appinio corona report

Welle 82 – 08.10.2021

Deutschland

Studiendesign & Stichprobe 04

Key Insights 06

Zusatzfragen 08

Sorgen um Corona 13

Vermeidung & Sicherheit 19

Kaufverhalten 27

Anhang

appinio

Intro zur Studie

Alle Daten inkl. Filtermöglichkeiten auf appinio.com/login einsehen

Einleitung zum Appinio Corona Report

Im März 2020 begann die COVID-19-Pandemie. Und das Thema beherrscht noch immer die weltweiten Schlagzeilen. Ganze Wirtschaftsbereiche stehen seitdem still und niemand in der Welt ist in der Lage, vorherzusehen, wie sich unser alltägliches Leben oder unsere Wirtschaft entwickeln wird.

Zu diesem Zeitpunkt hat Appinio sich dazu entschlossen, ein umfangreiches Tracking aufzusetzen, um besser zu verstehen, welchen Einfluss die Corona-Pandemie auf den Alltag und das Konsumverhalten der deutschen Bevölkerung hat.

Neben wiederkehrenden Trackingfragen zu verschiedenen Themen wie Bedenken und Sorgen, Sicherheitsempfinden und Impfungen veröffentlichen wir außerdem jede Woche neue „Zusatzfragen" zu derzeit diskutierten Themen.

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

Ich freue mich, Entscheidungsträger aus allen Branchen mit unseren Insights unterstützen zu können und in diesen turbulenten Zeiten zu zeigen, wie sehr Echtzeit-Marktforschung jedem von uns hilft, die Welt besser zu verstehen.

Übrigens: wir veröffentlichen den Appinio Corona-Report nicht nur in Deutschland, sondern gleichzeitig in Großbritannien, Frankreich und Spanien.

Alles Gute aus Hamburg!
Ihr Jonathan Kurfess

01
Studiendesign & Stichprobe

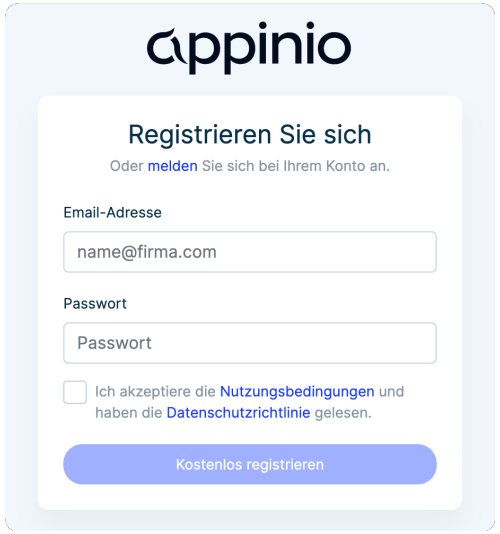
appinio

Zugriff auf das Tracking

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

1. Kostenlos registrieren

- Erstellen Sie unter research.appinio.com einen kostenfreien Account



2. Report öffnen

- Auf der Startseite zum Reiter **Studien von Appinio** scrollen
- Beim Report **Corona: Consumer Tracking – DEU** auf den Button **„Zur Studienanalyse“** klicken

3. Ergebnisse analysieren

- Ergebnisse in real-time im Dashboard ansehen und verfolgen
- Flexibel splitten und filtern (z.B. nach Altersgruppen oder Ernährungstypen)

Tracking: Forschungsdesign

Methode, Stichprobe & Inhalt

Methode

- Mobiler Fragebogen, ausgespielt über die Appinio-App
- Die Befragung erfolgte am: 6. Oktober 2021
- Daten können immer unter research.appinio.com in real-time eingesehen werden

Stichprobe

- Land: Deutschland
- Alter: 16 – 65 Jahre
- National repräsentativ – quotiert nach Alter & Geschlecht basierend auf Zensus 2011
- Welle 1: N = 2500
- Welle 2-19: N = 1000
- Welle 20: N = 2000
- Welle 21-82: N = 1000

Inhalt

- Aktuelle Zusatzfragen:

Deutsche Fitness – der Altersvergleich:

- Wie fit sind die Deutschen? Und was ist die Hauptmotivation zum Sport machen?
- Welcher Sport ist am beliebtesten – und welche Rolle spielt das Alter hierbei?
- Health-Tracking: Wer misst seine sportlichen Aktivitäten – und wer teilt seine Sportdaten auch öffentlich?

02
Key Insights

appinio

Key Insights – Zusatzfragen

Die interessantesten Insights der Woche auf einen Blick

Jeder Dritte macht seit Beginn der Pandemie weniger Sport.

- Generell geben vier von zehn Deutschen **(40%)** an, mindestens **1-2x die Woche aktiv** Sport zu machen. Der Trend: **Je jünger die Person, desto mehr Sport** macht sie regelmäßig.
- Gleichzeitig geben insgesamt auch vier von zehn **(39%)** an, **seit der Pandemie weniger Sport** zu machen. Nur 23 Prozent machen mehr Sport als vorher.
- Die **ältere Generation (55-65-jährige)** scheint hierbei beständiger zu sein, als die **Generation Z**. Von ihnen gibt die **Hälfte (50%)** an, **gleich viel Sport** zu machen, wie vor der Pandemie, während es bei der **Generation Z nur 29 Prozent** sind.

Laufen: der beliebteste Sport der Deutschen

- Der **beliebteste Sport** unter den Deutschen scheint das **Laufen** zu sein - **40 Prozent** der Befragten geben an, **regelmäßig zu joggen**. An zweiter Stelle schneidet das **Gerätetraining im Fitnessstudio** ab (30%). Wandern ist fast genauso beliebt (27%).
- Hierbei gibt es einige Unterschiede im Alter: Während die **Generationen Y & Z** (16-34) vor allem das **Fitness Studio besuchen** (42% und 36%), ist bei den **Ü45-jährigen Laufen und Wandern** angesagt (38%).
- Fahrrad-Hype: Jeder **Fünfte (22%)** gibt an, aktiv **Radsport** zu betreiben - wobei es bei den **35-44-jährigen** am beliebtesten ist (**30%** von ihnen machen den Sport aktiv).
- **Motivation**: Deutlich mehr als die **Hälfte der Deutschen (61%), die Sport machen sagen,** dass sie dies für ihre **körperliche Gesundheit** tun. An zweiter Stelle steht die **psychische Gesundheit (33%)**.

Zwei Drittel der (Hobby-) Sportler tracken Sportdaten

- **66 Prozent** der Deutschen, die Sport machen nutzen **Fitness Bänder, Apps oder ähnliches**, um ihre **sportlichen Daten** zu erfassen - 26 Prozent von ihnen machen es sogar regelmäßig oder immer, 40 Prozent ab und zu.
- Hierbei sind es **mehr Frauen (71 %) als Männer (60 %**), die ihre Sportdaten, zumindest **manchmal tracken**.
- Für die Datenerhebung ist hierbei das **Smartphone** am beliebtesten **(52%)**, an zweiter Stelle folgt die **Smartwatch (40%).**
- Von jenen Befragten, die ihre **Sportdaten** tracken, teilen die **wenigsten diese Daten öffentlich**. Während 51 Prozent ihre Sportdaten grundsätzlich nicht teilen, sagen **29 Prozent**, dass sie sie zumindest mit **Freunden und Familie** teilen. Nur 10 Prozent geben an, sie auf sozialen Netzwerken zu teilen.

03
Zusatzfragen

Deutsche Fitness – der Altersvergleich:

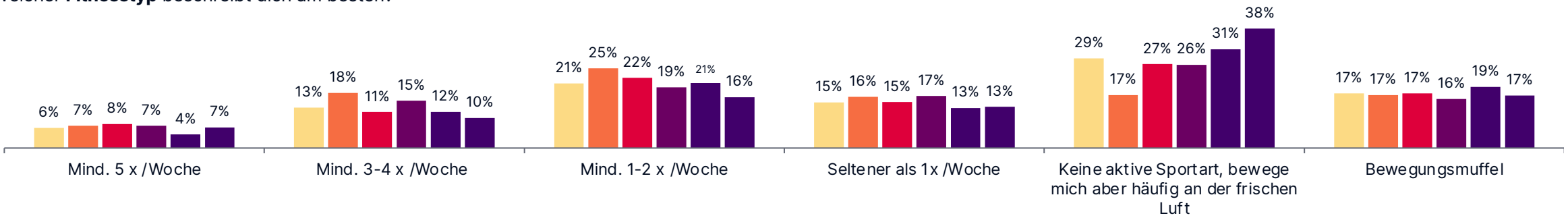
- Wie fit sind die Deutschen? Und was ist die Hauptmotivation zum Sport machen der meisten?
- Welcher Sport ist am beliebtesten – und welche Rolle spielt das Alter hierbei?
- Health-Tracking: Wer misst seine sportlichen Aktivitäten – und wer teilt seine Sportdaten auch öffentlich?

appinio

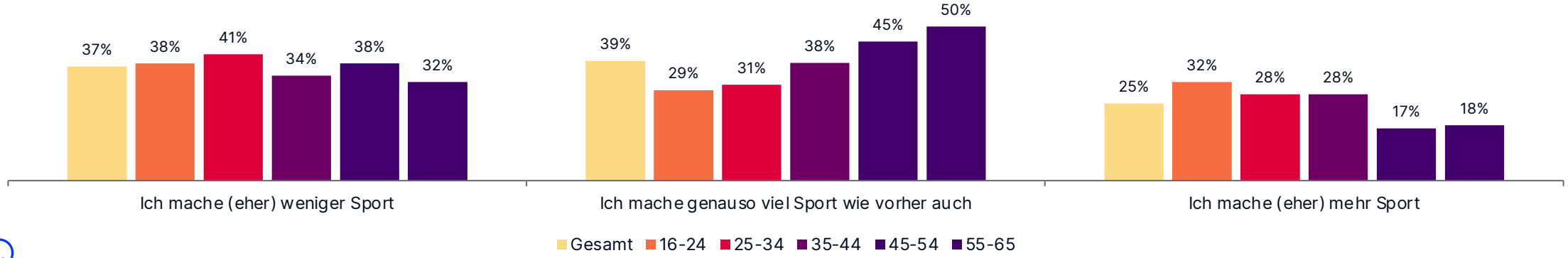
Fitness in Deutschland

Wie sportlich sind die Deutschen?

Welcher **Fitnesstyp** beschreibt dich am besten?



Hat sich die **Frequenz**, in der du Sport treibst seit Beginn der Corona-Pandemie verändert?



- Zwei von zehn Deutsche (39%) geben an, mindestens **1-2x die Woche aktiv** Sport zu machen. **Knapp ein Drittel (29%) macht keinen aktiven Sport**, bewegt sich dafür aber regelmäßig an der frischen Luft.
- Der Trend: **Je jünger die Person, desto mehr Sport** macht sie regelmäßig. Die Ausnahme: Die Hochleistungssportler, die **mindestens 5x die Woche trainieren:** Hier sind alle **Altersgruppen etwa gleich stark** vertreten (zwischen 4% und 8%).

Sportarten in Deutschland

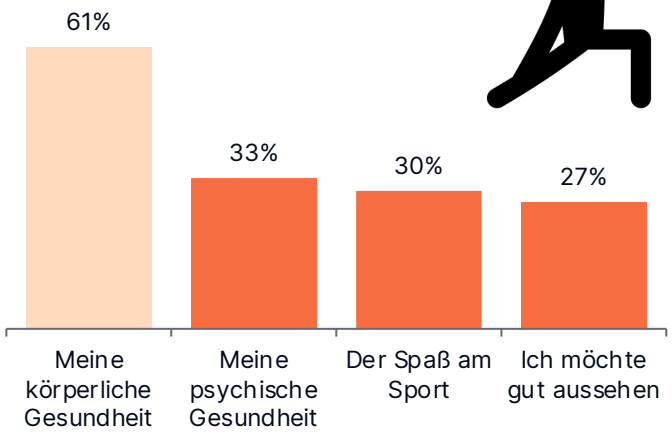
Laufen: Der Lieblingssport der Deutschen

Was ist die Hauptmotivation für dich Sport zu treiben?

