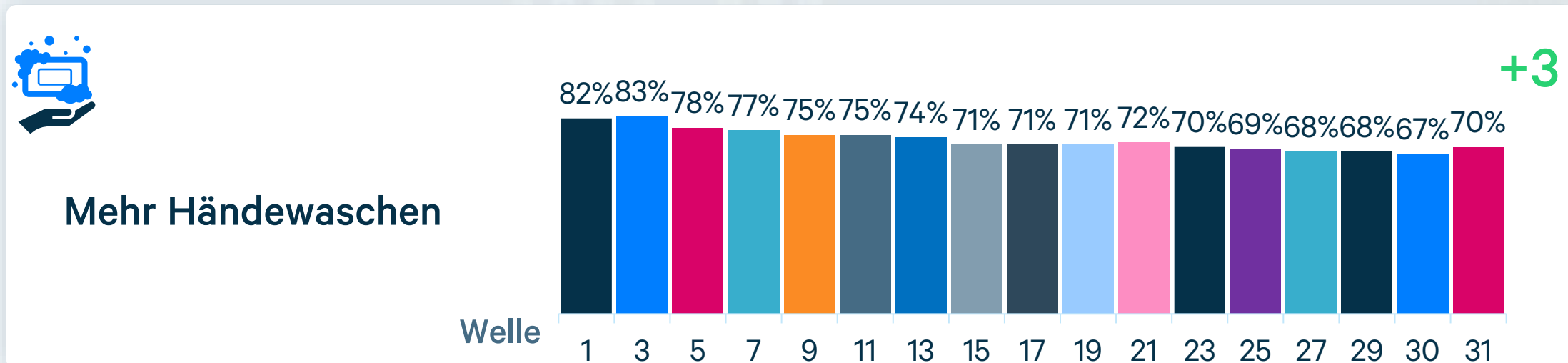
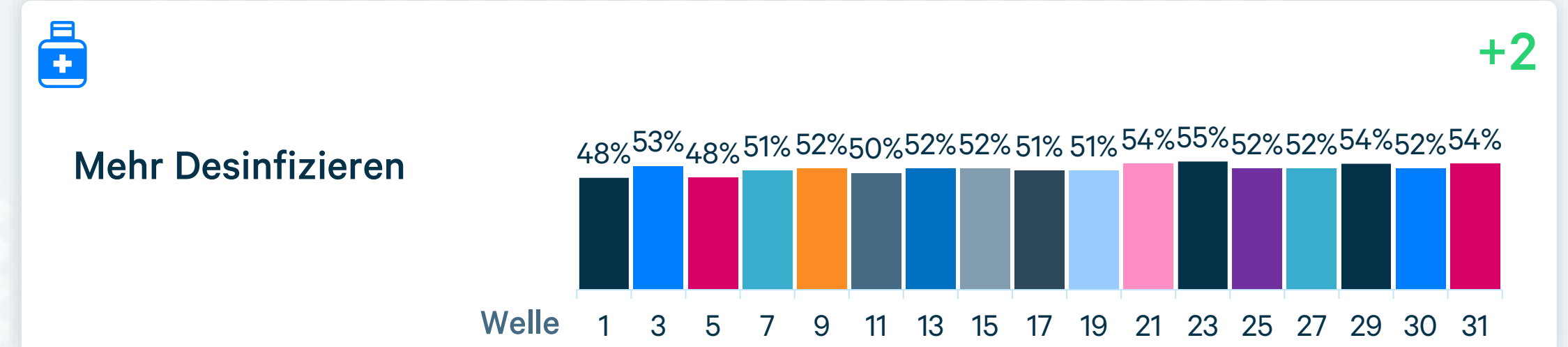
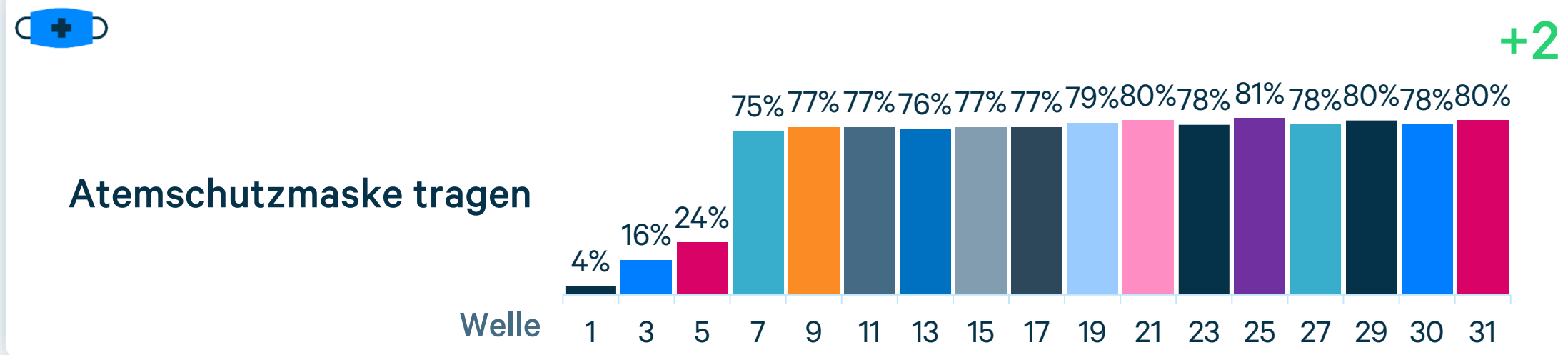


