

The background features a light blue wall with a faint, large-scale graphic of hands holding a globe. In the foreground, there are two black podiums with microphones. To the left is the European Union flag, and to the right is the German flag.

appinio corona report

Welle 79 – 16.09.2021

 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

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-

 Alle Daten inkl. Filtermöglichkeiten auf [appinio.com/login](https://research.appinio.com/login) einsehen

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

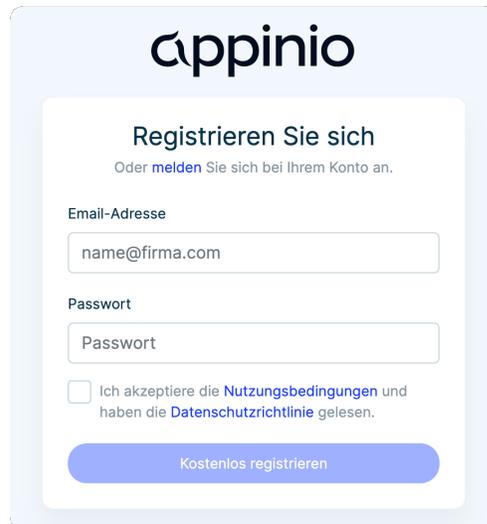


Zugriff auf das Tracking

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

1. Kostenlos registrieren

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



The registration form includes the Appinio logo, a title 'Registrieren Sie sich', a link to log in, and input fields for email and password. A checkbox for terms and conditions is present, along with a 'Kostenlos registrieren' button.

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: 16. September 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 21-79: N = 1000

Inhalt

- Aktuelle Zusatzfragen:

Das Ende der Angela Merkel Ära - Der internationale Vergleich:

- Welches Image hinterlässt Angela Merkel, nach 16 Jahren Kanzlerschaft – bei den Spaniern, Franzosen, Briten und Deutschen?
- Diplomatisch, unnahbar, sympathisch – wie wird die Kanzlerin wahrgenommen?
- Männliche vs. weibliche Staatsoberhäupter – spielt das Geschlecht eine Rolle? Und wer bevorzugt was?

02

Key Insights



Key Insights – Zusatzfragen

Die interessantesten Insights der Woche auf einen Blick



Angela Merkel als Sympathieträgerin

- Der **Großteil der Deutschen** hat (altersübergreifend) ein eher **positives Bild** von Angela Merkel. **Drei Viertel (74%)** würden der Aussage **zustimmen**, dass Angela Merkel eine **gute Politikerin ist**.
- Auch im **europäischen Vergleich** ist Angela Merkel beliebt. Die **Spanier, Briten und Franzosen** haben alle ein **überwiegend positives** Bild von der deutschen Kanzlerin.
- Angela Merkel scheint in Deutschland besonders **starken Zuspruch von der Generation Z (16-24-jährige)** zu bekommen. Von ihnen sagen **87 Prozent, dass sie eine (eher) gute Politikerin** ist, während es bei den 35-44-jährigen (nur) 70 Prozent sind.



Großteil der Menschen besorgt über deutschen Regierungswechsel

- **65 Prozent der Deutschen** blicken der Übernahme des/der nächsten Bundeskanzler/in (**eher**) **besorgt entgegen**. **Nur 23 Prozent** sind insgesamt (**eher**) **optimistisch**, wobei die **ältere Generation (55-65-Jährige) deutlich optimistischer** ist (33%) als die Generation Z (16-24-jährige) (12%).
- Auch international sind viele **eher beunruhigt**, oder sind sich **unsicher**. Unter den Spaniern, Briten und Franzosen sind jeweils nur **18 Prozent, 26 Prozent und 26 Prozent (eher) optimistisch**, wenn es um den deutschen Regierungswechsel geht.
- **60 Prozent der Deutschen** empfinden es (**eher**) **als Verlust**, dass Angela Merkels Kanzlerschaft endet. Das empfinden **Frauen (64%) etwas stärker so als Männer (56%)**.



Deutsche Gen Z möchte eine weibliche Regierungschefin

- **54 Prozent** der Deutschen halten Angela Merkel, im **Vergleich zu anderen Staatsoberhäuptern**, wie Emmanuel Macron (11%), Boris Johnson (5%) und Pedro Sanchez (2%) für **am kompetentesten**.
- Das gleiche ist im **europäischen Vergleich** der Fall: Auch die **Spanier (58%), Briten (43%) und Franzosen (46%)** halten **Angela Merkel**, im Vergleich zu ihren Regierungschefs, für **am kompetentesten**.
- Wenn es darum geht, wer wen lieber als Regierungschef in Deutschland hätte, gibt es einen deutlichen **Altersunterschied**: Je **älter die Personengruppe, desto eher hätten sie lieber einen Mann** als Regierungschef in Deutschland. Von den **16-24-jährigen** sagen **33 Prozent**, dass sie eine **Frau** bevorzugen würden, während es bei den **55-65-jährigen** nur ca. die **Hälfte (17%)** sagen.
- Insgesamt sagt trotzdem **mehr als jeder zweite Deutsche altersübergreifend (54%)**, dass ihm/ihr das **Geschlecht egal** ist.

03

Zusatzfragen

Das Ende der Angela Merkel Ära - Der internationale Vergleich:

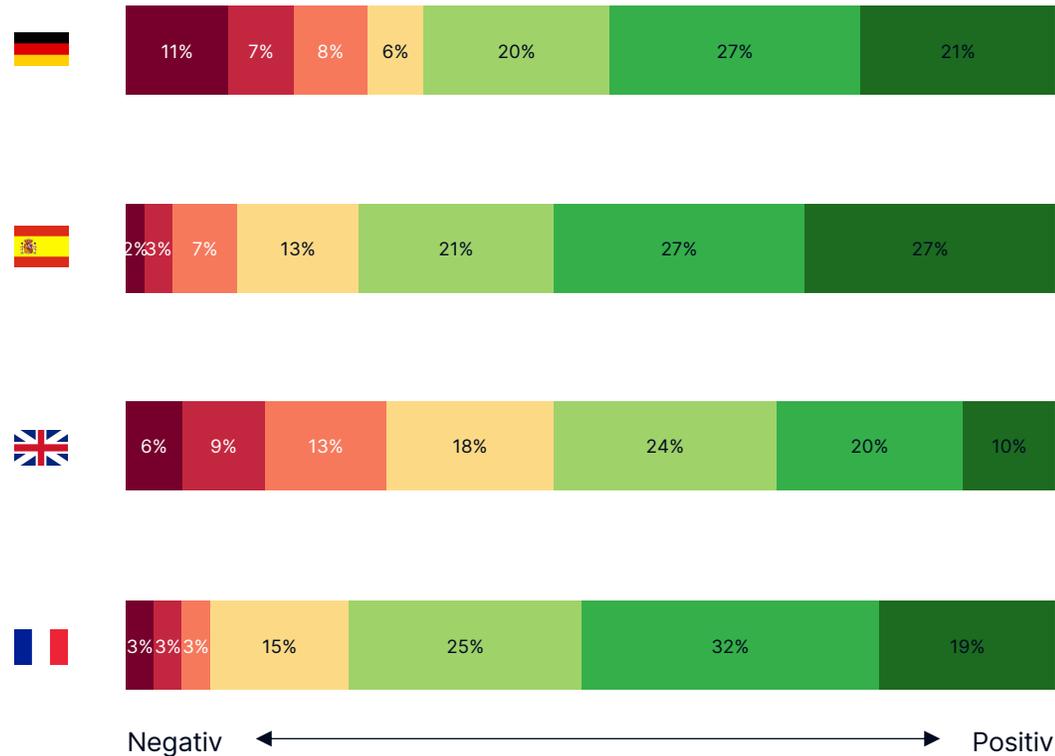
- Was für ein Image hinterlässt Angela Merkel, nach 16 Jahren Kanzlerschaft – bei den Spaniern, Franzosen, Briten und Deutschen?
- Diplomatisch, unnahbar, sympathisch – wie wird die Kanzlerin wahrgenommen?
- Männliche vs. weibliche Führungskraft – spielt das Geschlecht eine Rolle? Und wer bevorzugt was?



Angela Merkel als Sympathieträgerin

Der internationale Vergleich

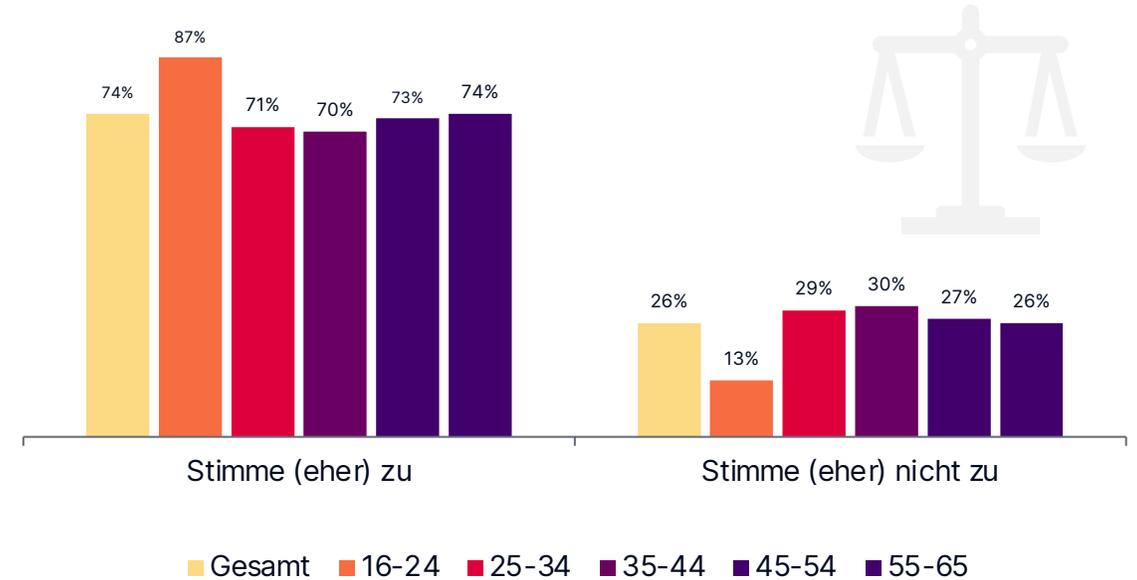
Mein **generelles Bild von Angela Merkel** ist eher:



Appinio Corona Report – Welle 79

Inwiefern würdest du der folgenden Aussage zustimmen?

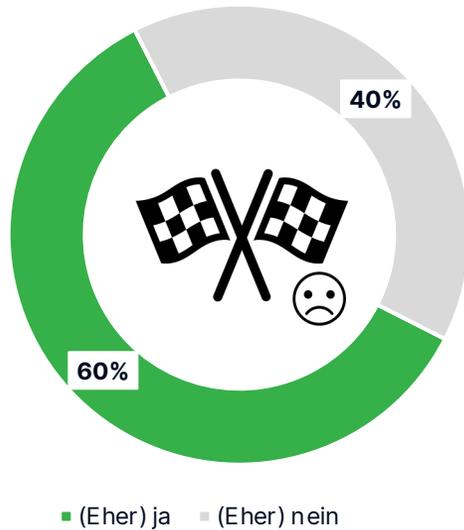
"Angela Merkel ist eine gute Politikerin."