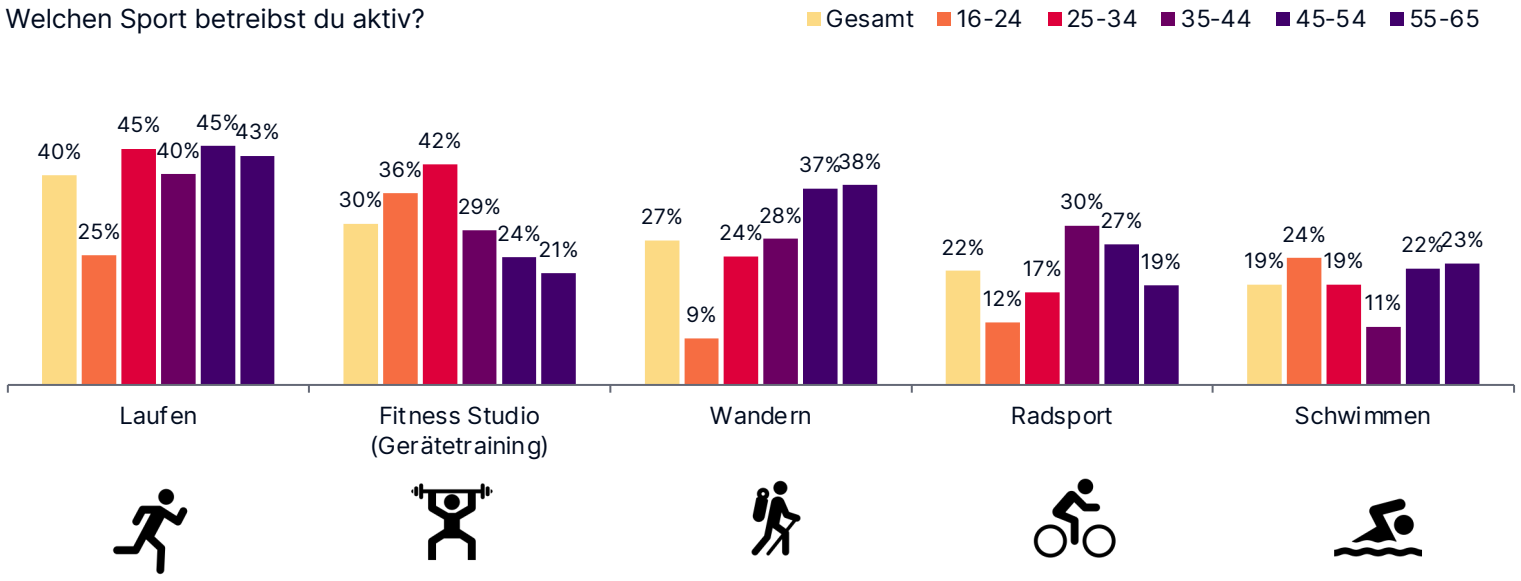
61%

der Deutschen nennt als Hauptmotivation beim Sport die eigene körperliche Gesundheit.

Andere Gründe sind:



Welchen Sport betreibst du aktiv?



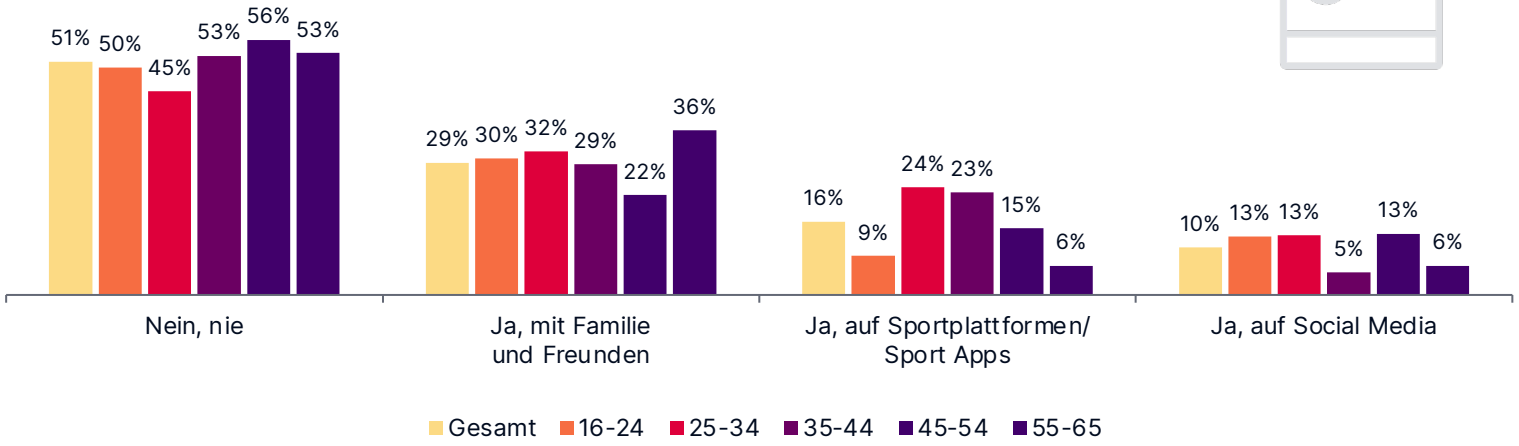
- **Volkssport Jogging**: **Laufen ist in allen Altersgruppen**, abgesehen von der Gen Z, am beliebtesten. **Wandern und Radfahren** ist vor allem in den Altersgruppen über 45 beliebt, während jüngere Befragte das **Fitnessstudio** bevorzugen.
- Außerdem beliebt sind: Kurse im **Fitnessstudio (15%)**, **Yoga (15%)**, **Kampfsport (8%)** und Mannschaftssportarten (7%).

Was ist die Hauptmotivation für dich Sport zu treiben? (Basis N= 542) ; Welchen Sport betreibst du aktiv? (Basis N= 542)

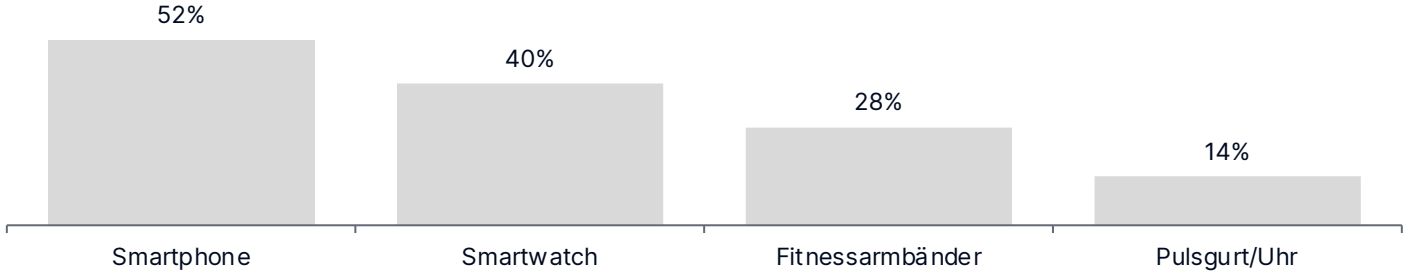
Sporttracking – Der Altersvergleich

Wer misst und teilt seine Sportdaten?

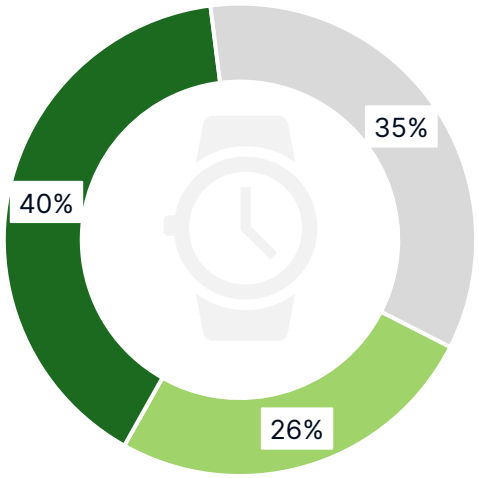
Teilst du deine Sportdaten (z.B Länge/ Dauer eines Laufs, verbrannte Kalorien o.ä)?



Welches Gerät nutzt du zum Tracken deiner Sportdaten?



Nutzt du Fitness Bänder, Apps oder ähnliches, um deine Sportdaten zu tracken?



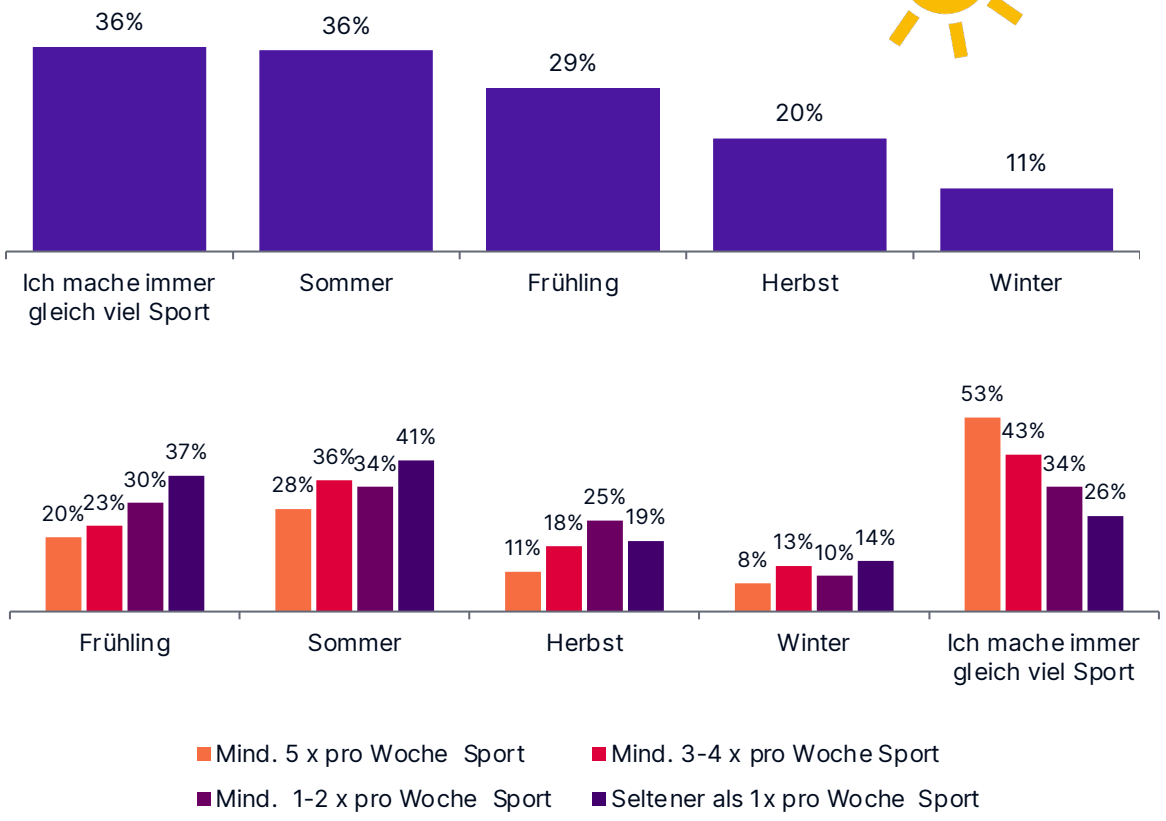
- **Deutlich mehr Frauen (71 %) als Männer (60 %)** tracken mindestens manchmal ihre Sportdaten.

Teilst du deine Sportdaten (z.B Länge/ Dauer eines Laufs, verbrannte Kalorien o.ä)? (Basis N= 355) ; Nutzt du Fitness Bänder, Apps oder ähnliches, um deine Sportdaten zu tracken? (Basis N= 542); Welches Gerät nutzt du dafür? (Basis N= 355)

Sporttrends

Der Vergleich

Zu welcher Jahreszeit machst du am meisten Sport?



Welche Sportmarke begeistert dich aktuell besonders?

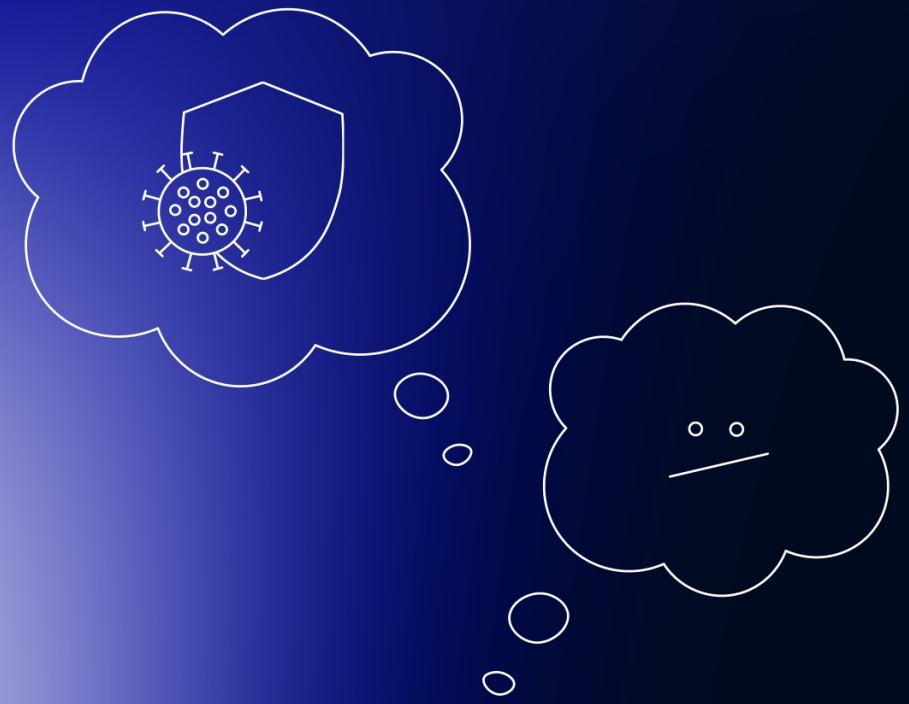
16 - 24	vs.	55 - 65
Nike **50%**		Nike 15%
Adidas 26%		Adidas **25%**
Puma 2%		Puma 7%

- Je **sportlicher eine Person**, desto wahrscheinlicher macht sie zu **jeder Jahreszeit gleich viel Sport:** Wer mindestens fünf mal pro Woche Sport macht, tut das mehrheitlich zu jeder Jahreszeit im gleichen Maß (53%). Wer seltener als ein mal pro Woche Sport macht, ist eher im Frühling (37%) und Sommer (41%) aktiv.
- Bei der Frage nach Lieblingssportmarken gibt es einen klaren Generationsunterschied: Während **Nike bei der Generation Z** ganz klar „on **Top of Mind" (50%)** ist, schneidet die Marke bei den **55-65-jährigen** mit **15 Prozent** deutlich schlechter ab. Von ihnen gibt dafür **jeder Vierte (25%)** an, **Adidas-**Fan zu sein.

