appinio corona report

Welle 75 – 20.08.2021

Deutschland

Studiendesign & Stichprobe 04

Key Insights 06

Zusatzfragen 08

Sorgen um Corona 13

Vermeidung & Sicherheit 19

Kaufverhalten 27

Anhang

Intro zur Studie

Einleitung zum Appinio Corona Report

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

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

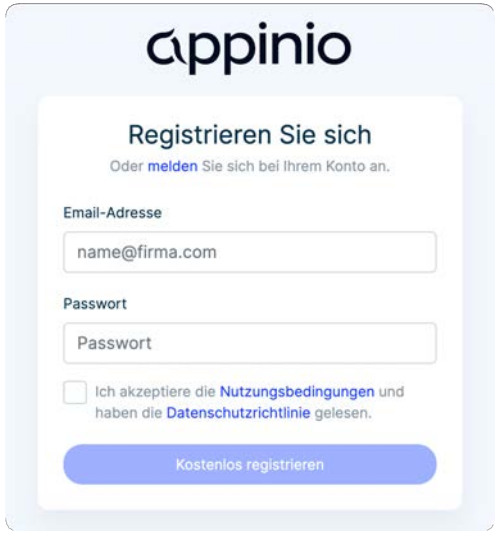
appinio

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: 20. August 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 21-69: N = 1000

Inhalt

- Aktuelle Zusatzfragen:

Back to School
Für einige Schulkinder in Deutschland hat der Unterricht bereits begonnen, für andere beginnt er bald.

- Wofür geben Eltern dieses Jahr mehr Geld aus, als in den Vorjahren?
- Wie besorgt sind die Eltern der Schulkinder? Und welche Covid Maßnahmen der Schule sind ihnen besonders wichtig?
- Was denken die Deutschen über Covid-Impfungen für Kinder zwischen 12 und 17 Jahren? Würden sie ihr eigenes Kind impfen lassen?

02
Key Insights

appinio

Key Insights – Zusatzfragen

Die interessantesten Insights der Woche auf einen Blick

Schulrückkehr: So denken die Eltern

- **Back to school: 57 Prozent** der Eltern mit Schulkindern geben an **(eher) nicht besorgt zu sein**, wenn es um die Rückkehr ihrer Kinder in die Schule geht.
- **Präsenzunterricht: Die Hälfte (50%)** der Befragten Eltern würde, wenn vor die Wahl gestellt, Präsenzunterricht für ihre Kinder wählen.
- **Hybridunterricht:** 27 Prozent hingegen, sprechen sich für hybriden Unterricht aus. Hier würde sich der **Großteil (72%)** für **3 Tage Präsenzunterricht und 2 Tage Onlineunterricht** entscheiden
- **Onlineklassen**: Immerhin 15 Prozent der Befragten würden reine Onlineklassen bevorzugen.

Frauen kümmern sich um die Bildung der Kinder

- **60 Prozent** der befragten **Frauen,** die mindestens ein Kind haben, geben an, dass sie **alleine für die Schulthemen** der Kinder **verantwortlich** sind**.**
- Bei den **Männern** sagen nur etwa **11 Prozent, dass sie der alleinige Ansprechpartner** für Schulthemen **sind.**
- Geht es um **Haushalte bei denen beide Elternteile gleichermaßen verantwortlich sind,** so geben etwa **21 Prozent der Frauen an**, dass dies bei ihnen der Fall ist.
- **Bei Männern** sind es wiederum **61 Prozent**, die sagen, dass sich in ihrem Haushalt **beide Elternteile um die Bildung kümmern.**

Deutsche befürworten Impfungen für Kinder zwischen 12 und 17

- **65 Prozent** der deutschen Eltern **stimmen (eher) zu**, dass es **wichtig ist Kinder zwischen 12 und 17 Jahren zu impfen.**
- **Befragte, die keine Kinder haben, stimmen zu 60 Prozent (eher) zu.**
- **Jedes zweite befragte Elternteil (51%),** würde sein **Kind gegen Covid-19 impfen** lassen. Dagegen geben **27 Prozent** der Eltern an, ihr Kind **nicht impfen lassen** wollen.
- **22 Prozent sind sich unsicher, ob sie ihr Kind impfen lassen würden.**

03
Zusatzfragen

Back to School

Für einige Schulkinder in Deutschland hat der Unterricht bereits begonnen, für andere beginnt er bald.

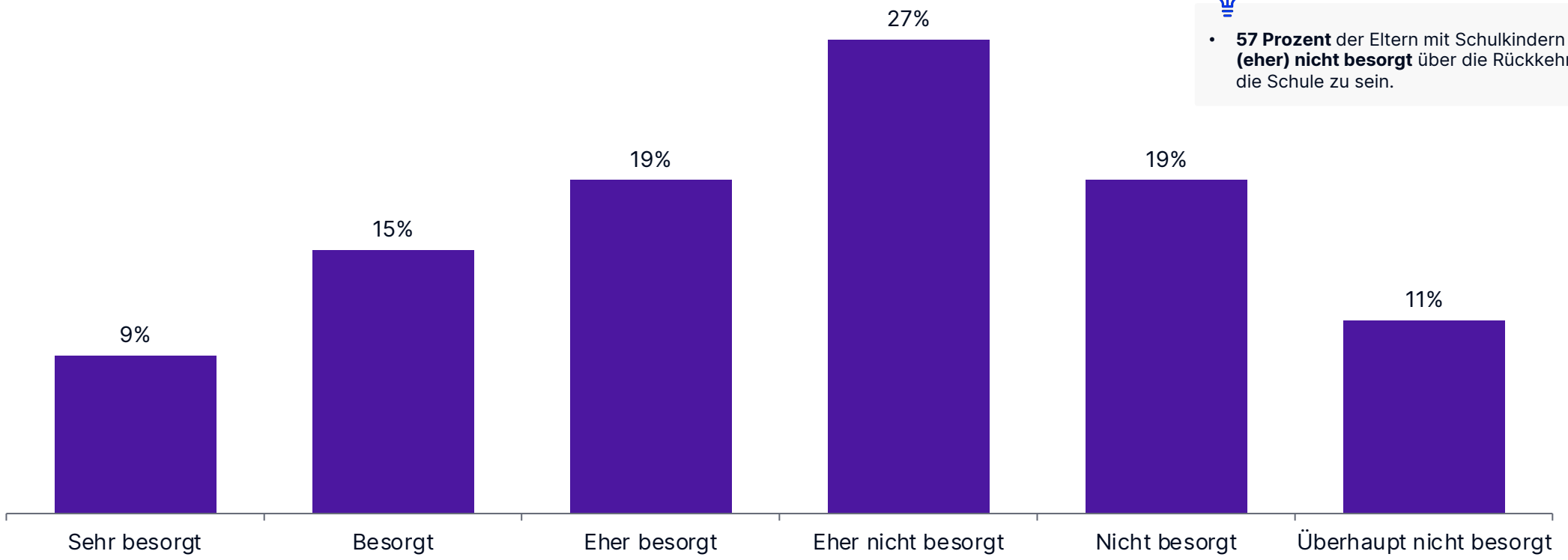
- Wie besorgt sind die Eltern der Schulkinder? Und welche Covid Maßnahmen der Schule sind ihnen besonders wichtig?
- Was denken die Deutschen über Covid-Impfungen für Kinder zwischen 12 und 17 Jahren? Würden sie ihr eigenes Kind impfen lassen?
- Wer kümmert sich um die Bildung im Haushalt?

appinio

Sorgen um Back to School

Wie besorgt bist du generell über die Rückkehr deines Kindes/deiner Kinder die Schule im Jahr 2021?

- **57 Prozent** der Eltern mit Schulkindern geben an, **(eher) nicht besorgt** über die Rückkehr ihrer Kinder in die Schule zu sein.

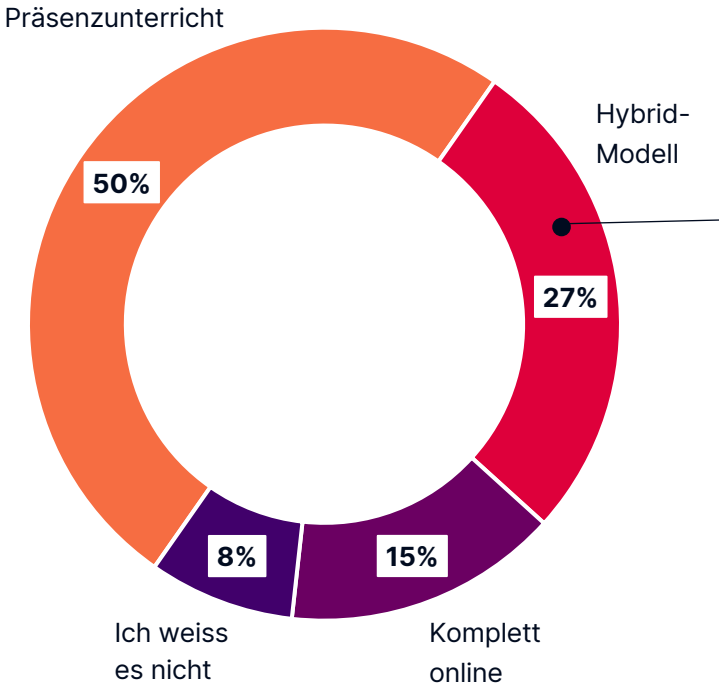


„Wie besorgt bist du generell über die Rückkehr deines Kindes/deiner Kinder die Schule im Jahr 2021?" (Basis N- 226)

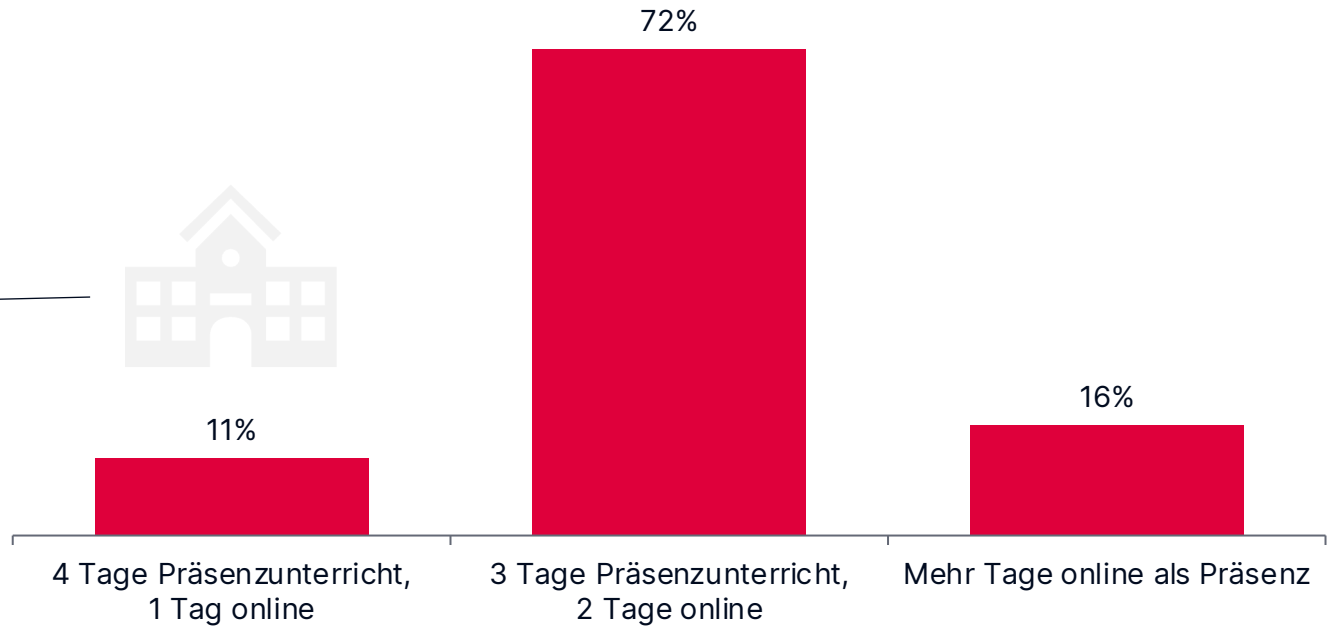
Unterricht nach dem Sommerferien 2021

Welche Lehrform präferieren Eltern für ihre Kinder?