- Der **Großteil der Deutschen** hat (altersübergreifend) ein **positives Bild** von Angela Merkel. **Drei-Viertel (74%)** würden der Aussage, dass Angela Merkel eine **gute Politikerin ist, zustimmen**.
- Angela Merkel scheint besonders **starken Zuspruch von der Generation Z (16-24-jährige)** zu bekommen. Von ihnen sagen **87 Prozent, dass sie eine (eher) gute Politikerin ist**, während es bei den 35-44-jährigen (nur) 70 Prozent sind.

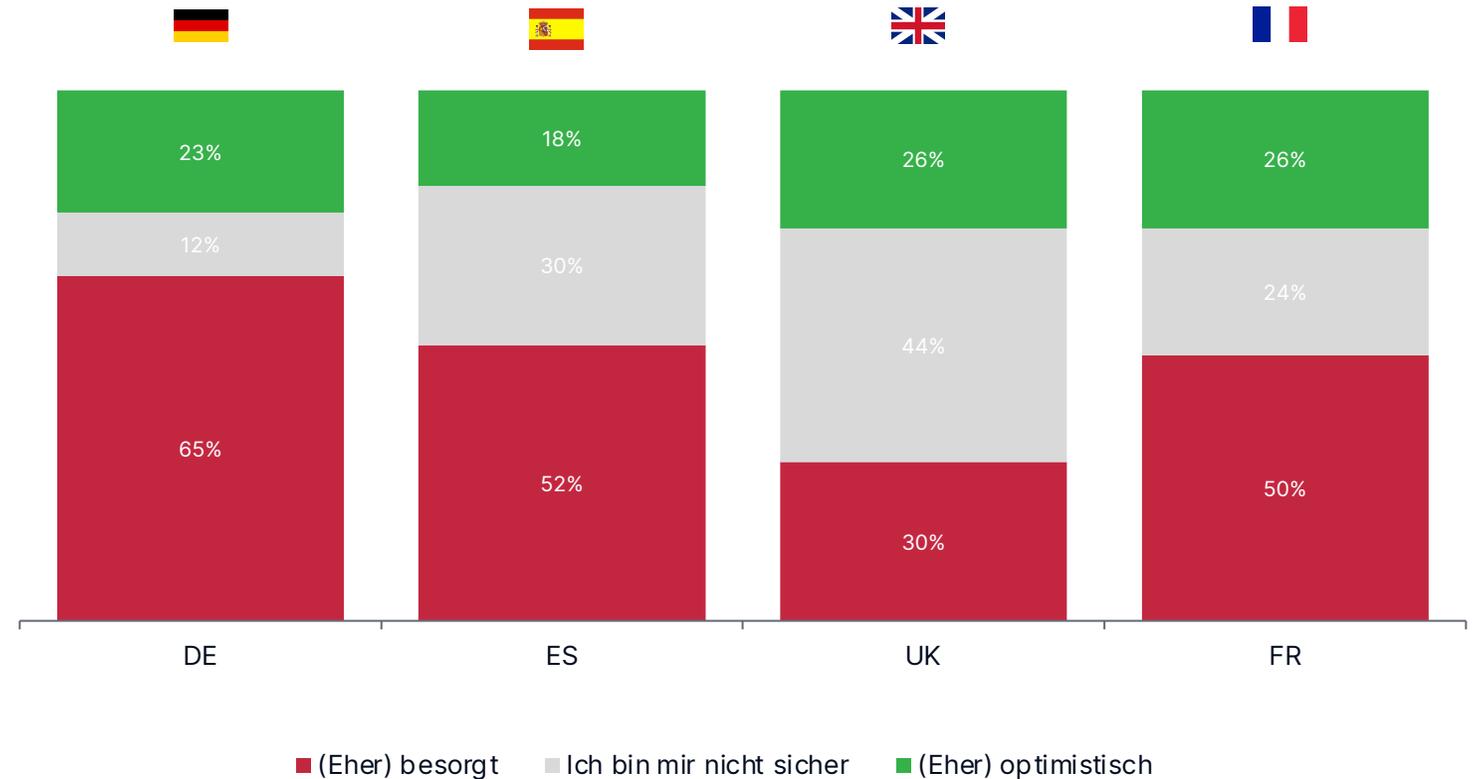
Sorgen um deutschen Regierungswechsel

Empfindest du es als Verlust für Deutschland, dass Angela Merkels **Zeit als Kanzlerin endet**?



- **60 Prozent der Deutschen** empfinden es (eher) als **Verlust**, dass Angela Merkels Kanzlerschaft endet. Das empfinden **Frauen (64%) etwas mehr so als Männer (56%)**.
- **65 Prozent** der **Deutschen** blicken der Übernahme des/ nächsten Bundeskanzler/in **(eher) besorgt entgegen**. Nur 23 Prozent sind **insgesamt (eher) optimistisch**

Wie bist du gegenüber dem Ende der Kanzlerschaft von Angela Merkel und der **Übernahme ihrer Nachfolger/in** eingestellt?

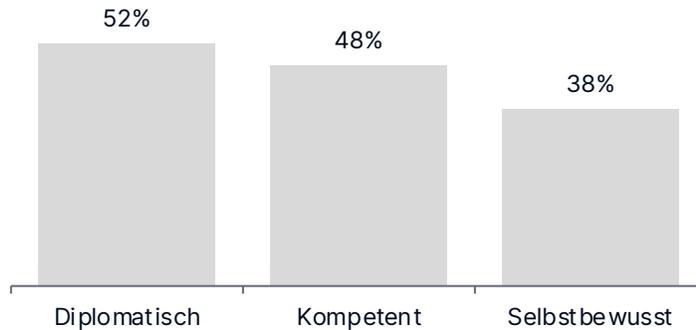


Angela Merkel – 16 Jahre Politik

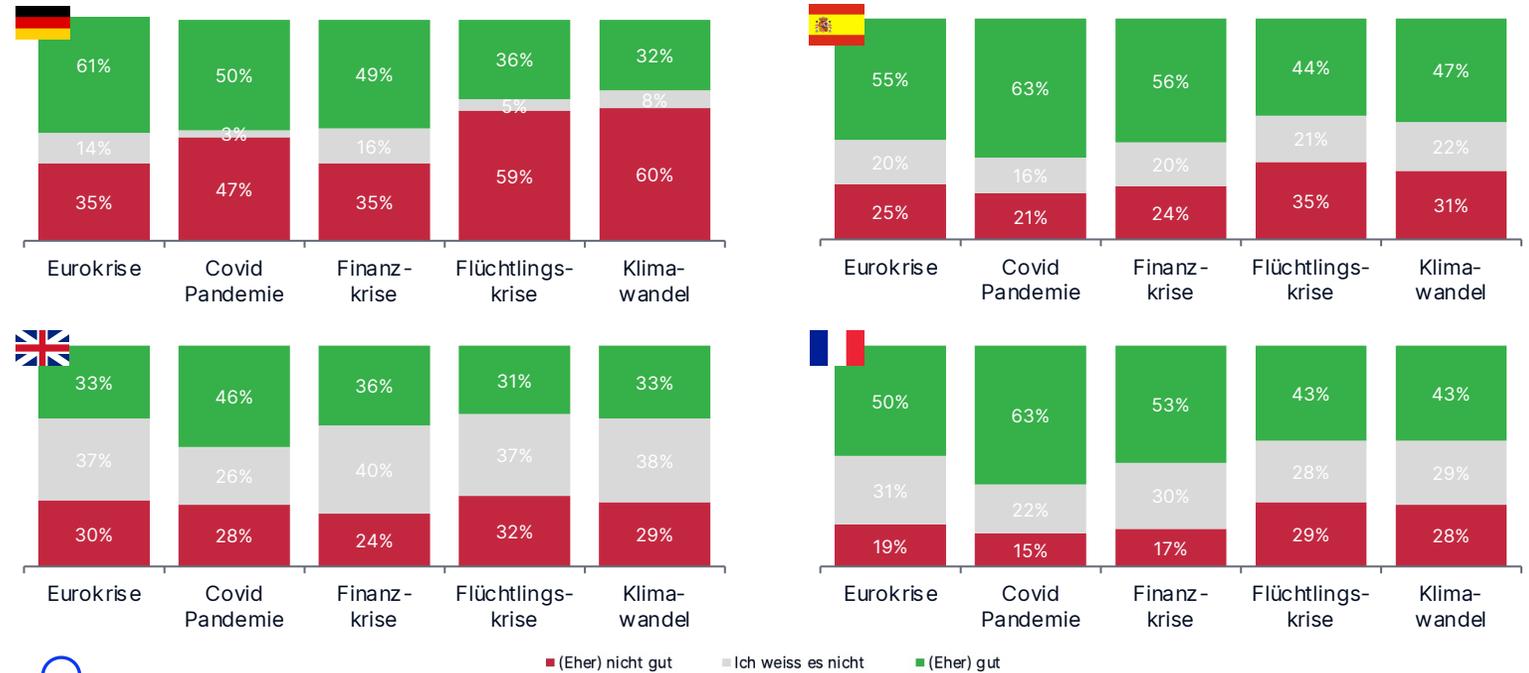
Wie sind die Deutschen gegenüber **Angela Merkels Image und Politik** eingestellt?



Deutsche finden
Angela Merkel vor allem
'diplomatisch' (52%)
und **'kompetent' (48%)**.



Wie ist Angela Merkel mit den **folgenden Situationen** der letzten Jahren umgegangen?

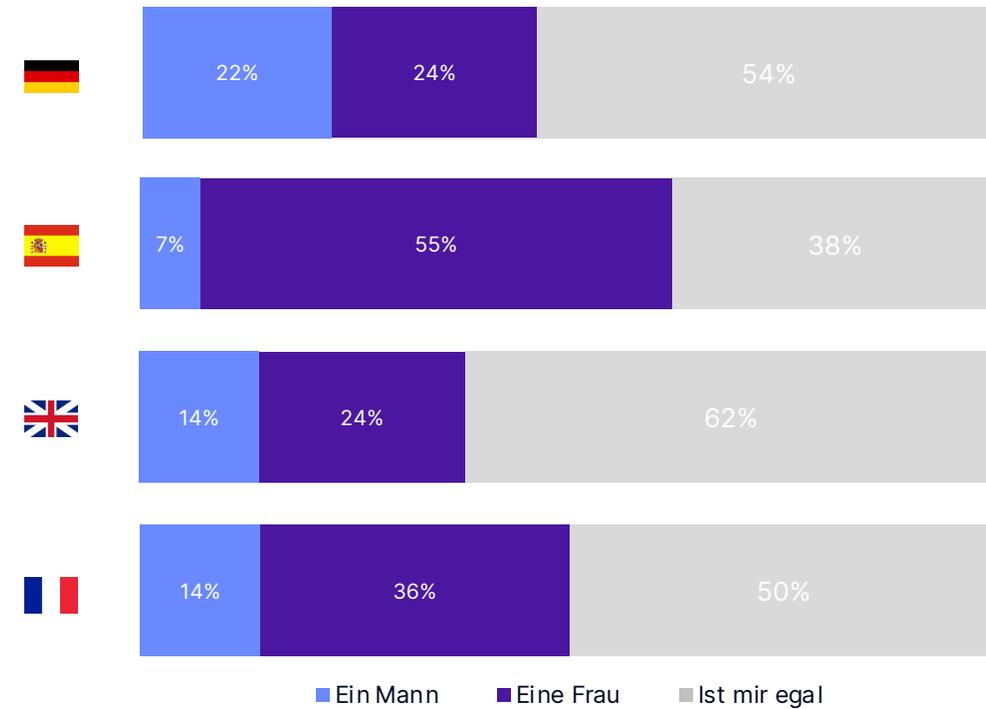


- Aus einer Liste mit 9 Attributen, assoziieren die Hälfte der Deutschen vor allem die Wörter **'diplomatisch' (52%)** und **'kompetent' (48%)** mit Angela Merkel. **Jeder Dritte (33%)** findet Angela Merkel **sympathisch**.
- Die **Meinung der Deutschen ist sehr gespalten**, wenn es um Angela Merkels Umgang, mit verschiedenen politischen Situationen der letzten Jahre geht. **Etwa die Hälfte** ist der Meinung, dass Angela Merkel **(eher) gut** mit der **Eurokrise 2010 (51%)**, der **Finanzkrise 2007 (50%)** und der **Covid Pandemie (50%)** umgegangen ist.