5

Maßnahmen zur Vermeidung & Sicherheit

Was wird getan, um Ansteckungen zu verringern? (1/3)

Gesamtstichprobe – Sortiert nach Häufigkeit in %



Zahlen oben rechts = Änderungen zur Vorwelle in %-Pkt.

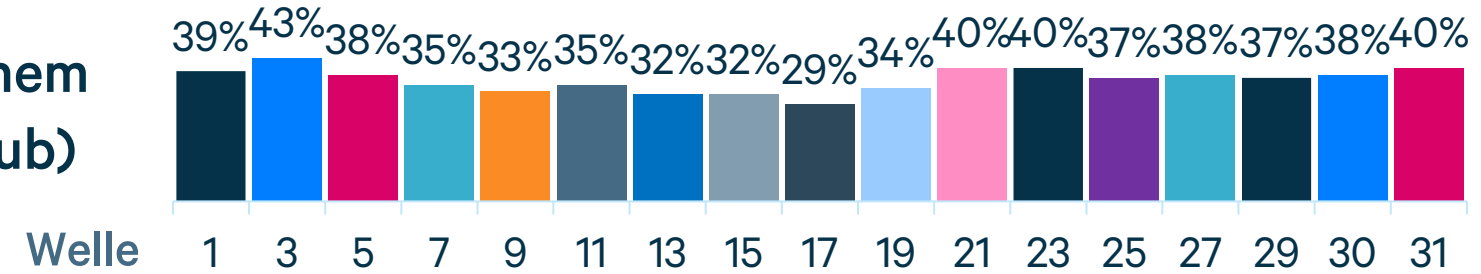
Was wird getan, um Ansteckungen zu verringern? (2/3)

Gesamtstichprobe – Sortiert nach Häufigkeit in %



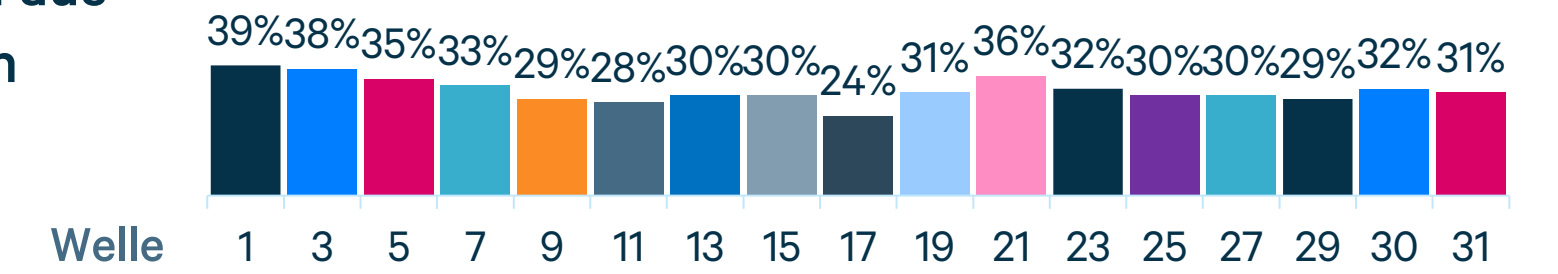
Kontakt zu Personen meiden, die in betroffenem Gebiet waren (z.B. Urlaub)

