

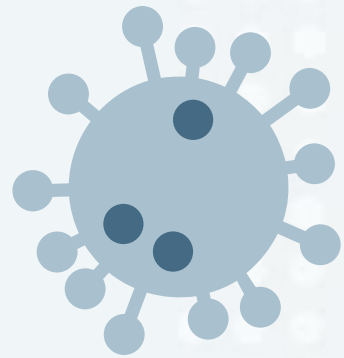
appinio corona report

WELLE 36 · 20.11.2020

🇩🇪 DEUTSCHLAND

Intro zur Studie

Einleitung zum Appinio Corona Report



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

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

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

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

Welle 1 – 18.03.2020	Welle 2 – 24.03.2020	Welle 3 – 01.04.2020	Welle 4 – 08.04.2020
Welle 5 – 15.04.2020	Welle 6 – 23.04.2020	Welle 7 – 29.04.2020	Welle 8 – 06.05.2020
Welle 9 – 13.05.2020	Welle 10 – 21.05.2020	Welle 11 – 27.05.2020	Welle 12 – 04.06.2020
Welle 13 – 10.06.2020	Welle 14 – 17.06.2020	Welle 15 – 24.06.2020	Welle 16 – 01.07.2020
Welle 17 – 07.07.2020	Welle 18 – 16.07.2020	Welle 19 – 22.07.2020	Welle 20 – 29.07.2020
Welle 21 – 05.08.2020	Welle 22 – 12.08.2020	Welle 23 – 19.08.2020	Welle 24 – 26.08.2020
Welle 25 – 02.09.2020	Welle 26 – 08.09.2020	Welle 27 – 16.09.2020	Welle 28 – 23.09.2020
Welle 29 – 01.10.2020	Welle 30 – 07.10.2020	Welle 31 – 15.10.2020	Welle 32 – 21.10.2020
Welle 33 – 29.10.2020	Welle 34 – 6.11.2020	Welle 35 – 13.11.2020	Welle 36 – 20.11.2020

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

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

Agenda

1

Studiendesign & Stichprobe

Seite 04

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

2

Key Insights

Seite 08

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

3

Zusatzfragen

Seite 10

Gibt es rezeptfreie Medikamente, die du regelmäßig in einer Apotheke kaufst? Wo kaufst du rezeptfreie und rezeptpflichtige Medikamente eher ein: in einer online Apotheke oder stationär? Hast du während der Coronakrise zum ersten Mal bei einer online Apotheke eingekauft? Würdest du E-Rezepte nutzen, um sie als digitales Rezept direkt an eine Versandapotheke zu übermitteln?

In den USA gibt es jetzt die online Apotheke „Amazon Pharmacy“. Könntest du dir vorstellen dort rezeptfreie oder rezeptpflichtige Medikamente zu kaufen?

Hast du während der Coronakrise eine neue Versicherung abgeschlossen und wenn ja, welche?

4

Sorgen um Corona

Seite 15

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

5

Vermeidung & Sicherheit

Seite 21

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

6

Kaufverhalten

Seite 26

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



1

Studiendesign & Stichprobe

Zugriff auf das Tracking

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

Schritt 1

Unter business.appinio.com einen kostenfreien Account erstellen

appinio

Registrieren Sie sich

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

Email-Adresse

name@firma.com

Passwort

Passwort

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

Kostenlos registrieren

Schritt 2

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



Corona: Consumer Tracking - DEU W32

Teilnehmer	Fragen	Erstellt am
1000	39	21.10.2020

Zur Studien-Analyse

Schritt 3

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

5. Frage 3500 Teilnehmer (100%)

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

40%

20%

1 - Sorge mich überhaupt nicht 2 - Sorge mich nicht 3 - Sorge mich eher nicht 4 - Sorge mich eher 5 - Sorge mich 6 - Sorge mich sehr

26. Question 142 Participants (6%)

Was genau hast Du spontan wegen Corona gekauft?



Tracking: Forschungsdesign

Methode, Stichprobe & Inhalt



Methode

- Mobiler Fragebogen, ausgespielt über die Appinio-App

Die Messungs-Wellen erfolgten am:

- | | |
|----------------------------|---------------------------------------|
| • Welle 1 – 18. März 2020 | • Welle 21 – 05. August 2020 |
| • Welle 2 – 24. März 2020 | • Welle 22 – 12. August 2020 |
| • Welle 3 – 01. April 2020 | • Welle 23 – 19. August 2020 |
| • Welle 4 – 08. April 2020 | • Welle 24 – 26. August 2020 |
| • Welle 5 – 15. April 2020 | • Welle 25 – 02. September 2020 |
| • Welle 6 – 23. April 2020 | • Welle 26 – 08. September 2020 |
| • Welle 7 – 29. April 2020 | • Welle 27 – 16. September 2020 |
| • Welle 8 – 06. Mai 2020 | • Welle 28 – 23. September 2020 |
| • Welle 9 – 13. Mai 2020 | • Welle 29 – 01. Oktober 2020 |
| • Welle 10 – 21. Mai 2020 | • Welle 30 – 07. Oktober 2020 |
| • Welle 11 – 27. Mai 2020 | • Welle 31 – 15. Oktober 2020 |
| • Welle 12 – 04. Juni 2020 | • Welle 32 – 21. Oktober 2020 |
| • Welle 13 – 10. Juni 2020 | • Welle 33 – 29. Oktober 2020 |
| • Welle 14 – 17. Juni 2020 | • Welle 34 – 11. November 2020 |
| • Welle 15 – 24. Juni 2020 | • Welle 35 – 13. November 2020 |
| • Welle 16 – 01. Juli 2020 | • Welle 36 – 20. November 2020 |
| • Welle 17 – 07. Juli 2020 | |
| • Welle 18 – 16. Juli 2020 | |
| • Welle 19 – 22. Juli 2020 | |
| • Welle 20 – 29. Juli 2020 | |



Stichprobe

- | | | |
|---------------|---|--|
| • Land | – | Deutschland |
| • Alter | – | 16-65 Jahre |
| • nat. rep. | – | quotiert nach Alter & Geschlecht basierend auf Zensus 2011 |
| • 1. Welle | – | N = 2.500 Personen |
| • Welle 2-19 | – | N = 1.000 Personen |
| • 20. Welle | – | N = 2.000 Personen |
| • Welle 21-36 | – | N = 1.000 Personen |



Inhalt

Zusatzfragen

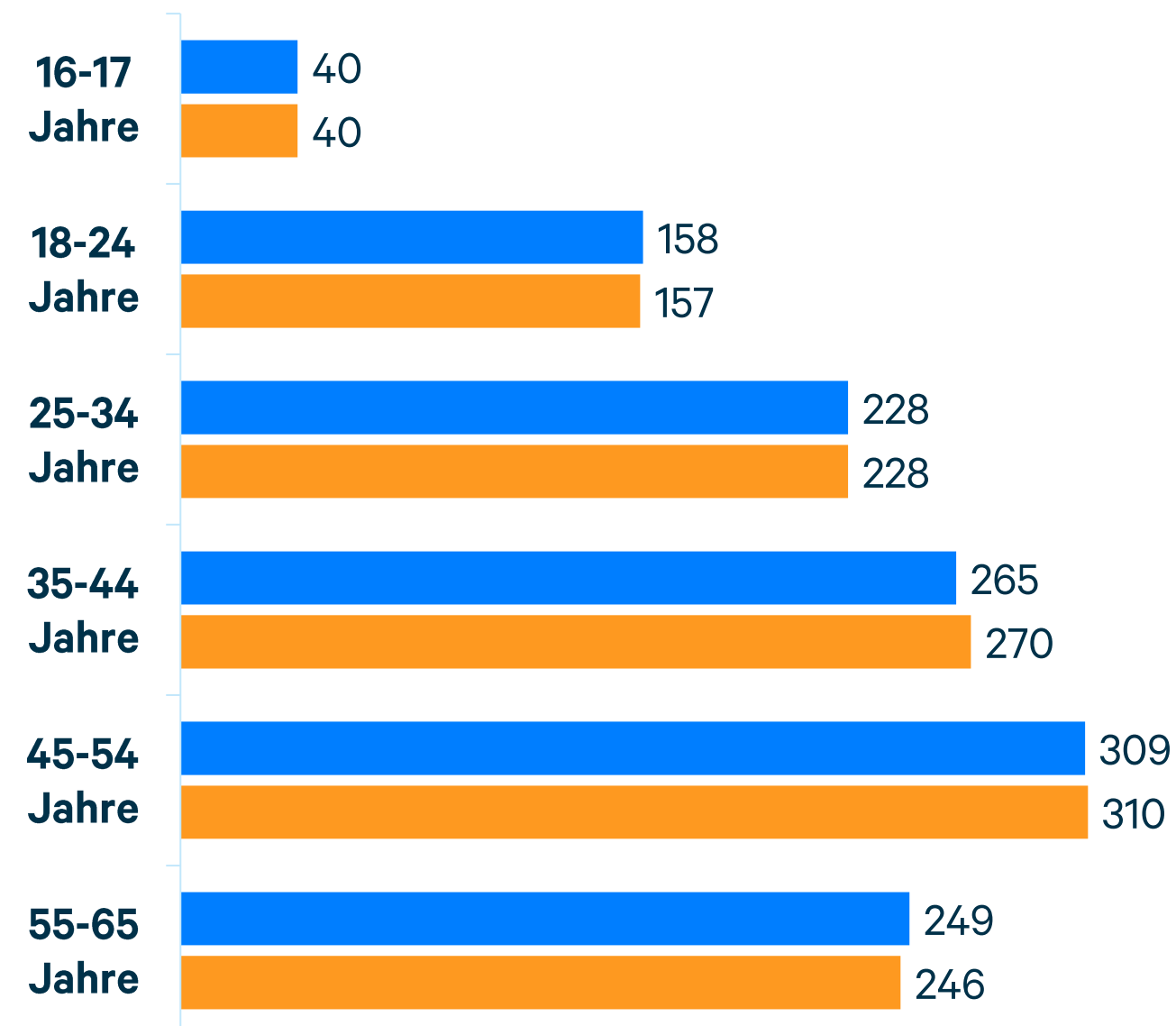
- Hast du während der Coronakrise eine neue Versicherung abgeschlossen und wenn ja, welche? Gibt es rezeptfreie Medikamente, die du regelmäßig in einer Apotheke kaufst? Wo kaufst du rezeptfreie und rezeptpflichtige Medikamente eher ein: in einer online Apotheke oder stationär? Hast du während der Coronakrise zum ersten Mal bei einer online Apotheke eingekauft? Würdest du E-Rezepte nutzen, um sie als digitales Rezept direkt an eine Versandapotheke zu übermitteln?
- In den USA gibt es jetzt die online Apotheke „Amazon Pharmacy“. Könntest du dir vorstellen dort rezeptfreie oder rezeptpflichtige Medikamente zu kaufen?
- Maßnahmen zur Eindämmung des Risikos
- Änderungen im Konsum
- Markentreue