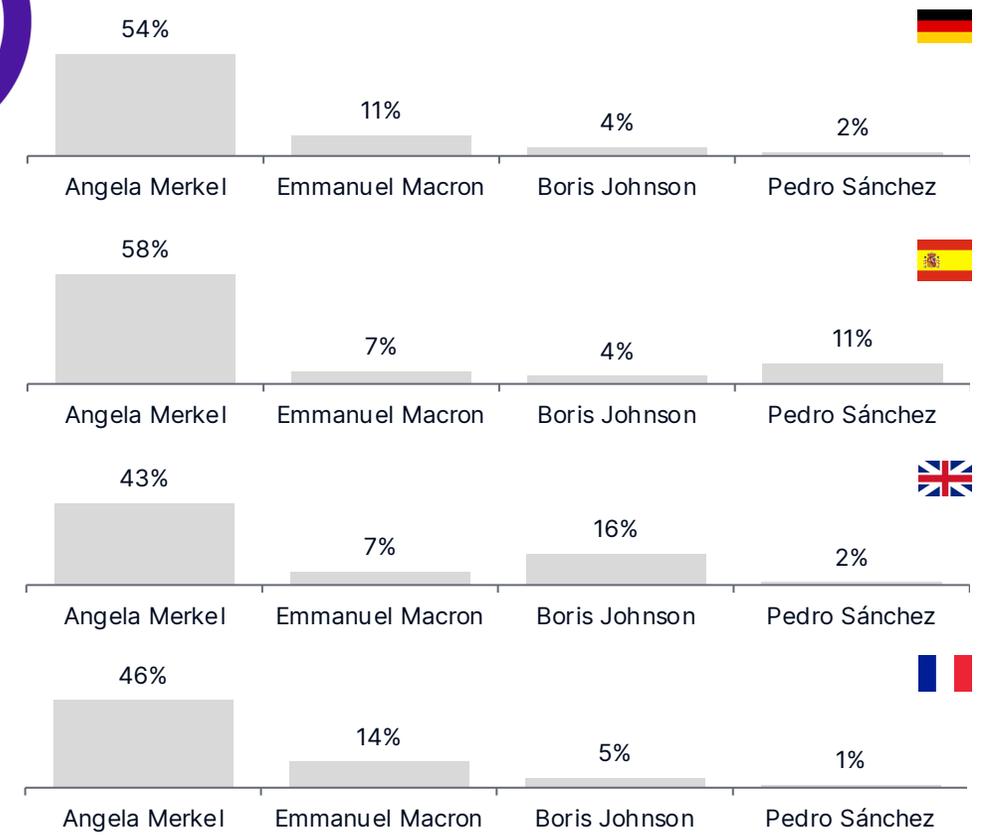
Ist gute politische Führung weiblich?

Männliche vs. weibliche Führung – im Ländervergleich

Welche Person würdest du lieber als **Regierungschef** haben?



Welchen der **folgenden Regierungschefs** nimmst du als am kompetentesten wahr?



Appinio Corona Report – Welle 79

Was wollen die Deutschen von Angela Merkel wissen?

Wenn du Angela Merkel eine Frage stellen könntest, welche wäre das? Die häufigsten Fragen:

Sind Sie mir ihren Leistungen zufrieden?
Was würden Sie heute nicht mehr so machen?

War ihr Leben so, wie Sie es sich vorgestellt haben?

Was machen Sie nach Ihrer Amtszeit?

Haben Sie den Job der Bundeskanzlerin gerne gemacht?

Was würden Sie ihrem Nachfolger mit auf dem Weg geben, was Sie rückblickend besser gemacht hätten?

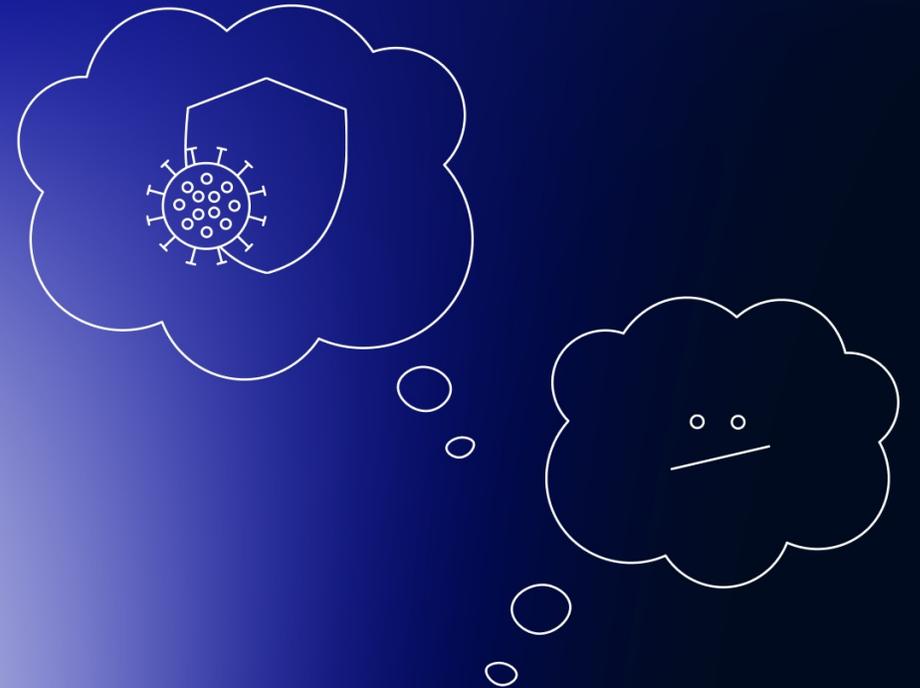
Wie werden Sie jetzt ihr Leben gestalten?

Inwiefern bleibt das Privatleben auf der Strecke, wenn man so wie Sie in der Öffentlichkeit steht?

04

Sorgen um Corona

Gefühle, Bedenken und Sorgen

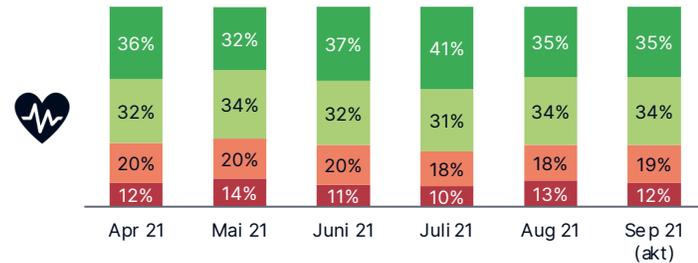


Wie fühlst du dich?

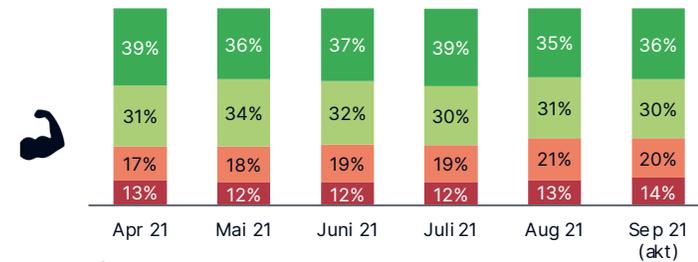
Gesamtstichprobe

Wie fühlst du dich?

