appinio corona report

Welle 76 – 27.08.2021

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

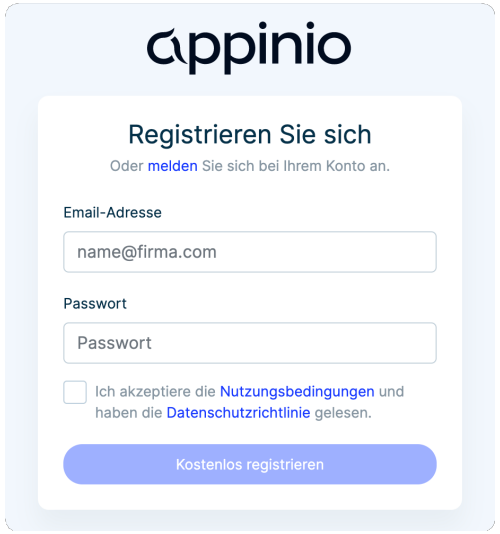
appinio

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

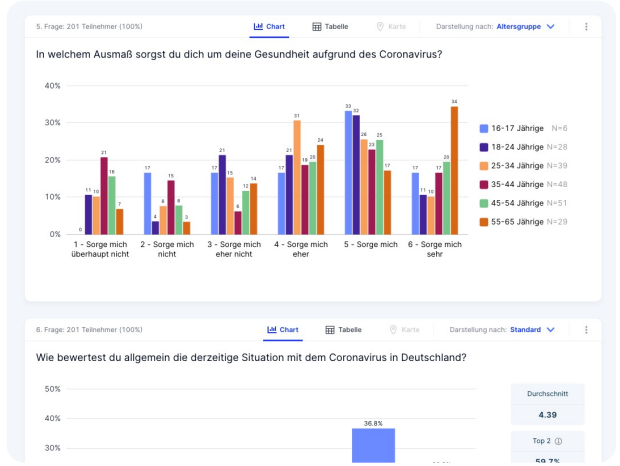


2. Report öffnen

- 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: 25. 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 21-76: N = 1000

Inhalt

- Aktuelle Zusatzfragen:

Fokusthema Amazon:

Amazon soll Medien zufolge die Eröffnung stationärer Kaufhäuser in den USA planen. Angeboten würden dort z.B. Kleidung, Haushaltswaren und Technik. Auch könnte dort die Rücknahme von Waren abgewickelt werden.

- Wie häufig wird Amazon wirklich genutzt und wie stehen sie generell zu dem Online-Versandriesen?
- Was denken die Deutschen über den Plan, dass Amazon Kaufhäuser eröffnen will? Können sie sich vorstellen, diese zu nutzen?

02
Key Insights

appinio

Key Insights – Zusatzfragen

Die interessantesten Insights der Woche auf einen Blick

Große Mehrheit der Deutschen hat kürzlich bei Amazon bestellt

- Neun von zehn Deutschen (88%) haben in den letzten drei Monaten mindestens einmal etwas beim Onlinehändler Amazon bestellt.
- Elektronik (41%), Bekleidung (33%) und Bücher (29%) sind die Top drei Kategorien.
- Männer haben in den letzten drei Monaten deutlich häufiger Elektronikartikel bei Amazon bestellt als Frauen (51 vs. 32%), während Frauen eindeutig eindeutig öfter Küchen- und Haushaltsgegenstände (32 vs. 23%) sowie Baumarktartikel (26 vs. 18%) bei dem Onlinehändler bestellt haben.

Jeder zweite Besteller bezahlt für einen Prime-Account

- 95 Prozent der Deutschen besitzen einen Amazon-Account.
- 52 Prozent aller Online-Besteller nutzen einen kostenpflichtigen Prime-Account, die große Mehrheit von ihnen (91%) hatte diesen bereits vor der Pandemie.
- Jeder siebte Online-Besteller mit einem kostenfreien Account (15%) hat diesen seit Beginn der Corona-Pandemie angelegt, 85 Prozent hatten ihn bereits vorher.

Potenzielle Amazon Kaufhäuser kommen gut an

- 82 Prozent der Deutschen bewerten den Plan von Amazon, Kaufhäuser zu eröffnen, generell als positiv.
- Mehr als jeder Zweite kann sich vorstellen, in einem Amazon Kaufhaus zu shoppen (51%) oder Dinge umzutauschen (52%).
- Befragte, die Amazon Kaufhäuser tendenziell als positiv bewerten, nennen als zwei häufigste Gründe, den Umtausch vor Ort (41%) und das Offline-Stöbern (38%).
- Befragte mit negativer Haltung geben als häufigste Gründe an, Amazon sollte sich lieber auf den Onlinehandel konzentrieren (42%) und, dass lieber kleinere, stationäre Händler unterstützt werden sollten (39%).

03
Zusatzfragen

Fokusthema: Amazon

Amazon soll Medien zufolge die Eröffnung stationärer Kaufhäuser in den USA planen. Angeboten würden dort z.B. Kleidung, Haushaltswaren und Technik. Auch die Rücknahme von Waren könnte dort abgewickelt werden.

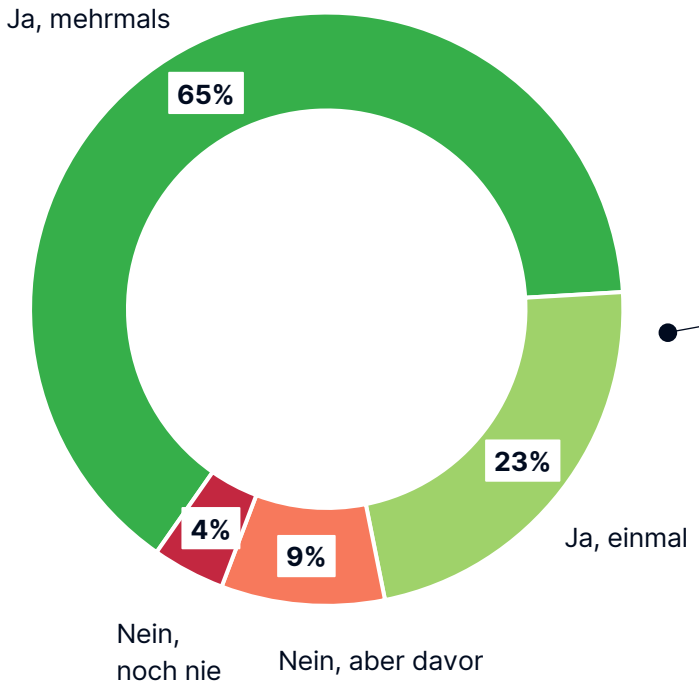
- Wie häufig wird Amazon wirklich genutzt und wie stehen die Deutschen generell zu dem Online-Versandriesen?

- Was denken die Deutschen über den Plan, dass Amazon Kaufhäuser eröffnen möchte? Können sie sich vorstellen, diese zu nutzen?

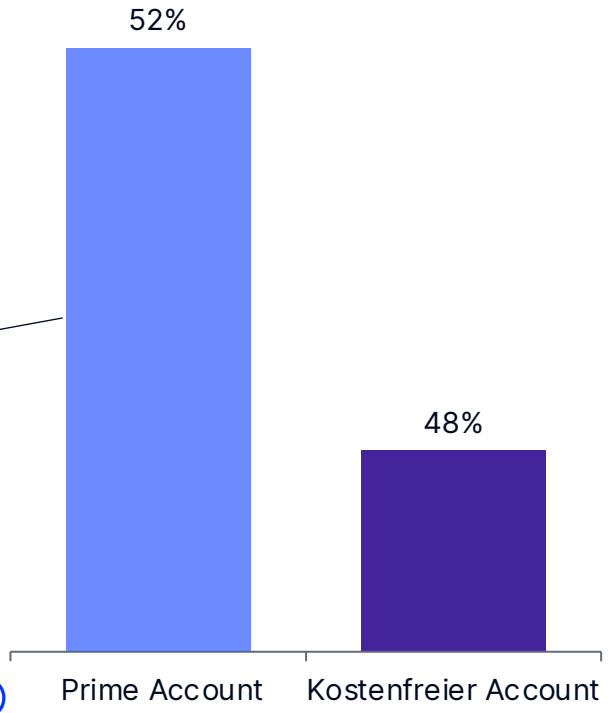
appinio

Amazon – wie häufig kaufen die Deutschen bei dem Online-Versandriesen ein?

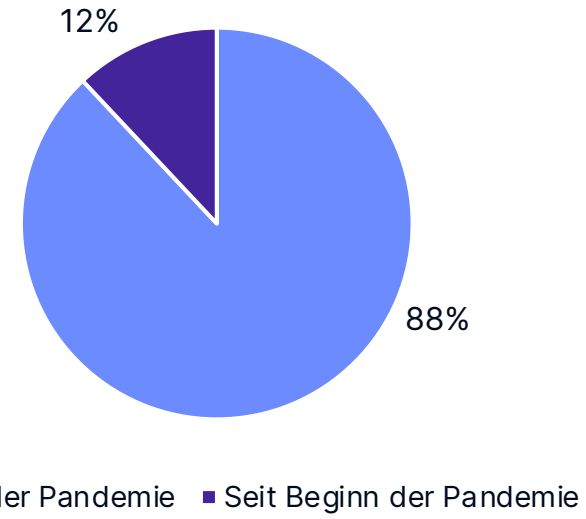
Hast du in den letzten drei Monaten etwas bei dem Online-Versandhändler Amazon bestellt?



Wie hast du die Bestellung bei Amazon aufgegeben?



Wann hast du deinen Amazon-Account erstellt?

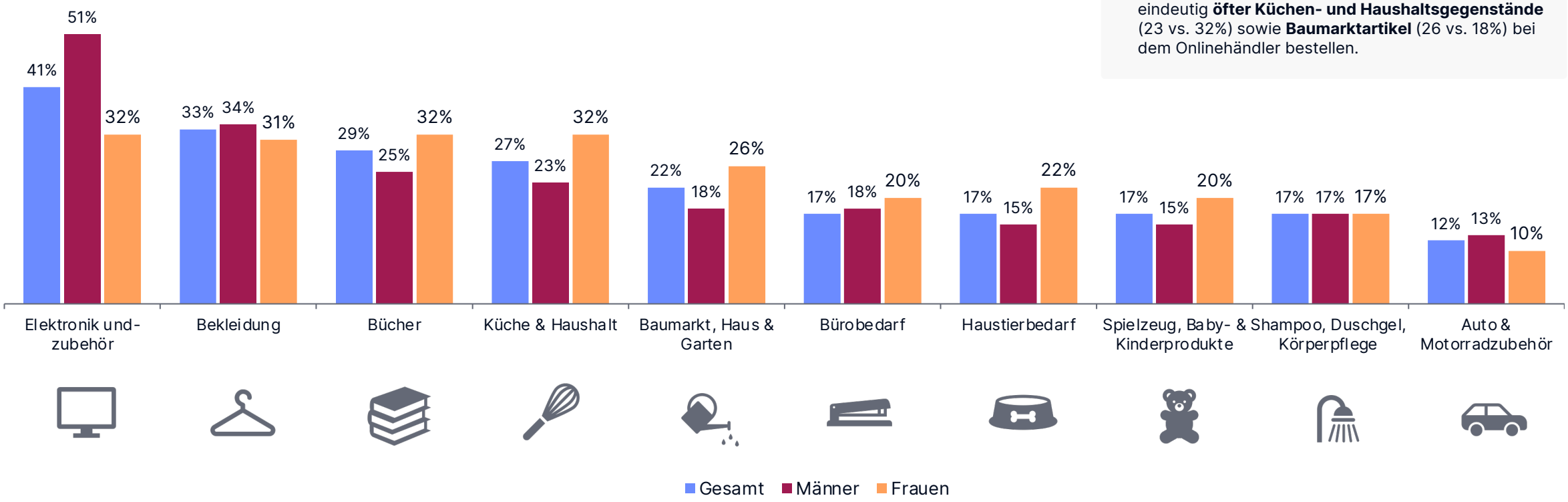


- Etwa neun von zehn Deutschen (88%) haben in den letzten drei Monaten mindestens einmal etwas bei Amazon bestellt.
- Etwa die Hälfte von ihnen hat einen Prime-Account, die überwiegende Mehrheit von ihnen (91%) hat den kostenpflichtigen Account **bereits vor der Pandemie erstellt**, neun Prozent haben ihn seit Beginn der Pandemie erstellt. Einen kostenfreien Account haben 15 Prozent seit Ausbruch der Coronakrise erstellt.