• Daten können immer unter business.appinio.com in real-time eingesehen werden

Stichprobenszusammensetzungen

Alter & Geschlecht – Alle Wellen

Nullpunktmessung
(N=2.500)

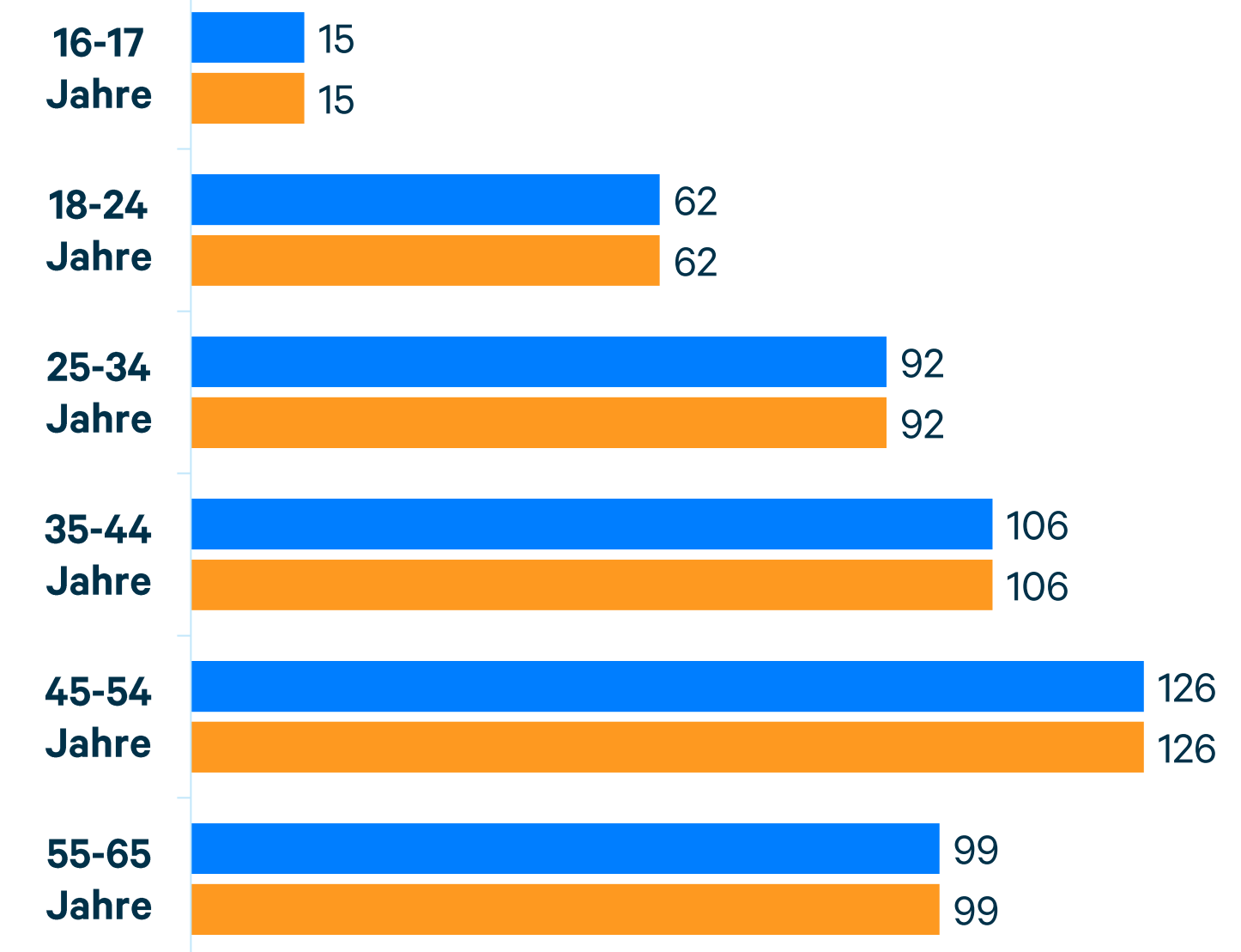


(N=1.251)

(N=1.249)

Ø Alter
40,7 Jahre

Welle 2-36
(N=1.000)



(N=500)

(N=500)

Ø Alter
40,8 Jahre



2

Key Insights

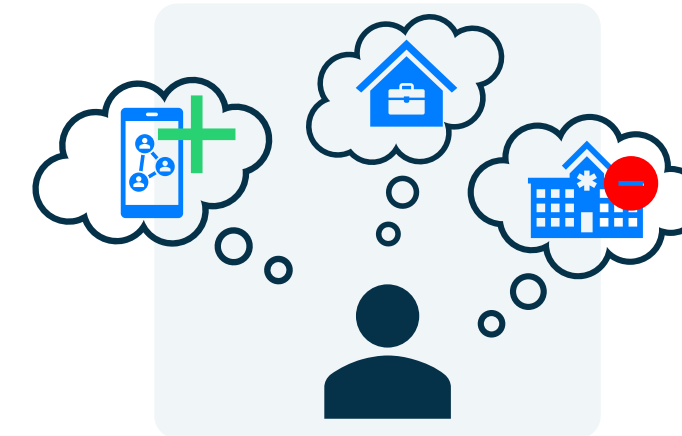
Key Insights – Tracking & Zusatzfragen

Die größten Veränderungen & Neuerungen



Deutsche nutzen **online Apotheken** zurzeit vor allem für den Kauf von rezeptfreien Medikamenten, aber mehr als zwei Drittel wären bereit, ab 2022 **E-Rezepte** zum Kauf von rezeptpflichtigen Medikamenten zu nutzen. Außerdem denkt jeder Zehnte seit Corona darüber nach, eine neue **Versicherung** abzuschließen.

- **69 Prozent** der Befragten kaufen **rezeptfreie** Medikamente mindestens ab und zu auch in **online Apotheken**, bei **rezeptpflichtigen** Medikamenten sind es hingegen nur **42 Prozent**.
- Unter den Befragten, die bereits eine **online Apotheke genutzt** haben, haben dies **17 Prozent** während der Coronakrise zum ersten Mal ausprobiert. Vor allem unter den Jüngeren haben einige erst durch die Pandemie bei einer online Apotheke eingekauft.