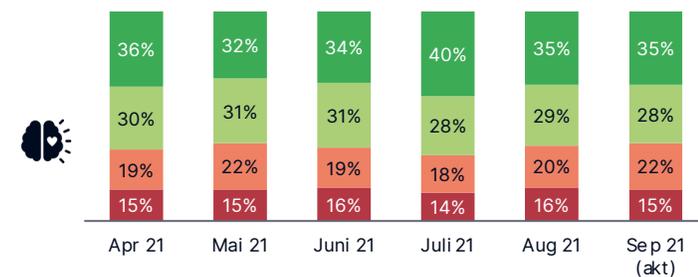
insgesamt



körperlich



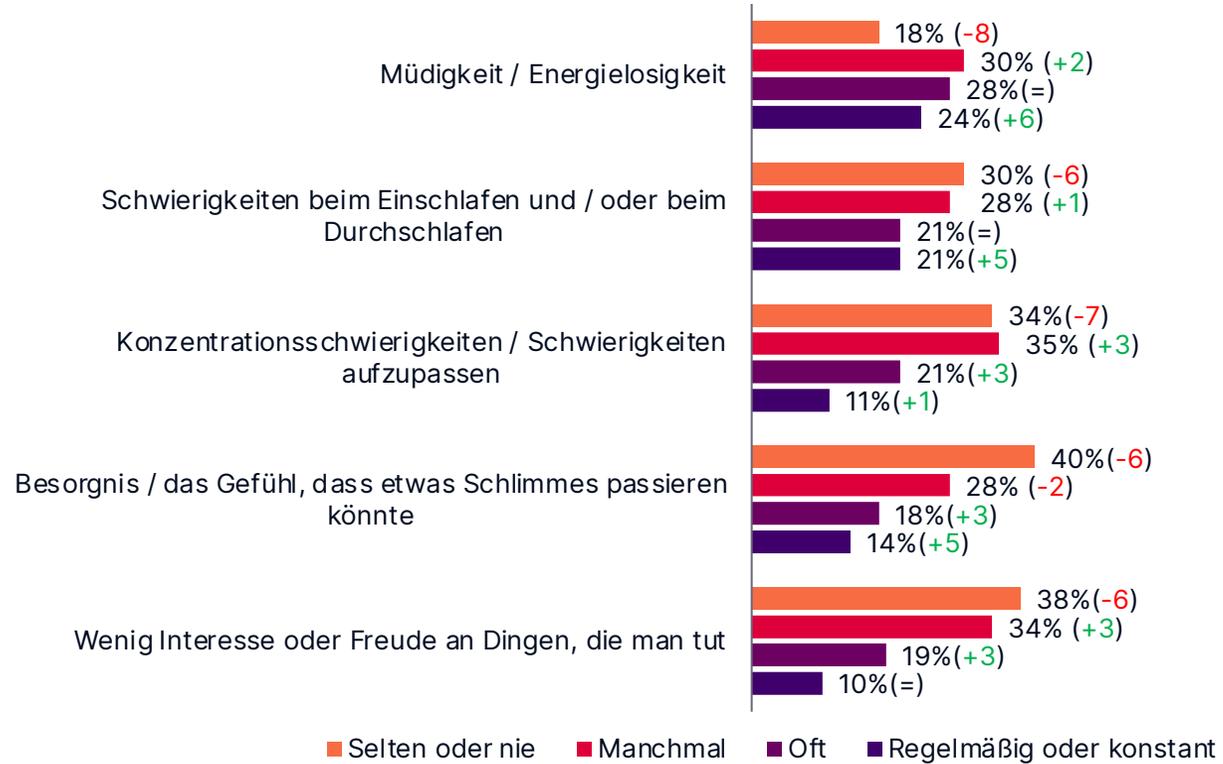
mental



■ (Überhaupt) nicht gut ■ Eher nicht gut ■ Eher gut ■ (Sehr) gut

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

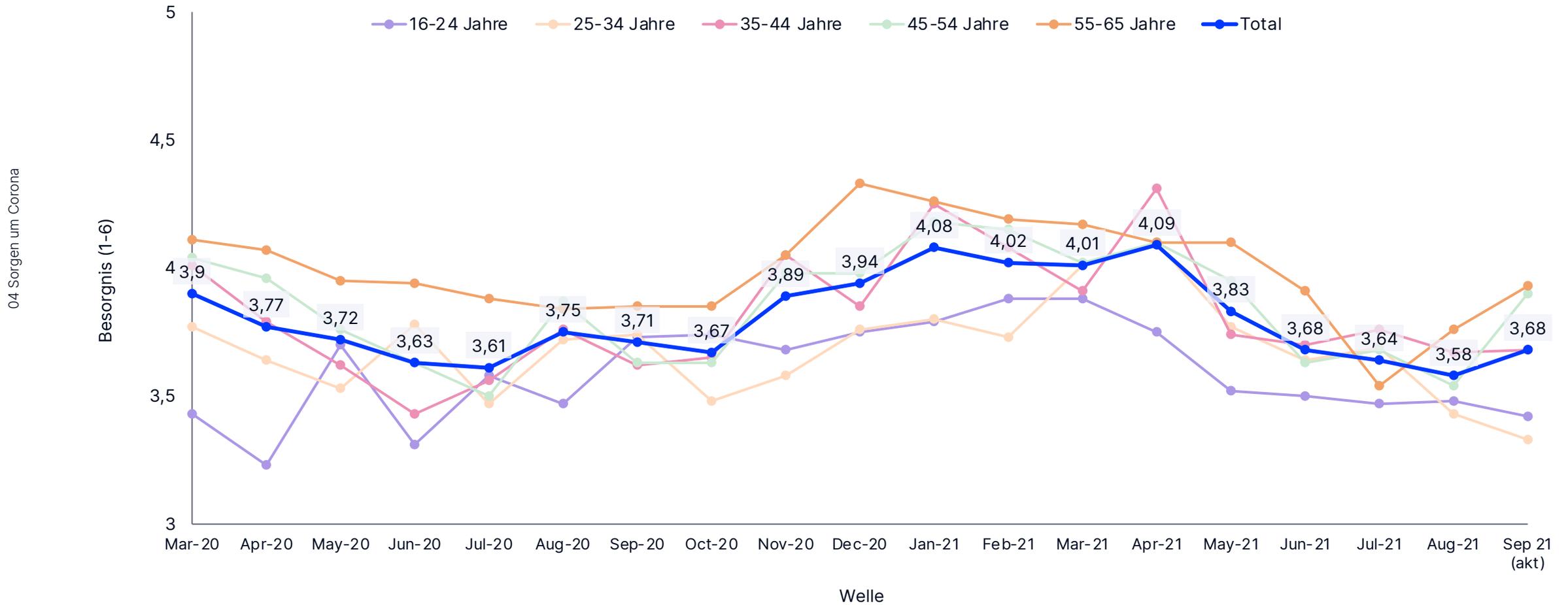
(In Klammern = Vergleich zur Vorwoche)



■ Selten oder nie ■ Manchmal ■ Oft ■ Regelmäßig oder konstant

Wie besorgt sind die Deutschen um ihre Gesundheit?

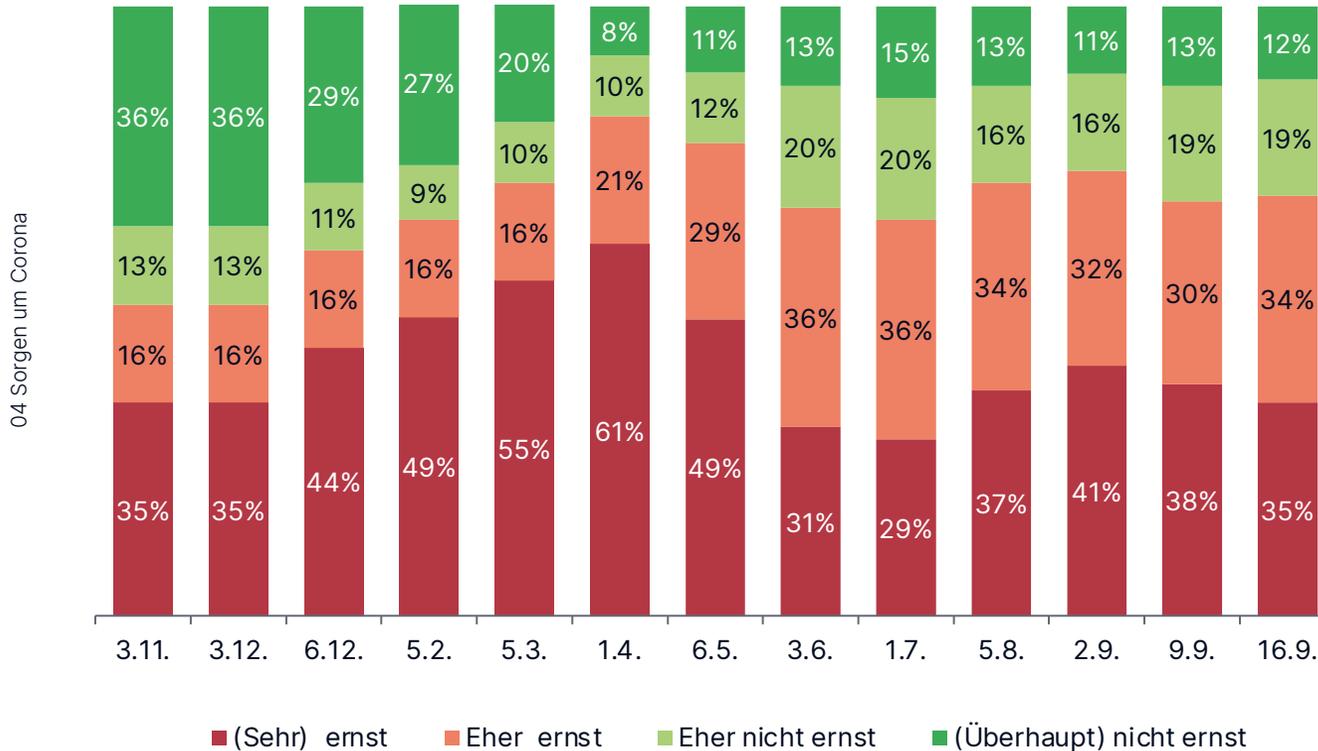
Gesamtstichprobe



Wie bewertest du die derzeitige Situation? // Zufriedenheit

Gesamtstichprobe

Wie schätzt du die derzeitige Lage der Pandemie ein?



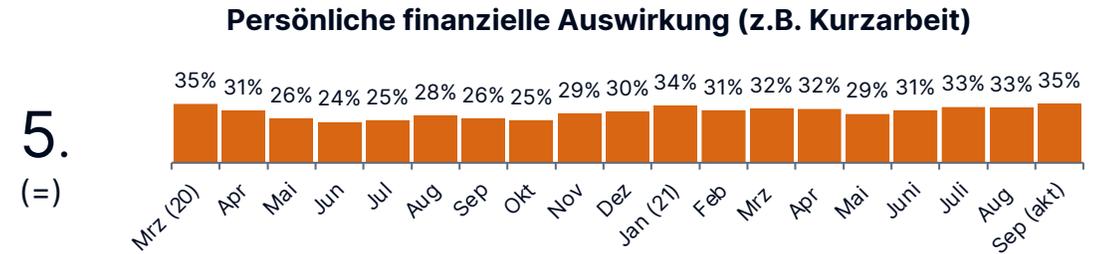
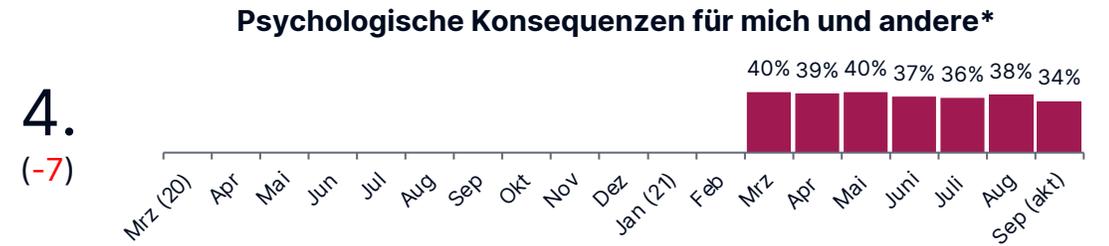
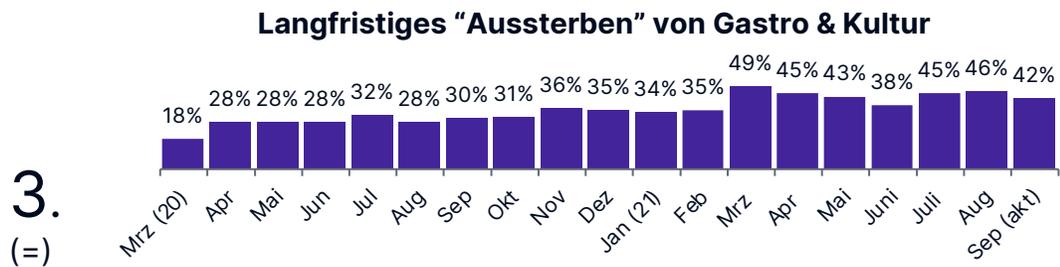
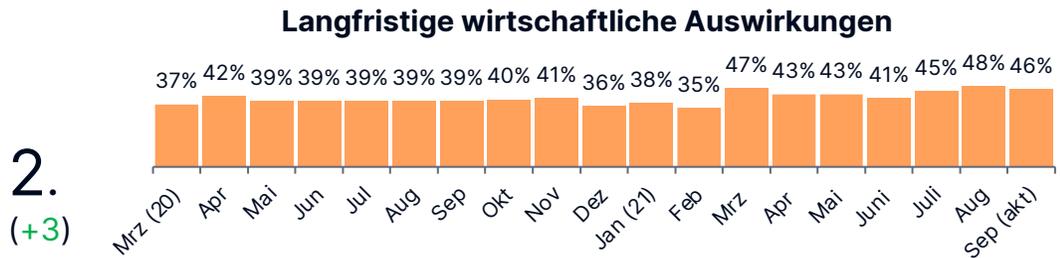
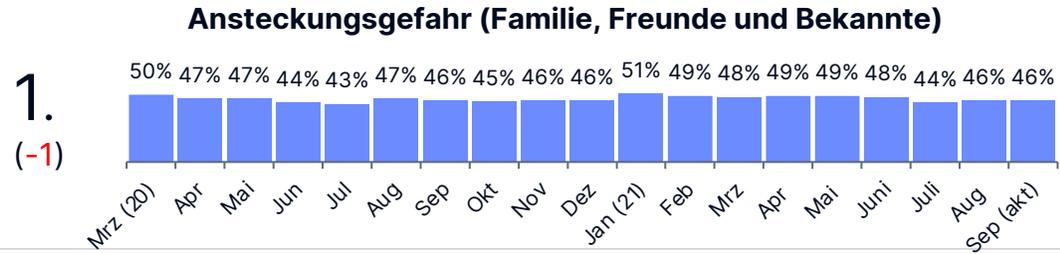
Wie zufrieden bist du aktuell mit den folgenden Lebensbereichen?