+2



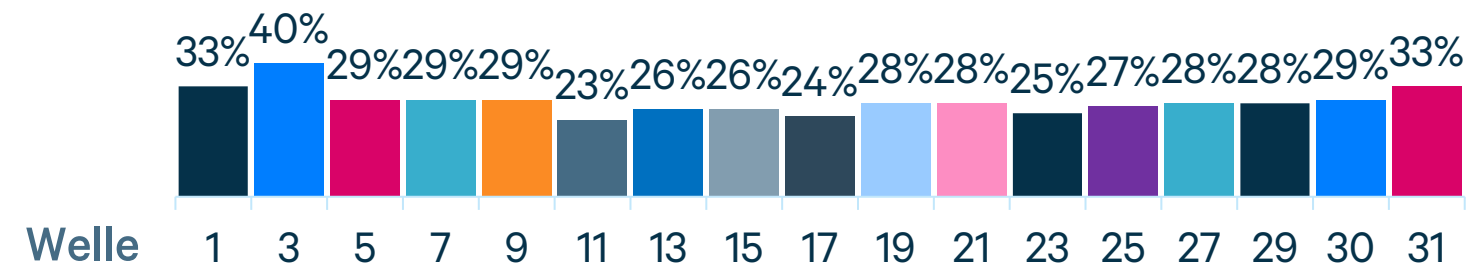
Kontakt zu Personen aus betroffenen Gebieten meiden (z.B. Italien)