- **Amazon Pharmacy** kommt gut an: **62 Prozent** sagen sie würden eher bis sehr wahrscheinlich **rezeptfreie Medikamente** bei Amazon kaufen, während knapp jeder Zweite (**49 Prozent**) sich dies auch bei **rezeptpflichtigen Medikamenten** vorstellen kann.
- Aktuell können sich außerdem **67 Prozent** vorstellen, **E-Rezepte** zu nutzen, also digitale Rezepte fürs Smartphone, die man direkt an Versandapotheken übermitteln kann. Diese sollen ab 2022 in Deutschland verfügbar sein.
- Jeder Zehnte (**10 Prozent**) denkt in Zeiten der Pandemie darüber nach, eine noch nicht vorhandene **Versicherung abzuschließen**. **Sieben Prozent** haben bereits eine **neue Versicherung**, z.B. eine zusätzliche Krankenversicherung, **abgeschlossen**.



Die Sorge um die **eigene Gesundheit** ist seit Juli stetig gestiegen. Auch die Angst vor einer **schlechten Versorgung** im Krankheitsfall ist jetzt wieder so hoch wie im März. Seit Anfang Oktober bleiben jede Woche mehr Menschen **vermehrt zuhause**, was den neuen Rekord im **Online Shopping** erklärt.