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

Platz	Lebensbereich	31.3.	29.4.	27.5.	24.6.	29.7.	27.8.	9.9.	16.9.
1	Sicherheit	3,8	3,8	4,0	4,1	4,1	4,0	4,0	4,1
2	Ernährung	4,1	4,0	4,1	4,0	4,1	4,1	4,1	4,0
3	Unterhaltung	3,5	3,6	3,7	3,9	4,0	4,0	4,0	3,9
4	Bewegungsfreiheit	3,2	3,2	3,4	3,9	3,9	3,9	4,0	4,0
5	Bildung / Arbeit	3,8	3,7	3,8	4,0	3,9	3,9	3,9	3,8
6	Sozialleben	3,3	3,2	3,4	3,8	3,8	3,8	3,8	3,8
7	Beziehungsleben/ Romantische Dates	3,5	3,6	3,7	3,7	3,7	3,8	3,8	3,8
8	Urlaub / Reisen	2,6	2,5	2,9	3,0	3,4	3,3	3,3	3,4

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

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

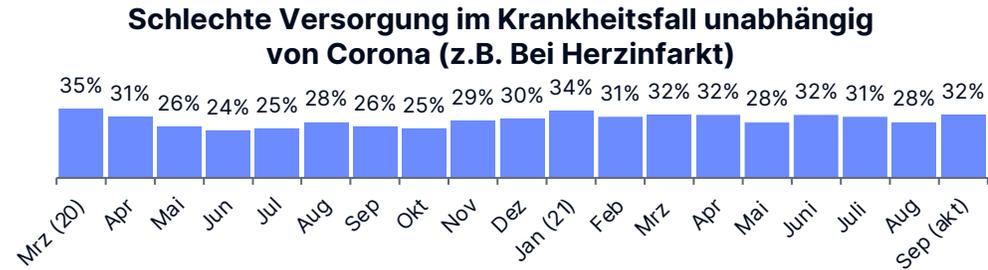


Was sind die größten Sorgen um Corona? (2/2)

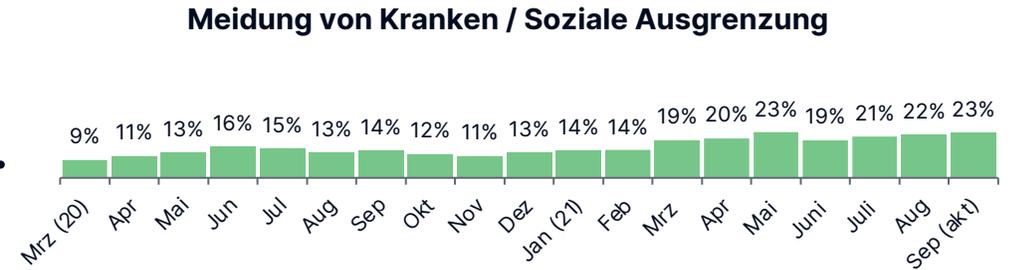
Gesamtstichprobe – Sortiert nach Häufigkeit (Zahlen in Klammern = Veränderung zur Vorwoche)

19

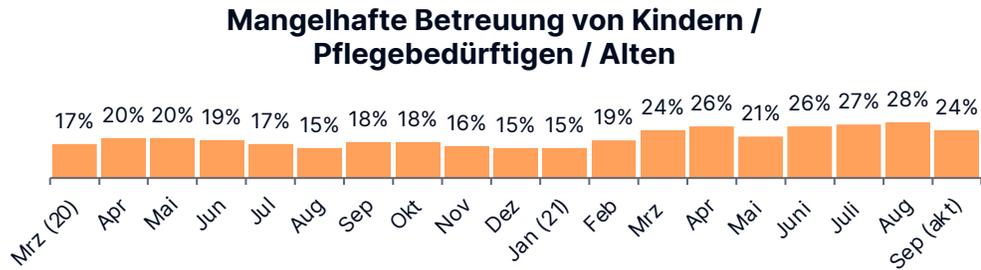
7.
(=)



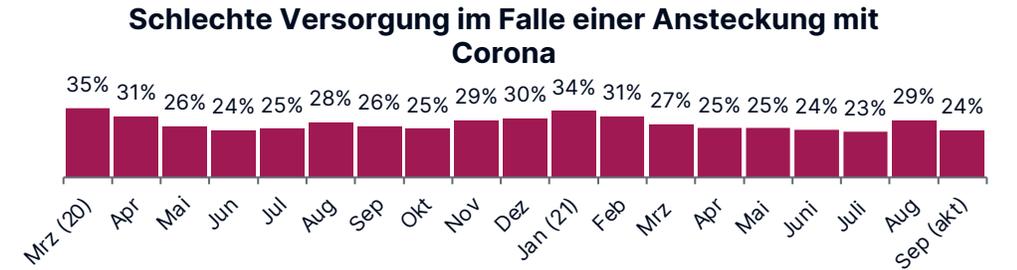
10.
(=)



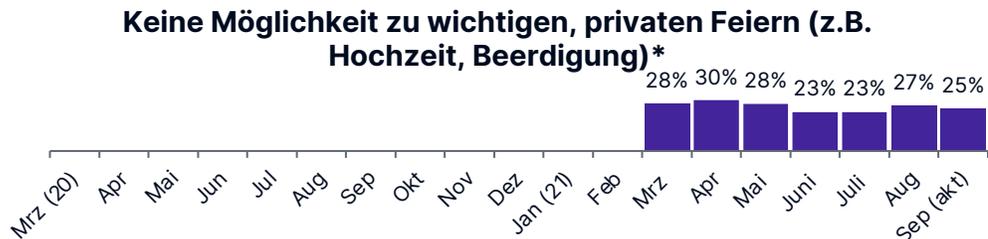
8.
(-4)



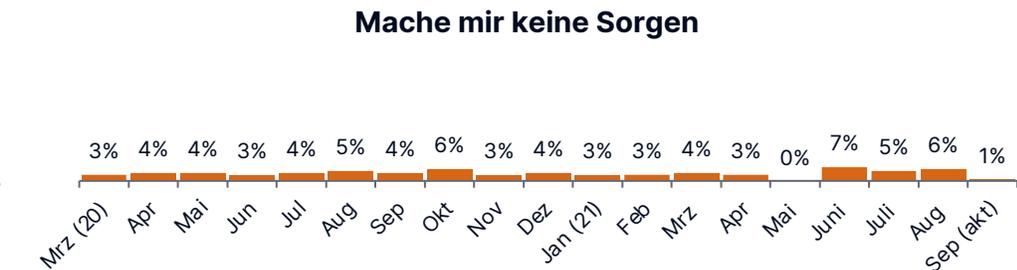
11.
(+2)



9.
(=)



12.
(-4)



05

Rückkehr zur Normalität

Impffortschritt & (Arbeits-)Alltag



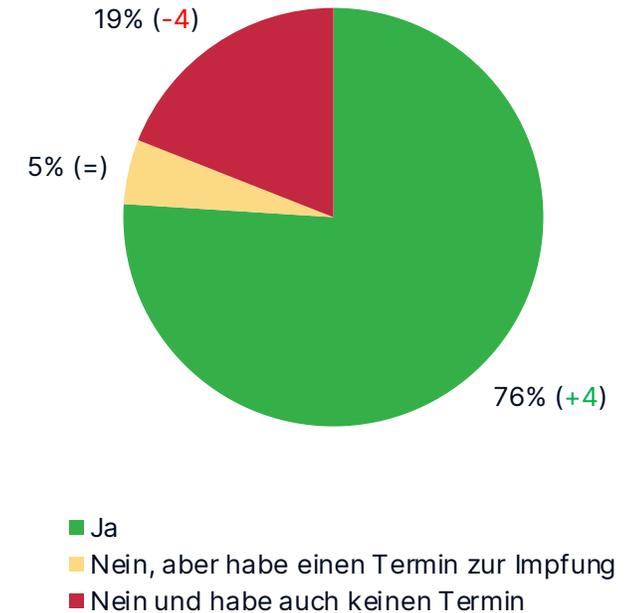
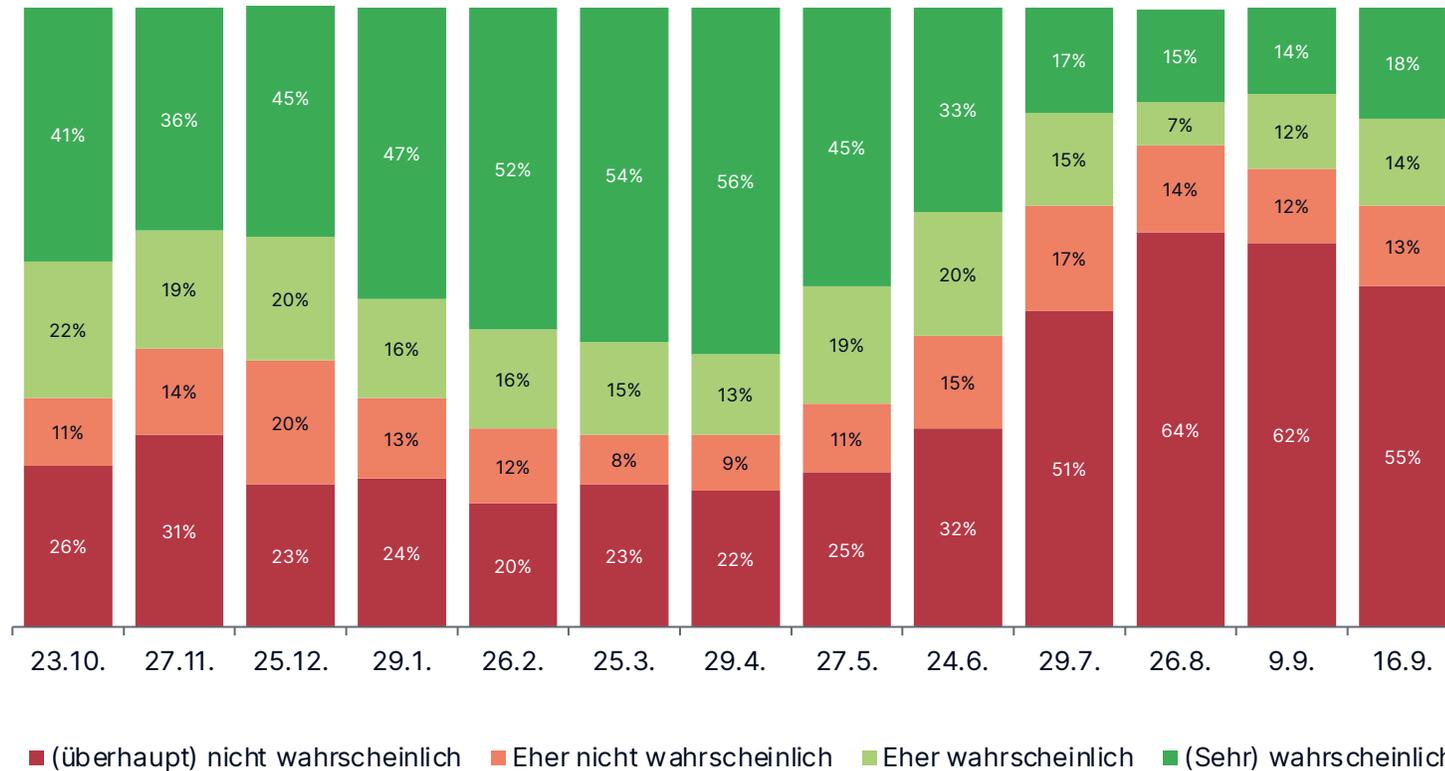
Impfbereitschaft und -fortschritt