„Hast du in den letzten drei Monaten etwas bei dem Online-Versandhändler Amazon bestellt?" (Basis N=1000) // „Wie hast du die Bestellung bei Amazon aufgegeben?" (Basis N=958) // „Wann hast du deinen Amazon-Account erstellt?" Basis N=952)

Welche Kategorien werden bei Amazon gekauft? Männer vs. Frauen

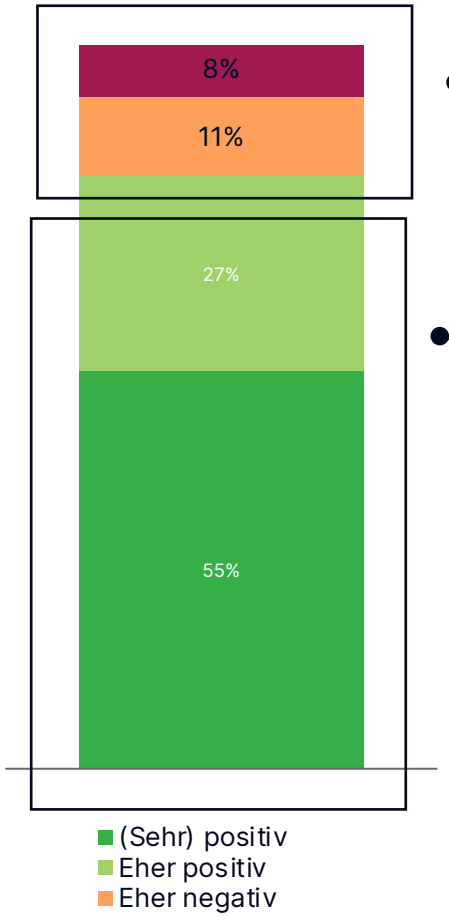
- **Männer** kaufen deutlich **häufiger Elektronikartikel** bei Amazon als Frauen (51 vs. 32%), während **Frauen** eindeutig **öfter Küchen- und Haushaltsgegenstände** (23 vs. 32%) sowie **Baumarktartikel** (26 vs. 18%) bei dem Onlinehändler bestellen.



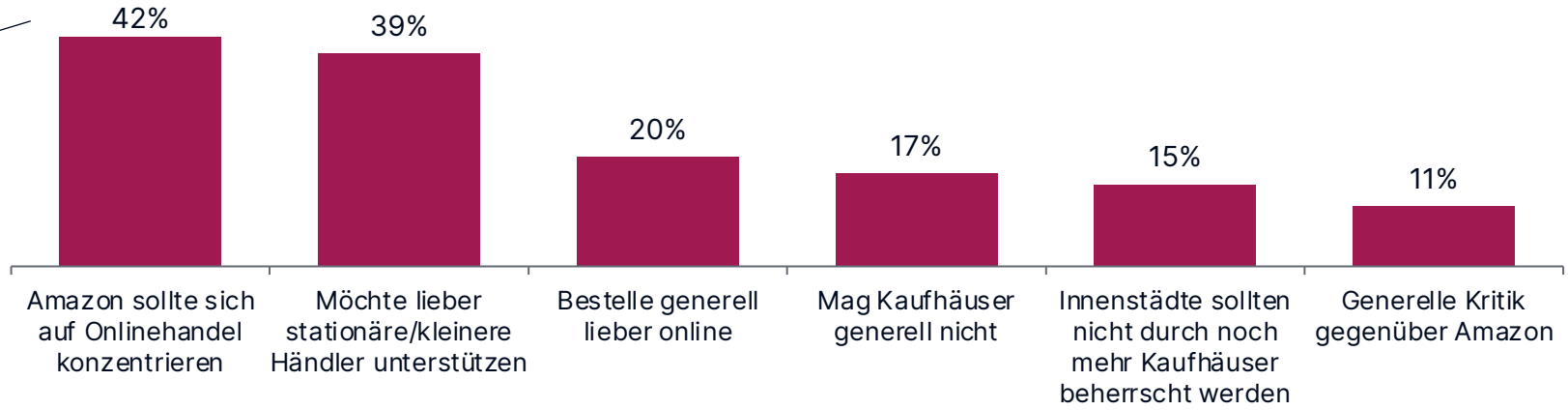
„Welche der folgenden Produktkategorien hast du in den letzten drei Monaten bei Amazon gekauft?" (Basis N=872)

Amazon Kaufhäuser – wie ist die allgemeine Meinung?

Wie empfindest du generell den Plan von Amazon, nun auch stationäre Kaufhäuser zu eröffnen?



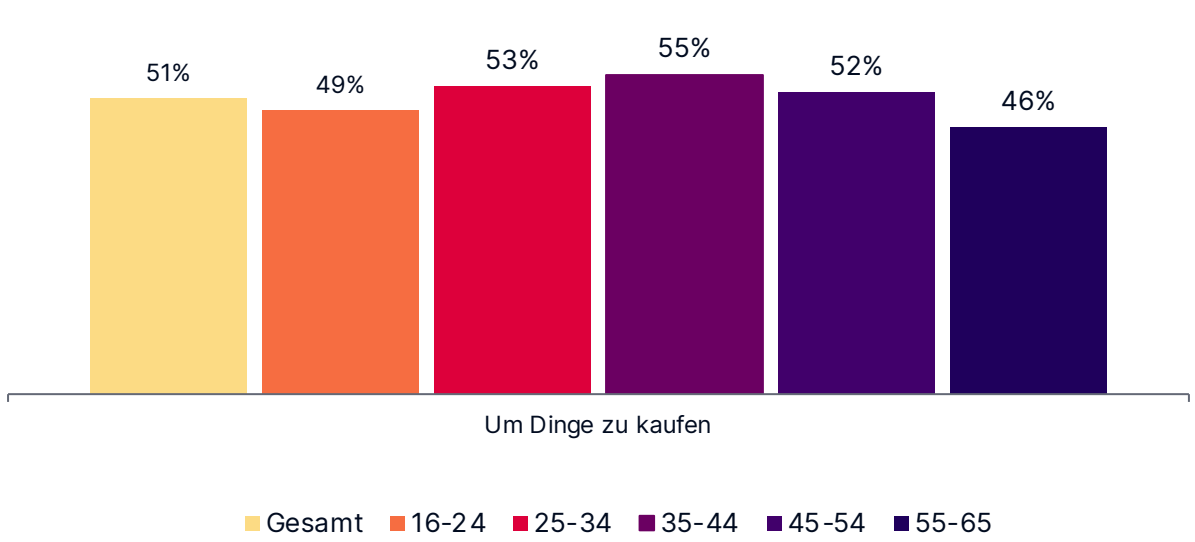
Gründe **gegen** Amazon Kaufhäuser

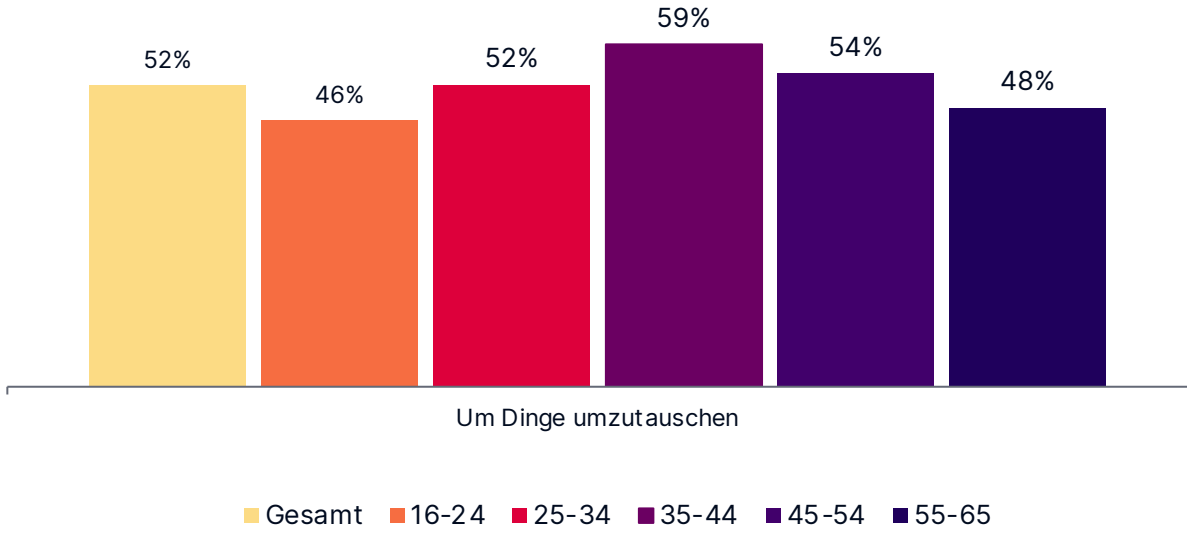


Gründe **für** Amazon Kaufhäuser

„Wie empfindest du generell den Plan von Amazon, nun auch stationäre Kaufhäuser zu eröffnen?" (Basis N=1000) // „Du hast angegeben, es als positiv zu empfinden, dass Amazon plant, Kaufhäuser zu eröffnen. Aus welchem/n der folgenden Gründe empfindest du dies als positiv? (Basis N=817) // „Du hast angegeben, es als negativ zu empfinden, dass Amazon plant, Kaufhäuser zu eröffnen. Aus welchem/n der folgenden Gründe empfindest du dies als negativ?" (Basis N=183)

Wer kann sich vorstellen, Amazon Kaufhäuser zu nutzen?