Wenn du die Wahl hättest, welche Art der Anwesenheit würdest du für dein/e Kind/er wählen?



Du hast angegeben, dass du ein Hybrid Modell für die Anwesenheit in der Schule für dein/e Kind/er bevorzugen würdest. Welche der folgenden Modelle würdest du präferieren?

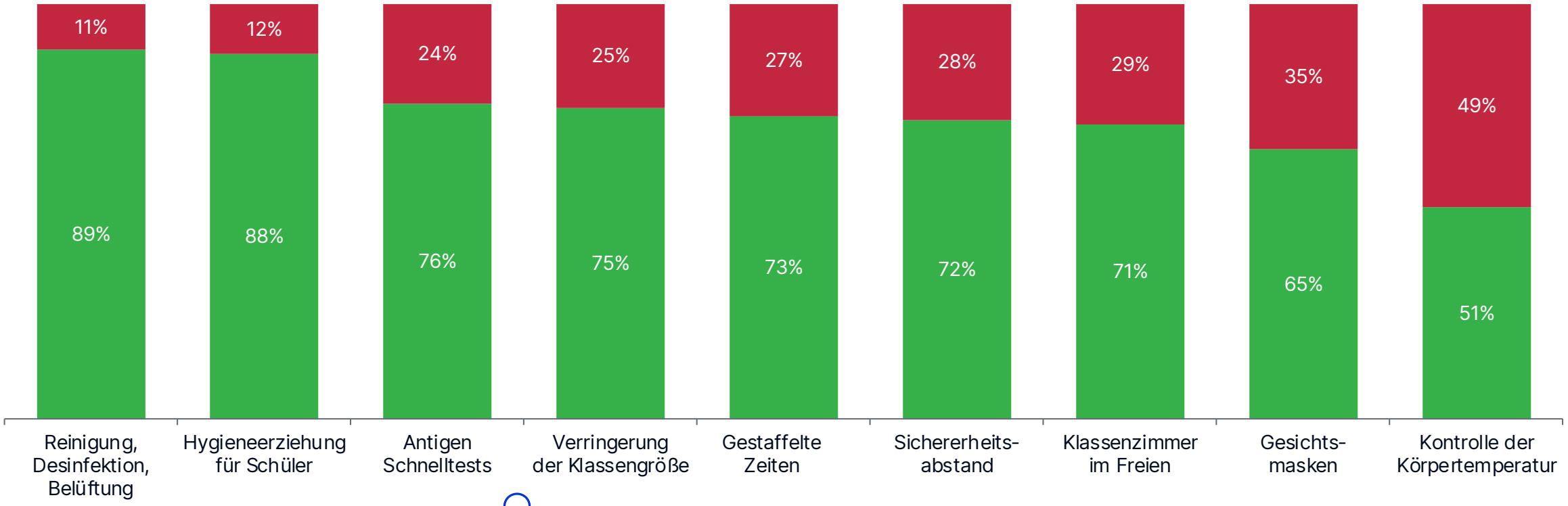


- Die **Hälfte der Eltern** von Schulkindern würden **Präsenzunterricht** als Unterrichtsform für ihre Kinder bevorzugen.
- **Jeder Vierte (27%)** sagt, er würde ein **Hybrirdmodell** für den Unterricht wählen. Hierbei würde sich der Großteil (72%) für 3 Tage Präsenzunterricht und 2 Tage Onlineunterricht entscheiden.

„Wenn du die Wahl hättest, welche Art der Anwesenheit würdest du für dein/e Kind/er wählen?" (Basis N=226) „Du hast angegeben, dass du ein Hybrid Modell für die Anwesenheit in der Schule für dein/e Kind/er bevorzugen würdest. Welche der folgenden Modelle würdest du präferieren?" (Basis N=61)

Schule nach dem Sommerferien 2021

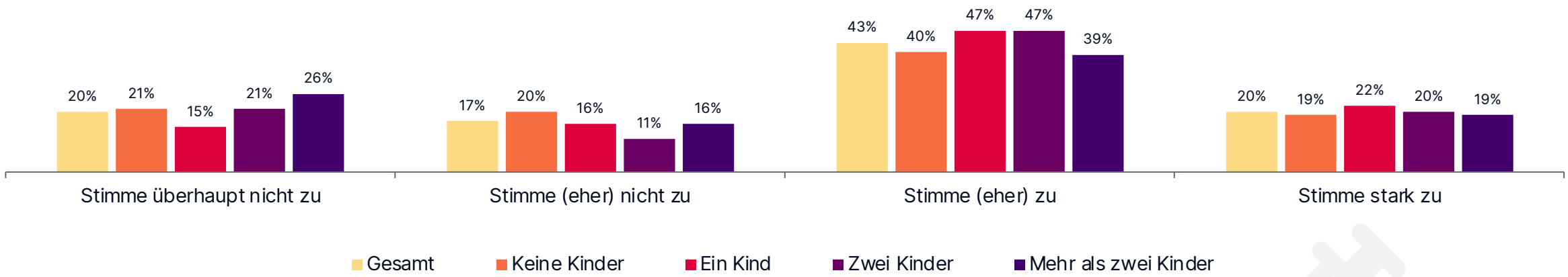
Wie wichtig sind für dich die folgenden Maßnahmen gegen Covid-19 in der Schule deines Kindes/deiner Kinder?



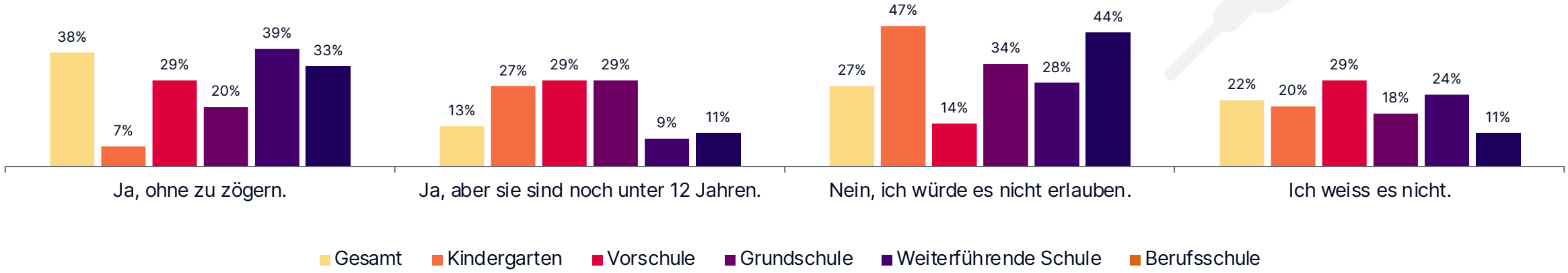
- Am wichtigsten sind Eltern die **gründliche Reinigung, Desinfektion und Belüftung** der Schulen und Klassenräume **(89%)** sowie die **Hygieneerziehung für Schüler (88%)**, wie etwa richtiges Hände waschen, in den Ellbogen niesen etc..
- **Drei Viertel** der Befragten geben an, regelmäßige **Antigen Schnelltests (76%)** und eine **Verringerung der Klassengröße (75%)** für (eher**) wichtig** zu halten.

Impfungen von Kindern zwischen 12 und 17 Jahren

Inwieweit stimmst du der folgenden Aussage zu: „Es ist äußerst wichtig, Kinder im **Alter zwischen 12 und 17 Jahren** gegen Covid-19 zu impfen"?



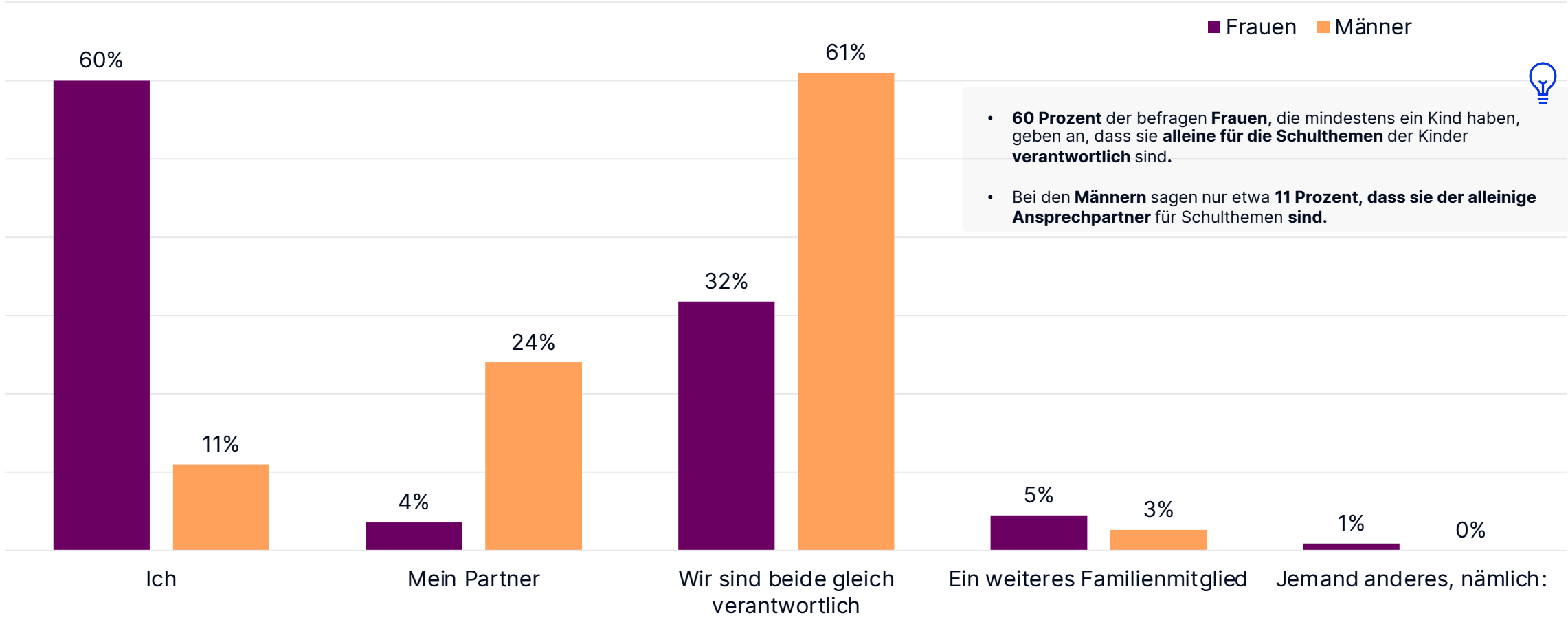
Würdest du **dein Kind gegen Covid-19** impfen lassen?