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)

05 Rückkehr zur Normalität



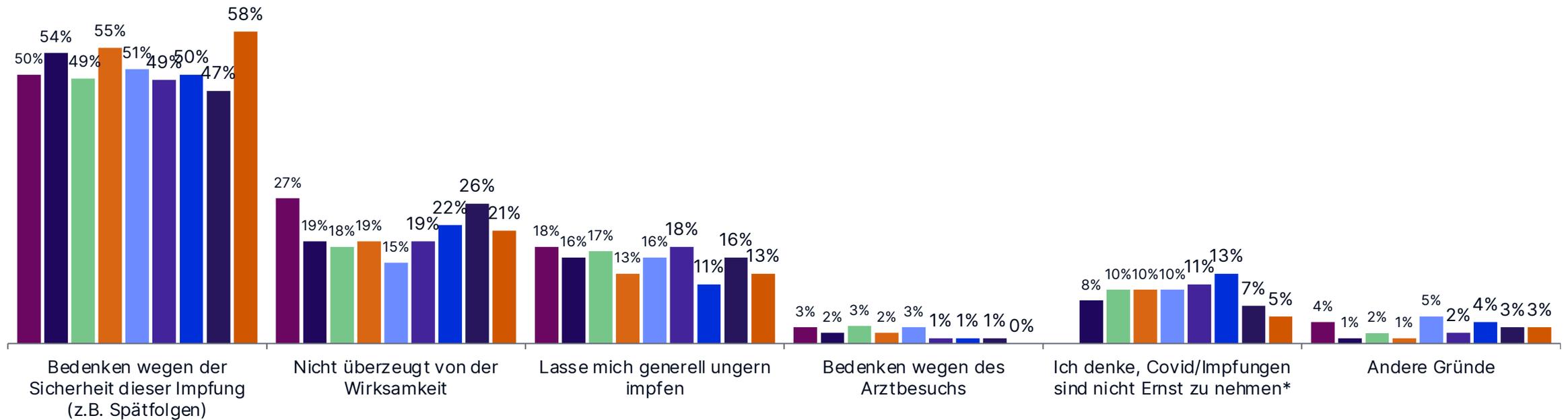
Gründe gegen eine Impfung

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

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

■ 29. Apr ■ 27. Mai ■ 24. Juni ■ 29. Jul ■ 27. Aug ■ 9. Sept. ■ 16. Sept.

05 Rückkehr zur Normalität



„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. Juli: 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 / 02. September: N=151 / 9. September: N=169 / 16. September: N=126 *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



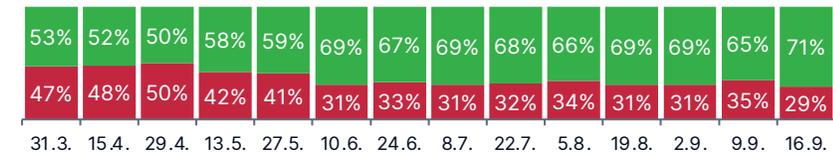
In ein Restaurant / eine Bar gehen



Ins Kino gehen



Ins Museum gehen



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



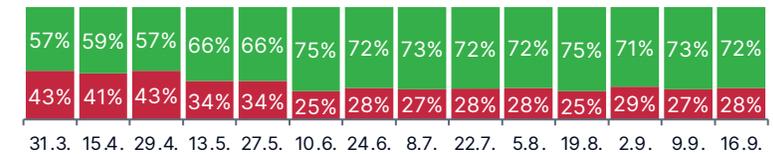
Ins Büro gehen



Treffen mit einer Gruppe von Freunden (>4 Personen)



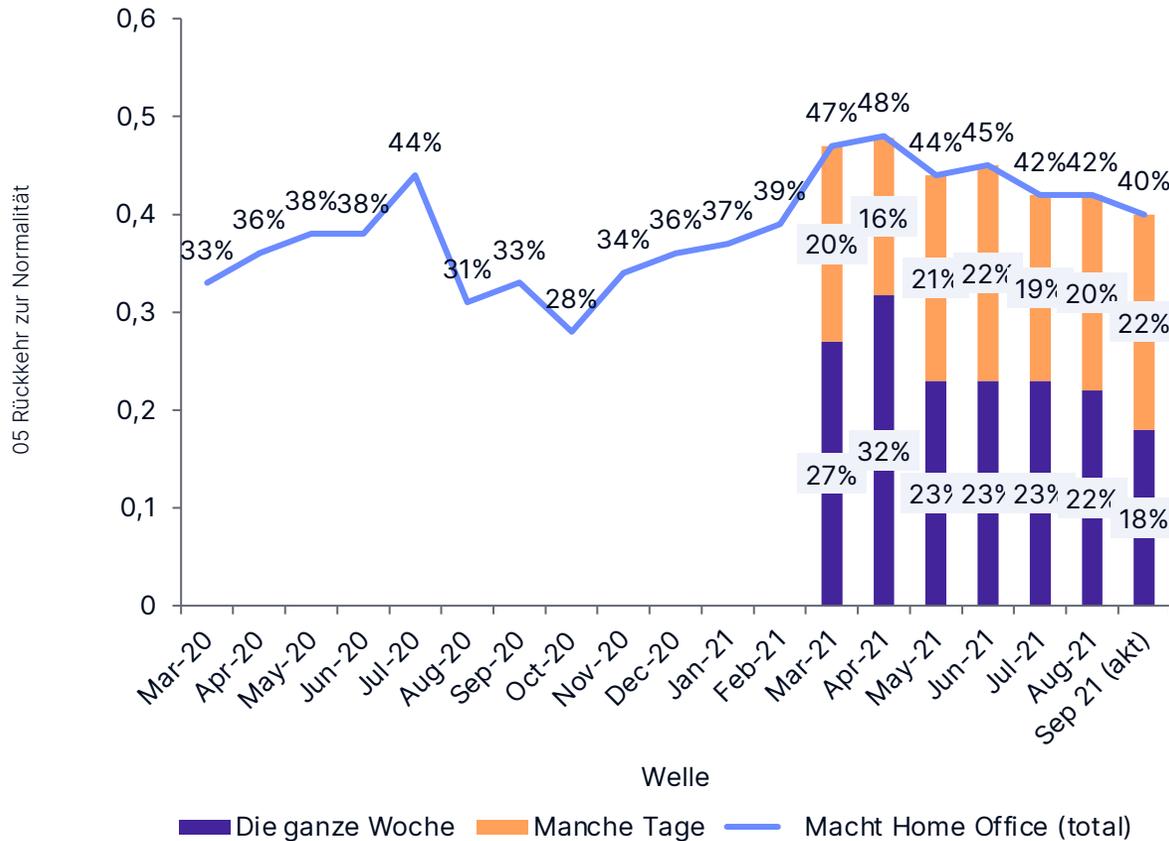
(Kurze) Wochenendausflüge



Wie viele Befragte arbeiten im Home Office?

aktuell: 40 Prozent der ArbeitnehmerInnen

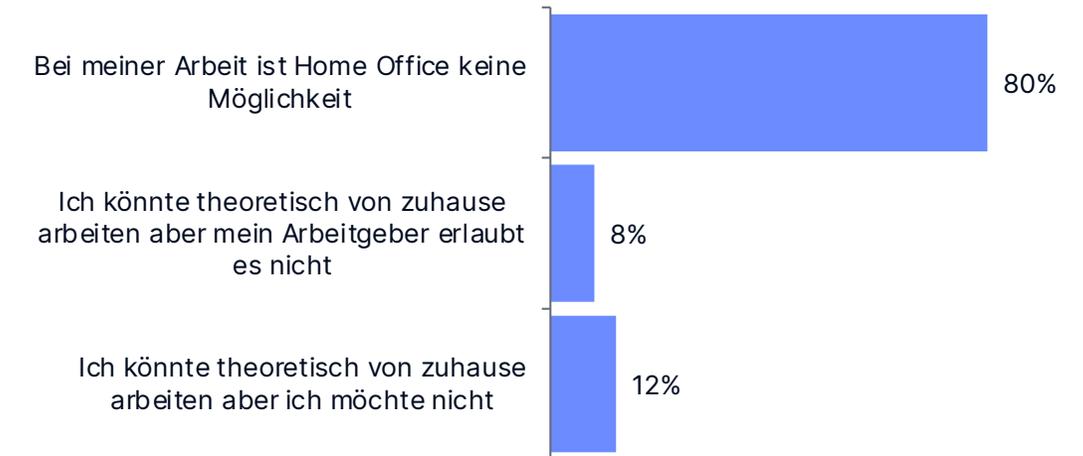
Zeitlicher Verlauf der ArbeitnehmerInnen im Home Office



Wie viele Befragte arbeiten nicht im Home Office?