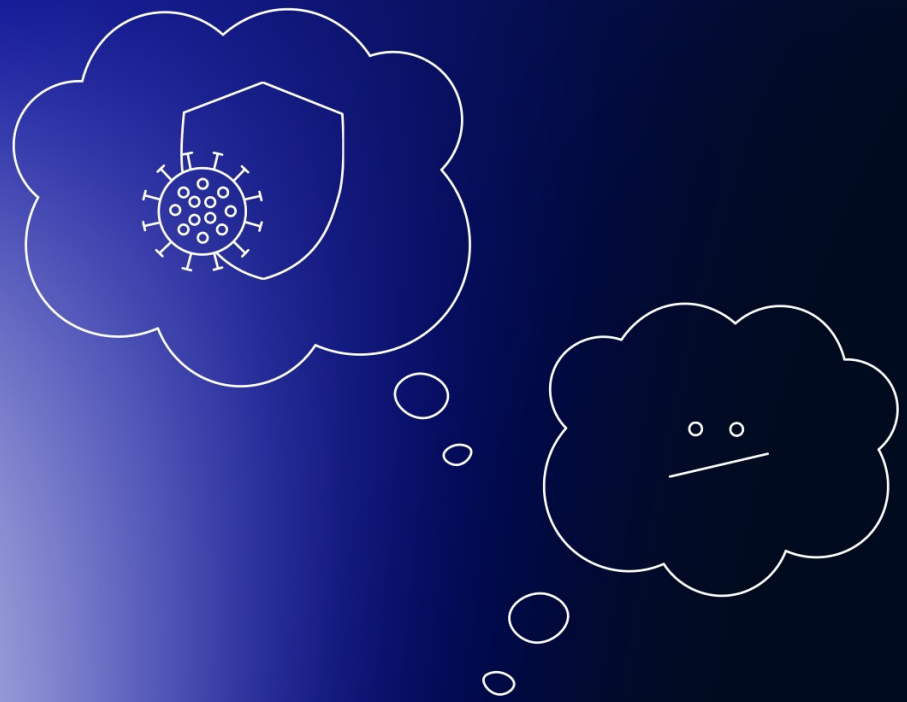


- **Über alle Altersgruppen hinweg, kann sich etwa jeder Zweite vorstellen, Dinge im Amazon Kaufhaus zu kaufen oder umzutauschen.**
- Für die Altersgruppe der **35- bis 44-Jährigen** scheinen die Kaufhäuser am attraktivsten: **55 Prozent** von ihnen würden sie zum Kauf von Gegenständen nutzen, 59 Prozent würden dort Dinge umtauschen.

„Stell dir vor, Amazon würde auch Kaufhäuser in Deutschland eröffnen. Könntest du dir vorstellen, diese Kaufhäuser zu nutzen, um...?“ (Basis N=1000)

04
Sorgen um Corona

Gefühle, Bedenken und Sorgen

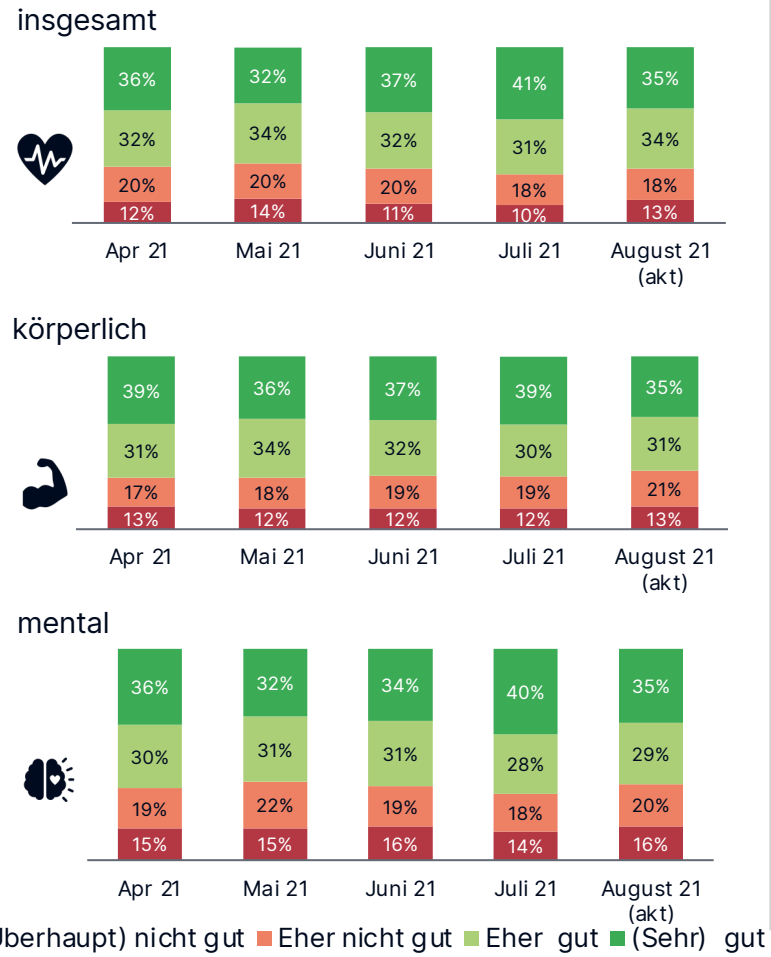


appinio

Wie fühlst du dich?

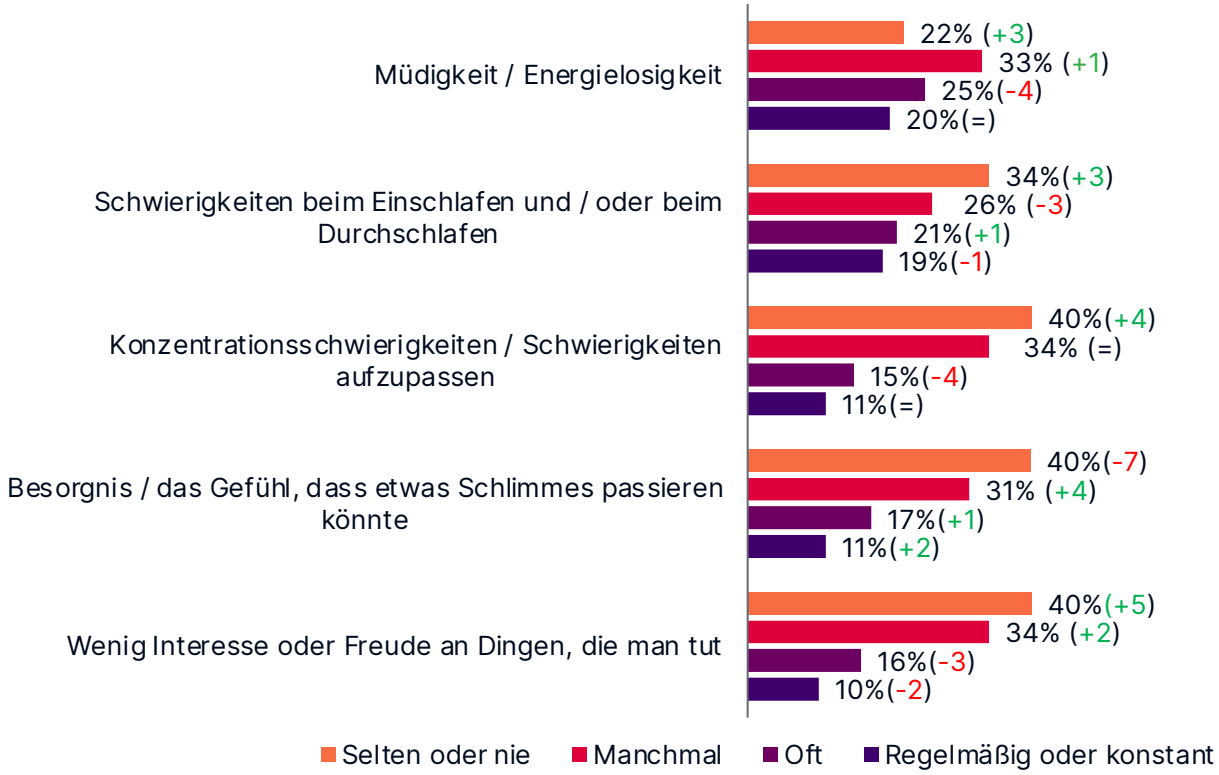
Gesamtstichprobe

Wie fühlst du dich?



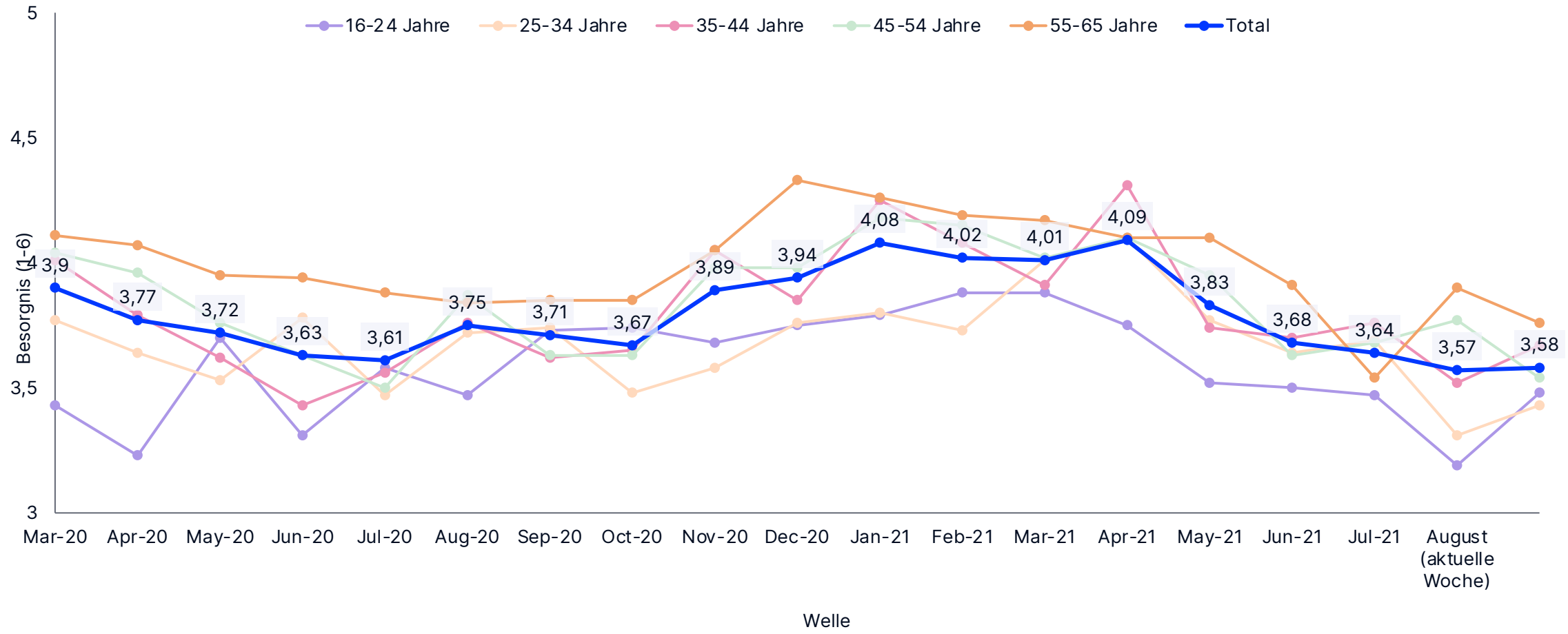
Wie häufig hast du in den letzten ein bis zwei Wochen die folgenden Emotionen bzw. Symptome empfunden?