„Inwieweit stimmst du der folgenden Aussage zu? 'Es ist äußerst wichtig, Kinder im Alter zwischen 12 und 17 Jahren gegen Covid-19 zu impfen'?" (Basis N=1000) //
„Würdest du dein Kind gegen Covid-19 impfen lassen?" (Basis N=523)

Wer kümmert sich im Haushalt um die Bildung der Kinder?

Wer ist in deinem Haushalt generell für die Schulthemen der Kind/er verantwortlich?

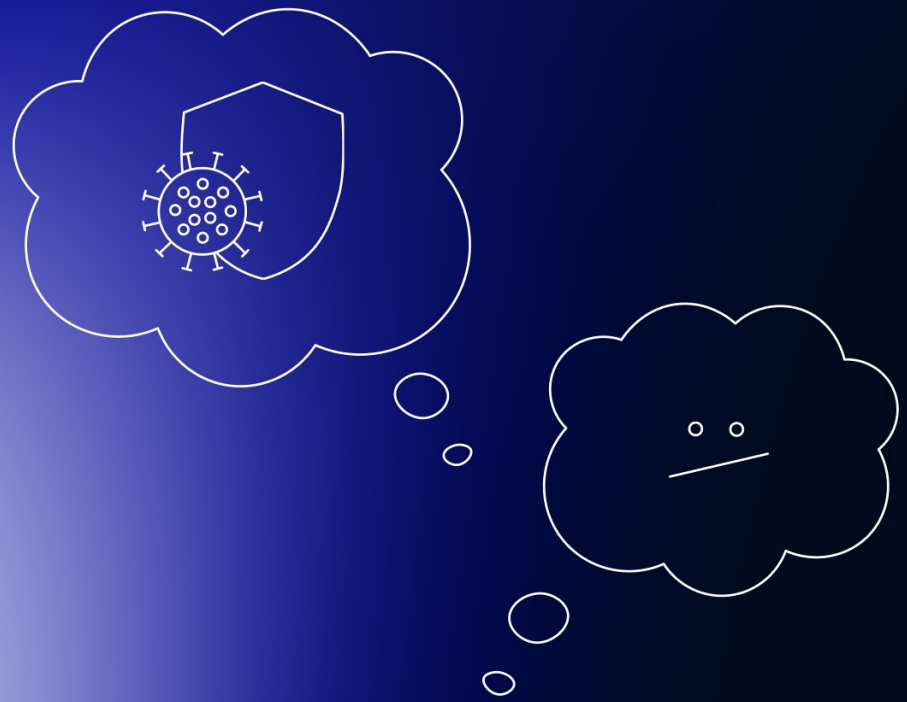


- **60 Prozent** der befragen **Frauen,** die mindestens ein Kind haben, geben an, dass sie **alleine für die Schulthemen** der Kinder **verantwortlich** sind**.**
- Bei den **Männern** sagen nur etwa **11 Prozent, dass sie der alleinige Ansprechpartner** für Schulthemen **sind.**

„Wer ist in deinem Haushalt generell für die Schulthemen der Kind/er verantwortlich?“ (Basis N=226)

04
Sorgen um Corona

Gefühle, Bedenken und Sorgen

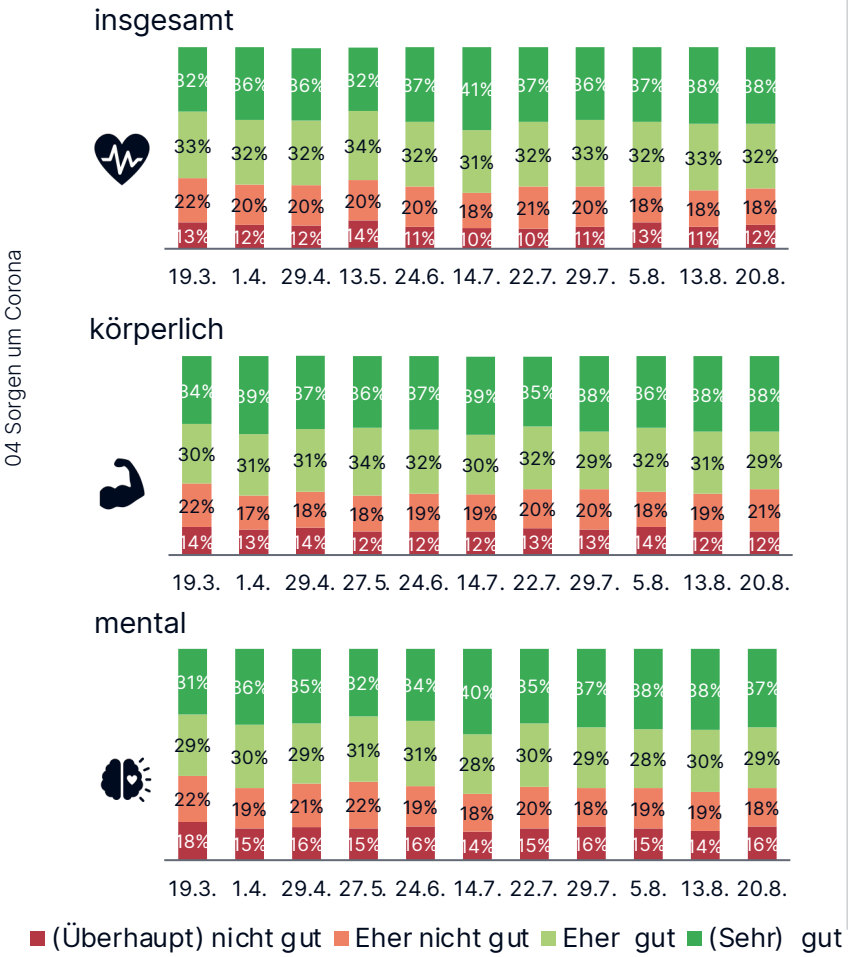


appinio

Wie fühlst du dich?

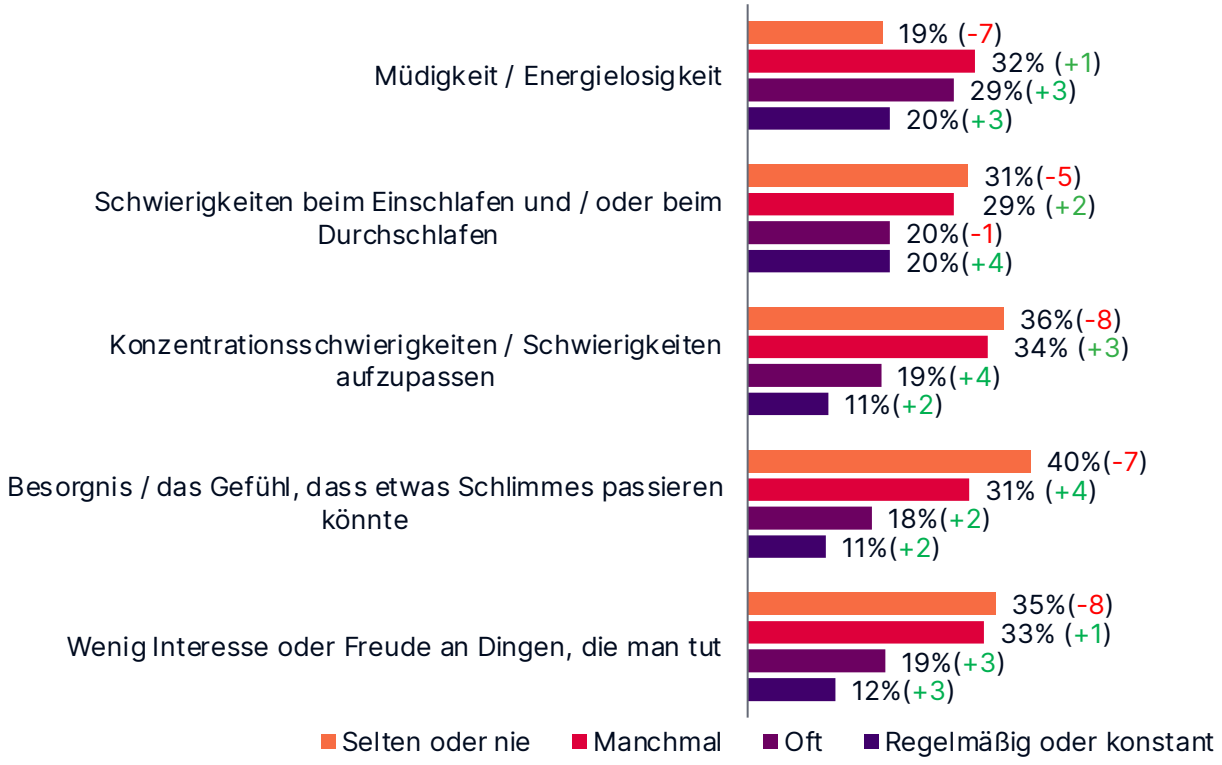
Gesamtstichprobe

Wie fühlst du dich?



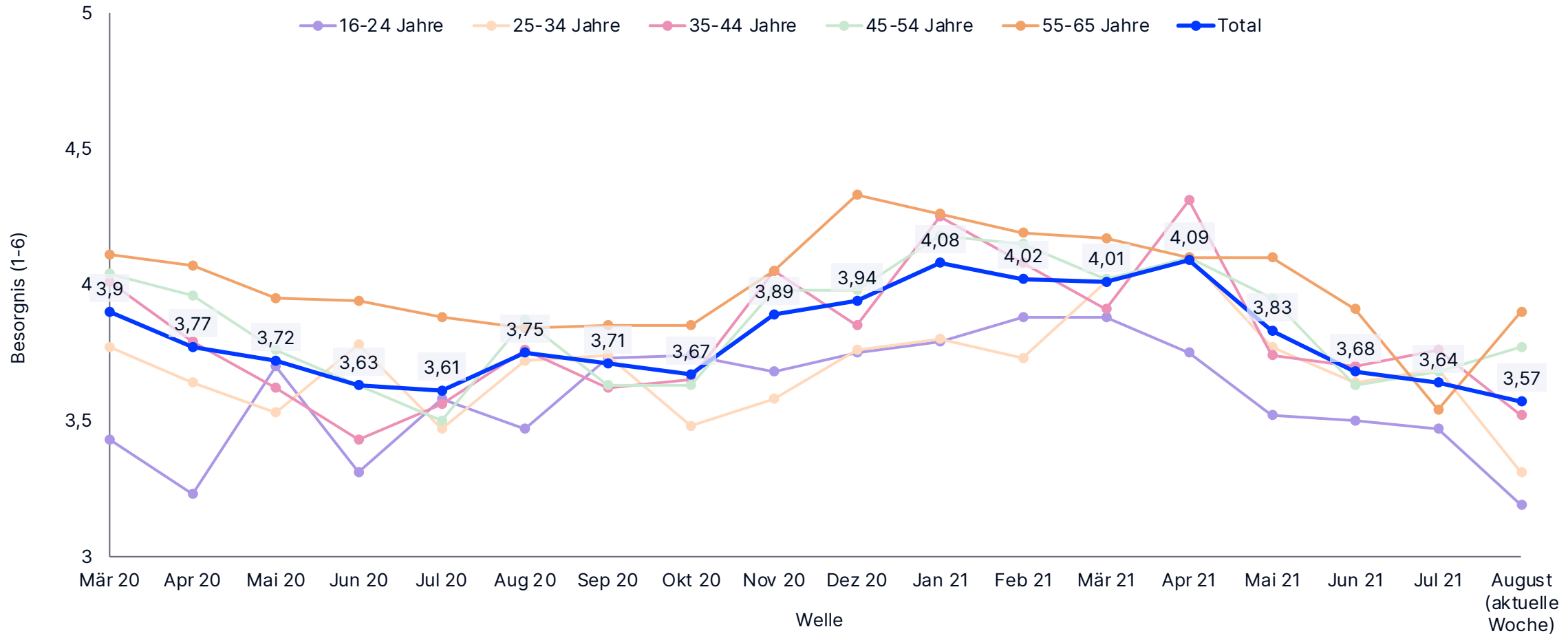
Wie häufig hast du in den letzten ein bis zwei Wochen die folgenden Emotionen bzw. Symptome empfunden?