aktuell: 60 Prozent der ArbeitnehmerInnen

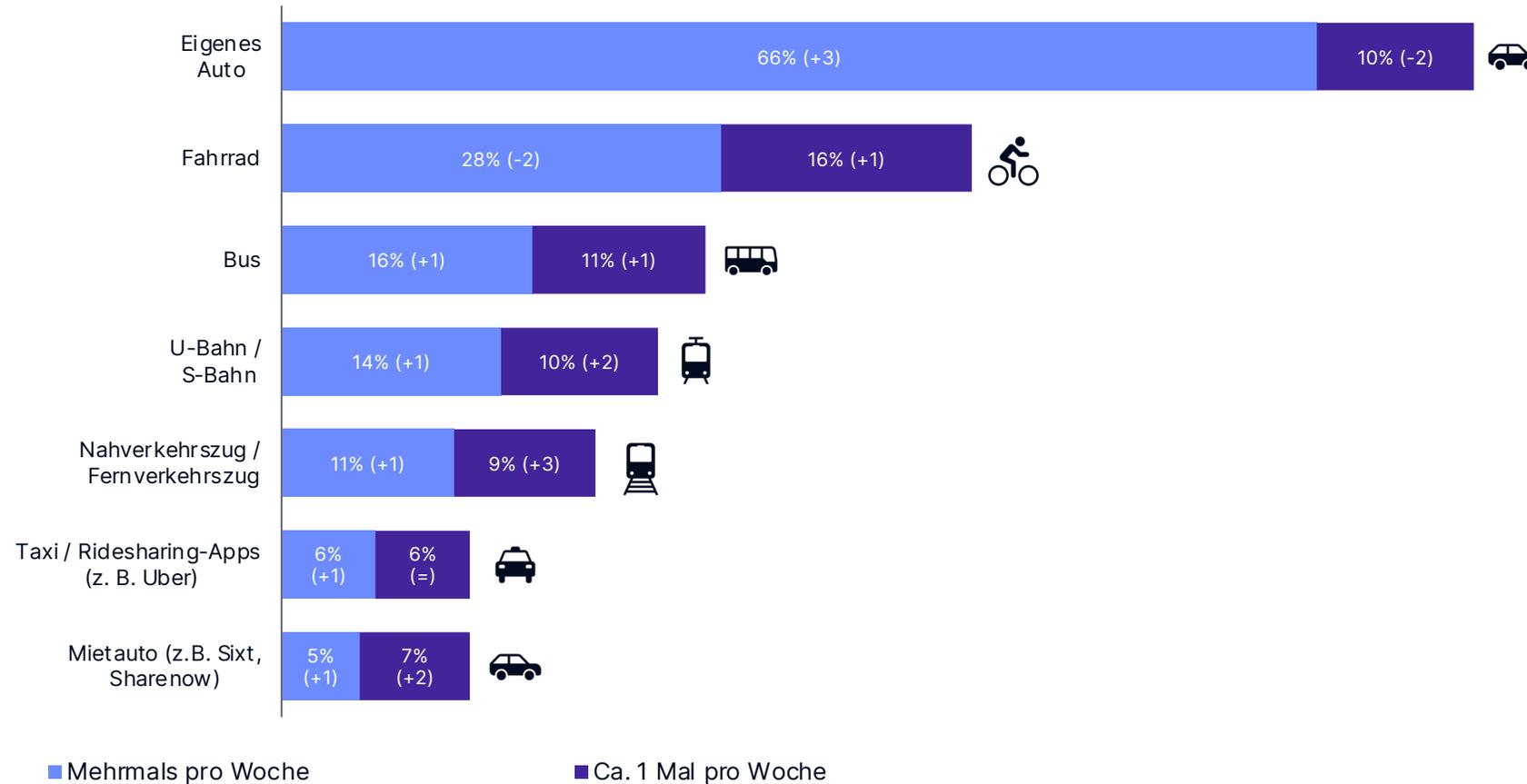
Top 3 Gründe, warum ArbeitnehmerInnen nicht im Home Office sind



Verkehrsmittel und Mobilitätsdienste im Alltag (1/2)

Gesamtstichprobe

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



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.	9. Sept.	16. Sept.	
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 78 Bottom 2	Welle 79 Bottom 2	
1	 U-Bahn / S-Bahn	80%	65%	58%	53%	50%	54%	62%	68%	64%	52%	46%	40%	43%	40%	40%	
2	 Flugzeug	80%	66%	57%	51%	54%	54%	58%	61%	57%	52%	46%	37%	39%	39%	36%	
3	 Bus	76%	60%	52%	50%	47%	52%	62%	65%	61%	50%	41%	36%	38%	35%	36%	
4	 Zug (Nah und Fernverkehr)	76%	58%	49%	45%	44%	48%	54%	59%	58%	44%	39%	32%	33%	32%	32%	
5	 Schiff / Fähre	74%	58%	49%	43%	41%	44%	49%	51%	48%	42%	34%	30%	30%	28%	27%	
6	 Taxi / Ride Sharing	58%	44%	38%	33%	32%	34%	40%	52%	38%	36%	27%	24%	26%	24%	22%	
7	 Mietauto / Carsharing	Nicht erhoben										27%	20%	20%	19%	18%	19%

05 Rückkehr zur Normalität

06

Kaufverhalten

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



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

Gesamtstichprobe

06 Kaufverhalten

		Produktkategorie	19. März	31. März	15. April	29. April	13. Mai	27. Mai	10. Juni	24. Juni	8. Juli	22. Juli	5. August	19. Aug.	2. Sept.	9. Sept.	16. Sept.
1		Lebensmittel (gesamt)	92%	93%	94%	93%	94%	92%	94%	92%	94%	95%	94%	94%	93%	95%	95% (=)
		online	6%	7%	7%	9%	7%	8%	7%	10%	6%	8%	7%	9%	9%	6%	7%
		offline	78%	74%	77%	74%	77%	75%	79%	75%	79%	80%	78%	79%	76%	81%	80%
2		Alkoholfreie Getränke (gesamt)	77%	75%	78%	78%	79%	79%	82%	79%	83%	82%	82%	83%	83%	82%	83% (+1)
		online	6%	8%	8%	10%	9%	8%	8%	5%	7%	7%	8%	6%	10%	8%	8%
		offline	68%	60%	65%	62%	64%	64%	69%	65%	69%	70%	69%	70%	67%	68%	70%
3		Körperpflege / Hygiene (gesamt)	77%	76%	79%	77%	77%	77%	77%	78%	79%	79%	78%	78%	79%	78%	79% (+1)
		online	11%	14%	13%	13%	14%	13%	11%	14%	12%	12%	8%	10%	13%	10%	11%
		offline	60%	53%	58%	55%	54%	55%	58%	54%	59%	59%	59%	60%	57%	60%	61%
4		Medikamente / Arzneimittel (gesamt)	58%	60%	58%	64%	60%	63%	62%	64%	61%	61%	60%	63%	60%	60%	66% (+6)
		online	16%	19%	33%	19%	17%	19%	18%	19%	17%	15%	16%	16%	16%	15%	17%
		offline	35%	34%	18%	37%	34%	35%	38%	37%	37%	39%	38%	41%	38%	38%	42%
5		Kleidung (gesamt)	50%	58%	54%	58%	55%	60%	63%	66%	62%	59%	60%	61%	63%	57%	62% (+5)
		online	33%	35%	35%	37%	36%	35%	35%	36%	31%	31%	28%	27%	28%	29%	29%
		offline	12%	17%	13%	13%	14%	17%	19%	20%	20%	24%	23%	25%	26%	21%	25%
6		Alkoholische Getränke (gesamt)	48%	51%	50%	54%	52%	54%	53%	55%	59%	54%	55%	55%	57%	55%	55% (=)
		online	6%	9%	7%	9%	10%	8%	7%	8%	8%	6%	6%	6%	9%	5%	6%
		offline	40%	37%	39%	38%	38%	40%	41%	42%	45%	44%	44%	44%	43%	45%	45%

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

Gesamtstichprobe

06 Kaufverhalten

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. Aug.	2. Sept.	9. Sept.	16. Sept.
7		Schuhe (gesamt)	30%	41%	36%	44%	39%	39%	43%	49%	41%	47%	43%	43%	46%	40%	46% (+6)
		online	19%	23%	23%	25%	22%	25%	16%	21%	21%	21%	18%	18%	21%	19%	21%
		offline	8%	13%	9%	13%	12%	14%	22%	23%	16%	20%	20%	20%	19%	17%	21%
8		Schönheitsprodukte / Make-up (gesamt)	40%	44%	43%	45%	45%	47%	47%	46%	39%	45%	42%	42%	47%	42%	45% (+3)
		online	11%	14%	11%	13%	14%	14%	12%	10%	10%	11%	12%	14%	12%	11%	11%
		offline	25%	24%	26%	26%	26%	27%	28%	28%	29%	25%	28%	25%	24%	28%	26%
9		Bücher / Zeitschriften (gesamt)	39%	43%	38%	44%	43%	44%	40%	41%	39%	43%	43%	42%	46%	44%	42% (-2)
		online	17%	18%	17%	17%	17%	18%	16%	19%	13%	14%	16%	10%	18%	16%	14%
		offline	19%	19%	18%	21%	21%	21%	19%	17%	22%	24%	22%	28%	23%	23%	23%
10		Dekoartikel / "Schnickschnack" (gesamt)	31%	35%	28%	34%	31%	35%	34%	35%	29%	38%	33%	36%	37%	32%	35% (+3)
		online	12%	14%	12%	13%	13%	16%	13%	12%	9%	12%	11%	12%	12%	9%	11%
		offline	15%	16%	12%	14%	14%	16%	16%	18%	16%	21%	18%	20%	20%	18%	20%
11		Spielwaren / Brettspiele / Puzzles* (gesamt)	22%	29%	25%	35%	26%	33%	32%	33%	26%	32%	30%	36%	35%	31%	33% (+2)
		Online	13%	14%	14%	18%	13%	17%	15%	17%	11%	13%	13%	12%	15%	15%	15%
		Offline	6%	9%	8%	10%	10%	11%	12%	12%	11%	15%	13%	20%	16%	12%	12%
12		Elektr. Geräte / Unterhaltung (gesamt)	25%	35%	31%	35%	32%	36%	34%	36%	27%	32%	29%	31%	35%	30%	33% (+3)
		online	16%	20%	17%	20%	18%	20%	18%	21%	15%	17%	17%	16%	20%	17%	17%
		offline	6%	10%	10%	11%	9%	11%	10%	11%	9%	10%	9%	11%	11%	9%	12%

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

Gesamtstichprobe

06 Kaufverhalten

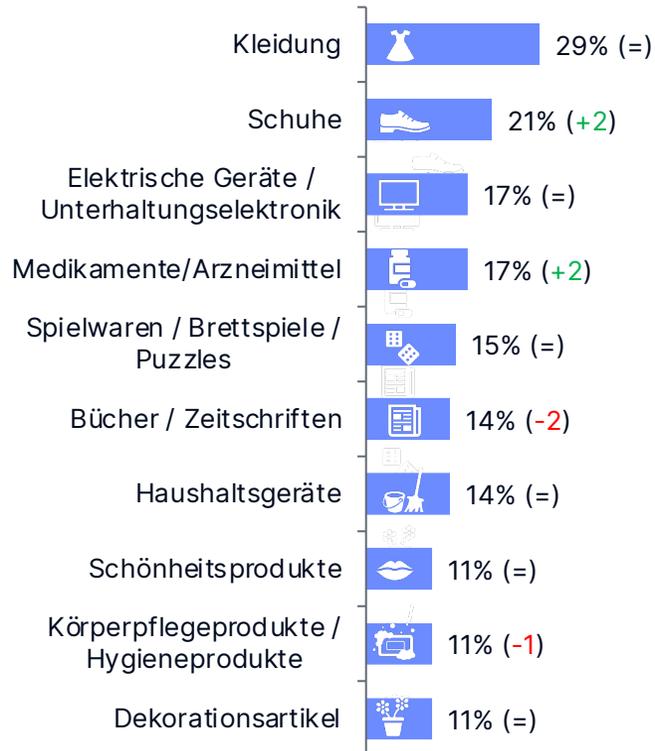
Platz		Produktkategorie	19. März	31. März	15. April	29. April	13. Mai	27. Mai	10. Juni	24. Juni	8. Juli	22. Juli	5. August	19. Aug.	2. Sept.	9. Sept.	16. Sept.
13		Haushaltsgeräte (gesamt)	22%	29%	25%	31%	27%	31%	27%	28%	22%	28%	27%	27%	30%	26%	29% (+3)
		online	13%	14%	12%	16%	13%	14%	13%	14%	9%	11%	13%	11%	12%	14%	14%
		offline	6%	10%	10%	9%	10%	12%	10%	10%	9%	12%	11%	12%	12%	10%	10%
14		Möbel	20%	26%	23%	29%	25%	27%	26%	26%	20%	25%	23%	24%	27%	22%	25% (+3)
		online	11%	11%	12%	13%	12%	13%	12%	12%	9%	9%	10%	8%	11%	9%	11%
		offline	7%	10%	8%	10%	10%	9%	10%	11%	9%	9%	10%	11%	12%	10%	10%
15		Geschirr / Küchengeräte	17%	25%	20%	28%	24%	25%	23%	26%	21%	24%	23%	25%	29%	23%	23% (=)
		online	8%	11%	10%	11%	11%	10%	10%	11%	8%	11%	8%	9%	11%	8%	8%
		offline	7%	9%	7%	11%	9%	11%	10%	11%	9%	9%	12%	12%	14%	12%	11%
16		Schmuck	18%	24%	20%	26%	23%	27%	22%	27%	20%	27%	23%	25%	26%	21%	23% (+2)
		online	10%	11%	10%	13%	11%	12%	10%	13%	8%	9%	9%	9%	10%	9%	9%
		offline	6%	8%	7%	9%	9%	8%	8%	9%	8%	13%	10%	12%	13%	10%	10%
17		Sport- / Fitnessgeräte	17%	22%	18%	24%	20%	24%	20%	22%	16%	21%	18%	19%	22%	15%	20% (+5)
		online	8%	11%	9%	12%	9%	12%	10%	9%	6%	6%	9%	7%	10%	6%	9%
		offline	6%	8%	7%	7%	8%	8%	7%	9%	7%	7%	7%	8%	9%	6%	7%