(In Klammern = Vergleich zur Vorwoche)



Wie besorgt sind die Deutschen um ihre Gesundheit?

Gesamtstichprobe

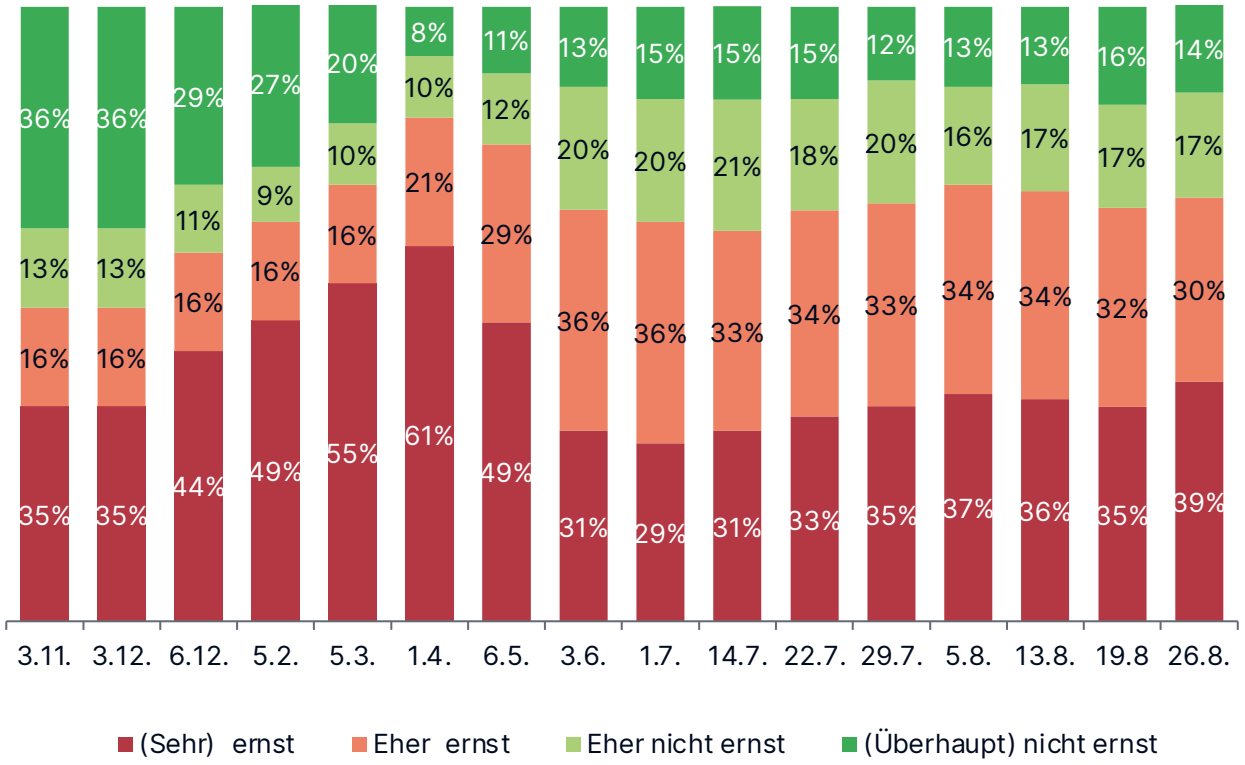


„In welchem Ausmaß sorgst du dich um deine Gesundheit aufgrund des Coronavirus?" (1 = Sorge mich überhaupt nicht // 6 = Sorge mich sehr) (Basis: erste Welle: N=2.500 / 2.-19. Welle je: N=1.000 / 20. Welle: N=2.000 / 21.-76. Welle: N=1000)

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)

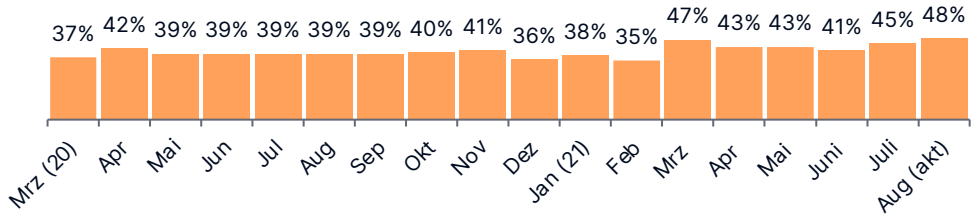
Platz	Lebensbereich	31.3.	15.4.	29.4.	13.5.	27.5.	10.6.	24.6.	8.7.	22.7.	5.8.	19.8.	27.8.
1	Ernährung	4,1	4,1	4,0	4,3	4,1	4,1	4,0	4,1	4,0	4,1	4,1	4,1
2	Sicherheit	3,8	3,8	3,8	3,9	4,0	4,1	4,1	4,1	4,0	4,1	4,1	4,0
3	Unter-haltung	3,5	3,5	3,6	3,6	3,7	3,8	3,9	4,1	3,9	4,0	4,0	4,0
4	Bewegungs-freiheit	3,2	3,1	3,2	3,2	3,4	3,8	3,9	4,1	4,0	4,0	4,0	3,9
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	3,9
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	3,7	3,8
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

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

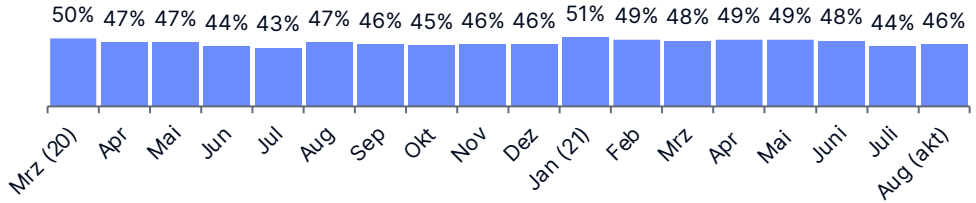
Was sind die größten Sorgen um Corona? (1/2)

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

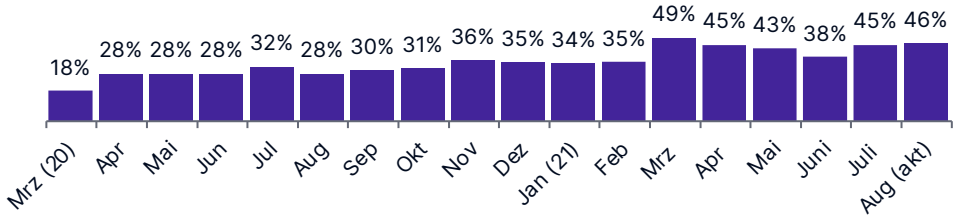
1. (+2) Langfristige wirtschaftliche Auswirkungen



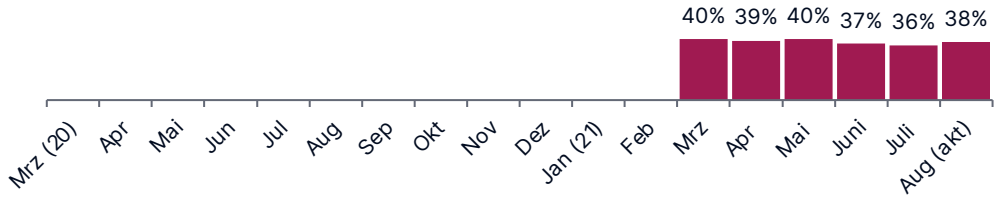
2. (=) Ansteckungsgefahr (Familie, Freunde und Bekannte)



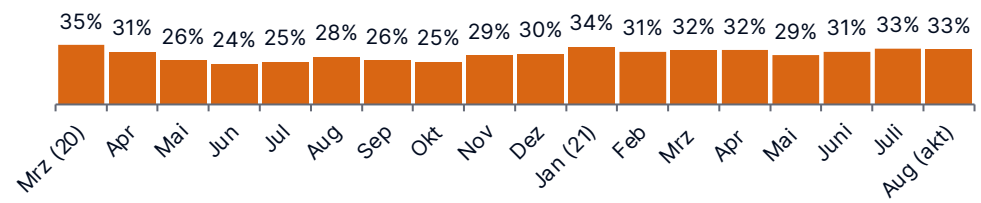
3. (+1) Langfristiges "Aussterben" von Gastro & Kultur



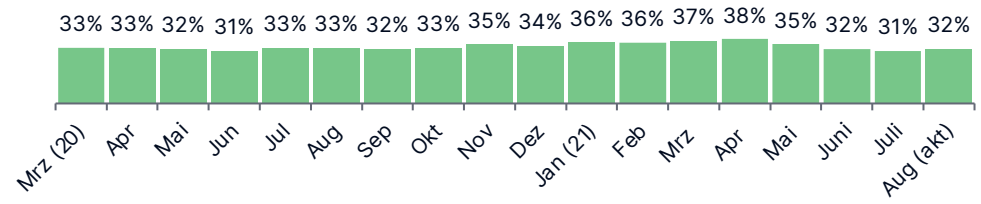
4. (-1) Psychologische Konsequenzen für mich und andere*



5. (=) Persönliche finanzielle Auswirkung (z.B. Kurzarbeit)



6. (=) Ansteckungsgefahr (Ich selber)



appinio

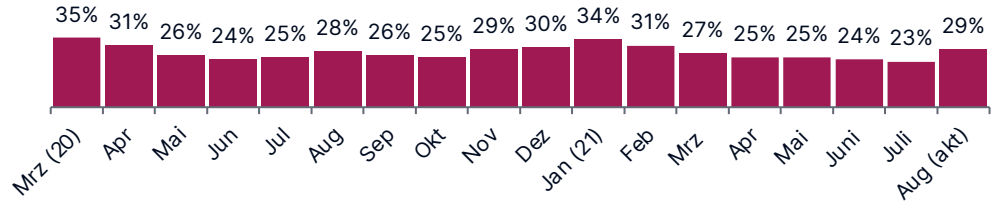
„Was sind deine fünf größten Sorgen in Bezug auf das Coronavirus (unabhängig davon, ob sie bereits eingetreten sind oder noch eintreten können)?" (Basis: erste Welle: N=2.500 / 2.-19. Welle je: N=1.000 / 20. Welle: N=2.000 / 21.-76. Welle: N=1000) ; ***Neues Item ab Welle 53 Der Fragebogen dieses Reports 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)

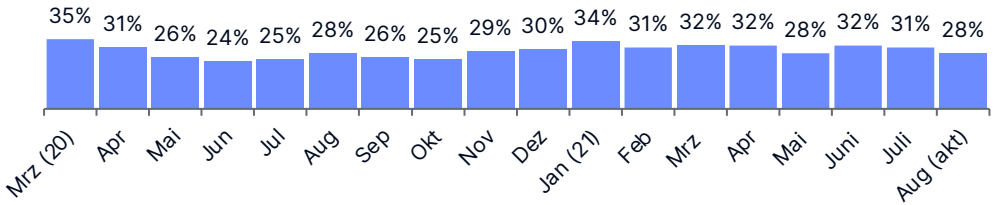
7. (+1)