Zu welcher Jahreszeit machst du am meisten Sport? (Basis N= 542) ; Welche Sportmarke begeistert dich aktuell besonders? (Basis N= 1000)

04
Sorgen um Corona

Gefühle, Bedenken und Sorgen



appinio

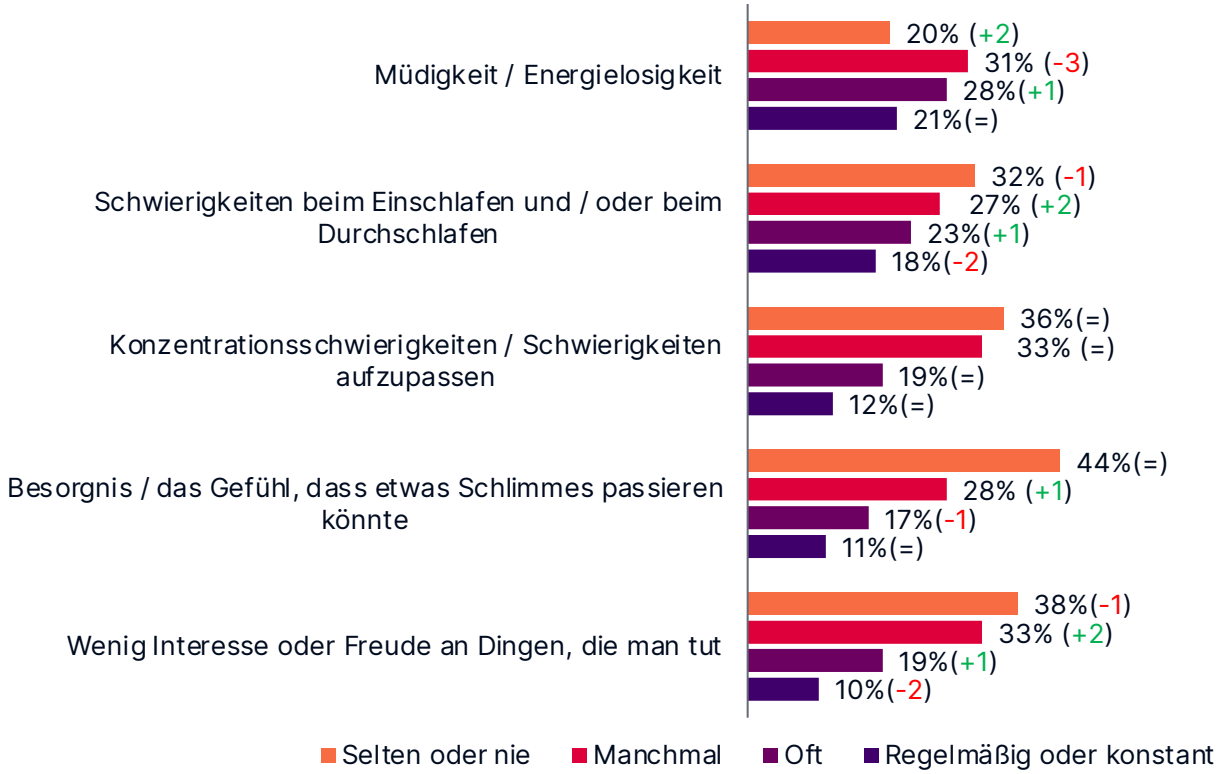
Wie fühlst du dich?

Gesamtstichprobe

Wie fühlst du dich?

Wie häufig hast du in den letzten ein bis zwei Wochen die folgenden Emotionen bzw. Symptome empfunden?

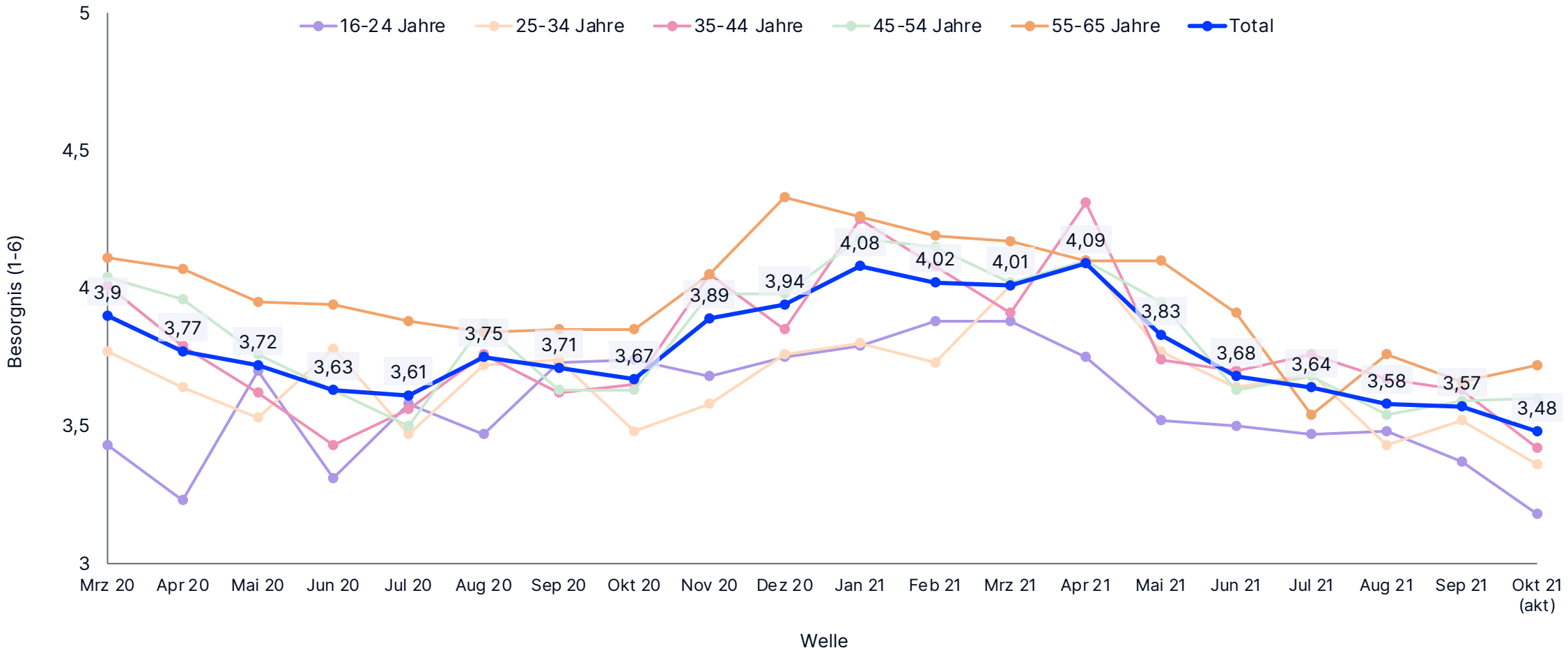
(In Klammern = Vergleich zur Vorwoche)



„Wie hast du dich in der letzten Woche, bezogen auf die folgenden Aspekte, gefühlt?“ // „Wie häufig hast du in den letzten ein bis zwei Wochen die folgenden Emotionen bzw. Symptome empfunden?“ (Basis N=1000)

Wie besorgt sind die Deutschen um ihre Gesundheit?

Gesamtstichprobe

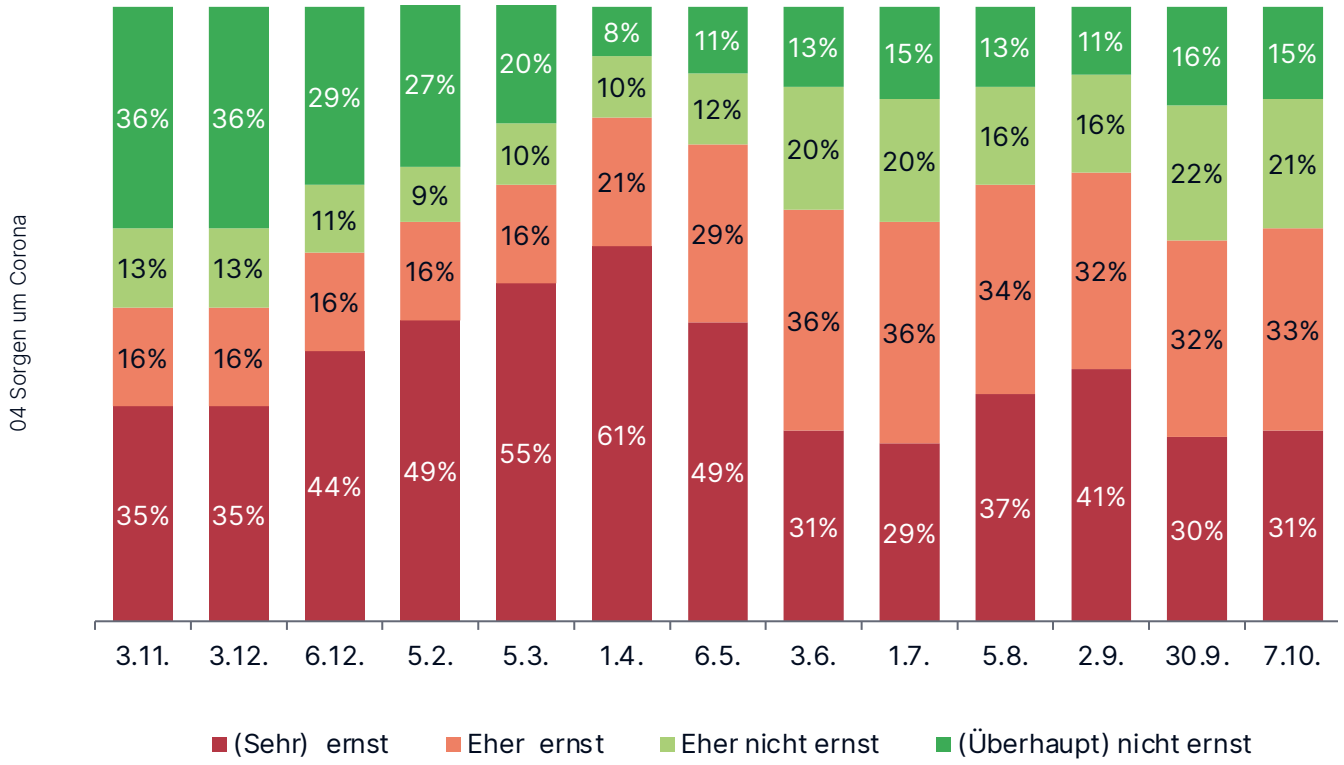


„In welchem Ausmaß sorgst du dich um deine Gesundheit aufgrund des Coronavirus?" (1 = Sorge mich überhaupt nicht // 6 = Sorge mich sehr) (Basis: erste Welle: N=2.500 / 2.-19. Welle je: N=1.000 / 20. Welle: N=2.000 / 21.-82. Welle: N=1000)

Wie bewertest du die derzeitige Situation? // Zufriedenheit

Gesamtstichprobe

Wie schätzt du die derzeitige Lage der Pandemie ein?



Wie zufrieden bist du aktuell mit den folgenden Lebensbereichen?