(In Klammern = Vergleich zur Vorwoche)



Wie besorgt sind die Deutschen um ihre Gesundheit?

Gesamtstichprobe



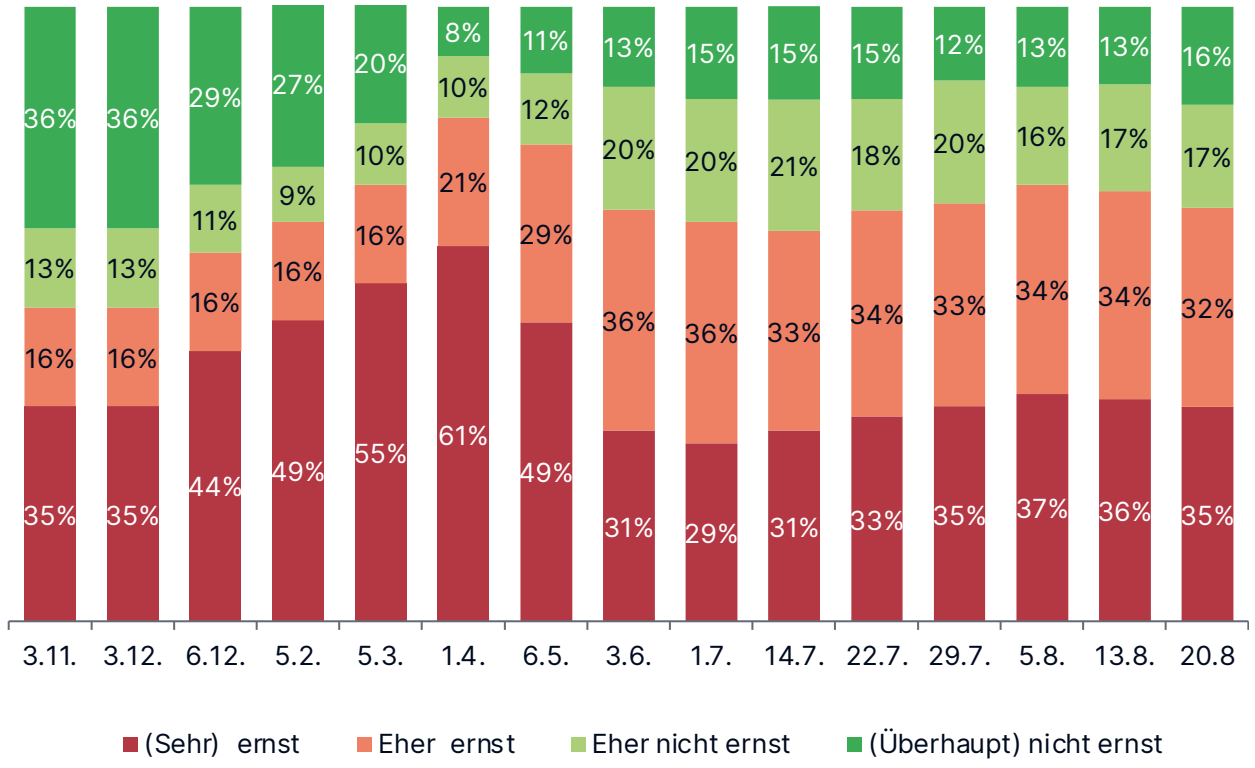
„In welchem Ausmaß sorgst du dich um deine Gesundheit aufgrund des Coronavirus?" (1 = Sorge mich überhaupt nicht // 6 = Sorge mich sehr) (Basis: erste Welle: N=2.500 / 2.-19. Welle je: N=1.000 / 20. Welle: N=2.000 / 21.-75. Welle: N=1000)

Wie bewertest du die derzeitige Situation? // Zufriedenheit

Gesamtstichprobe

04 Sorgen um Corona

Wie schätzt du die derzeitige Lage der Pandemie ein?



Wie zufrieden bist du aktuell mit den folgenden Lebensbereichen?

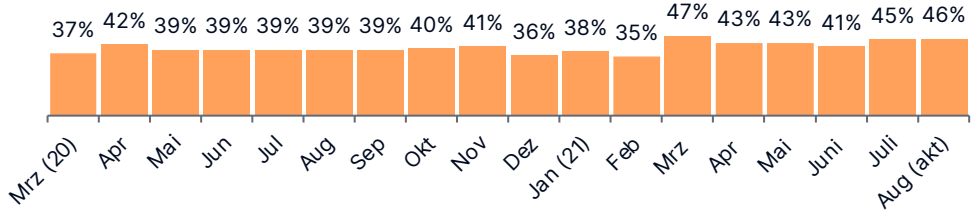
(Mittelwerte, 1 = Überhaupt nicht zufrieden // 6 = Sehr zufrieden)

Platz	Lebensbereich	31.3.	15.4.	29.4.	13.5.	27.5.	10.6.	24.6.	8.7.	22.7.	5.8.	12.8.	20.8.
1	Ernährung	4,1	4,1	4,0	4,3	4,1	4,1	4,0	4,1	4,0	4,1	4,1	4,1
2	Sicherheit	3,8	3,8	3,8	3,9	4,0	4,1	4,1	4,1	4,0	4,1	4,1	4,1
3	Bewegungs-freiheit	3,2	3,1	3,2	3,2	3,4	3,8	3,9	4,1	4,0	4,0	4,1	4,0
4	Unter-haltung	3,5	3,5	3,6	3,6	3,7	3,8	3,9	4,1	3,9	4,0	4,1	4,0
5	Bildung / Arbeit	3,8	3,6	3,7	3,8	3,8	3,8	4,0	3,9	3,9	3,9	4,0	4,0
6	Sozialleben	3,3	3,2	3,2	3,3	3,4	3,7	3,8	3,8	3,9	3,8	3,8	3,8
7	Beziehungs-leben/ Romantische Dates	3,5	3,6	3,6	3,7	3,7	3,9	3,7	3,8	3,7	3,7	3,9	3,7
8	Urlaub / Reisen	2,6	2,4	2,5	2,6	2,9	3,1	3,0	3,4	3,4	3,3	3,3	3,3

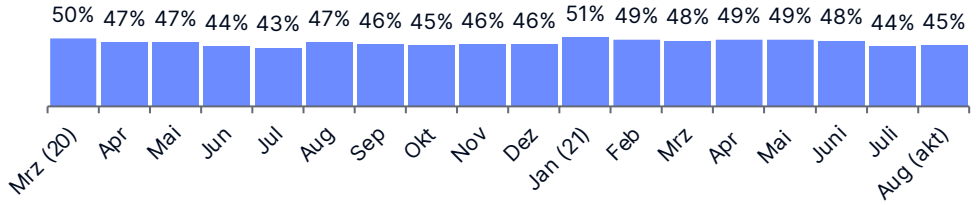
Was sind die größten Sorgen um Corona? (1/2)

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

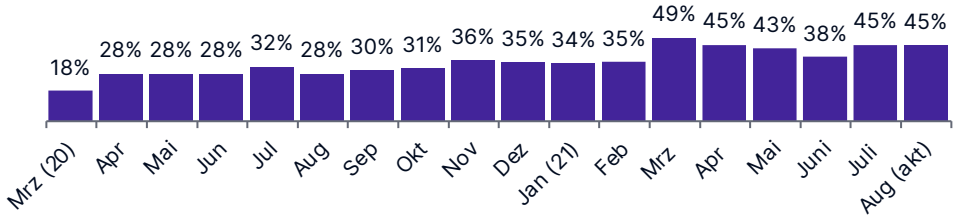
1. (-2) Langfristige wirtschaftliche Auswirkungen



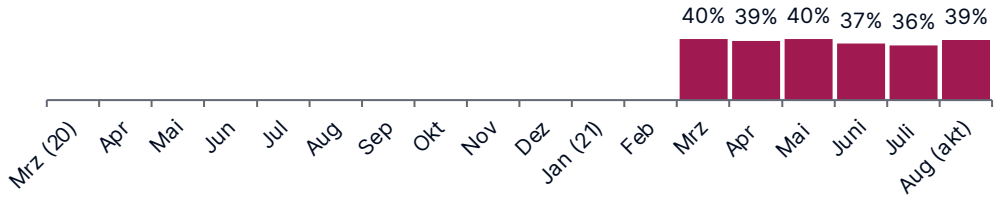
2. (-3) Ansteckungsgefahr (Familie, Freunde und Bekannte)



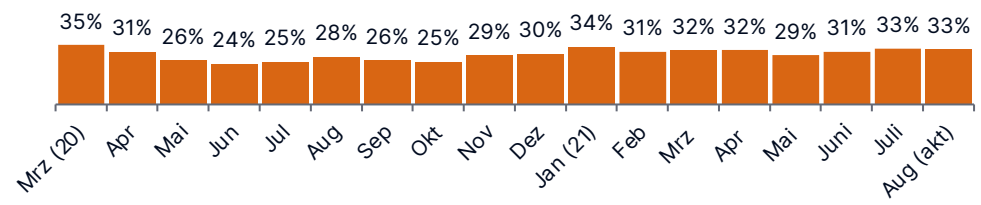
3. (+1) Langfristiges "Aussterben" von Gastro & Kultur



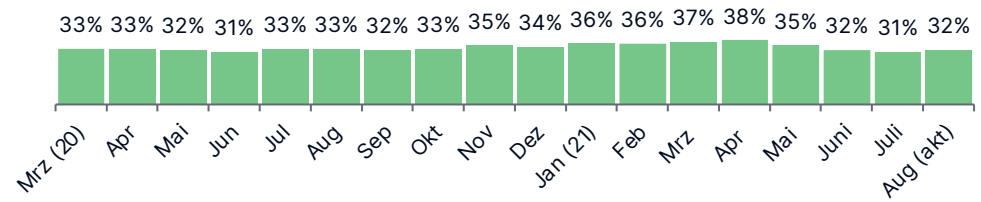
4. (=) Psychologische Konsequenzen für mich und andere*



5. (+3) Persönliche finanzielle Auswirkung (z.B. Kurzarbeit)



6. (+2) Ansteckungsgefahr (Ich selber)



appinio

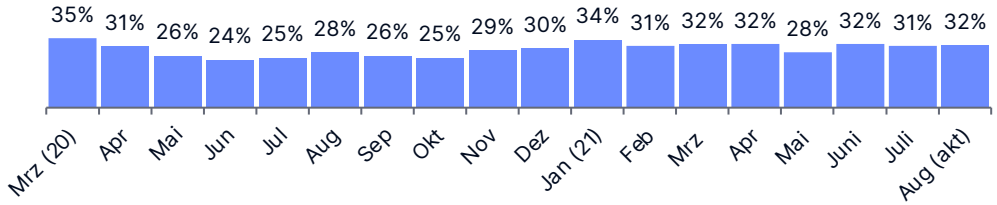
„Was sind deine fünf größten Sorgen in Bezug auf das Coronavirus (unabhängig davon, ob sie bereits eingetreten sind oder noch eintreten können)?" (Basis: erste Welle: N=2.500 / 2.-19. Welle je: N=1.000 / 20. Welle: N=2.000 / 21.-75. Welle: N=1000) ; ***Neues Item ab Welle 53 Der Fragebogen dieses Reports 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)