Schlechte Versorgung im Falle einer Ansteckung mit Corona



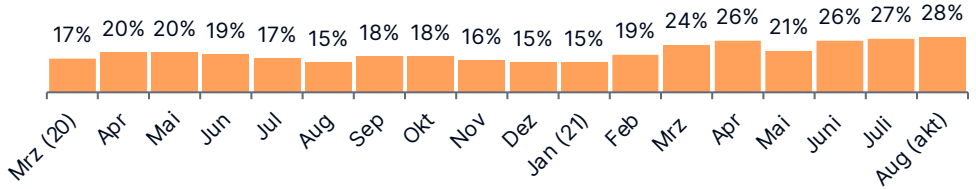
8. (-4)

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



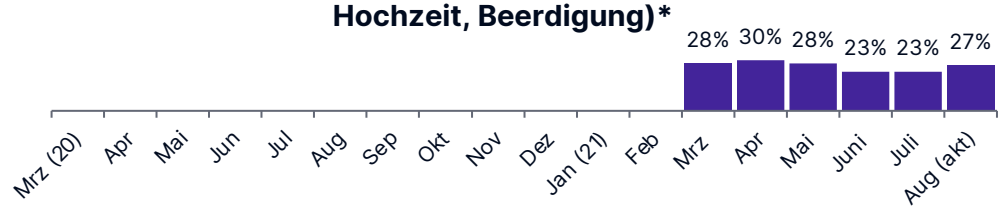
9. (+3)

Mangelhafte Betreuung von Kindern / Pflegebedürftigen / Alten



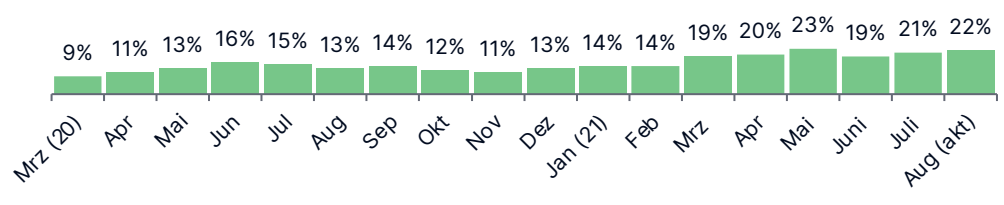
10. (+1)

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



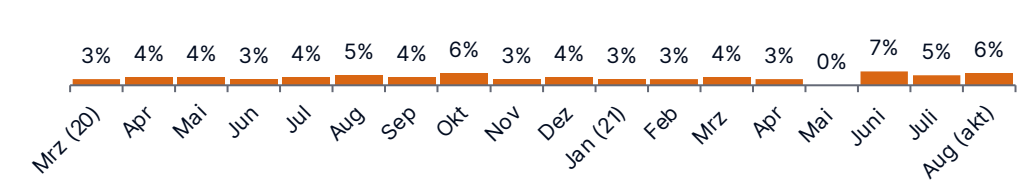
11. (+1)

Meidung von Kranken / Soziale Ausgrenzung



12. (+1)

Mache mir keine Sorgen



„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.-76. 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

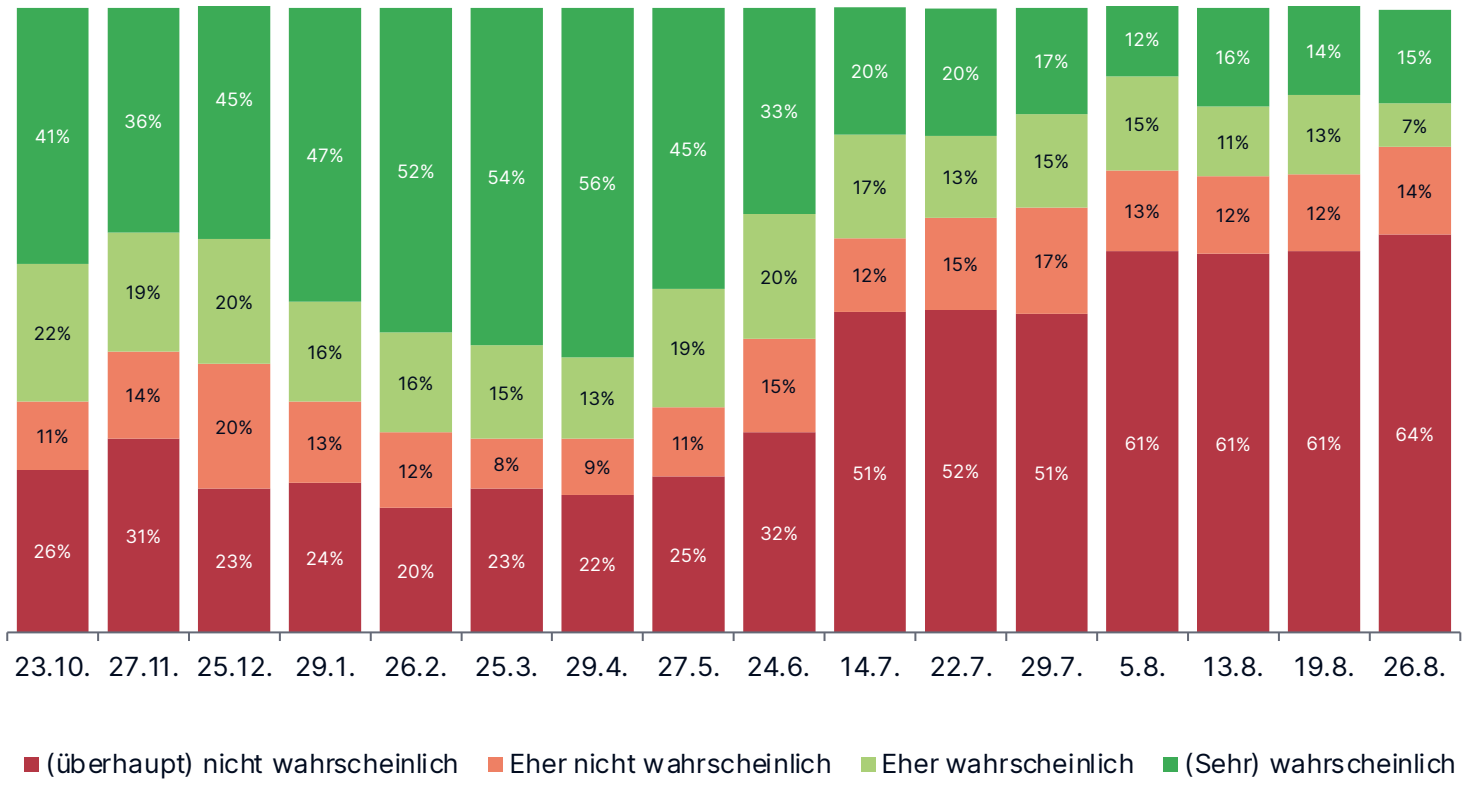
appinio

Impfbereitschaft und -fortschritt

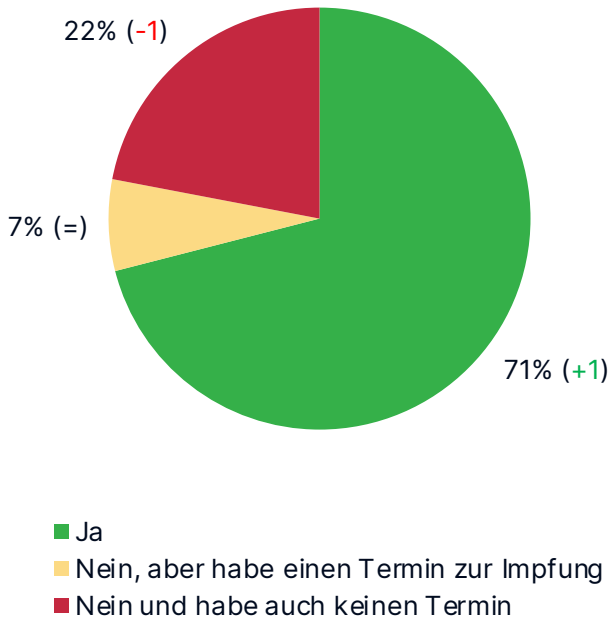
Gesamtstichprobe

05 Rückkehr zur Normalität

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?



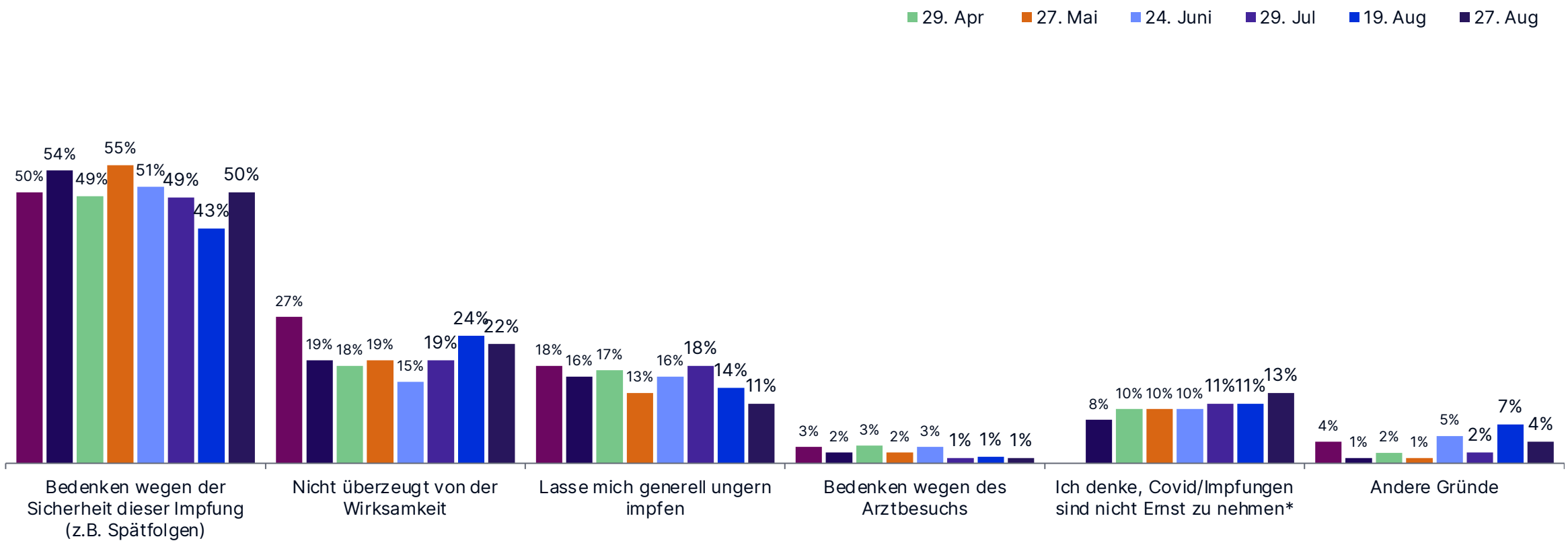
Wurdest du bereits geimpft?
(In Klammern = Vergleich zur Woche)



Gründe gegen eine Impfung

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

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



„Warum würdest du dich nicht gegen Corona impfen lassen, wenn du die Möglichkeit dazu hättest?“ (23. Okt.: Basis N=378 / 27. Nov.: N=447 / 23. Dez.: N=356 / / 29. Jan: N=368 / 05. Feb: N=340 / 12. Feb: N=361 / 19.Feb: N=363 / 26.Feb: N=309 / 19. März: N=315 / 08. April: N=261 / 14. JuliApril: N=259 / 22. April: N=240) / 29. April: N=209 / 06. Mai: N=208 / 13. Mai: N=205 / 27. Mai: N=201 / 03. Juni: N=210 / 10. Juni: N=205 / 17. Juni: N=205 / 24. Juni: N=177 / 01. Juli: N=209 / 08. Juli: N=188 / 14. Juli: N=198 / 22. Juli: N=193 / 19. August: N=166 / 26. August: N=173 *Frage wurde in Welle 54 aufgenommen

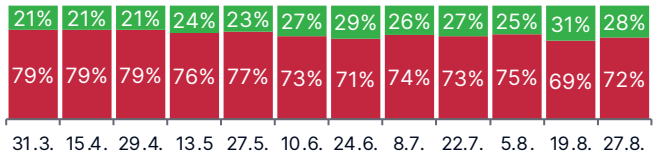
Wie sicher werden (alltägliche) Aktivitäten bewertet?