- Nach einem **Tiefpunkt im Juli** (18. Welle) ist die **Sorge um die eigene Gesundheit** in Bezug auf das Coronavirus weitestgehend stetig gestiegen. Während Mitte Juli **28 Prozent** (sehr) besorgt waren, sind es aktuell **37 Prozent** (**plus 9 Prozentpunkte**).
- **34 Prozent** nennen diese Woche eine **schlechte Versorgung im Falle einer Krankheit**, unabhängig vom Coronavirus, als eine ihrer größten Sorgen – so viele waren es zuletzt zu Beginn des ersten Lockdowns im **März** (**plus 6 Prozentpunkte**).
- Seit Ende Oktober bleiben **drei Viertel der Bevölkerung** (**75 Prozent**) in der Freizeit **mehr zuhause**. Vergleichbar hoch war diese Zahl zuletzt Ende Mai (**76 Prozent**).
- Diese Woche sagen **so viele Deutsche wie noch nie** seit dem Beginn der Messungen im März, dass sie **mehr online shoppen als vor der Coronakrise** (**52 Prozent**). Außerdem verbringen insgesamt **49 Prozent** mehr Zeit online und **42 Prozent** nutzen öfter online Video Streaming-Dienste.
- Ausnahmslos alle **öffentlichen Verkehrsmittel** werden diese Woche **als viel unsicherer eingeschätzt** als noch in der letzten Woche.



3

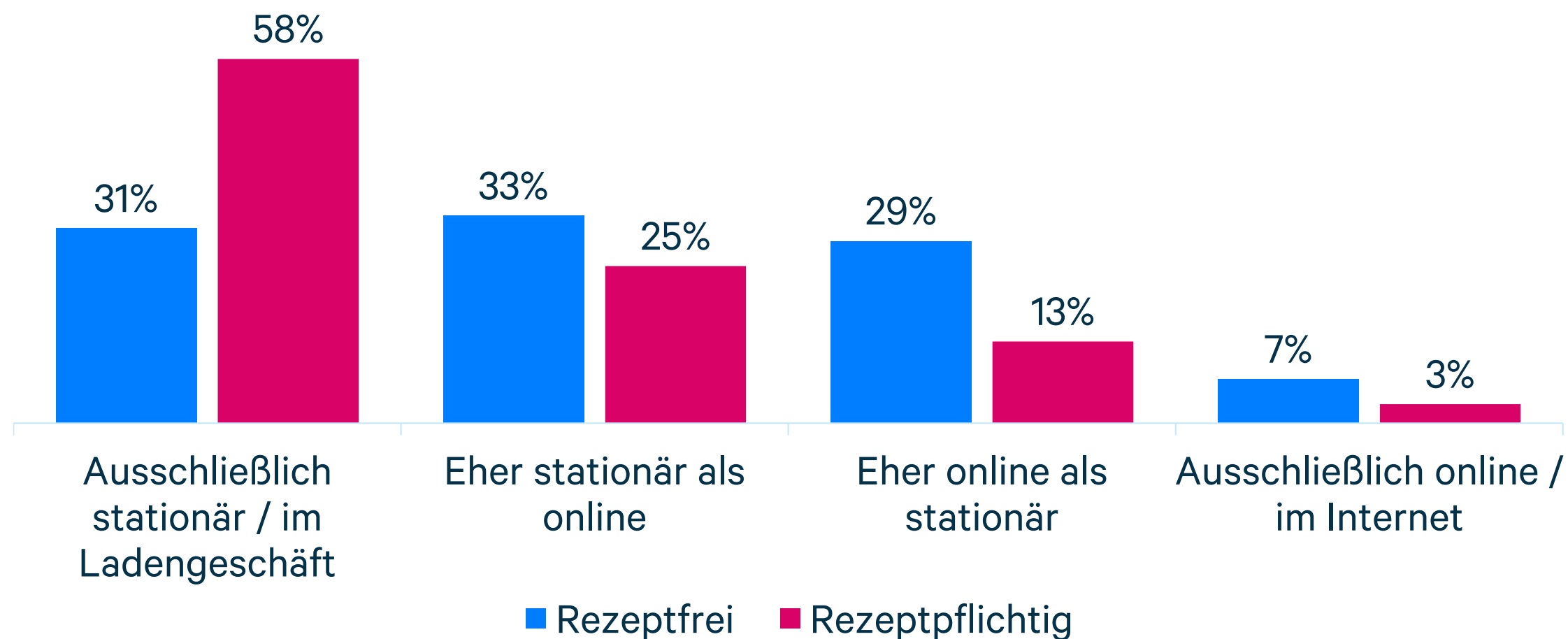
Zusatzfragen: Online vs. stationäre Apotheken, Bereitschaft für Nutzung von E-Rezepten & Amazon Pharmacy, Versicherungen während der Coronakrise