(Mittelwerte, 1 = Überhaupt nicht zufrieden // 6 = Sehr zufrieden)

Platz	Lebensbereich	31.3.	29.4.	27.5.	24.6.	29.7.	27.8.	30.9.	7.10.
1	Bewegungs-freiheit	3,2	3,2	3,4	3,9	3,9	3,9	4,1	4,1
2	Ernährung	4,1	4,0	4,1	4,0	4,1	4,1	4,1	4,0
3	Sicherheit	3,8	3,8	4,0	4,1	4,1	4,0	4,1	4,0
4	Unterhaltung	3,5	3,6	3,7	3,9	4,0	4,0	4	3,9
5	Bildung / Arbeit	3,8	3,7	3,8	4,0	3,9	3,9	3,9	3,9
6	Sozialleben	3,3	3,2	3,4	3,8	3,8	3,8	3,9	3,8
7	Beziehungs-leben/ Romantische Dates	3,5	3,6	3,7	3,7	3,7	3,8	3,9	3,7
8	Urlaub / Reisen	2,6	2,5	2,9	3,0	3,4	3,3	3,4	3,3

appinio

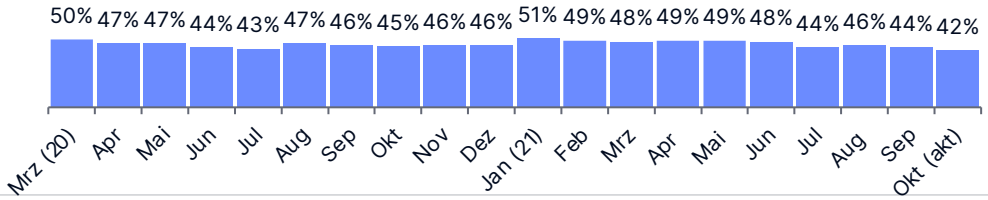
„Wie bewertest du allgemein die derzeitige Situation mit dem Coronavirus in Deutschland?“ // „Wie zufrieden bist du aktuell mit den folgenden Lebensbereichen?“ (Basis N=1000)

Was sind die größten Sorgen um Corona? (1/2)

Gesamtstichprobe – Sortiert nach Häufigkeit (Zahlen in Klammern = Veränderung zur Vorwoche)

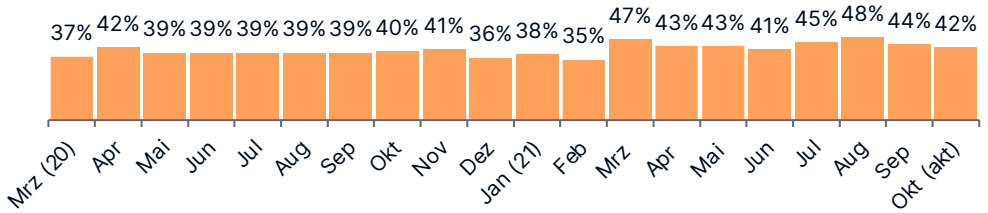
1. (-2)

Ansteckungsgefahr (Familie, Freunde und Bekannte)



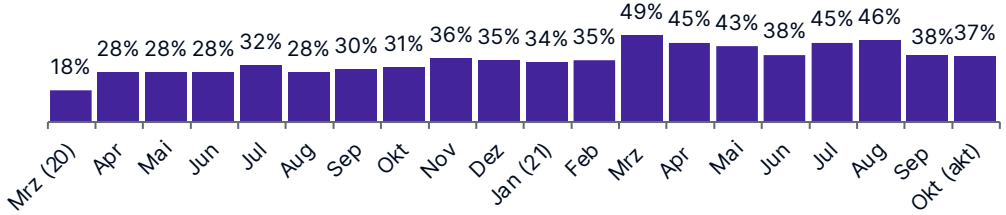
2. (-2)

Langfristige wirtschaftliche Auswirkungen



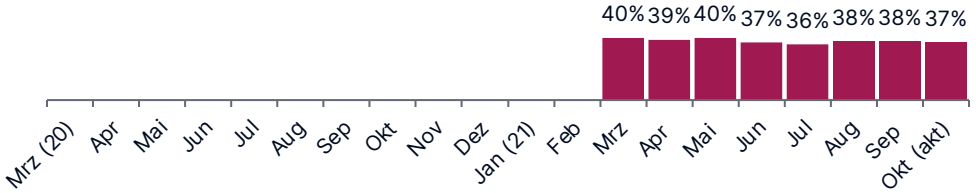
3. (-1)

Langfristiges "Aussterben" von Gastro & Kultur



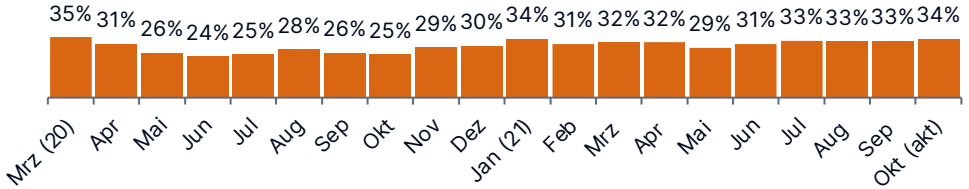
4. (-1)

Psychologische Konsequenzen für mich und andere*



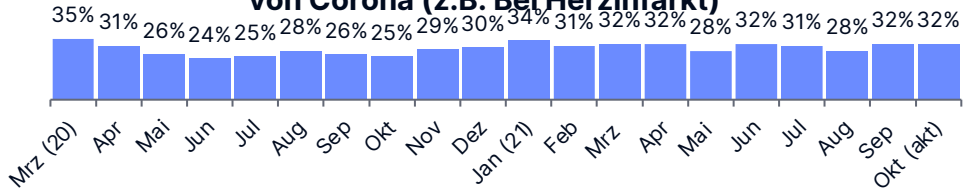
5. (+1)

Persönliche finanzielle Auswirkung (z.B. Kurzarbeit)



6. (=)

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



appinio

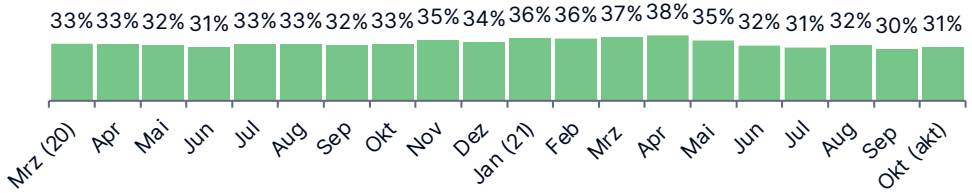
„Was sind deine fünf größten Sorgen in Bezug auf das Coronavirus (unabhängig davon, ob sie bereits eingetreten sind oder noch eintreten können)?" (Basis: erste Welle: N=2.500 / 2.-19. Welle je: N=1.000 / 20. Welle: N=2.000 / 21.-82. Welle: N=1000) ; ***Neues Item ab Welle 53 Der Fragebogen dieses Reports wurde im März 2021 (Welle 53) aktualisiert bzw. verändert. Veränderungen und Schwankungen können damit verbunden sein und sollten lediglich als Tendenz interpretiert werden.**

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

Gesamtstichprobe – Sortiert nach Häufigkeit (Zahlen in Klammern = Veränderung zur Vorwoche)

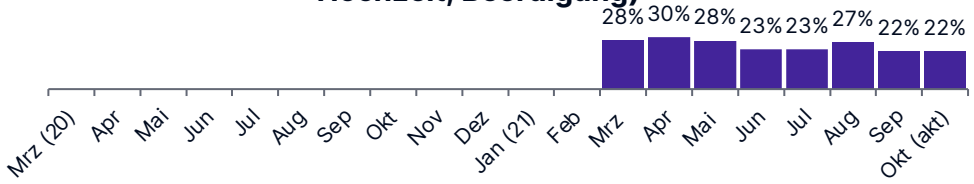
Ansteckungsgefahr (Ich selber)

7.
(+1)



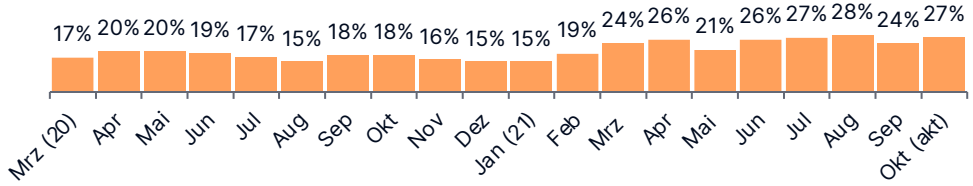
Keine Möglichkeit zu wichtigen, privaten Feiern (z.B. Hochzeit, Beerdigung)*

10.
(=)



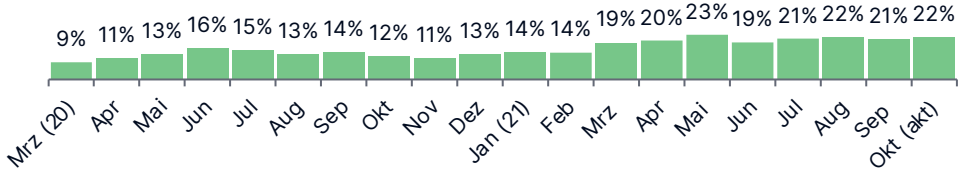
Mangelhafte Betreuung von Kindern / Pflegebedürftigen / Alten

8.
(+3)



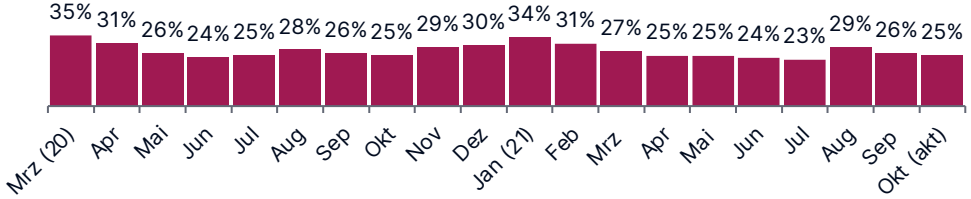
Meidung von Kranken / Soziale Ausgrenzung

11.
(+1)



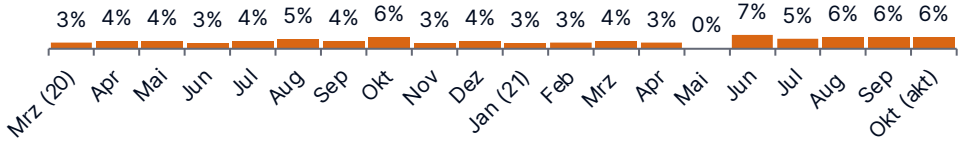
Schlechte Versorgung im Falle einer Ansteckung mit Corona

9.
(-1)



Mache mir keine Sorgen

12.
(=)



appinio

„Was sind deine fünf größten Sorgen in Bezug auf das Coronavirus (unabhängig davon, ob sie bereits eingetreten sind oder noch eintreten können)?“ (Basis: erste Welle: N=2.500 / 2.-19. Welle je: N=1.000 / 20. Welle: N=2.000 / 21.-82. Welle: N=1000) ***Neues Item ab Welle 53 Der Fragebogen dieses Reports wurde im März 2021 (Welle 53) aktualisiert bzw. verändert. Veränderungen und Schwankungen können damit verbunden sein und sollten lediglich als Tendenz interpretiert werden..**