(Eher) sicher (Eher)nicht sicher

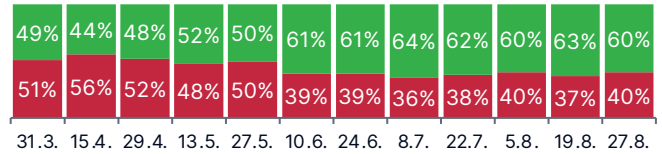
Gesamtstichprobe – sortiert nach „(eher) nicht sicher“

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

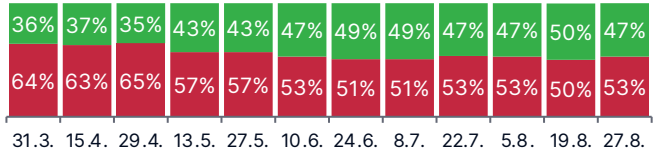
Besuch von Großveranstaltungen



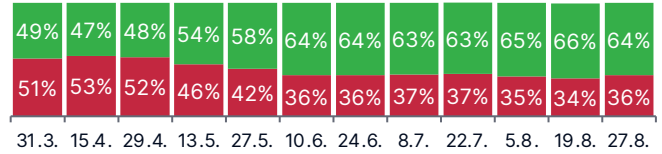
Einkaufen im Einkaufszentrum



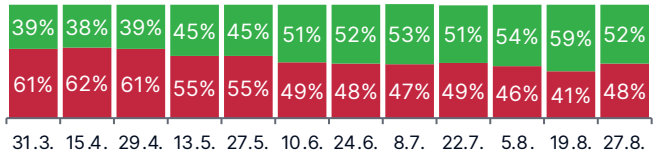
Ins Fitnessstudio gehen



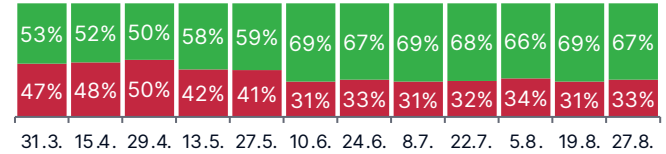
In ein Restaurant / eine Bar gehen



Ins Kino gehen



Ins Museum gehen



„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)

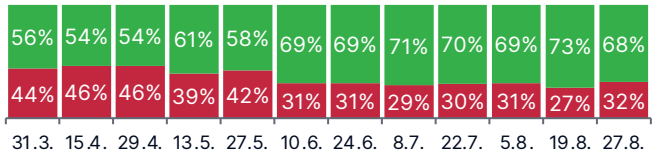
Wie sicher werden (alltägliche) Aktivitäten bewertet?

(Eher) sicher (Eher)nicht sicher

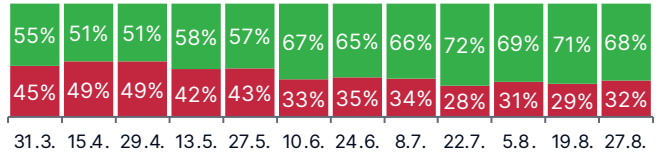
Gesamtstichprobe – sortiert nach „(eher) nicht sicher“

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

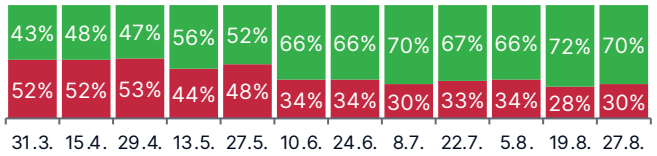
Einkaufen im Supermarkt



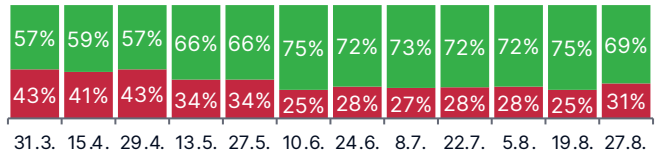
Ins Büro gehen



Treffen mit einer Gruppe von Freunden (>4 Personen)



(Kurze) Wochenendausflüge

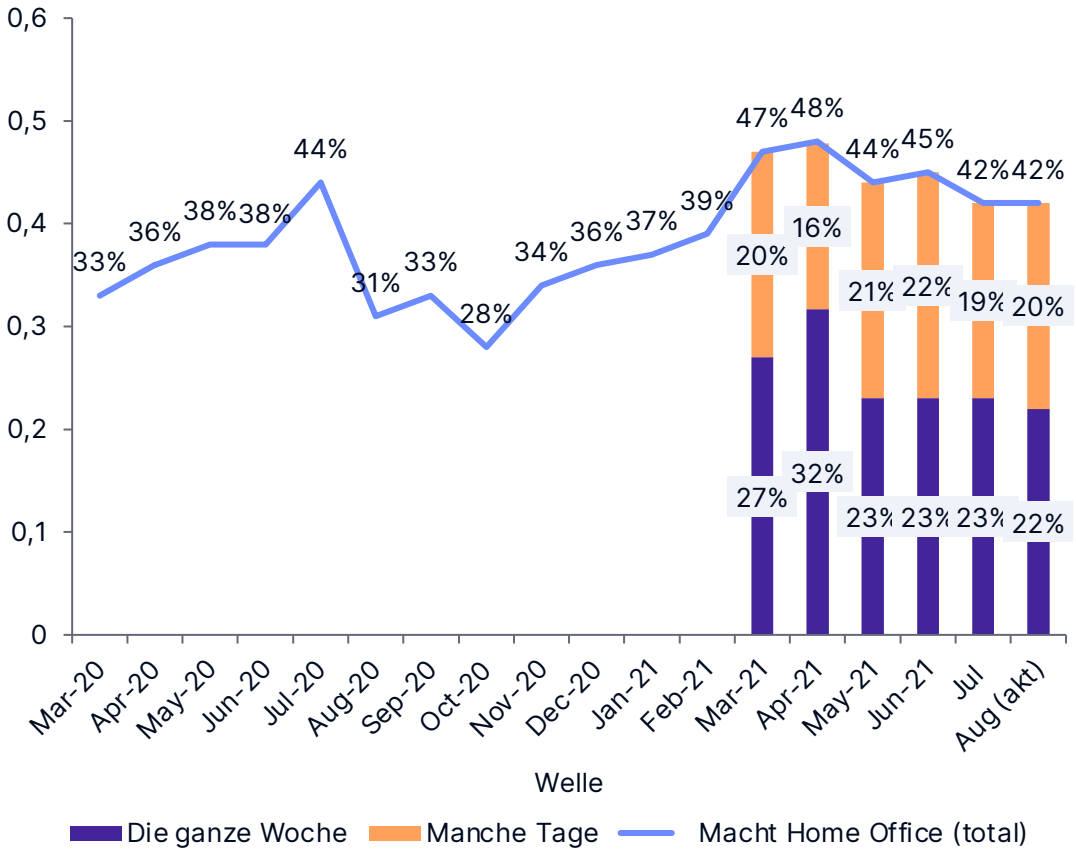


„Stell dir vor es gäbe keine Regulierungen mehr in Deutschland. Wie sicher bewertest du dann die folgenden Aktivitäten? Sollte es zurzeit keine Regulierungen geben gib bitte an wie sicher du die jeweilige Aktivität derzeit bewertest.“ (Basis N=1000)

Wie viele Befragte arbeiten im Home Office?

aktuell: 42 Prozent der ArbeitnehmerInnen

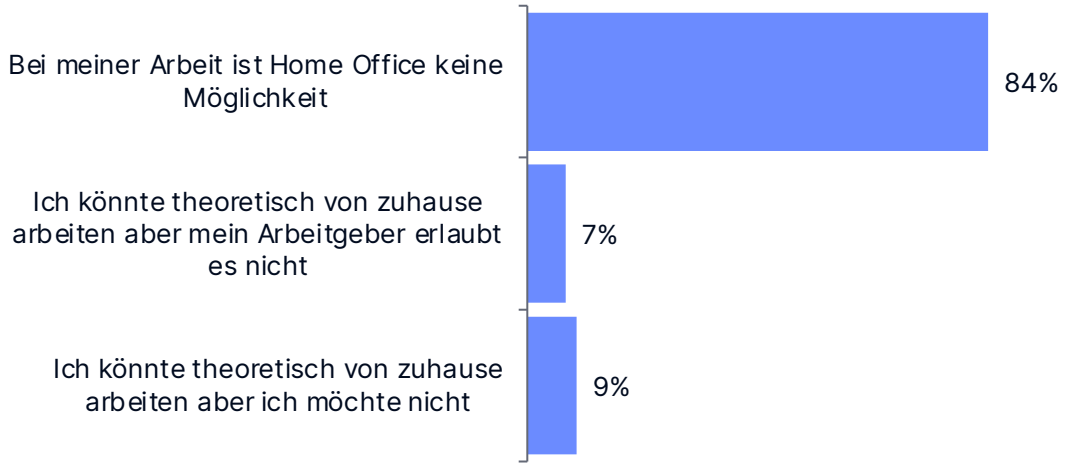
Zeitlicher Verlauf der ArbeitnehmerInnen im Home Office



Wie viele Befragte arbeiten nicht im Home Office?