-1



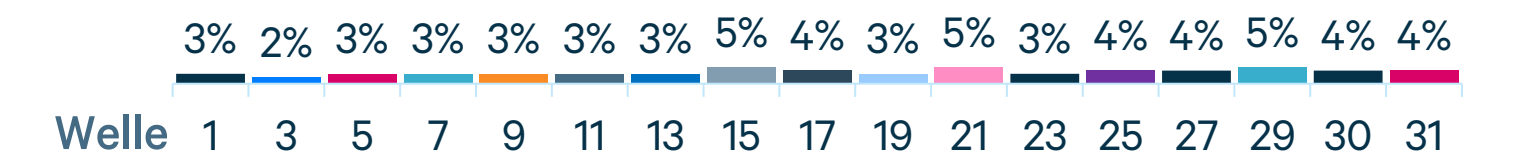
Immunsystem stärken

+4



Mache gar nichts, um das Risiko zu vermeiden

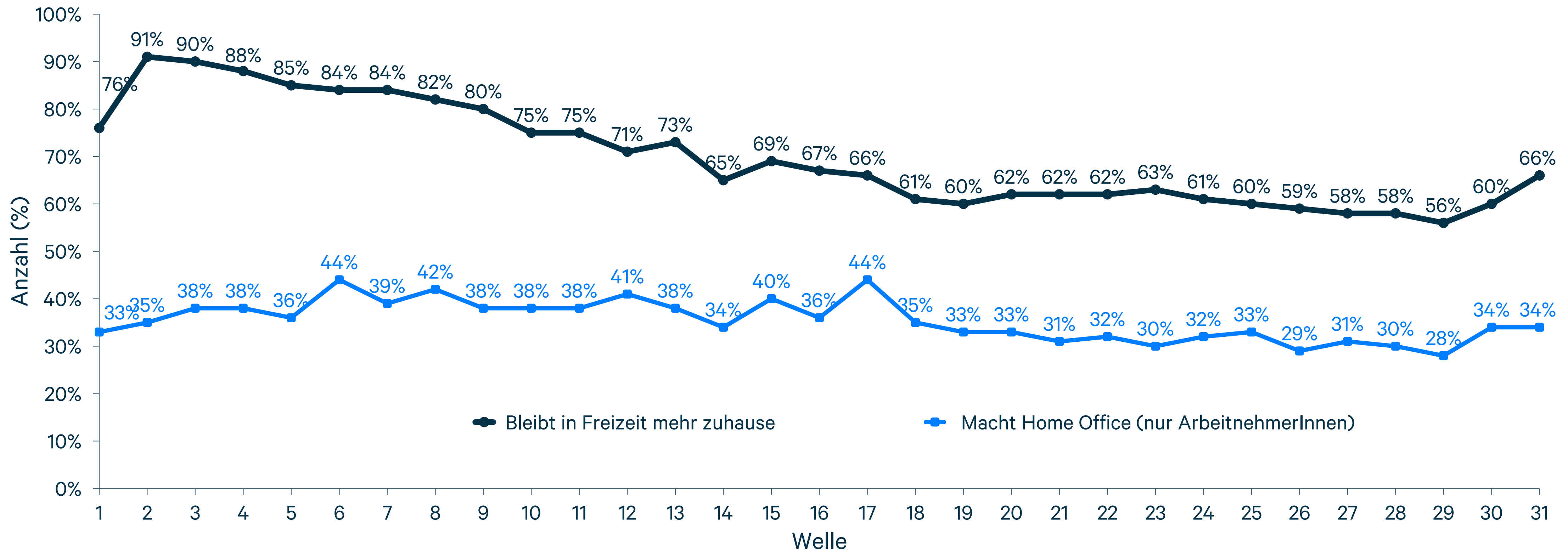
=



Zahlen oben rechts = Änderungen zur Vorwelle in %-Pkt.

Was wird getan, um Ansteckungen zu verringern? (3/3)

Zuhause bleiben (Gesamtstichprobe) Home Office (ArbeitnehmerInnen)



„Bleibst du wegen Corona in deiner Freizeit vermehrt zuhause?“ (Basis: erste Welle: N=2.500 / 2.-19. Welle je: N=1.000 / 20. Welle: N=2.000 / 21.-31. Welle: N=1.000)

„Hast du aktuell die Möglichkeit Home Office zu machen?“ (Basis: ArbeitnehmerInnen: 1. Welle: N=1.670 / 2. Welle: N=680 / 3. Welle: N=646 / 4. Welle: N=690 / 5. Welle: N=644 / 6.

Welle N=653) / 7.Welle: N=668 / 8.Welle: N=673) / 9. Welle: N=689 / 10. Welle: N= 676 11. Welle: N= 676 / 12. Welle: N= 679 13. Welle: N=687 / 14. Welle: N= 661 15. Welle: N=680 / 16.

Welle: N= 651 / 17. Welle N=688 / 18. Welle: N=661 / 19. Welle: N=699 / 20. Welle: N=1.368 / 21. Welle: N=686 / 22. Welle: N=687 / 23. Welle: N=655 / 24. Welle N=654 / 25. Welle N=676 /

26. Welle: N= 698 / 27. Welle: N=670 / 28. Welle: N=669 / 29. Welle: N=741 / 30.Welle N=690 / 31. Welle N=646)

Wie unsicher / sicher sind bestimmte Verkehrsmittel?

Bottom 2 in %: “(Überhaupt) nicht sicher” Top 2 in %: “(Sehr) sicher”

Unsicher

Aktueller Platz	Verkehrsmittel	18. März Welle 1 Bottom 2	29. April Welle 7 Bottom 2	10. Juni Welle 13 Bottom 2	22. Juli Welle 19 Bottom 2	02. September Welle 25 Bottom 2	16. September Welle 27 Bottom 2	1. Oktober Welle 29 Bottom 2	7. Oktober Welle 30 Bottom 2	15. Oktober Welle 31 Bottom 2
1	U-Bahn / S-Bahn	80%	65%	58%	53%	50%	54%	55%	54% (-1)	54% (=)
2	Flugzeug	80%	66%	57%	51%	54%	53%	54%	52% (-2)	54% (+2)
3	Bus	76%	60%	52%	50%	47%	50%	52%	50% (-2)	52% (+2)
4	Regio / ICE / IC	76%	58%	49%	45%	44%	46%	47%	48% (+1)	48% (=)
5	Schiff / Fähre	74%	58%	49%	43%	41%	45%	45%	42% (-3)	44% (+2)
6	Ridesharing	59%	48%	41%	36%	32%	34%	38%	36% (-2)	38% (+2)
7	Carsharing	59%	47%	42%	33%	34%	36%	36%	35% (-1)	37% (+2)
8	Taxi	58%	44%	38%	33%	32%	35%	35%	36% (+1)	34% (-2)
9	Scooter Sharing	52%	42%	38%	32%	26%	27%	30%	28% (-2)	31% (+3)
10	Bike Sharing	47%	35%	32%	26%	22%	25%	26%	24% (-2)	25% (+1)