05
Rückkehr zur Normalität

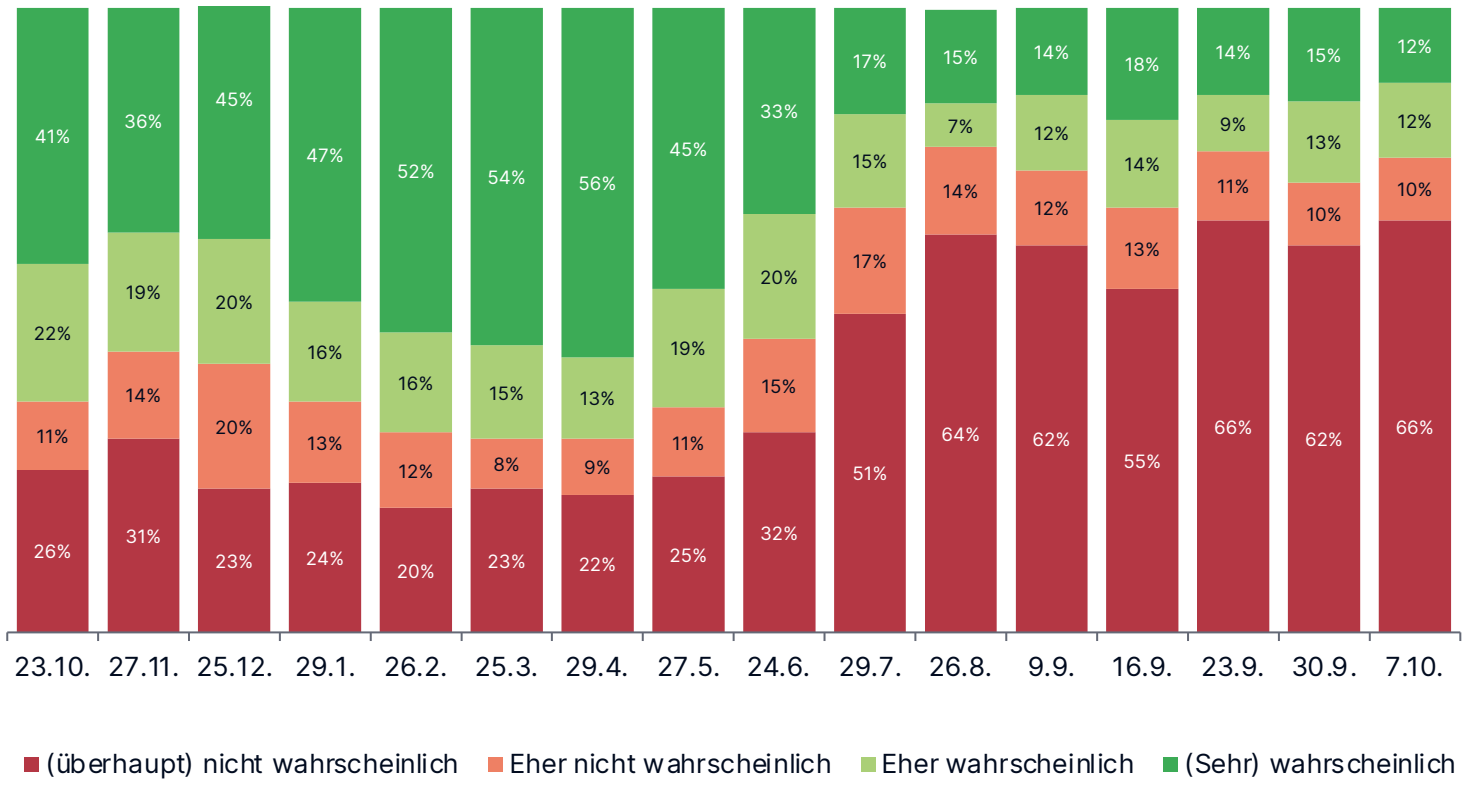
Impffortschritt & (Arbeits-)Alltag

appinio

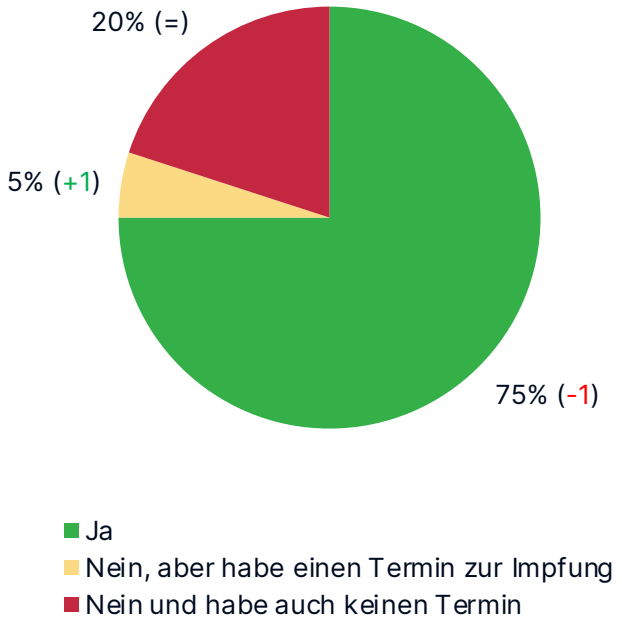
Impfbereitschaft und -fortschritt

Gesamtstichprobe

Eine Corona Impfung wird nun nach und nach möglich sein.
Wie wahrscheinlich ist es, dass du dich impfen lässt, sobald du die Möglichkeit dazu hast?



Wurdest du bereits geimpft?
(In Klammern = Vergleich zur Woche)

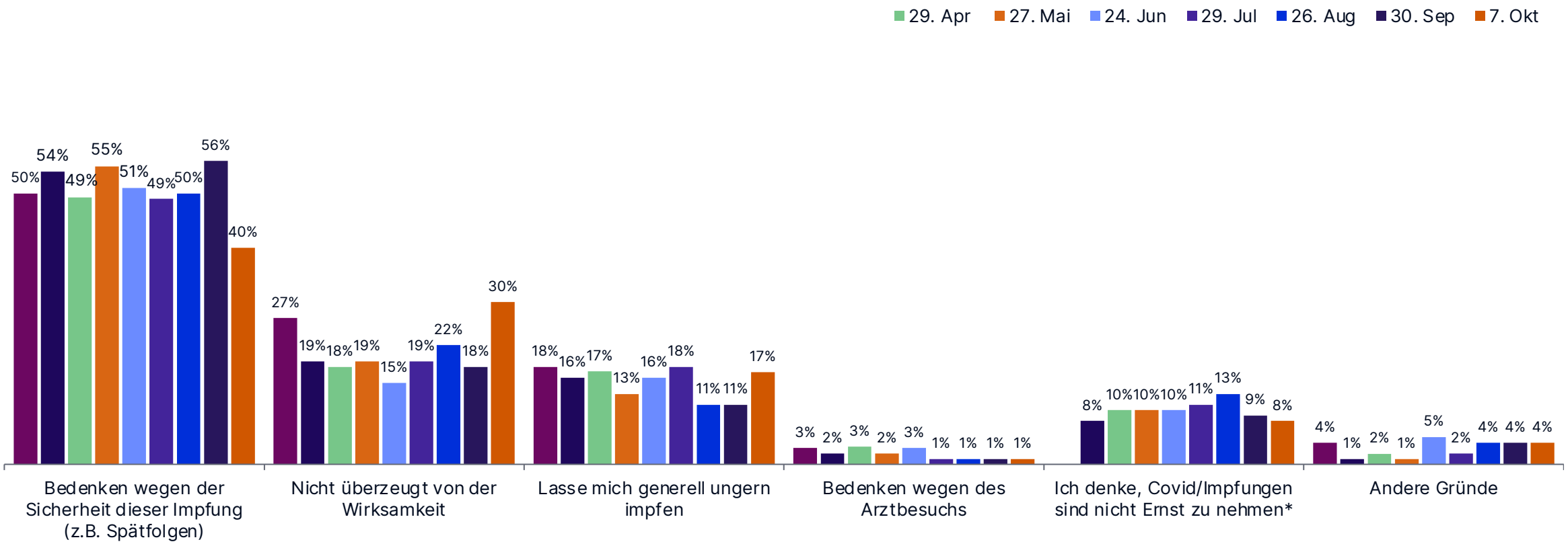


„Eine Corona Impfung wird nun nach und nach möglich sein. Wie wahrscheinlich ist es, dass du dich impfen lässt, sobald du die Möglichkeit dazu hast?“ (Basis: N=198)

Gründe gegen eine Impfung

Befragte, die sich (eher) nicht wahrscheinlich impfen lassen würden

Warum würdest du dich nicht impfen lassen? (Mehrere Antworten möglich)



„Warum würdest du dich nicht gegen Corona impfen lassen, wenn du die Möglichkeit dazu hättest?“ (26.Feb: N=309 / 25. März: N=260 / 29. April: N=209 / 27. Mai: N=201 / 24. Juni: N=177 / 29. Juli: N=181 / 26. August: N=173 / / 23. September: N=154 / 30. September: N=143 / 7. Oktober: N=151 *Frage wurde in Welle 54 aufgenommen

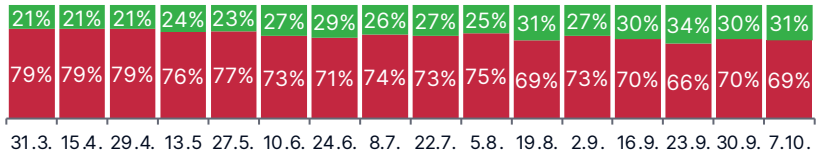
Wie sicher werden (alltägliche) Aktivitäten bewertet?

■ (Eher) sicher ■ (Eher)nicht sicher

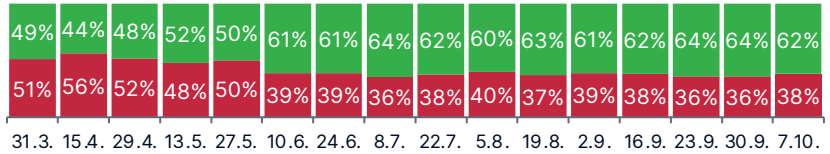
Gesamtstichprobe – sortiert nach „(eher) nicht sicher“

Unabhängig von den Regulierungen in Deutschland - als wie sicher bewertest du die folgenden Aktivitäten?

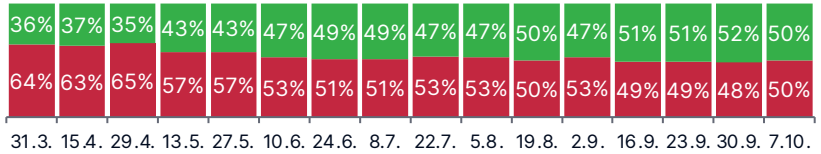
Besuch von Großveranstaltungen



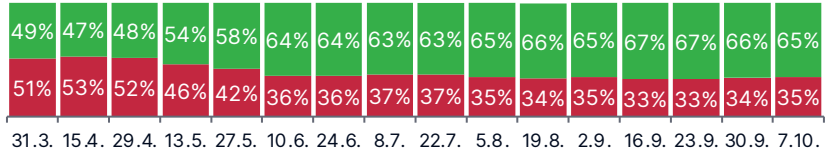
Einkaufen im Einkaufszentrum



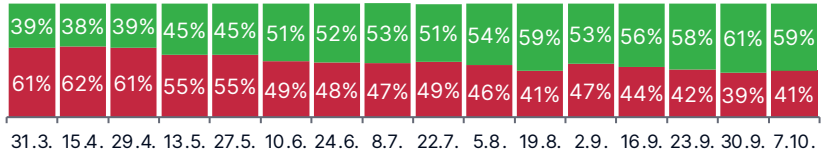
Ins Fitnessstudio gehen



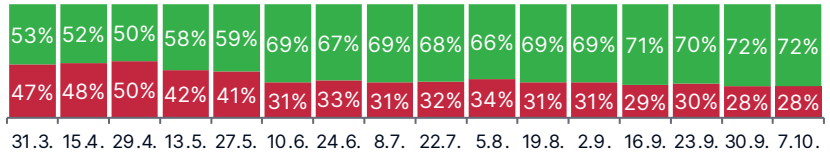
In ein Restaurant / eine Bar gehen



Ins Kino gehen



Ins Museum gehen



appinio

„Stell dir vor es gäbe keine Regulierungen mehr in Deutschland. Wie sicher bewertest du dann die folgenden Aktivitäten? Sollte es zurzeit keine Regulierungen geben gib bitte an wie sicher du die jeweilige Aktivität derzeit bewertest.“ (Basis N=1000)

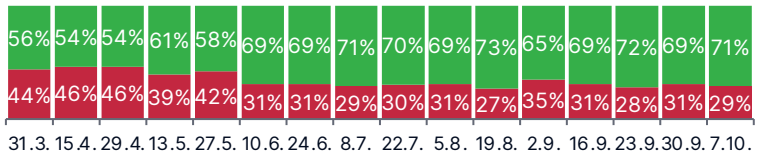
Wie sicher werden (alltägliche) Aktivitäten bewertet?

■ (Eher) sicher ■ (Eher)nicht sicher

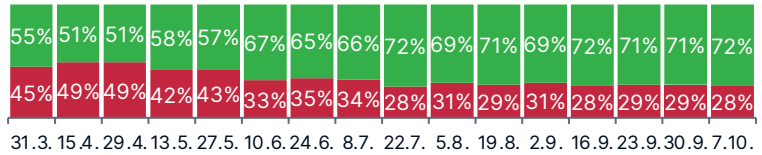
Gesamtstichprobe – sortiert nach „(eher) nicht sicher“

Unabhängig von den Regulierungen in Deutschland - als wie sicher bewertest du die folgenden Aktivitäten?