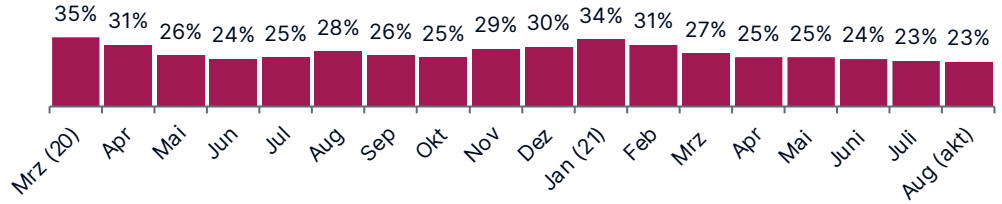
7. (+3)

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



10. (+3)

Schlechte Versorgung im Falle einer Ansteckung mit Corona

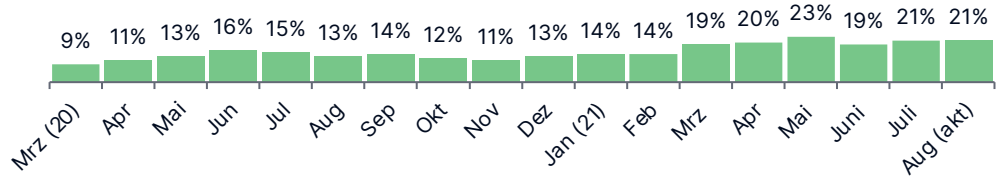


8. (+2)

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

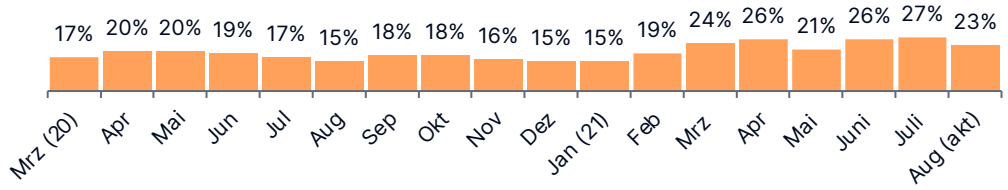
11. (+1)

Meidung von Kranken / Soziale Ausgrenzung



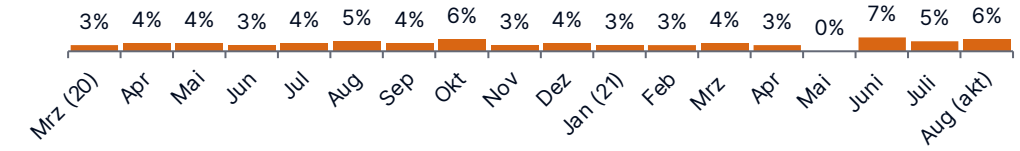
9. (-3)

Mangelhafte Betreuung von Kindern / Pflegebedürftigen / Alten



12. (+1)

Mache mir keine Sorgen



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.-75. 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

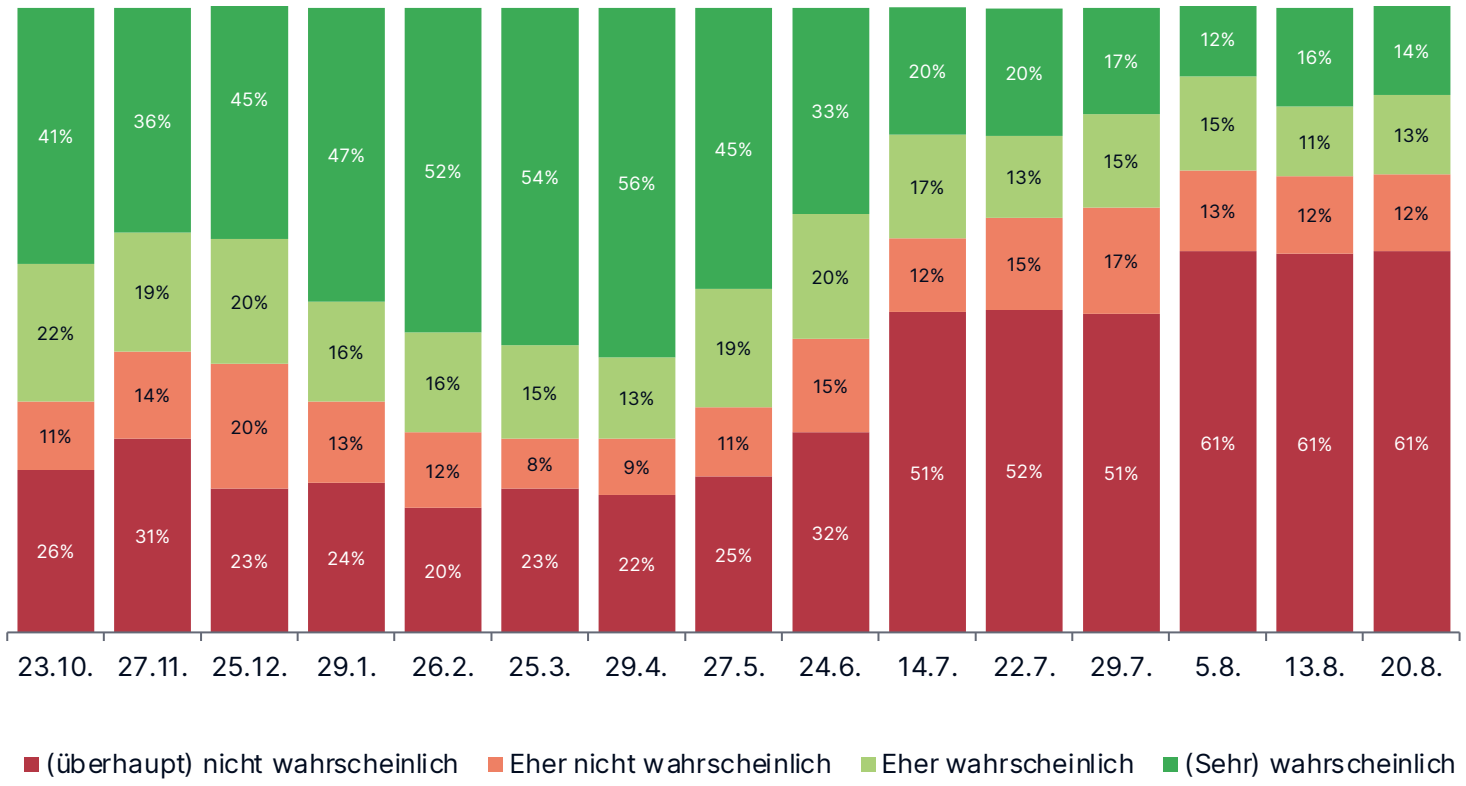
Impffortschritt & (Arbeits-)Alltag

appinio

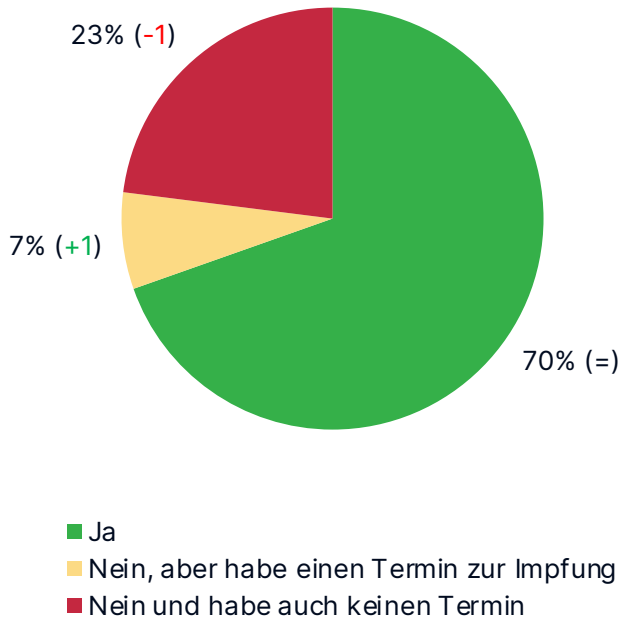
Impfbereitschaft und -fortschritt

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?



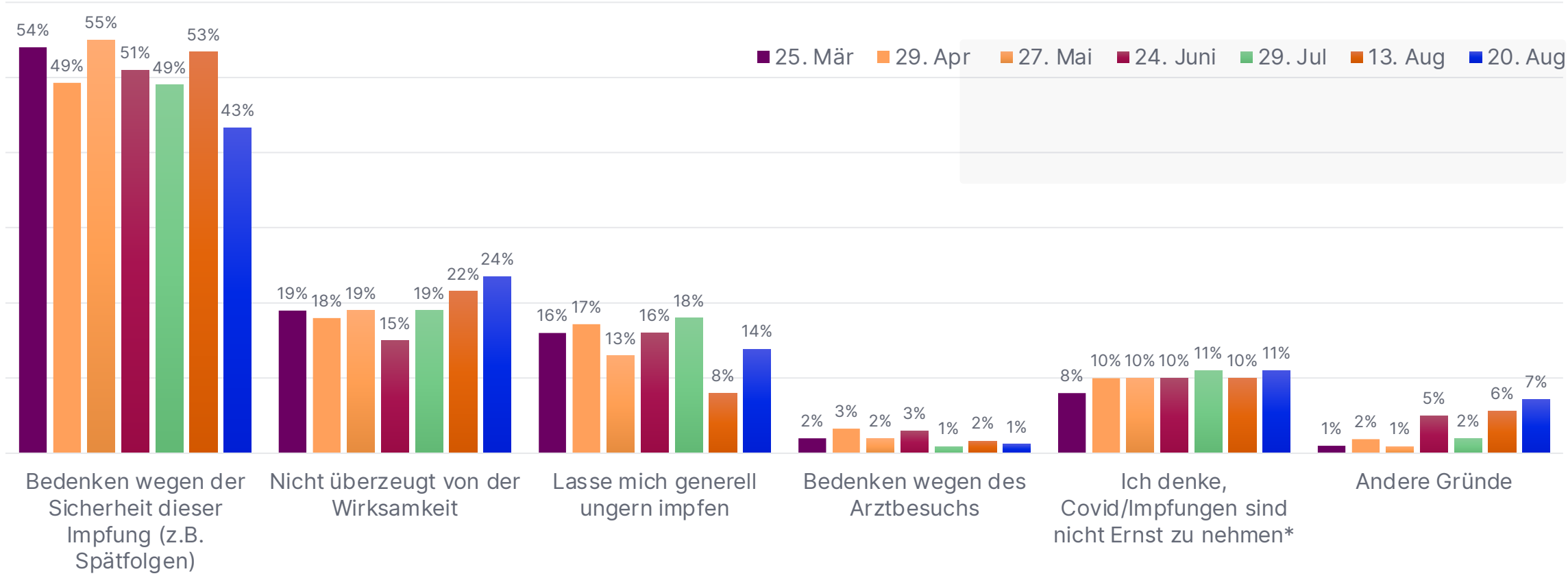
Wurdest du bereits geimpft?
(In Klammern = Vergleich zur Woche)



Gründe gegen eine Impfung

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

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



„Wer ist in deinem Haushalt generell für die Schulthemen der Kind/er verantwortlich?“ (Basis N=226)

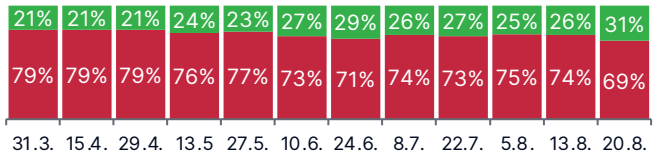
Wie sicher werden (alltägliche) Aktivitäten bewertet?