Sicher

Aktueller Platz	Verkehrsmittel	Welle 1 Top 2	Welle 7 Top 2	Welle 13 Top 2	Welle 19 Top 2	Welle 25 Top 2	Welle 27 Top 2	Welle 29 Top 2	Welle 30 Top 2	Welle 31 Top 2
1	Privater PKW	67%	73%	73%	77%	79%	79%	80%	77% (-3)	75% (-2)
2	Zu Fuß gehen	52%	68%	69%	74%	76%	75%	75%	71% (-4)	74% (+3)
3	Eigenes Fahrrad	49%	61%	64%	69%	70%	72%	71%	66% (-5)	67% (+1)

Zahlen in Klammern = Änderungen zur Vorwelle in %-Pkt.













6

Kaufverhalten

Welche Lebens- & Genussmittel und Non-Food Artikel werden **mehr** gekauft?

Top 2 in %: "Kaufe ich (deutlich) mehr als vor Corona"











Aktueller Platz	Lebens- und Genussmittel	18. März Welle 1 Top 2	29. April Welle 7 Top 2	10. Juni Welle 13 Top 2	22. Juli Welle 19 Top 2	02. September Welle 25 Top 2	16. September Welle 27 Top 2	1. Oktober Welle 29 Top 2	7. Oktober Welle 30 Top 2	15. Oktober Welle 31 Top 2
1	 Obst	20%	24%	26%	24%	24%	25%	24%	23% (-1)	23% (=)
2	 Gemüse	18%	21%	24%	23%	22%	23%	24%	21% (-3)	22% (+1)
3	 Mineralwasser	30%	22%	22%	20%	21%	22%	21%	20% (-1)	20% (=)
4	 Konserven	34%	21%	18%	15%	20%	17%	18%	18% (=)	19% (+1)
5	 Nudeln	35%	23%	21%	19%	20%	19%	18%	19% (+1)	19% (=)

Aktueller Platz	Non-Food-Produkt	18. März Welle 1 Top 2	29. April Welle 7 Top 2	10. Juni Welle 13 Top 2	22. Juli Welle 19 Top 2	02. September Welle 25 Top 2	16. September Welle 27 Top 2	1. Oktober Welle 29 Top 2	7. Oktober Welle 30 Top 2	15. Oktober Welle 31 Top 2
1	 Mundschutz	12%	54%	57%	59%	59%	58%	57%	59% (+2)	55% (-4)
2	 Desinfektionsmittel	33%	41%	44%	49%	47%	47%	48%	47% (-1)	47% (=)
3	 Einweghandschuhe	19%	29%	29%	31%	31%	30%	31%	32% (+1)	28% (-4)
4	 Seife	30%	28%	28%	28%	31%	31%	29%	30% (+1)	28% (-2)
5	 Klopapier	26%	21%	21%	17%	18%	19%	18%	19% (+1)	18% (-1)

Zahlen in Klammern = Änderungen zur Vorwelle in %-Pkt.

Welche Produkte werden **weniger** gekauft?

Bottom 2 in %: "Kaufe ich (deutlich) weniger als vor Corona"