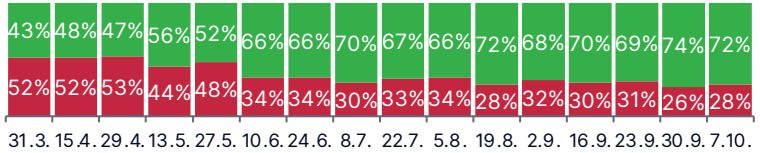
Einkaufen im Supermarkt



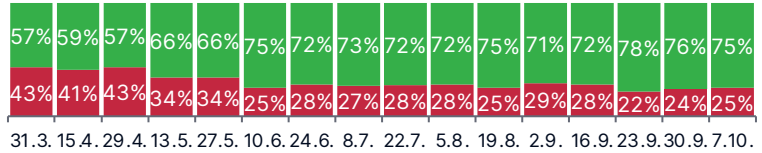
Ins Büro gehen



Treffen mit einer Gruppe von Freunden (>4 Personen)



(Kurze) Wochenendausflüge



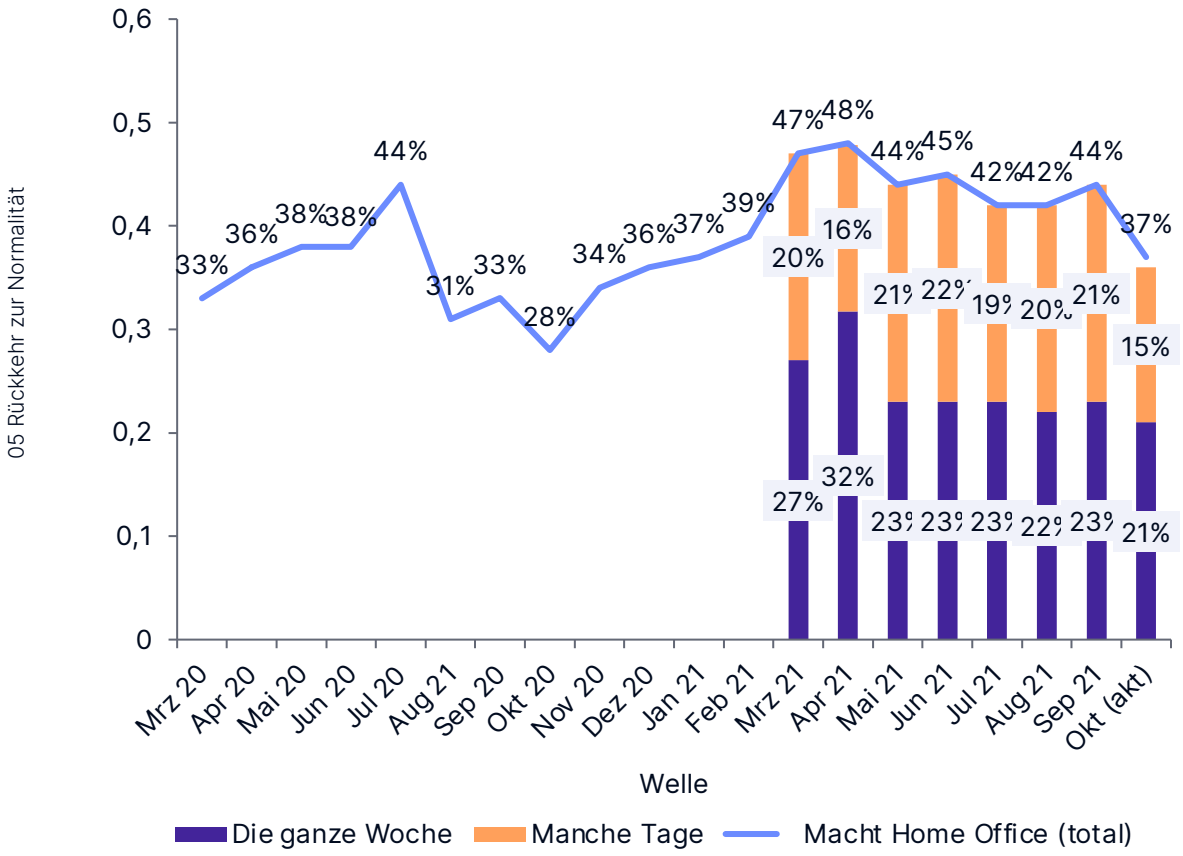
appinio

„Stell dir vor es gäbe keine Regulierungen mehr in Deutschland. Wie sicher bewertest du dann die folgenden Aktivitäten? Sollte es zurzeit keine Regulierungen geben gib bitte an wie sicher du die jeweilige Aktivität derzeit bewertest.“ (Basis N=1000)

Wie viele Befragte arbeiten im Home Office?

aktuell: 37 Prozent der ArbeitnehmerInnen

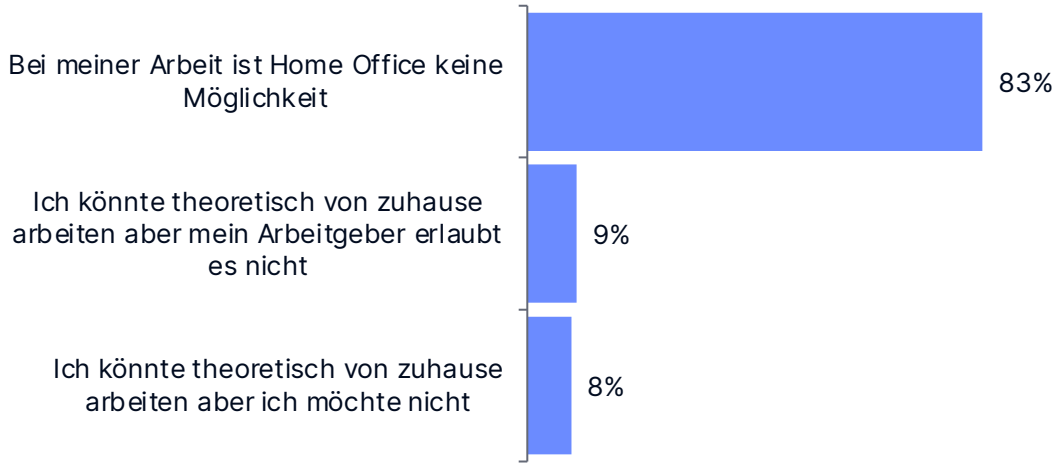
Zeitlicher Verlauf der ArbeitnehmerInnen im Home Office



Wie viele Befragte arbeiten nicht im Home Office?

aktuell: 63 Prozent der ArbeitnehmerInnen

Top 3 Gründe, warum ArbeitnehmerInnen nicht im Home Office sind

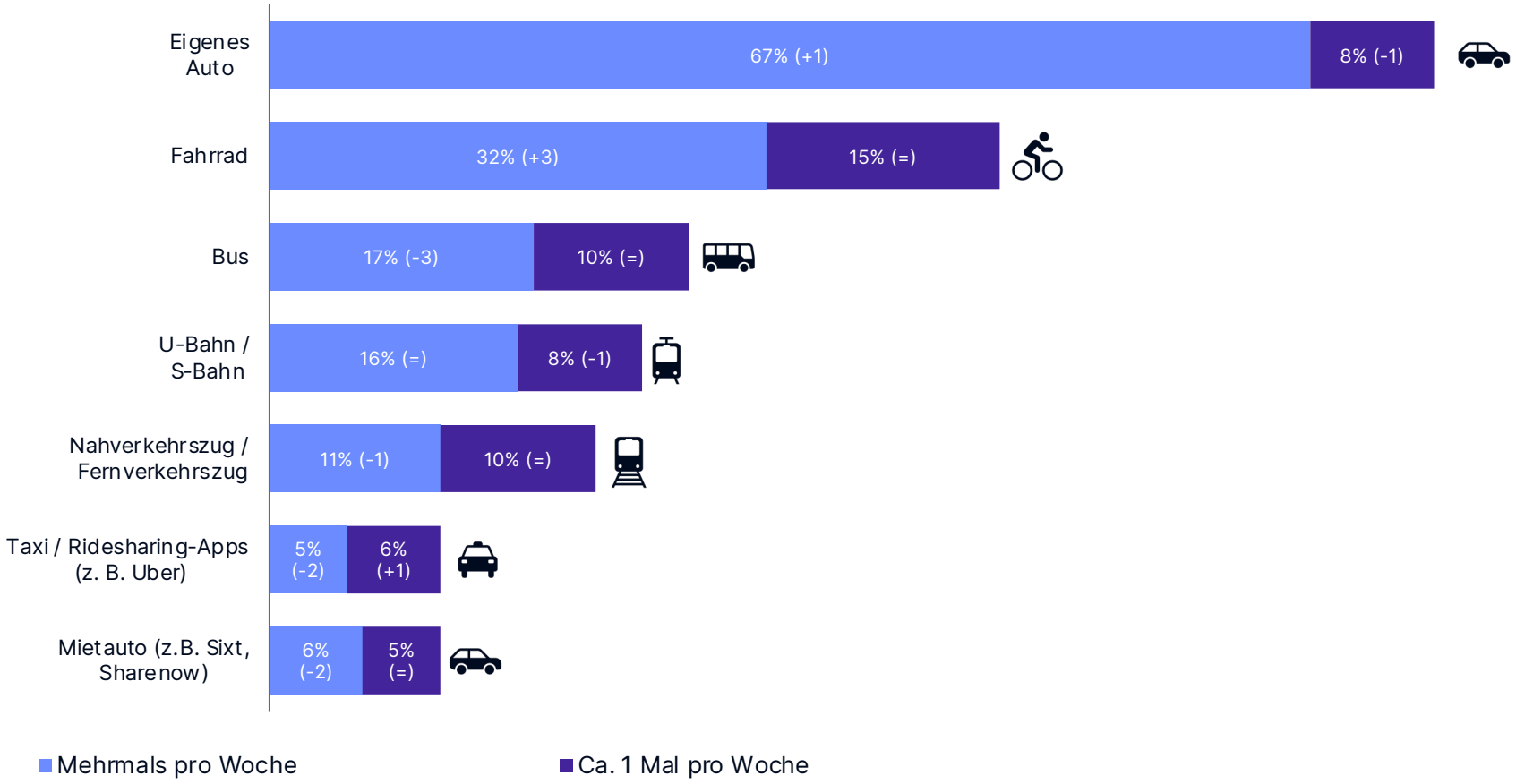


„Arbeitest du Corona bedingt derzeit von zuhause?“ (N=692 // „Welche der folgenden Aussagen trifft am ehesten auf dich zu?“ (N=439)

Verkehrsmittel und Mobilitätsdienste im Alltag (1/2)

Gesamtstichprobe

Welche Verkehrsmittel / Mobilitätsdienste wurden **am häufigsten** genutzt?



„Wie häufig hast du in den letzten zwei Wochen die folgenden Verkehrsmittel / Mobilitätsdienste genutzt?“ (Basis N=1000)

Verkehrsmittel und Mobilitätsdienste im Alltag (2/2)

Gesamtstichprobe

Welche Verkehrsmittel / Mobilitätsdienste wurden **am unsichersten** empfunden?

		18. März	29. April	10. Juni	22. Juli	2. Sep.	15. Okt.	27. Nov.	6. Januar	24. Feb.	31. März	13. Mai	24. Juni	5. Aug.	16. Sept.	30. Sept.	**7. Okt.**
Platz	Verkehrsmittel	Welle 1 Bottom 2	Welle 7 Bottom 2	Welle 13 Bottom 2	Welle 19 Bottom 2	Welle 25 Bottom 2	Welle 31 Bottom 2	Welle 37 Bottom 2	Welle 43 Bottom 2	Welle 49 Bottom 2	Welle 55* Bottom 2	Welle 61 Bottom 2	Welle 67 Bottom 2	Welle 73 Bottom 2	Welle 79 Bottom 2	Welle 81 Bottom 2	Welle 82 Bottom 2
1	U-Bahn / S-Bahn	80%	65%	58%	53%	50%	54%	62%	68%	64%	52%	46%	40%	43%	40%	38%	36%
2	Flugzeug	80%	66%	57%	51%	54%	54%	58%	61%	57%	52%	46%	37%	39%	36%	35%	34%
3	Bus	76%	60%	52%	50%	47%	52%	62%	65%	61%	50%	41%	36%	38%	36%	36%	33%
4	Zug (Nah und Fern-verkehr)	76%	58%	49%	45%	44%	48%	54%	59%	58%	44%	39%	32%	33%	32%	31%	30%
5	Schiff / Fähre	74%	58%	49%	43%	41%	44%	49%	51%	48%	42%	34%	30%	30%	27%	25%	26%
6	Taxi / Ride Sharing	58%	44%	38%	33%	32%	34%	40%	52%	38%	36%	27%	24%	26%	22%	21%	23%
7	Mietauto/ Carsharing	Nicht erhoben									27%	20%	20%	19%	19%	17%	19%

„Wie sicher in Bezug auf Corona bewertest du die folgenden Verkehrsmittel / Mobilitätsdienste?" (1=Überhaupt nicht sicher // 5=Sehr sicher) (Basis: erste Welle: N=2.500 / 2.-19. Welle je: N=1.000 / 20. Welle: N=2.000 / 21.-82. Welle: N=1.000) ***Ab Welle 53 wurde der Fragebogen dieses Reports aktualisiert bzw. Verändert. Veränderungen und Schwankungen können damit verbunden sein und sollten lediglich als Tendenz interpretiert werden**

06
Kaufverhalten

Welche Produktkategorien werden derzeit am häufigsten bzw. seltensten gekauft? Was wird online und was offline gekauft?