aktuell: 58 Prozent der ArbeitnehmerInnen

Top 3 Gründe, warum ArbeitnehmerInnen nicht im Home Office sind

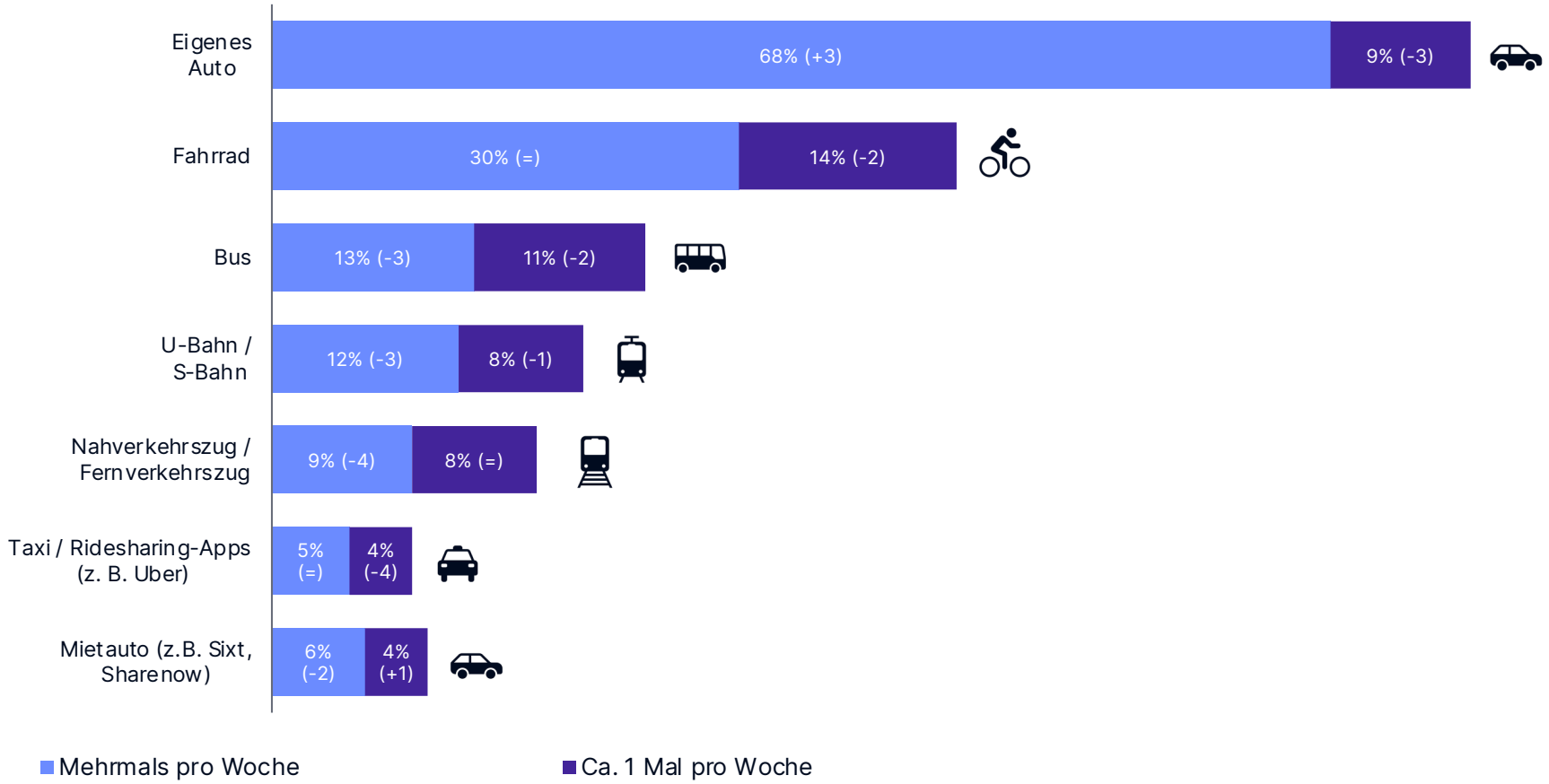


„Arbeitest du Corona bedingt derzeit von zuhause?“ (N=701 // „Welche der folgenden Aussagen trifft am ehesten auf dich zu?“ (N=407)

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	19. August	**27. 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 75 Bottom 2	Welle 76 Bottom 2
1	U-Bahn / S-Bahn	80%	65%	58%	53%	50%	54%	62%	68%	64%	52%	46%	40%	43%	36%	42%
2	Flugzeug	80%	66%	57%	51%	54%	54%	58%	61%	57%	52%	46%	37%	39%	34%	41%
3	Bus	76%	60%	52%	50%	47%	52%	62%	65%	61%	50%	41%	36%	38%	33%	38%
4	Zug (Nah- und Fern-verkehr)	76%	58%	49%	45%	44%	48%	54%	59%	58%	44%	39%	32%	33%	31%	34%
5	Schiff / Fähre	74%	58%	49%	43%	41%	44%	49%	51%	48%	42%	34%	30%	30%	28%	31%
6	Taxi / Ridesharing	58%	44%	38%	33%	32%	34%	40%	52%	38%	36%	27%	24%	26%	23%	24%
7	Mietauto/ Carsharing	Nicht erhoben									27%	20%	20%	19%	15%	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.-76. 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	19. August	**27. August**
1		**Lebensmittel (gesamt)**	**92%**	**93%**	**94%**	**93%**	**94%**	**92%**	**94%**	**92%**	**94%**	**95%**	**94%**	**94%**	**96%** (+2)
		online	6%	7%	7%	9%	7%	8%	7%	10%	6%	8%	7%	9%	9%
		offline	78%	74%	77%	74%	77%	75%	79%	75%	79%	80%	78%	79%	83%
2		**Alkoholfreie Getränke (gesamt)**	**77%**	**75%**	**78%**	**78%**	**79%**	**79%**	**82%**	**79%**	**83%**	**82%**	**82%**	**83%**	**83%** (+2)
		online	6%	8%	8%	10%	9%	8%	8%	5%	7%	7%	8%	6%	5%
		offline	68%	60%	65%	62%	64%	64%	69%	65%	69%	70%	69%	70%	71%
3		**Körperpflege / Hygiene (gesamt)**	**77%**	**76%**	**79%**	**77%**	**77%**	**77%**	**77%**	**78%**	**79%**	**79%**	**78%**	**78%**	**79%** (+1)
		online	11%	14%	13%	13%	14%	13%	11%	14%	12%	12%	8%	10%	11%
		offline	60%	53%	58%	55%	54%	55%	58%	54%	59%	59%	59%	60%	62%
4		**Medikamente / Arzneimittel (gesamt)**	**58%**	**60%**	**58%**	**64%**	**60%**	**63%**	**62%**	**64%**	**61%**	**61%**	**60%**	**63%**	**63%** (=)
		online	16%	19%	33%	19%	17%	19%	18%	19%	17%	15%	16%	16%	17%
		offline	35%	34%	18%	37%	34%	35%	38%	37%	37%	39%	38%	41%	40%
5		**Kleidung (gesamt)**	**50%**	**58%**	**54%**	**58%**	**55%**	**60%**	**63%**	**66%**	**62%**	**59%**	**60%**	**61%**	**60%** (-1)
		online	33%	35%	35%	37%	36%	35%	35%	36%	31%	31%	28%	27%	27%
		offline	12%	17%	13%	13%	14%	17%	19%	20%	20%	24%	23%	25%	25%
6		**Alkoholische Getränke (gesamt)**	**48%**	**51%**	**50%**	**54%**	**52%**	**54%**	**53%**	**55%**	**59%**	**54%**	**55%**	**55%**	**55%** (=)
		online	6%	9%	7%	9%	10%	8%	7%	8%	8%	6%	6%	6%	7%
		Offline	40%	37%	39%	38%	38%	40%	41%	42%	45%	44%	44%	44%	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	19. August	**27. August**
7		**Schönheitsprodukte / Make-up (gesamt)**	**40%**	**44%**	**43%**	**45%**	**45%**	**47%**	**47%**	**46%**	**39%**	**45%**	**42%**	**42%**	**44%** (+2)
		online	11%	14%	11%	13%	14%	14%	12%	10%	10%	11%	12%	10%	12%
		offline	25%	24%	26%	26%	26%	27%	28%	29%	25%	28%	25%	28%	27%
8		**Bücher / Zeitschriften (gesamt)**	**39%**	**43%**	**38%**	**44%**	**43%**	**44%**	**40%**	**41%**	**39%**	**43%**	**43%**	**42%**	**42%** (=)
		online	17%	18%	17%	17%	17%	18%	16%	19%	13%	14%	16%	14%	15%
		offline	19%	19%	18%	21%	21%	21%	19%	17%	22%	24%	22%	24%	22%
9		**Schuhe (gesamt)**	**30%**	**41%**	**36%**	**44%**	**39%**	**39%**	**43%**	**49%**	**41%**	**47%**	**43%**	**43%**	**41%** (-2)
		online	19%	23%	23%	25%	22%	25%	16%	21%	21%	21%	18%	18%	19%
		offline	8%	13%	9%	13%	12%	14%	22%	23%	16%	20%	20%	21%	18%
10		**Dekoartikel / "Schnickschnack“ (gesamt)**	**31%**	**35%**	**28%**	**34%**	**31%**	**35%**	**34%**	**35%**	**29%**	**38%**	**33%**	**36%**	**33%** (-3)
		online	12%	14%	12%	13%	13%	16%	13%	12%	9%	12%	11%	12%	10%
		offline	15%	16%	12%	14%	14%	16%	16%	18%	16%	21%	18%	20%	19%
11		**Elektr. Geräte / Unterhaltung (gesamt)**	**25%**	**35%**	**31%**	**35%**	**32%**	**36%**	**34%**	**36%**	**27%**	**32%**	**29%**	**31%**	**32%** (-1)
		online	16%	20%	17%	20%	18%	20%	18%	21%	15%	17%	17%	16%	16%
		offline	6%	10%	10%	11%	9%	11%	10%	11%	9%	10%	9%	11%	12%
12		**Spielwaren / Brettspiele / Puzzles*(gesamt)**	**22%**	**29%**	**25%**	**35%**	**26%**	**33%**	**32%**	**33%**	**26%**	**32%**	**30%**	**32%**	**30%** (-2)
		Online	13%	14%	14%	18%	13%	17%	15%	17%	11%	13%	13%	16%	12%
		offline	6%	9%	8%	10%	10%	11%	12%	12%	11%	15%	13%	13%	12%

„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	19. August	**27. August**
13		**Haushaltsgeräte (gesamt)**	**22%**	**29%**	**25%**	**31%**	**27%**	**31%**	**27%**	**28%**	**22%**	**28%**	**27%**	**27%**	**27%** (=)
		online	13%	14%	12%	16%	13%	14%	13%	14%	9%	11%	13%	11%	12%
		offline	6%	10%	10%	9%	10%	12%	10%	10%	9%	12%	11%	12%	12%
14		**Schmuck**	**18%**	**24%**	**20%**	**26%**	**23%**	**27%**	**22%**	**27%**	**20%**	**27%**	**23%**	**25%**	**25%** (=)
		online	10%	11%	10%	13%	11%	12%	10%	13%	8%	9%	9%	9%	9%
		offline	6%	8%	7%	9%	9%	8%	8%	9%	8%	13%	10%	12%	10%
15		**Geschirr / Küchengeräte**	**17%**	**25%**	**20%**	**28%**	**24%**	**25%**	**23%**	**26%**	**21%**	**24%**	**23%**	**24%**	**25%** (+1)
		online	8%	11%	10%	11%	11%	10%	10%	11%	8%	11%	8%	8%	10%
		offline	7%	9%	7%	11%	9%	11%	10%	11%	9%	9%	12%	11%	11%
16		**Möbel**	**20%**	**26%**	**23%**	**29%**	**25%**	**27%**	**26%**	**26%**	**20%**	**25%**	**23%**	**25%**	**24%** (-1)
		online	11%	11%	12%	13%	12%	13%	12%	12%	9%	9%	10%	9%	9%
		offline	7%	10%	8%	10%	10%	9%	10%	11%	9%	9%	10%	12%	10%
17		**Sport- / Fitnessgeräte**	**17%**	**22%**	**18%**	**24%**	**20%**	**24%**	**20%**	**22%**	**16%**	**21%**	**18%**	**19%**	**17%** (-2)
		Online	8%	11%	9%	12%	9%	12%	10%	9%	6%	6%	9%	7%	6%
		offline	6%	8%	7%	7%	8%	8%	7%	9%	7%	7%	7%	8%	7%