Gesamtstichprobe – sortiert nach „(eher) nicht sicher“

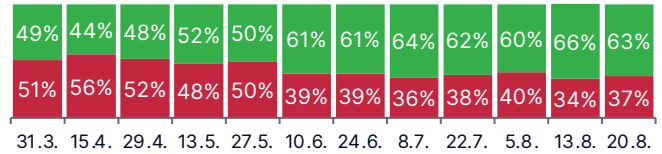
(Eher) sicher (Eher)nicht sicher

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

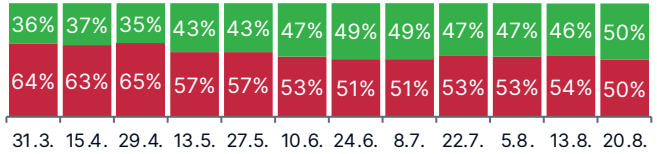
Besuch von Großveranstaltungen



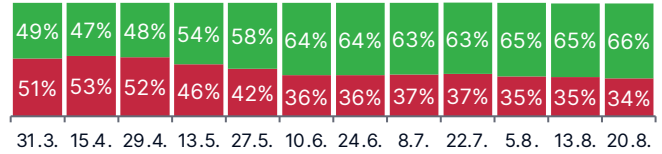
Einkaufen im Einkaufszentrum



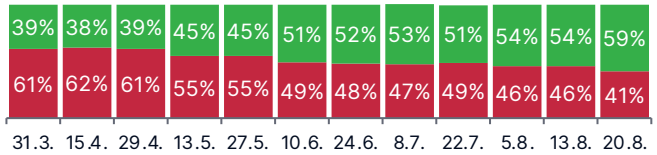
Ins Fitnessstudio gehen



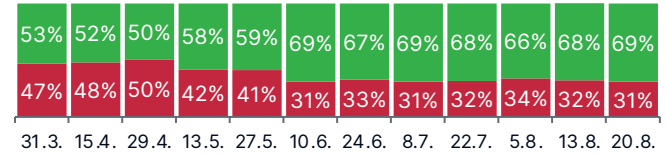
In ein Restaurant / eine Bar gehen



Ins Kino gehen



Ins Museum gehen



„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)

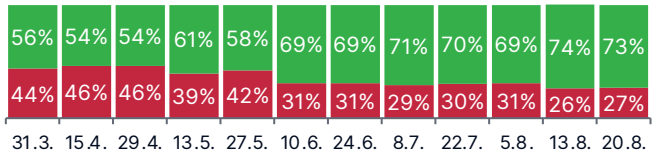
Wie sicher werden (alltägliche) Aktivitäten bewertet?

Gesamtstichprobe – sortiert nach „(eher) nicht sicher“

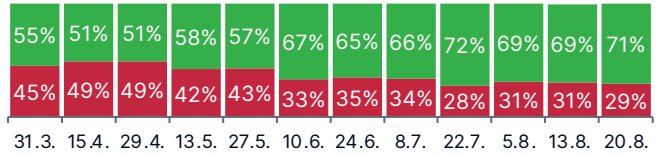
(Eher) sicher (Eher)nicht sicher

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

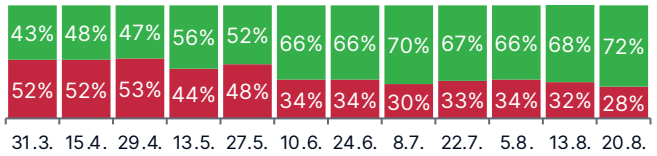
Einkaufen im Supermarkt



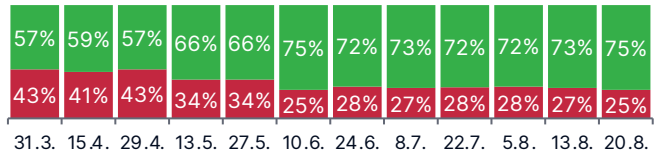
Ins Büro gehen



Treffen mit einer Gruppe von Freunden (>4 Personen)



(Kurze) Wochenendausflüge

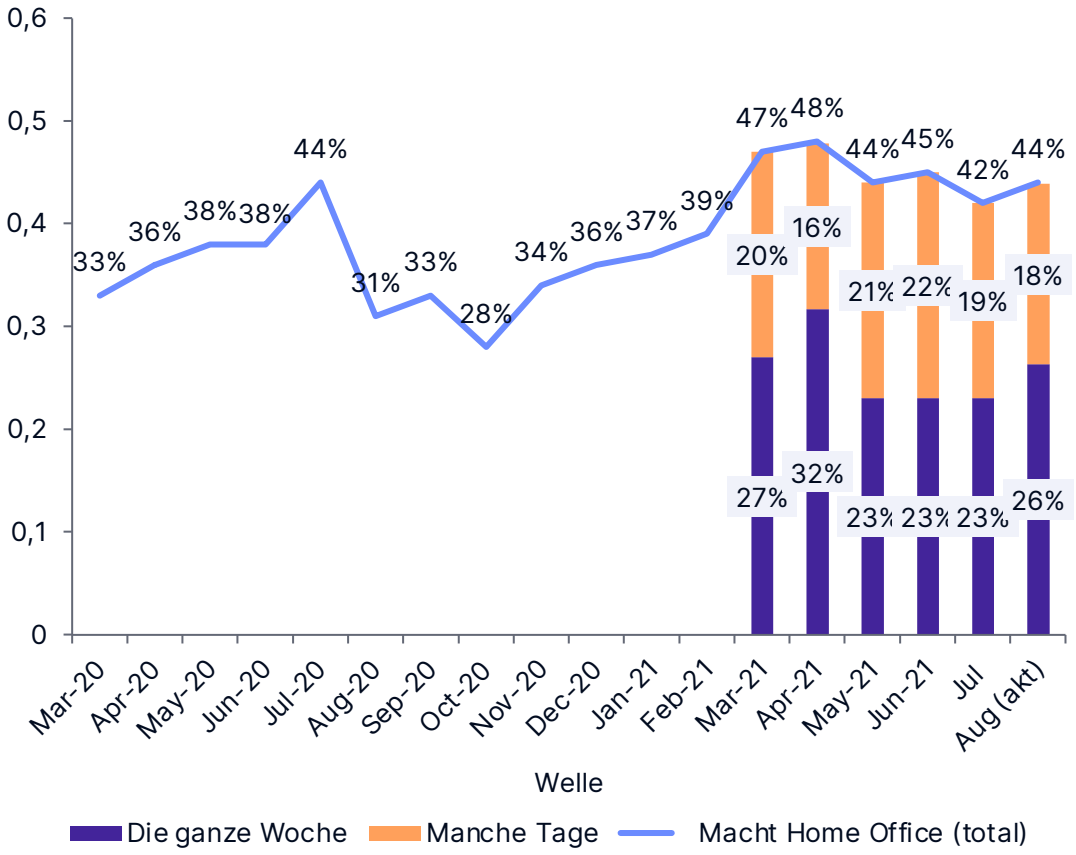


„Stell dir vor es gäbe keine Regulierungen mehr in Deutschland. Wie sicher bewertest du dann die folgenden Aktivitäten? Sollte es zurzeit keine Regulierungen geben gib bitte an wie sicher du die jeweilige Aktivität derzeit bewertest.“ (Basis N=1000)

Wie viele Befragte arbeiten im Home Office?

aktuell: **44 Prozent der ArbeitnehmerInnen**

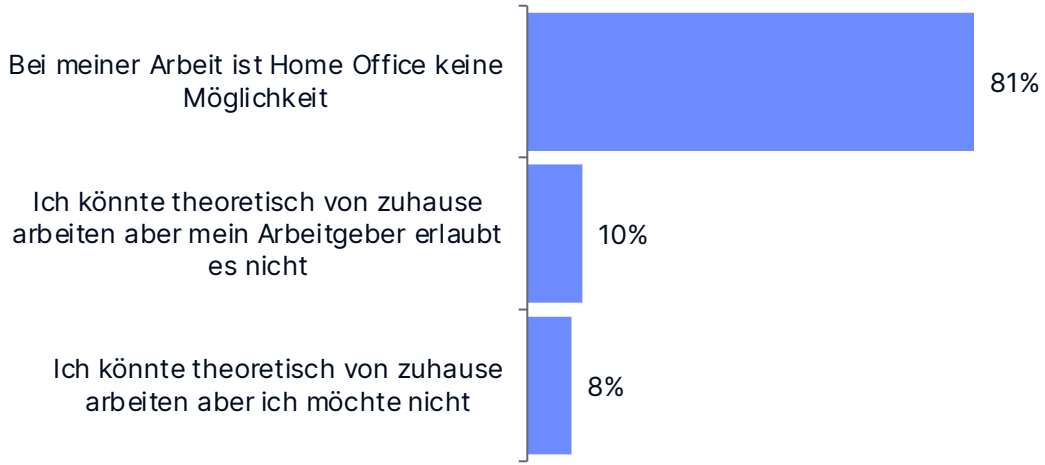
Zeitlicher Verlauf der ArbeitnehmerInnen im Home Office



Wie viele Befragte arbeiten nicht im Home Office?