appinio

Wie häufig wurden Produktkategorien insgesamt gekauft? (online und offline)

Gesamtstichprobe

Platz	Produktkategorie	19. März	31. März	15. April	29. April	13. Mai	27. Mai	10. Juni	24. Juni	8. Juli	22. Juli	5. Aug.	19. Aug.	2. Sept.	16. Sept.	30. Sept.	**7. Okt.**
1	**Lebensmittel (gesamt)**	**92%**	**93%**	**94%**	**93%**	**94%**	**92%**	**94%**	**92%**	**94%**	**95%**	**94%**	**94%**	**93%**	**95%**	**95%**	**95%** (=)
	online	6%	7%	7%	9%	7%	8%	7%	10%	6%	8%	7%	9%	9%	7%	7%	7%
	offline	78%	74%	77%	74%	77%	75%	79%	75%	79%	80%	78%	79%	76%	80%	78%	79%
2	**Alkoholfreie Getränke (gesamt)**	**77%**	**75%**	**78%**	**78%**	**79%**	**79%**	**82%**	**79%**	**83%**	**82%**	**82%**	**83%**	**83%**	**83%**	**82%**	**83%** (+1)
	online	6%	8%	8%	10%	9%	8%	8%	5%	7%	7%	8%	6%	10%	8%	8%	8%
	offline	68%	60%	65%	62%	64%	64%	69%	65%	69%	70%	69%	70%	67%	70%	69%	69%
3	**Körperpflege / Hygiene (gesamt)**	**77%**	**76%**	**79%**	**77%**	**77%**	**77%**	**77%**	**78%**	**79%**	**79%**	**78%**	**78%**	**79%**	**79%**	**79%**	**78%** (-1)
	online	11%	14%	13%	13%	14%	13%	11%	14%	12%	12%	8%	10%	13%	11%	11%	13%
	offline	60%	53%	58%	55%	54%	55%	58%	54%	59%	59%	59%	60%	57%	61%	59%	59%
4	**Medikamente / Arzneimittel (gesamt)**	**58%**	**60%**	**58%**	**64%**	**60%**	**63%**	**62%**	**64%**	**61%**	**61%**	**60%**	**63%**	**60%**	**66%**	**62%**	**63%** (+1)
	online	16%	19%	33%	19%	17%	19%	18%	19%	17%	15%	16%	16%	16%	17%	16%	18%
	offline	35%	34%	18%	37%	34%	35%	38%	37%	37%	39%	38%	41%	38%	42%	38%	38%
5	**Kleidung (gesamt)**	**50%**	**58%**	**54%**	**58%**	**55%**	**60%**	**63%**	**66%**	**62%**	**59%**	**60%**	**61%**	**63%**	**62%**	**61%**	**62%** (+1)
	online	33%	35%	35%	37%	36%	35%	35%	36%	31%	31%	28%	27%	28%	29%	30%	31%
	offline	12%	17%	13%	13%	14%	17%	19%	20%	20%	24%	23%	25%	26%	25%	25%	22%
6	**Alkoholische Getränke (gesamt)**	**48%**	**51%**	**50%**	**54%**	**52%**	**54%**	**53%**	**55%**	**59%**	**54%**	**55%**	**55%**	**57%**	**55%**	**56%**	**54%** (-2)
	online	6%	9%	7%	9%	10%	8%	7%	8%	8%	6%	6%	6%	9%	6%	7%	6%
	offline	40%	37%	39%	38%	38%	40%	41%	42%	45%	44%	44%	44%	43%	45%	42%	39%

„Hast du innerhalb der letzten Woche die folgenden Produkte gekauft?“ (Basis N=1000)

Anmerkung: online und offline ergeben in Summe nicht den Gesamtwert, da zur Vereinfachung die Antwortmöglichkeit „Beides“ nicht in der Tabelle aufgeführt wird

Wie häufig wurden Produktkategorien insgesamt gekauft? (online und offline)

Gesamtstichprobe

Platz	Produktkategorie	19. März	31. März	15. April	29. April	13. Mai	27. Mai	10. Juni	24. Juni	8. Juli	22. Juli	5. Aug.	19. Aug.	2. Sept.	16. Sept.	30. Sept.	**7. Okt.**
7	**Schönheitsprodukte / Make-up (gesamt)**	**40%**	**44%**	**43%**	**45%**	**45%**	**47%**	**47%**	**46%**	**39%**	**45%**	**42%**	**42%**	**47%**	**45%**	**45%**	**43%** (-2)
	online	11%	14%	11%	13%	14%	14%	12%	10%	10%	11%	12%	14%	12%	11%	12%	12%
	offline	25%	24%	26%	26%	26%	27%	28%	29%	25%	28%	25%	24%	28%	29%	26%	26%
8	**Bücher / Zeitschriften (gesamt)**	**39%**	**43%**	**38%**	**44%**	**43%**	**44%**	**40%**	**41%**	**39%**	**43%**	**43%**	**42%**	**46%**	**42%**	**44%**	**44%** (=)
	online	17%	18%	17%	17%	17%	18%	16%	19%	13%	14%	16%	10%	18%	14%	16%	18%
	offline	19%	19%	18%	21%	21%	21%	19%	17%	22%	24%	22%	28%	23%	23%	22%	21%
9	**Schuhe (gesamt)**	**30%**	**41%**	**36%**	**44%**	**39%**	**39%**	**43%**	**49%**	**41%**	**47%**	**43%**	**43%**	**46%**	**46%**	**42%**	**42%** (=)
	online	19%	23%	23%	25%	22%	25%	16%	21%	21%	21%	18%	18%	21%	21%	21%	19%
	offline	8%	13%	9%	13%	12%	14%	22%	23%	16%	20%	20%	20%	19%	21%	16%	19%
10	**Dekoartikel / "Schnickschnack" (gesamt)**	**31%**	**35%**	**28%**	**34%**	**31%**	**35%**	**34%**	**35%**	**29%**	**38%**	**33%**	**36%**	**37%**	**35%**	**36%**	**38%** (-2)
	online	12%	14%	12%	13%	13%	16%	13%	12%	9%	12%	11%	12%	12%	11%	12%	12%
	offline	15%	16%	12%	14%	14%	16%	16%	18%	16%	21%	18%	20%	20%	20%	18%	21%
11	**Elektr. Geräte / Unterhaltung (gesamt)**	**25%**	**35%**	**31%**	**35%**	**32%**	**36%**	**34%**	**36%**	**27%**	**32%**	**29%**	**31%**	**35%**	**33%**	**35%**	**33%** (-2)
	online	16%	20%	17%	20%	18%	20%	18%	21%	15%	17%	17%	16%	20%	17%	18%	16%
	offline	6%	10%	10%	11%	9%	11%	10%	11%	9%	10%	9%	11%	11%	12%	11%	12%
12	**Spielwaren / Brettspiele / Puzzles*(gesamt)**	**22%**	**29%**	**25%**	**35%**	**26%**	**33%**	**32%**	**33%**	**26%**	**32%**	**30%**	**36%**	**35%**	**33%**	**32%**	**32%** (=)
	online	13%	14%	14%	18%	13%	17%	15%	17%	11%	13%	13%	12%	15%	15%	15%	13%
	offline	6%	9%	8%	10%	10%	11%	12%	12%	11%	15%	13%	20%	16%	12%	12%	14%

„Hast du innerhalb der letzten Woche die folgenden Produkte gekauft?“ (Basis N=1000) **Anmerkung: online und offline ergeben in Summe nicht den Gesamtwert, da zur Vereinfachung die Antwortmöglichkeit „Beides“ nicht in der Tabelle aufgeführt wird,** *Kategorie wurde in Welle 59 (29.4.) von „Brettspiele / Videospiele / Puzzles“ zu „Spielwaren / Brettspiele / Puzzles umbenannt“

Wie häufig wurden Produktkategorien insgesamt gekauft? (online und offline)

Gesamtstichprobe

Platz		Produktkategorie	19. März	31. März	15. April	29. April	13. Mai	27. Mai	10. Juni	24. Juni	8. Juli	22. Juli	5. Aug.	19. Aug.	2. Sept.	16 . Sept.	30. Sept.	**7. Okt.**
13		**Haushaltsgeräte (gesamt)**	**22%**	**29%**	**25%**	**31%**	**27%**	**31%**	**27%**	**28%**	**22%**	**28%**	**27%**	**27%**	**30%**	**29%**	**28%**	**28%** (=)
		online	13%	14%	12%	16%	13%	14%	13%	14%	9%	11%	13%	11%	12%	14%	12%	12%
		offline	6%	10%	10%	9%	10%	12%	10%	10%	9%	12%	11%	12%	12%	10%	10%	11%
14		**Geschirr / Küchengeräte**	**17%**	**25%**	**20%**	**28%**	**24%**	**25%**	**23%**	**26%**	**21%**	**24%**	**23%**	**25%**	**29%**	**23%**	**26%**	**25%** (-1)
		online	8%	11%	10%	11%	11%	10%	10%	11%	8%	11%	8%	9%	11%	8%	12%	12%
		offline	7%	9%	7%	11%	9%	11%	10%	11%	9%	9%	12%	12%	14%	11%	9%	9%
15		**Möbel**	**20%**	**26%**	**23%**	**29%**	**25%**	**27%**	**26%**	**26%**	**20%**	**25%**	**23%**	**24%**	**27%**	**25%**	**26%**	**24%** (-2)
		online	11%	11%	12%	13%	12%	13%	12%	12%	9%	9%	10%	8%	11%	11%	11%	10%
		offline	7%	10%	8%	10%	10%	9%	10%	11%	9%	9%	10%	11%	12%	10%	10%	10%
16		**Schmuck**	**18%**	**24%**	**20%**	**26%**	**23%**	**27%**	**22%**	**27%**	**20%**	**27%**	**23%**	**25%**	**26%**	**23%**	**24%**	**24%** (=)
		online	10%	11%	10%	13%	11%	12%	10%	13%	8%	9%	9%	9%	10%	9%	11%	11%
		offline	6%	8%	7%	9%	9%	8%	8%	9%	8%	13%	10%	12%	13%	10%	9%	9%
17		**Sport- / Fitnessgeräte**	**17%**	**22%**	**18%**	**24%**	**20%**	**24%**	**20%**	**22%**	**16%**	**21%**	**18%**	**19%**	**22%**	**20%**	**22%**	**20%** (-2)
		online	8%	11%	9%	12%	9%	12%	10%	9%	6%	6%	9%	7%	10%	9%	9%	9%
		offline	6%	8%	7%	7%	8%	8%	7%	9%	7%	7%	7%	8%	9%	7%	8%	8%

„Hast du innerhalb der letzten Woche die folgenden Produkte gekauft?“ (Basis N=1000)

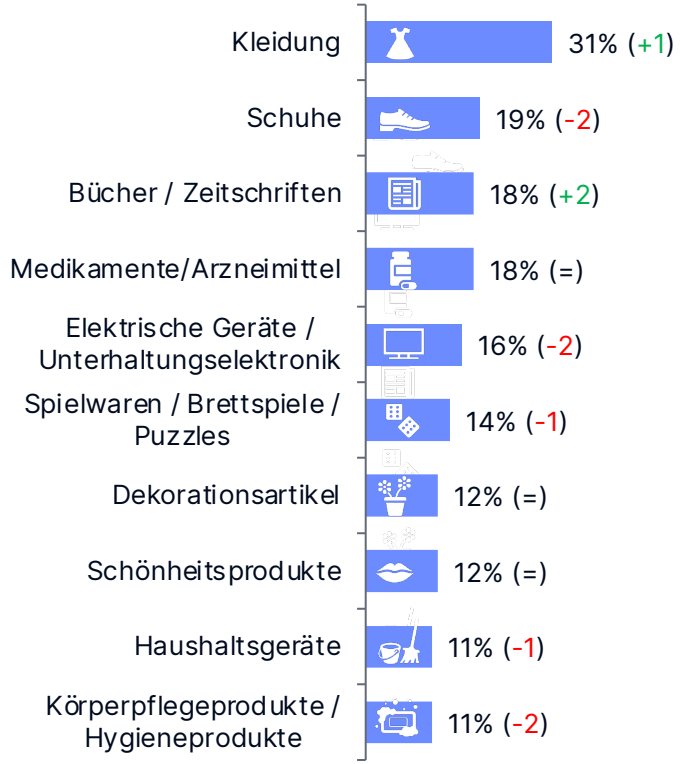
Anmerkung: online und offline ergeben in Summe nicht den Gesamtwert, da zur Vereinfachung die Antwortmöglichkeit „Beides“ nicht in der Tabelle aufgeführt wird