Im Fokus: online vs. offline Shopping

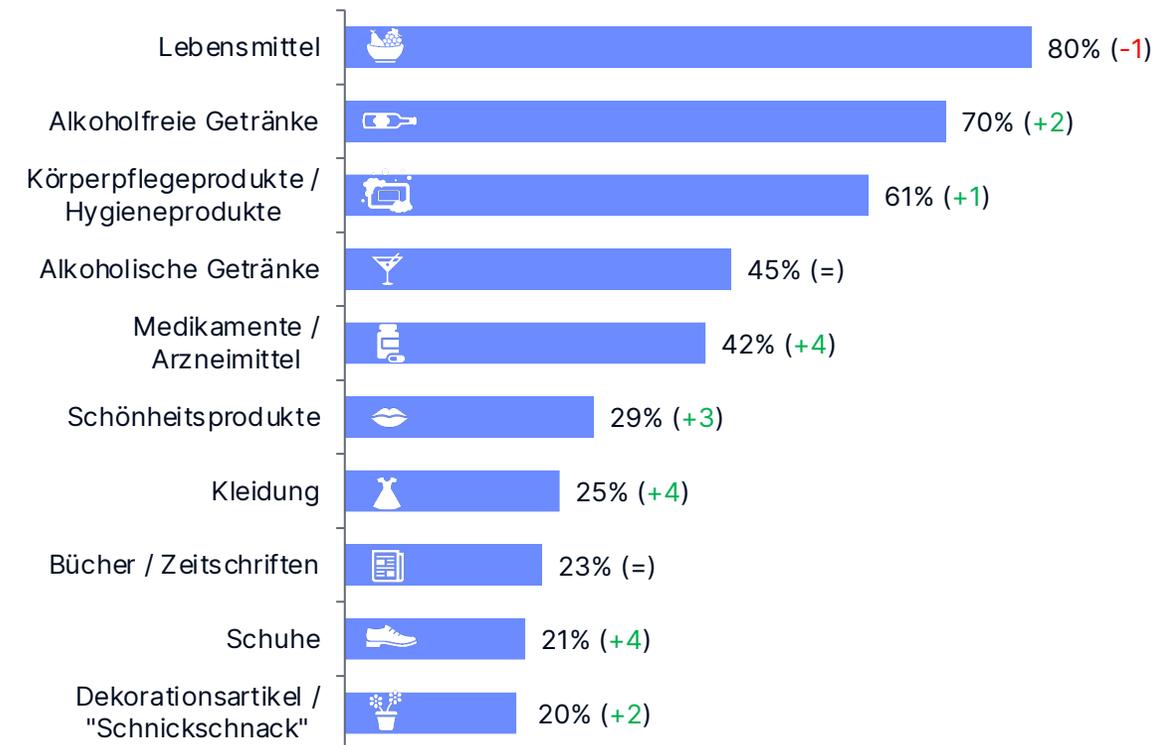
Gesamtstichprobe

Top 10: Habe ich letzte Woche **online** gekauft
(In Klammern = Vergleich zur Woche)

06 Kaufverhalten



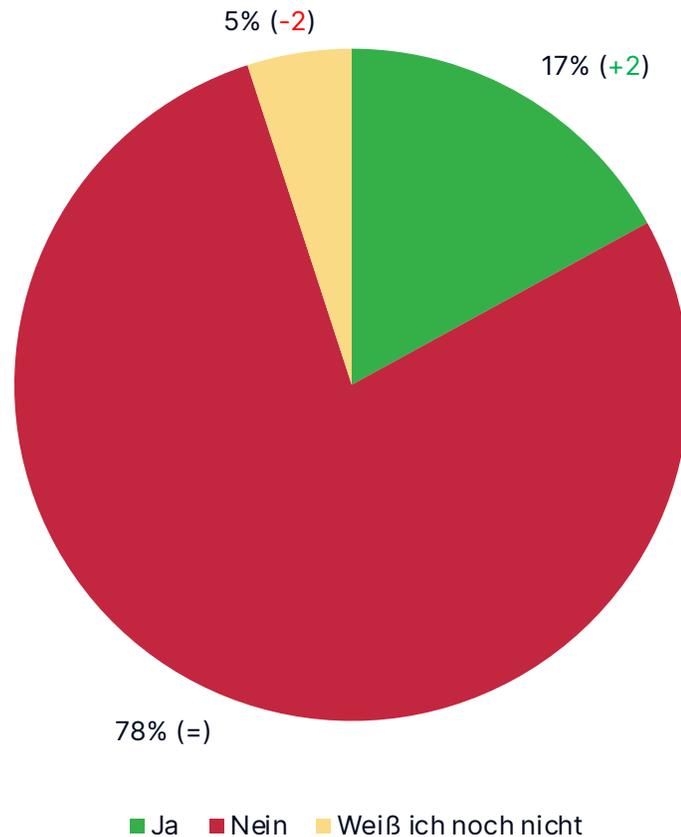
Top 10: Habe ich letzte Woche **offline** gekauft



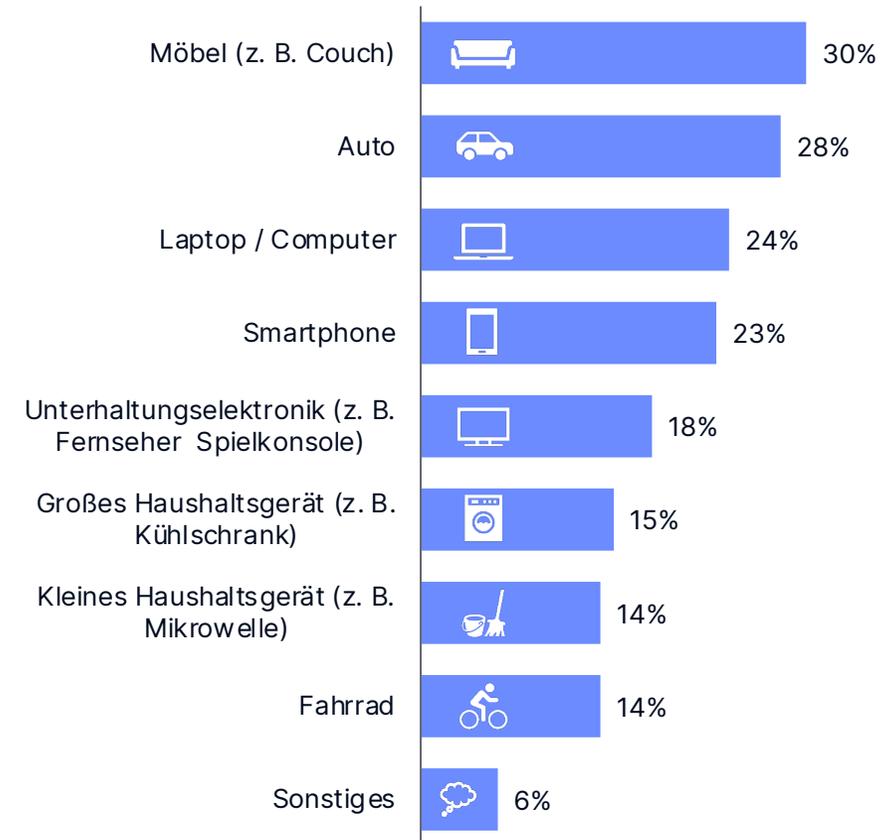
Konsumbarometer

Gesamtstichprobe

Hast du in den nächsten zwei Wochen eine größere Anschaffung geplant?
(In Klammern = Vergleich zur Woche)



Was planst du zu kaufen?



06 Kaufverhalten

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

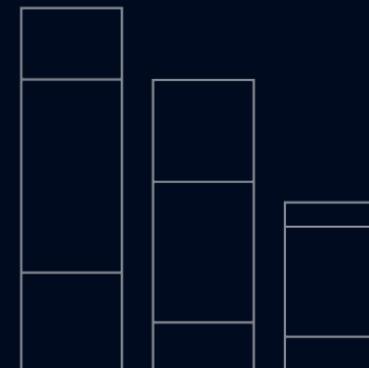
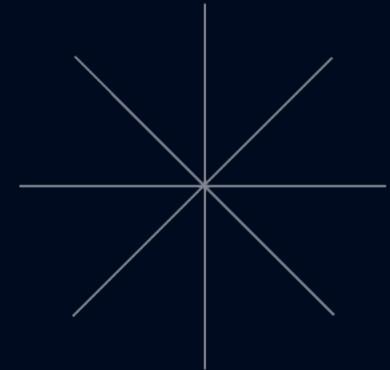
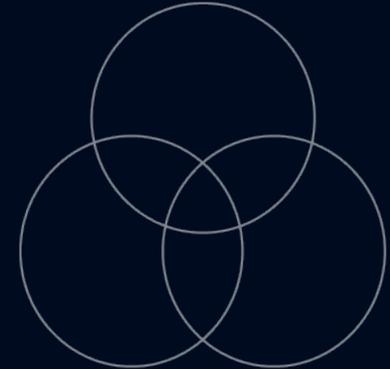
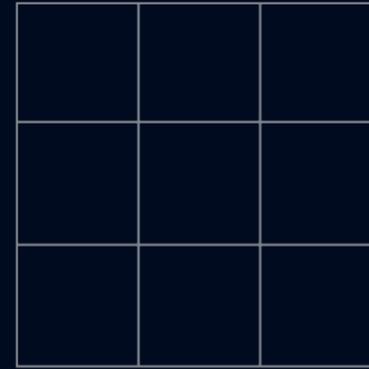


Juliane Ramme

Marketing Manager

Office +49 40 4134 9710

E-mail juliane.ramme@appinio.com



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

Stichprobenzusammensetzungen

Alter & Geschlecht – Alle Wellen