aktuell: **56 Prozent der ArbeitnehmerInnen**

Top 3 Gründe, warum ArbeitnehmerInnen nicht im Home Office sind

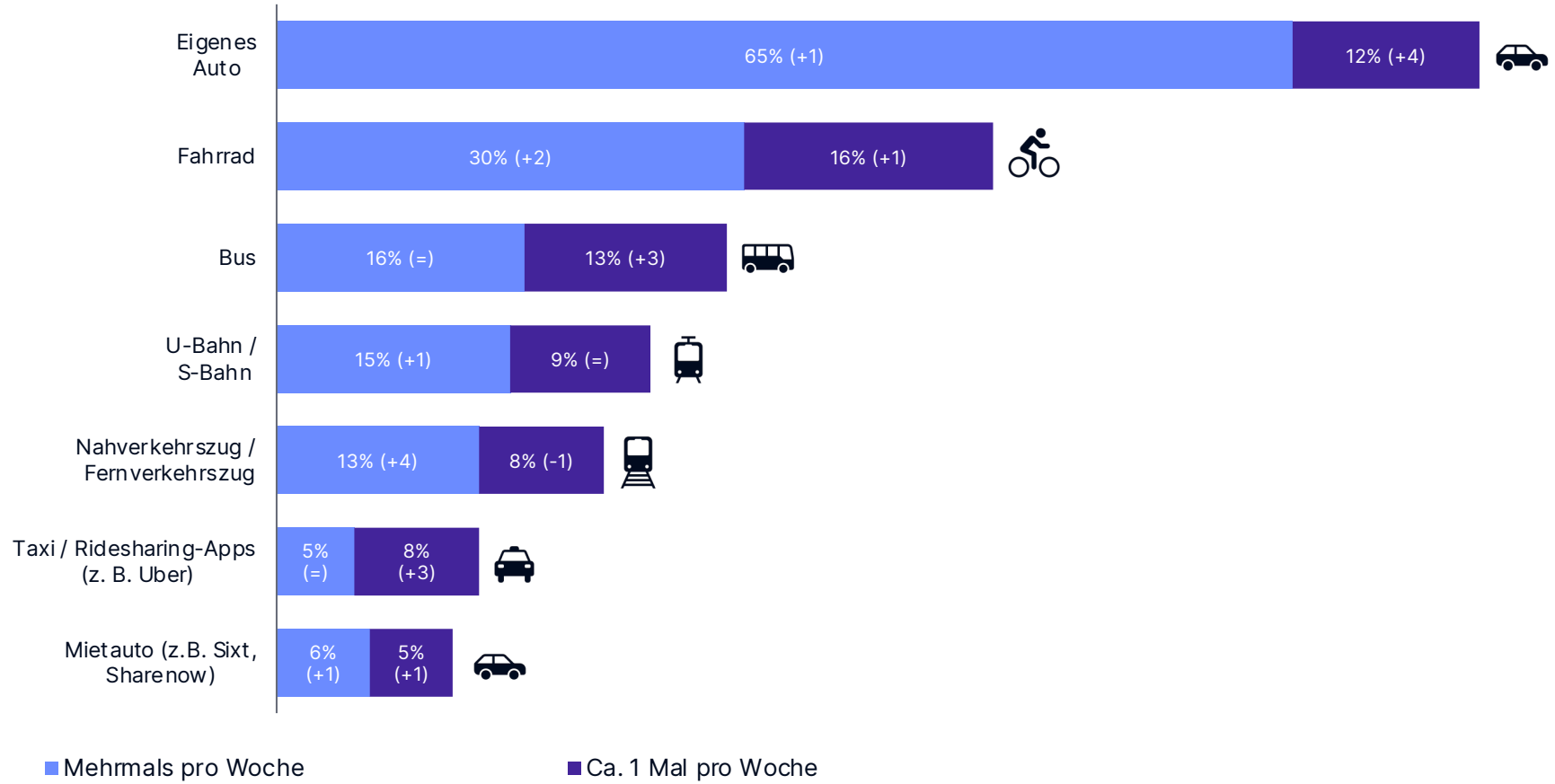


„Arbeitest du Corona bedingt derzeit von zuhause?“ (N=710) // „Welche der folgenden Aussagen trifft am ehesten auf dich zu?“ (N=398)

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. Sept.	15. Okt.	27. Nov.	6. Januar	24. Februar	31. März	13. Mai	24. Juni	5. August	13. August	**20. August**
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 74 Bottom 2	Welle 75 Bottom 2
1	U-Bahn / S-Bahn	80%	65%	58%	53%	50%	54%	62%	68%	64%	52%	46%	40%	43%	40%	36%
2	Flugzeug	80%	66%	57%	51%	54%	54%	58%	61%	57%	52%	46%	37%	39%	39%	34%
3	Bus	76%	60%	52%	50%	47%	52%	62%	65%	61%	50%	41%	36%	38%	36%	33%
4	Zug (Nah- und Fern-verkehr)	76%	58%	49%	45%	44%	48%	54%	59%	58%	44%	39%	32%	33%	32%	31%
5	Schiff / Fähre	74%	58%	49%	43%	41%	44%	49%	51%	48%	42%	34%	30%	30%	28%	28%
6	Taxi / Ridesharing	58%	44%	38%	33%	32%	34%	40%	52%	38%	36%	27%	24%	26%	23%	23%
7	Mietauto/ Carsharing	Nicht erhoben									27%	20%	20%	19%	17%	15%

05 Rückkehr zur Normalität

„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.-75. 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. August	13. August	**20. August**
1		**Lebensmittel (gesamt)**	**92%**	**93%**	**94%**	**93%**	**94%**	**92%**	**94%**	**92%**	**94%**	**95%**	94%	**95%**	**94%** (-1)
		online	6%	7%	7%	9%	7%	8%	7%	10%	6%	8%	7%	7%	9%
		offline	78%	74%	77%	74%	77%	75%	79%	75%	79%	80%	78%	79%	79%
2		**Alkoholfreie Getränke (gesamt)**	**77%**	**75%**	**78%**	**78%**	**79%**	**79%**	**82%**	**79%**	**83%**	**82%**	**82%**	**84%**	**83%** (-1)
		online	6%	8%	8%	10%	9%	8%	8%	5%	7%	7%	8%	8%	6%
		offline	68%	60%	65%	62%	64%	64%	69%	65%	69%	70%	69%	71%	70%
3		**Körperpflege / Hygiene (gesamt)**	**77%**	**76%**	**79%**	**77%**	**77%**	**77%**	**77%**	**78%**	**79%**	**79%**	**78%**	**81%**	**78%** (-3)
		online	11%	14%	13%	13%	14%	13%	11%	14%	12%	12%	8%	13%	10%
		offline	60%	53%	58%	55%	54%	55%	58%	54%	59%	59%	59%	61%	60%
4		**Medikamente / Arzneimittel (gesamt)**	**58%**	**60%**	**58%**	**64%**	**60%**	**63%**	**62%**	**64%**	**61%**	**61%**	**60%**	**62%**	**63%** (+1)
		online	16%	19%	33%	19%	17%	19%	18%	19%	17%	15%	16%	17%	16%
		offline	35%	34%	18%	37%	34%	35%	38%	37%	37%	39%	38%	38%	41%
5		**Kleidung (gesamt)**	**50%**	**58%**	**54%**	**58%**	**55%**	**60%**	**63%**	**66%**	**62%**	**59%**	**60%**	**60%**	**61%** (+1)
		online	33%	35%	35%	37%	36%	35%	35%	36%	31%	31%	28%	28%	27%
		offline	12%	17%	13%	13%	14%	17%	19%	20%	20%	24%	23%	24%	25%
6		**Alkoholische Getränke (gesamt)**	**48%**	**51%**	**50%**	**54%**	**52%**	**54%**	**53%**	**55%**	**59%**	**54%**	**55%**	**57%**	**55%** (-2)
		online	6%	9%	7%	9%	10%	8%	7%	8%	8%	6%	6%	7%	6%
		Offline	40%	37%	39%	38%	38%	40%	41%	42%	45%	44%	44%	46%	44%

„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. August	13. August	**20. August**
7		**Schuhe (gesamt)**	**30%**	**41%**	**36%**	**44%**	**39%**	**39%**	**43%**	**49%**	**41%**	**47%**	**43%**	**41%**	**43%** (+2)
		online	19%	23%	23%	25%	22%	25%	16%	21%	21%	21%	18%	19%	18%
		offline	8%	13%	9%	13%	12%	14%	22%	23%	16%	20%	20%	17%	21%
8		**Schönheitsprodukte / Make-up (gesamt)**	**40%**	**44%**	**43%**	**45%**	**45%**	**47%**	**47%**	**46%**	**39%**	**45%**	**42%**	**44%**	**42%** (-2)
		online	11%	14%	11%	13%	14%	14%	12%	10%	10%	11%	12%	11%	10%
		offline	25%	24%	26%	26%	26%	27%	28%	29%	25%	28%	25%	28%	28%
9		**Bücher / Zeitschriften (gesamt)**	**39%**	**43%**	**38%**	**44%**	**43%**	**44%**	**40%**	**41%**	**39%**	**43%**	**43%**	**46%**	**42%** (-4)
		online	17%	18%	17%	17%	17%	18%	16%	19%	13%	14%	16%	17%	14%
		offline	19%	19%	18%	21%	21%	21%	19%	17%	22%	24%	22%	24%	24%
10		**Dekoartikel / "Schnickschnack“ (gesamt)**	**31%**	**35%**	**28%**	**34%**	**31%**	**35%**	**34%**	**35%**	**29%**	**38%**	**33%**	**32%**	**36%** (-4)
		online	12%	14%	12%	13%	13%	16%	13%	12%	9%	12%	11%	10%	12%
		offline	15%	16%	12%	14%	14%	16%	16%	18%	16%	21%	18%	18%	20%
11		**Elektr. Geräte / Unterhaltung (gesamt)**	**25%**	**35%**	**31%**	**35%**	**32%**	**36%**	**34%**	**36%**	**27%**	**32%**	**29%**	**31%**	**31%** (=)
		online	16%	20%	17%	20%	18%	20%	18%	21%	15%	17%	17%	17%	16%
		offline	6%	10%	10%	11%	9%	11%	10%	11%	9%	10%	9%	10%	11%
12		**Spielwaren / Brettspiele / Puzzles*(gesamt)**	**22%**	**29%**	**25%**	**35%**	**26%**	**33%**	**32%**	**33%**	**26%**	**32%**	**30%**	**31%**	**32%** (+1)
		Online	13%	14%	14%	18%	13%	17%	15%	17%	11%	13%	13%	14%	16%
		offline	6%	9%	8%	10%	10%	11%	12%	12%	11%	15%	13%	13%	13%

„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. August	13. August	**20. August**
13		**Haushaltsgeräte (gesamt)**	**22%**	**29%**	**25%**	**31%**	**27%**	**31%**	**27%**	**28%**	**22%**	**28%**	**27%**	**25%**	**27%** (+2)
		online	13%	14%	12%	16%	13%	14%	13%	14%	9%	11%	13%	17%	11%
		offline	6%	10%	10%	9%	10%	12%	10%	10%	9%	12%	11%	38%	12%
14		**Schmuck**	**18%**	**24%**	**20%**	**26%**	**23%**	**27%**	**22%**	**27%**	**20%**	**27%**	**23%**	**22%**	**25%** (+3)
		online	10%	11%	10%	13%	11%	12%	10%	13%	8%	9%	9%	10%	9%
		offline	6%	8%	7%	9%	9%	8%	8%	9%	8%	13%	10%	10%	12%
15		**Möbel**	**20%**	**26%**	**23%**	**29%**	**25%**	**27%**	**26%**	**26%**	**20%**	**25%**	**23%**	**22%**	**25%** (+3)
		online	11%	11%	12%	13%	12%	13%	12%	12%	9%	9%	10%	10%	9%
		offline	7%	10%	8%	10%	10%	9%	10%	11%	9%	9%	10%	9%	12%
16		**Geschirr / Küchengeräte**	**17%**	**25%**	**20%**	**28%**	**24%**	**25%**	**23%**	**26%**	**21%**	**24%**	**23%**	**24%**	**24%** (=)
		online	8%	11%	10%	11%	11%	10%	10%	11%	8%	11%	8%	10%	8%
		offline	7%	9%	7%	11%	9%	11%	10%	11%	9%	9%	12%	10%	11%
17		**Sport- / Fitnessgeräte**	**17%**	**22%**	**18%**	**24%**	**20%**	**24%**	**20%**	**22%**	**16%**	**21%**	**18%**	**17%**	**19%** (+2)
		Online	8%	11%	9%	12%	9%	12%	10%	9%	6%	6%	9%	7%	7%
		offline	6%	8%	7%	7%	8%	8%	7%	9%	7%	7%	7%	8%	8%