Online vs. Stationäre Apotheken

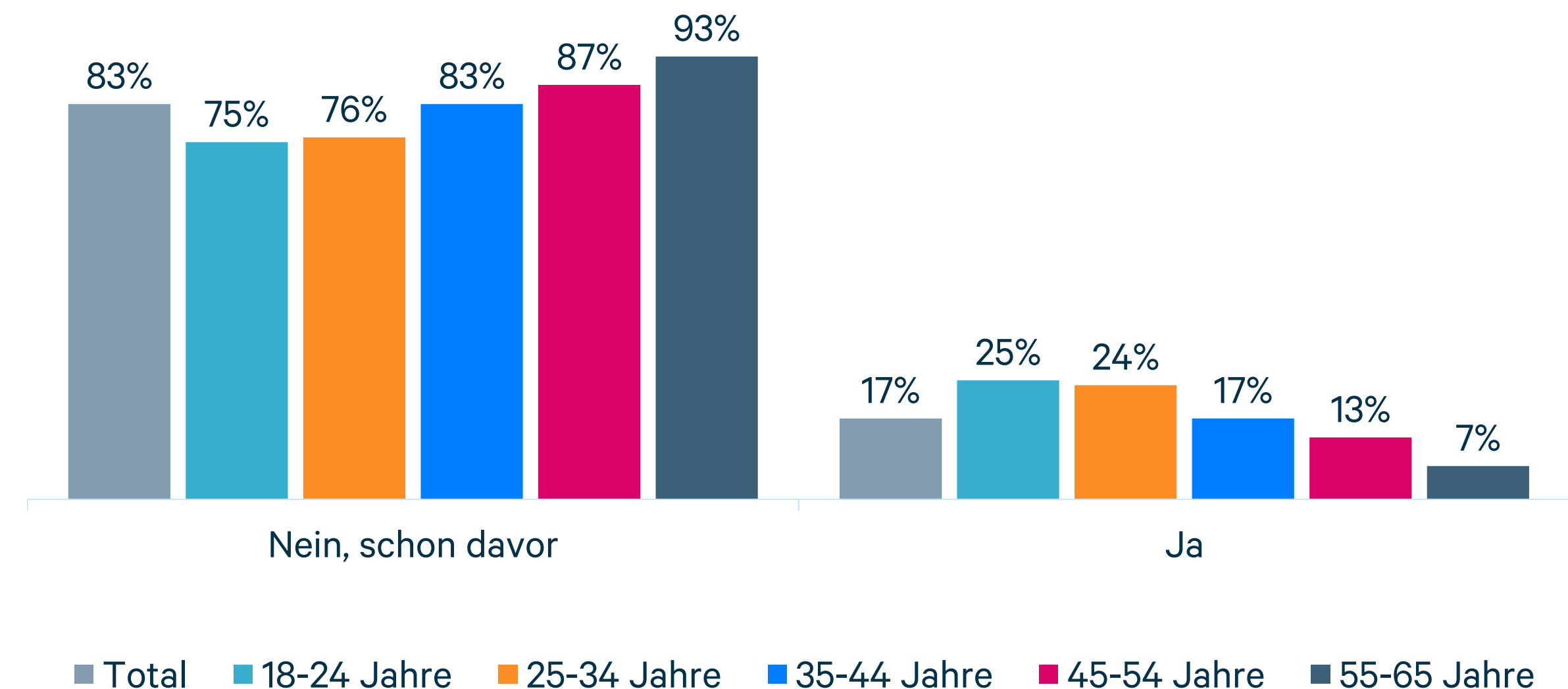
Kunden von (online) Apotheken

Kaufst du eher bei online Apotheken oder bei stationären Apotheken?

Rezeptfreie vs. rezeptpflichtige Produkte



Hast du während der Coronakrise zum ersten Mal bei einer online Apotheke eingekauft?



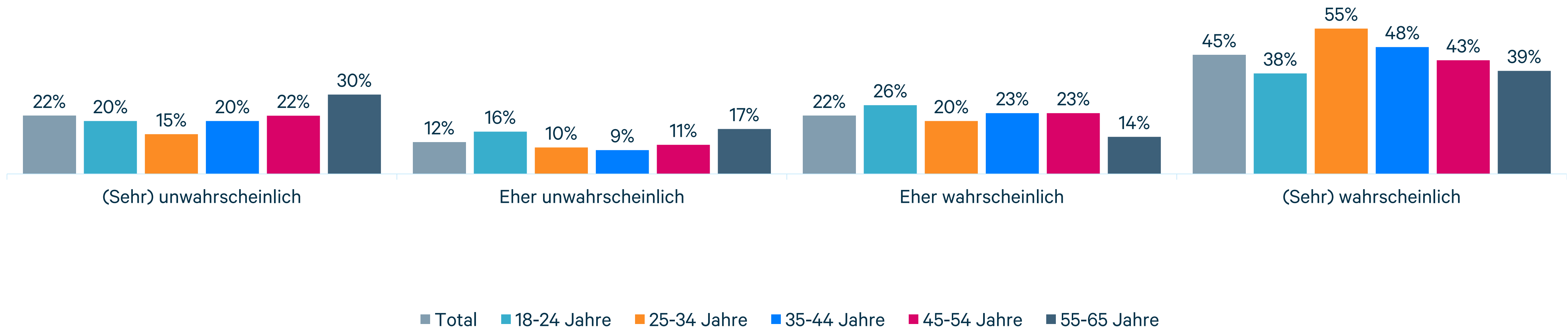
- Insgesamt nutzen Deutsche sehr viel eher eine online Apotheke, wenn es um rezeptfreie statt um rezeptpflichtige Produkte geht. 58 Prozent kaufen rezeptpflichtige Medikamente ausschließlich stationär. Dabei schließen Frauen (62 Prozent) die Nutzung von online Apotheken beim Kauf von rezeptpflichtigen Produkten eher aus als Männer (54 Prozent).
- 29 Prozent derjenigen, die zumindest ab und zu rezeptfreie Produkte in der Apotheke kaufen, tun dies eher online als stationär.
- Unter den Befragten, die bereits eine online Apotheke genutzt haben, haben 17 Prozent dies während der Coronakrise zum ersten Mal ausprobiert. Vor allem unter den Jüngeren haben viele erst durch die Pandemie bei einer online Apotheke eingekauft.