„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

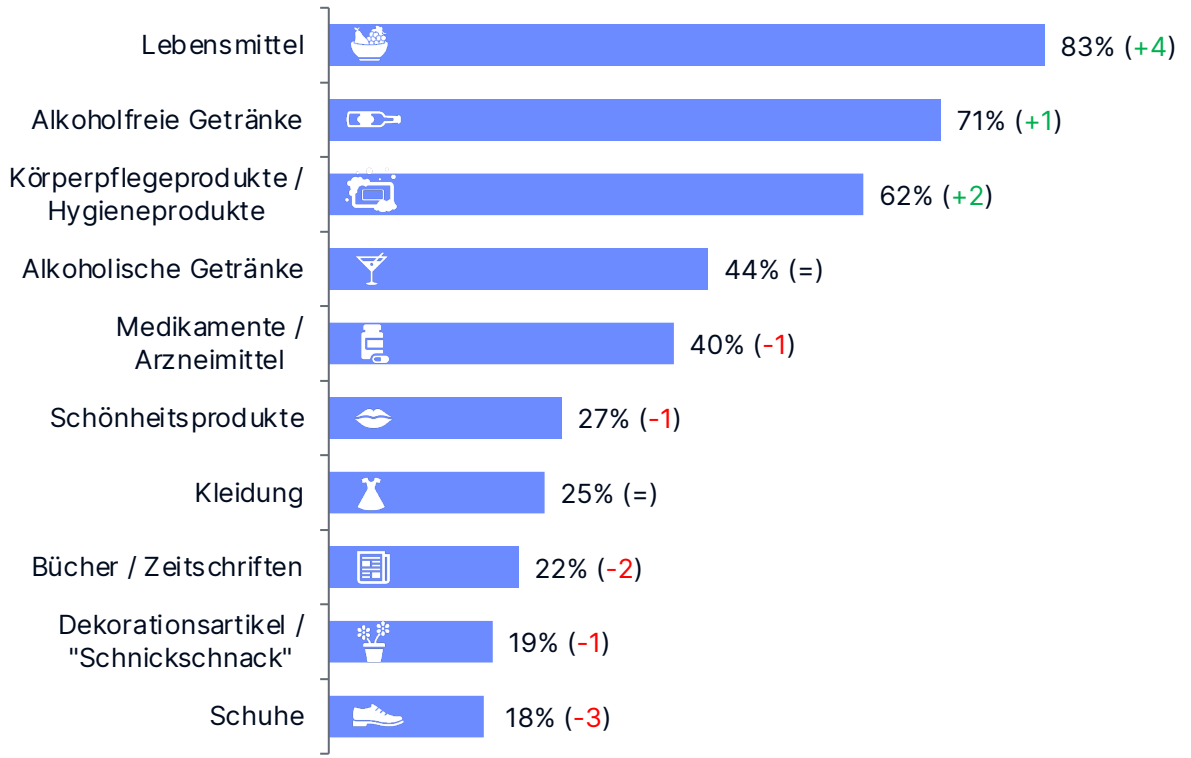
Im Fokus: online vs. Offline Shopping

Gesamtstichprobe

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

(In Klammern = Vergleich zur Woche)

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



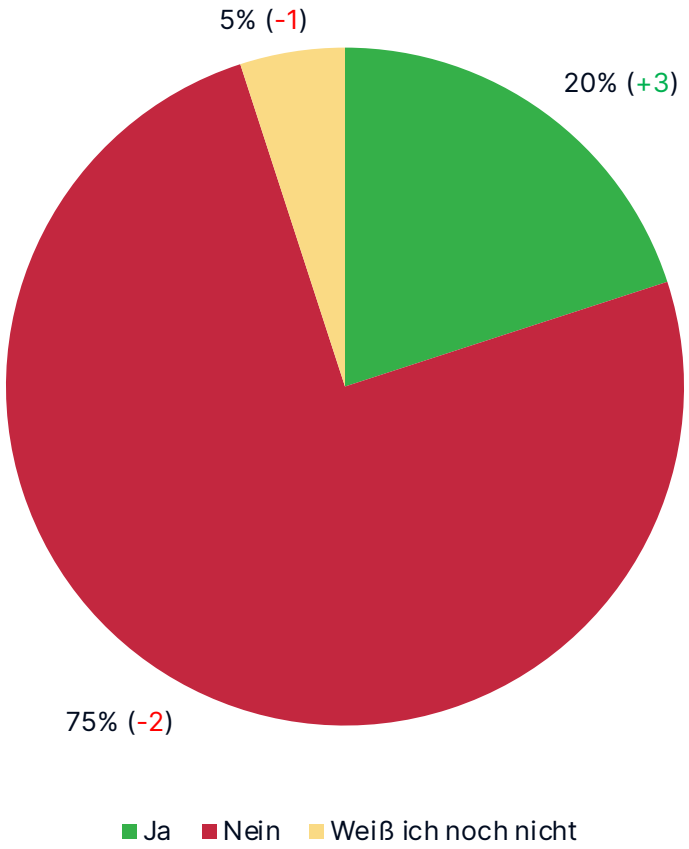
„Hast du innerhalb der letzten Woche die folgenden Produkte gekauft?“ (Basis N=1000)

Konsumbarometer

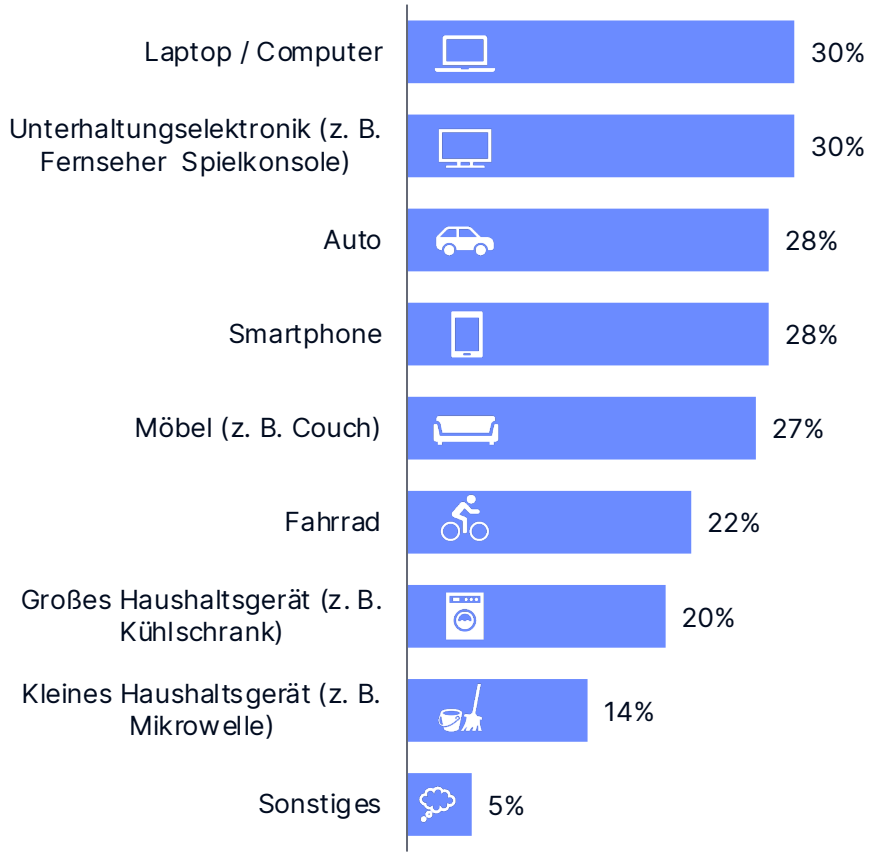
Gesamtstichprobe

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

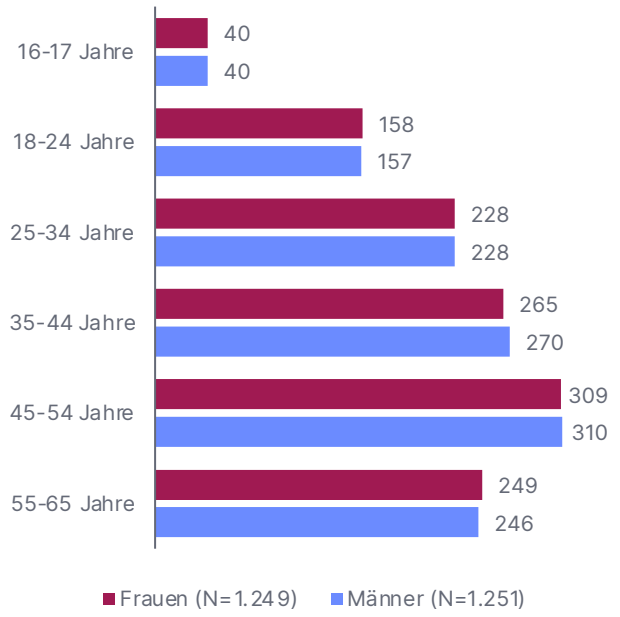
2021

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 – 19.08.2021
Welle 76 – 26.08.2021

Stichprobenzusammensetzungen

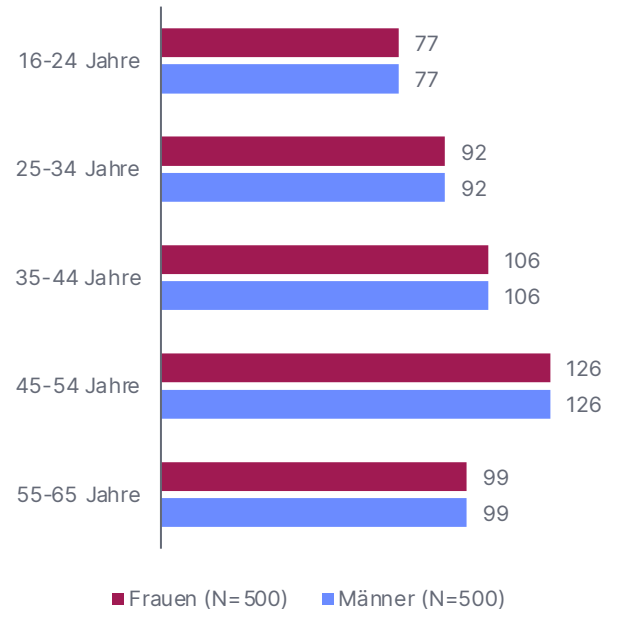
Alter & Geschlecht – Alle Wellen

Nullpunktmessung (N=2.500)



Ø Alter: 40,7 Jahre

Welle 2–76 (N=1.000)



Ø Alter: 40,7 Jahre