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

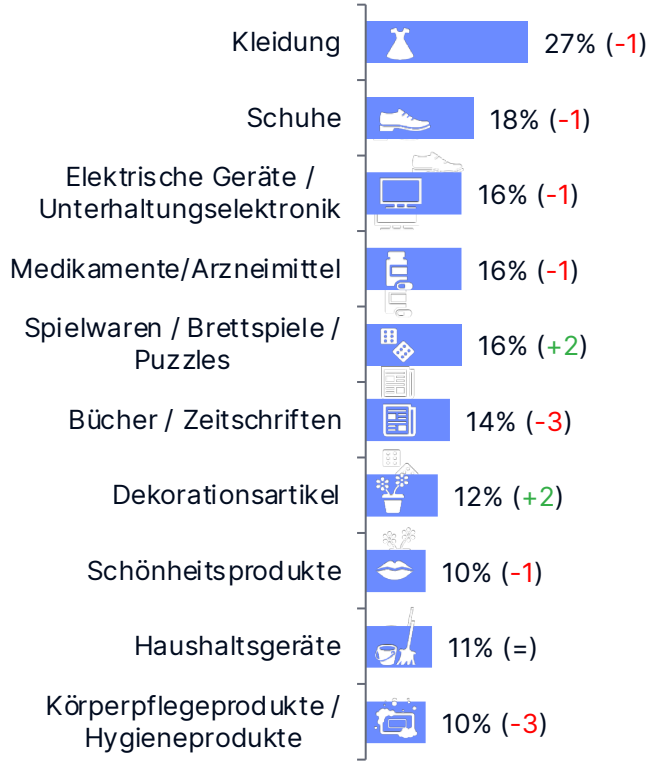
Anmerkung: online und offline ergeben in Summe nicht den Gesamtwert, da zur Vereinfachung die Antwortmöglichkeit „Beides“ nicht in der Tabelle aufgeführt wird

Im Fokus: online vs. Offline Shopping

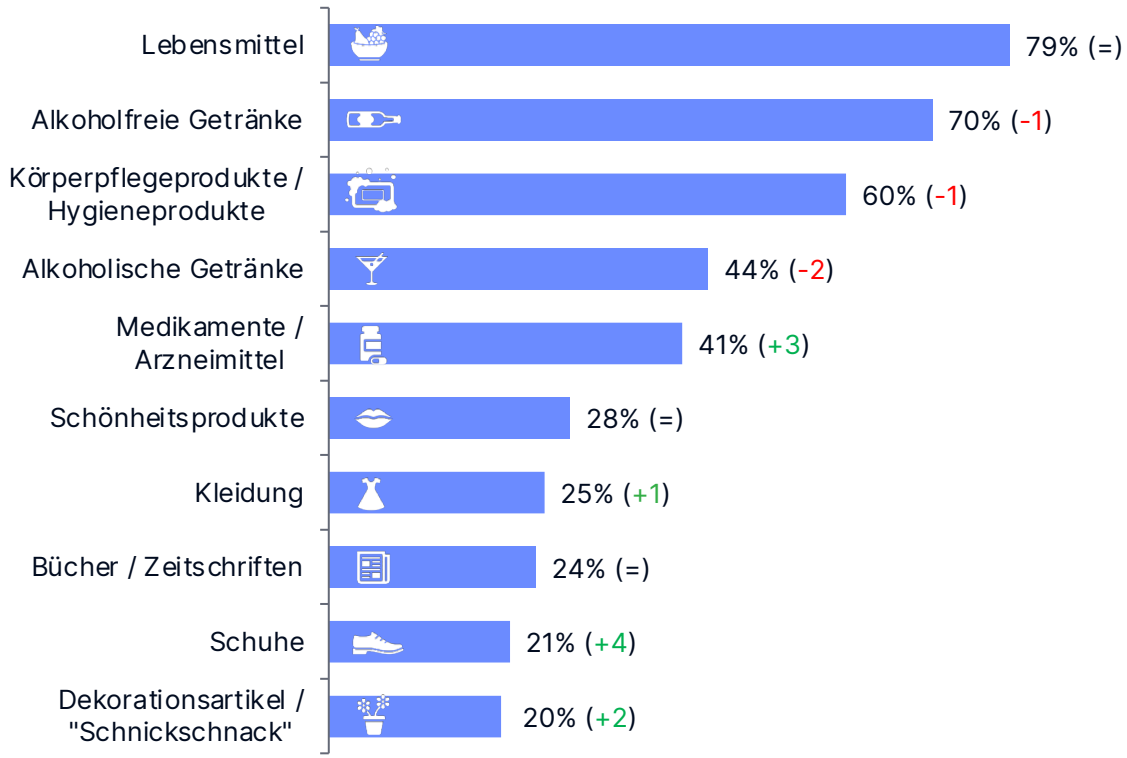
Gesamtstichprobe

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

(In Klammern = Vergleich zur Woche)



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



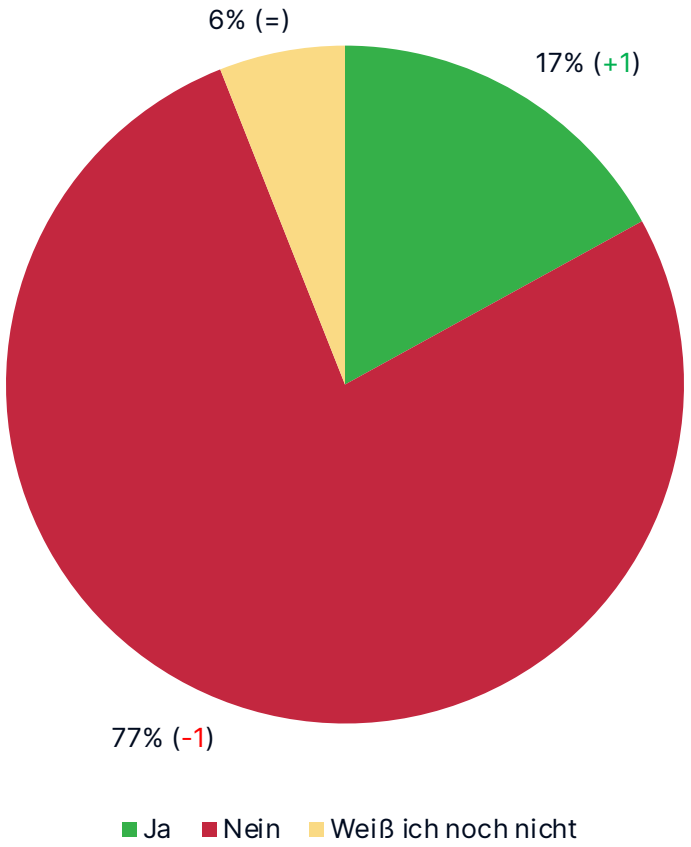
„Hast du innerhalb der letzten Woche die folgenden Produkte gekauft?“ (Basis N=1000)

Konsumbarometer

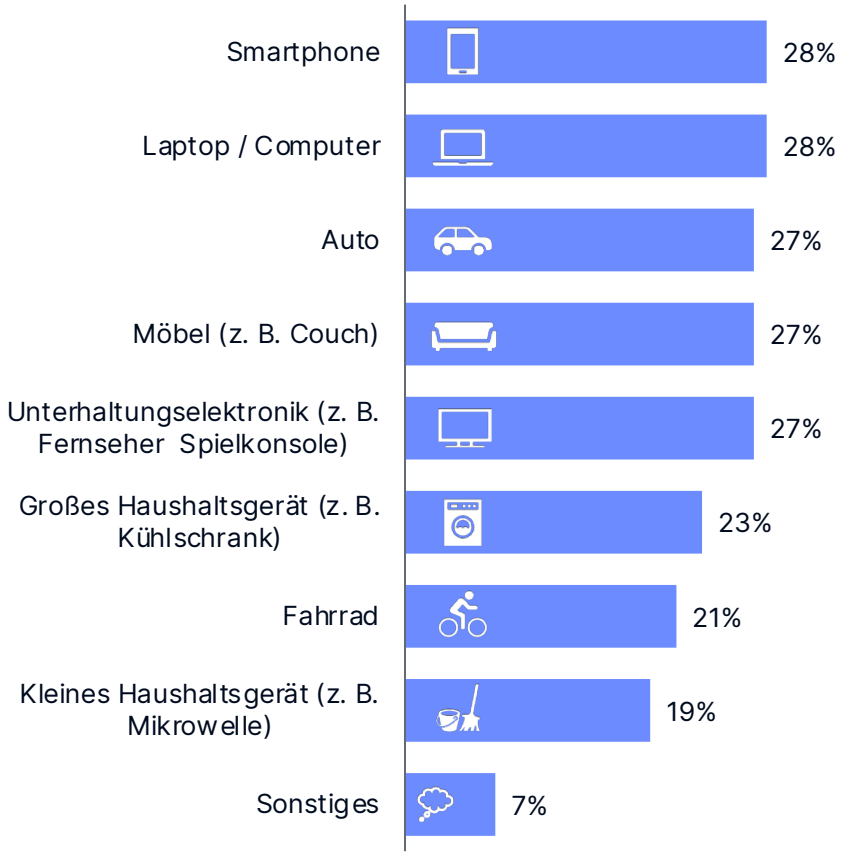
Gesamtstichprobe

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=173)

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

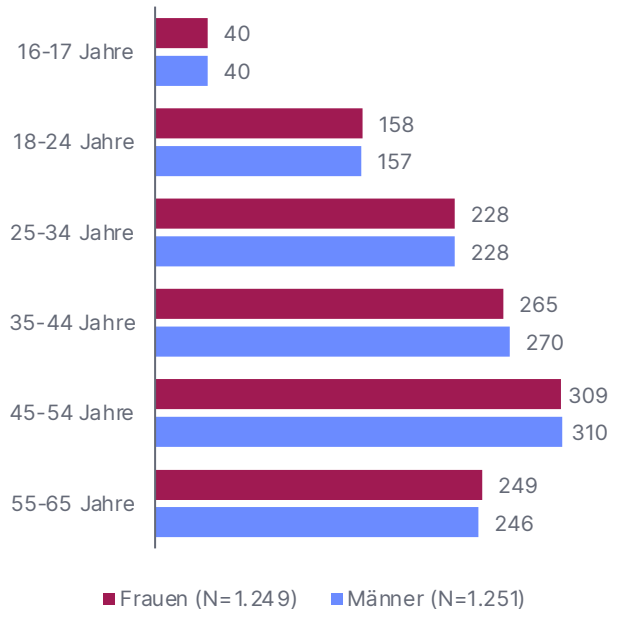
2021

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 – 20.08.2021

Stichprobenzusammensetzungen

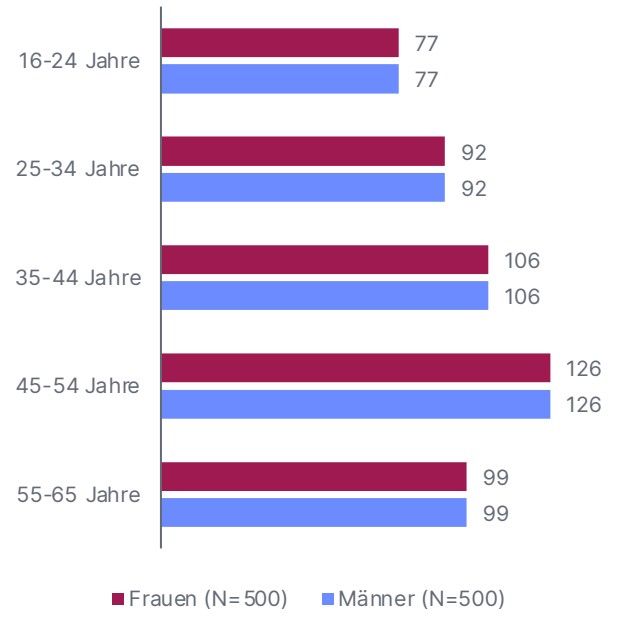
Alter & Geschlecht – Alle Wellen

Nullpunktmessung (N=2.500)



Ø Alter: 40,7 Jahre

Welle 2–75 (N=1.000)



Ø Alter: 40,7 Jahre