„Gibt es rezeptfreie Medikamente oder Produkte, die du regelmäßig in einer Apotheke kaufst?“ (Basis: N=1.000) // „Kaufst du diese Produkte bzw. rezeptfreien Medikamente häufiger in online Apotheken oder stationären Apotheken ein?“ (Basis: Kauft mind. ab und zu rezeptfreie Produkte in der Apotheke, N=838) // „Wie sieht es bei rezeptpflichtigen Medikamenten aus? Kaufst du diese eher häufiger in online Apotheken oder stationären Apotheken ein?“ // „Hast du während der Coronakrise zum ersten Mal bei einer online Apotheke eingekauft?“ (Basis: Kauft nicht ausschließlich im stationären Handel, N=657)

Nutzung von E-Rezepten ab 2022

Gesamtstichprobe

Würdest du E-Rezepte (digitale Rezepte, die direkt an Versandapotheken übermittelt werden können) nutzen, um Medikamente online zu bestellen?

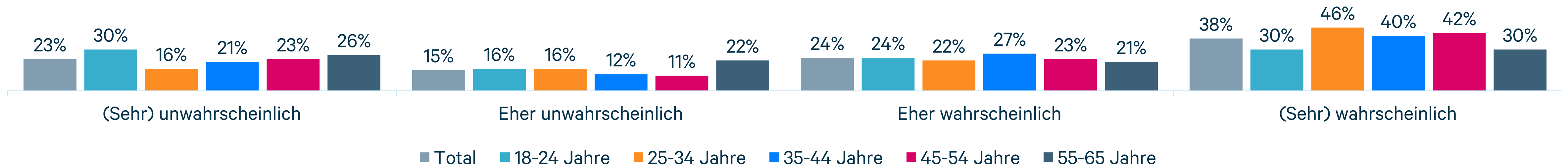


- Ab 2022 soll es in Deutschland sogenannte E-Rezepte geben, also digitale Rezepte fürs Smartphone, die man direkt an Versandapotheken übermitteln kann. Aktuell können sich 67 Prozent der Deutschen vorstellen, diese zu nutzen.
- Am ehesten können sich 25-34-Jährige vorstellen E-Rezepte zu nutzen: 75 Prozent von ihnen würden sie eher bis sehr wahrscheinlich nutzen, während es unter den 55-65-Jährigen vergleichsweise nur 53 Prozent sind.

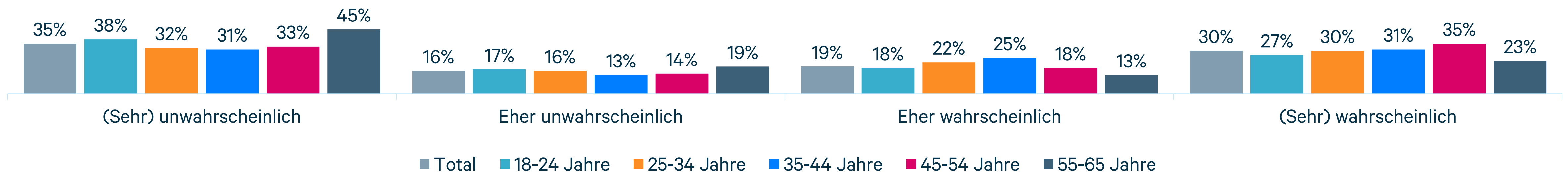
Amazon Pharmacy – auch in Deutschland?

Gesamtstichprobe & Alterssplit

Könntest du dir vorstellen, bei Amazon **rezeptfreie** Medikamente zu kaufen?