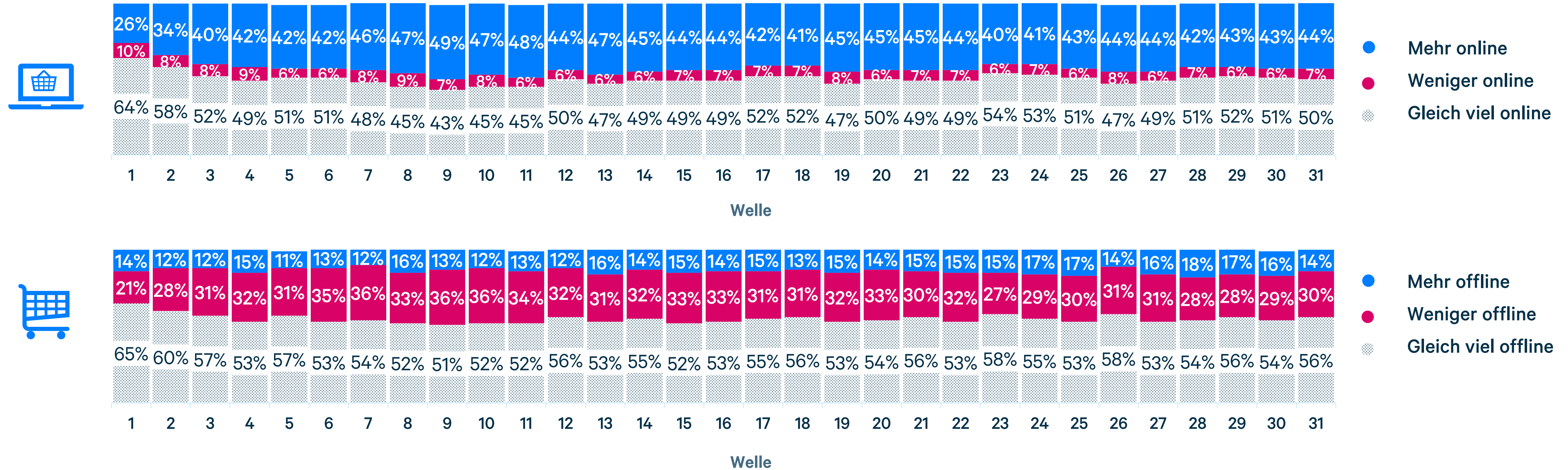
Aktueller Platz	Produkt	18. März Welle 1 Bottom 2	29. April Welle 7 Bottom 2	10. Juni Welle 13 Bottom 2	22. Juli Welle 19 Bottom 2	02. September Welle 25 Bottom 2	16. September Welle 27 Bottom 2	1. Oktober Welle 29 Bottom 2	7. Oktober Welle 30 Bottom 2	15. Oktober Welle 31 Bottom 2
1	 Alkohol	20%	23%	25%	24%	22%	24%	21%	21% (=)	22% (+1)
2	 Möbel	(nicht erhoben)	30%	28%	20%	21%	22%	20%	22% (+2)	21% (-1)
3	 Kleidung / Schuhe	(nicht erhoben)	30%	25%	23%	19%	20%	20%	20% (=)	19% (-1)
4	 Tabak / Zigaretten	16%	18%	20%	19%	19%	19%	16%	16% (=)	17% (+1)
5	 Haushaltsgeräte	15%	24%	24%	17%	18%	17%	15%	18% (+3)	17% (-1)
6	 Make-Up	12%	20%	20%	18%	16%	17%	16%	17% (+1)	16% (-1)
7	 Entertainment	12%	19%	21%	17%	18%	17%	16%	16% (=)	15% (-1)
8	 Videospiele	12%	19%	21%	16%	18%	17%	16%	14% (-2)	14% (=)
9	 Bürobedarf	12%	21%	21%	15%	16%	16%	14%	15% (+1)	14% (-1)
10	 Gesellschaftsspiele	11%	17%	19%	14%	14%	15%	14%	16% (+2)	13% (-3)

Zahlen in Klammern = Änderungen zur Vorwelle in %-Pkt.

Wie hat sich das Kaufverhalten (online/offline) verändert?

Gesamtstichprobe

Veränderungen in Online- & Offline-Käufen



Ihre AnsprechpartnerInnen für Studien



Contact

Louise Leitsch

Head of Research Consulting

Office: +49 40 2286 57 312

E-Mail: louise.leitsch@appinio.com

Website: www.appinio.de



Contact

Christopher Dahl

Senior Research Consultant

Office: +49 40 2286 57313

E-Mail: christopher.dahl@appinio.com

Website: www.appinio.de

Headquarters

Jungfernstieg 49 | D-20354 Hamburg | Germany

1355 Market St | CA-94301 San Francisco | USA

Website: www.appinio.de

Ihre Ansprechpartnerin bei PR-Fragen



Contact

Verena Dickel

PR Managerin

Office: +49 40 87408340

E-Mail: Verena.dickel@appinio.com

Website: www.appinio.de

Headquarters

Jungfernstieg 49 | D-20354 Hamburg | Germany

1355 Market St | CA-94301 San Francisco | USA

Website: www.appinio.de