Im Fokus: online vs. offline Shopping

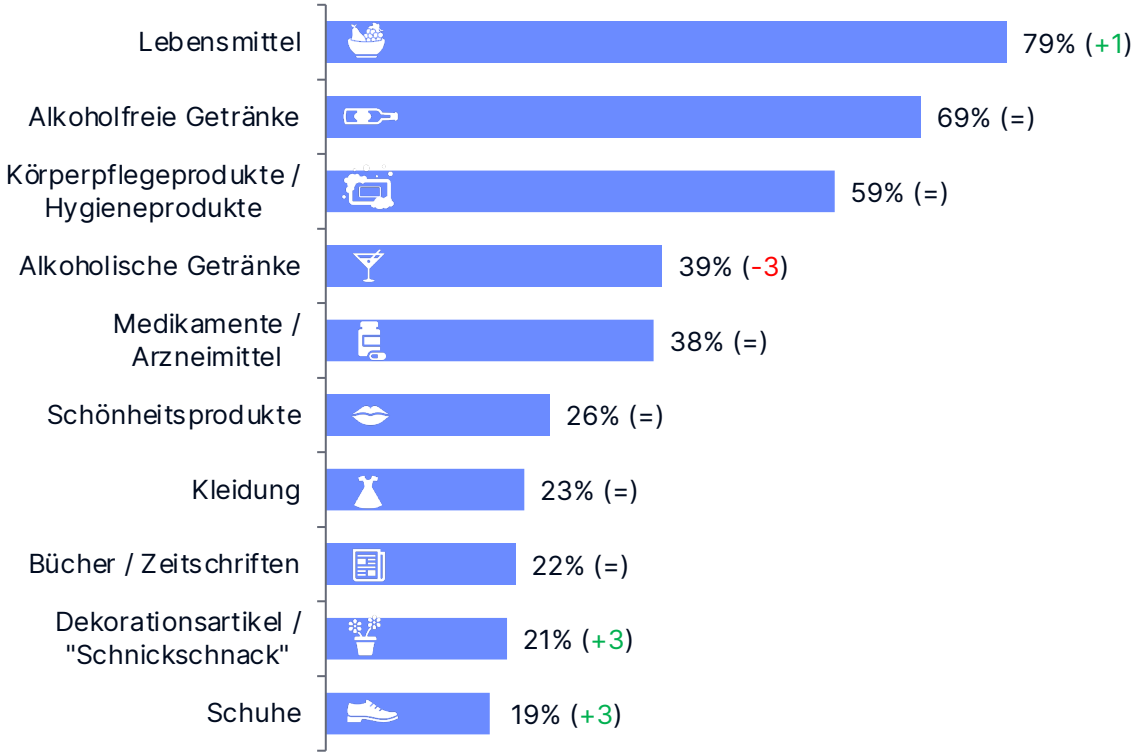
Gesamtstichprobe

Top 10: Habe ich letzte Woche **online** gekauft

(In Klammern = Vergleich zur Woche)



Top 10: Habe ich letzte Woche **offline** gekauft



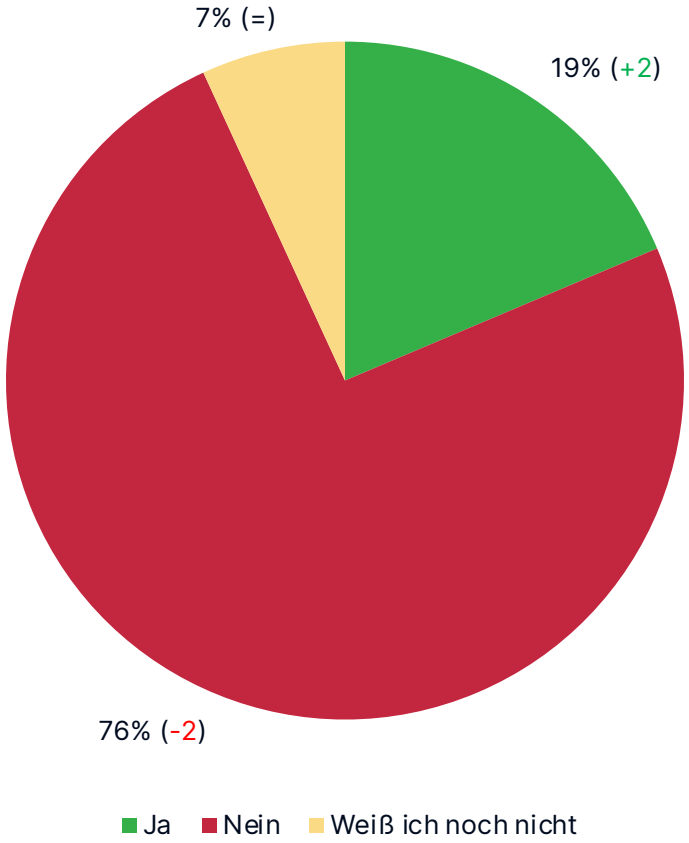
„Hast du innerhalb der letzten Woche die folgenden Produkte gekauft?“ (Basis N=1000)

Konsumbarometer

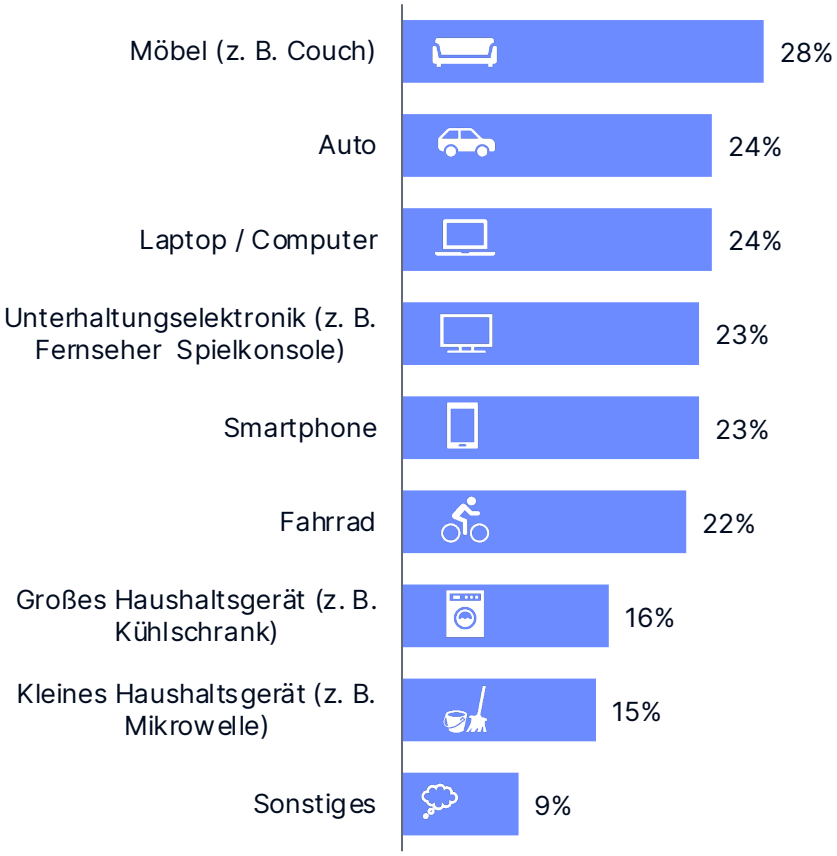
Gesamtstichprobe

Hast du in den nächsten zwei Wochen eine größere Anschaffung geplant?

(In Klammern = Vergleich zur Woche)



Was planst du zu kaufen?



„Hast du innerhalb der nächsten zwei Wochen eine größere Anschaffung geplant?“ (z.B. Fernseher, Auto, Spielekonsole etc.) (Basis N=1000) // „Was planst du zu kaufen?“ (Basis N=168)

Ihre AnsprechpartnerInnen

Louise Leitsch

Head of Research Consulting

Office +49 40 2286 57 312

E-mail louise.leitsch@appinio.com

Christopher Dahl

Team Lead Research Consulting

Office +49 40 2286 57 313

E-mail christopher.dahl@appinio.com

Juliane Ramme

Marketing Manager

Office +49 40 4134 9710

E-mail juliane.ramme@appinio.com

appinio

Appinio Germany
Jungfernstieg 49
20354 Hamburg

Appinio USA
1355 Market St
94301 San Francisco

Daten der Messungs-Wellen

2020

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
Welle 32 – 21.10.2020
Welle 33 – 29.10.2020
Welle 34 – 11.11.2020
Welle 35 – 13.11.2020
Welle 36 – 20.11.2020
Welle 37 – 27.11.2020
Welle 38 – 03.12.2020
Welle 39 – 11.12.2020
Welle 40 – 18.12.2020
Welle 41 - 23.12.2020
Welle 42 – 30.12.2020

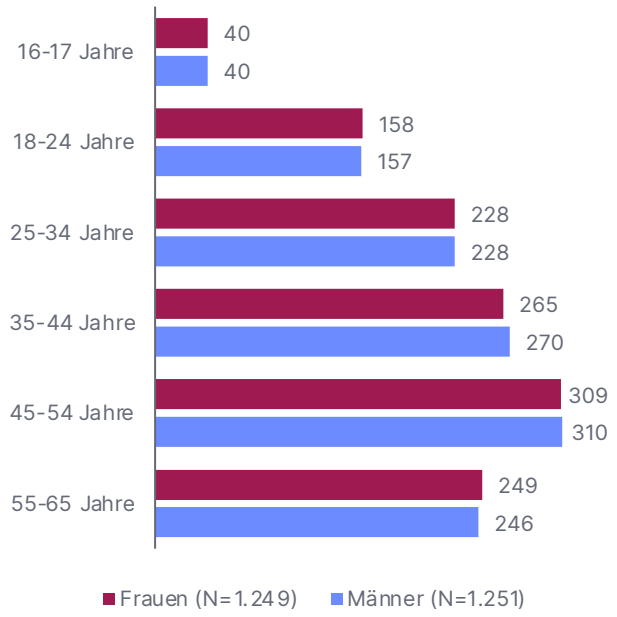
2021

Welle 43 – 06.01.2021
Welle 44 – 14.01.2021
Welle 45 – 20.01.2021
Welle 46 – 27.01.2021
Welle 47 – 05.02.2021
Welle 48 – 12.02.2021
Welle 49 – 19.02.2021
Welle 50 – 26.02.2021
Welle 51 – 05.03.2021
Welle 52 – 12.02 2021
Welle 53 – 17.03 2021
Welle 54 – 25.03.2021
Welle 55 – 31.03.2021
Welle 56 – 08.04.2021
Welle 57 – 15.04.2021
Welle 58 – 22.04.2021
Welle 59 – 29.04.2021
Welle 60 – 06.05.2021
Welle 61 – 13.05.2021
Welle 62 – 20.05.2021
Welle 63 – 27.05.2021
Welle 64 – 03.06.2021
Welle 65 – 10.06.2021
Welle 66 – 17.06.2021
Welle 67 – 24.06.2021
Welle 68 – 01.07.2021
Welle 69 – 08.07.2021
Welle 70 – 15.07.2021
Welle 71 –22.07.2021
Welle 72 – 29.07.2021
Welle 73 – 05.08.2021
Welle 74 – 13.08.2021
Welle 75 – 19.08.2021
Welle 76 – 26.08.2021
Welle 77 – 02.09.2021
Welle 78 – 09.09.2021
Welle 79 – 16.09.2021
Welle 80 – 23.09.2021
Welle 81 – 30.09.2021
Welle 82 – 07.10.2021

Stichprobenzusammensetzungen

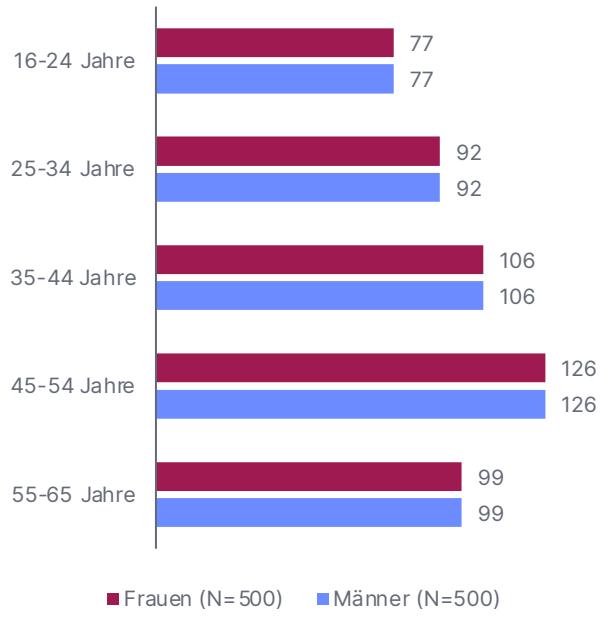
Alter & Geschlecht – Alle Wellen

Nullpunktmessung (N=2.500)



Ø Alter: 40,7 Jahre

Welle 2–82 (N=1.000)



Ø Alter: 40,7 Jahre