Könntest du dir vorstellen, bei Amazon **rezeptpflichtige** Medikamente zu kaufen?

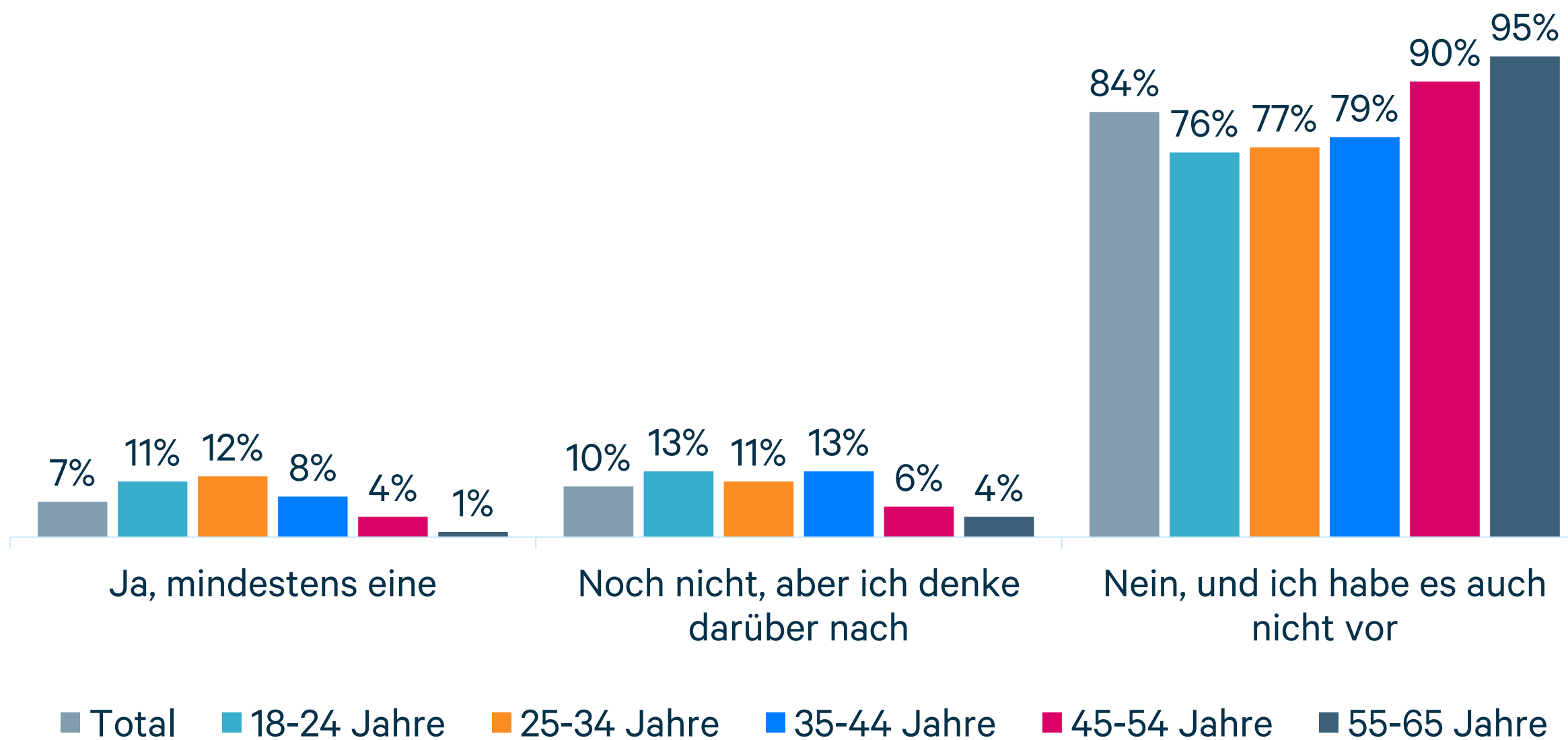


- Deutlich mehr Befragte könnten sich vorstellen, rezeptfreie als rezeptpflichtige Medikamente bei Amazon zu kaufen: 62 Prozent sagen, sie würden eher bis sehr wahrscheinlich rezeptfreie Medikamente bei Amazon kaufen, während nur knapp jeder Zweite (49 Prozent) sich das auch bei rezeptpflichtigen Medikamenten vorstellen kann.
- Vor allem 55-65-Jährige können sich nicht vorstellen Medikamente bei Amazon zu kaufen: 51 Prozent von ihnen würden rezeptfreie Medikamente und 36 Prozent würden auch rezeptpflichtige Medikamente bei Amazon kaufen. Die größte Bereitschaft für den Kauf von rezeptpflichtigen Medikamenten auf Amazon haben 35-44-Jährige (57 Prozent).

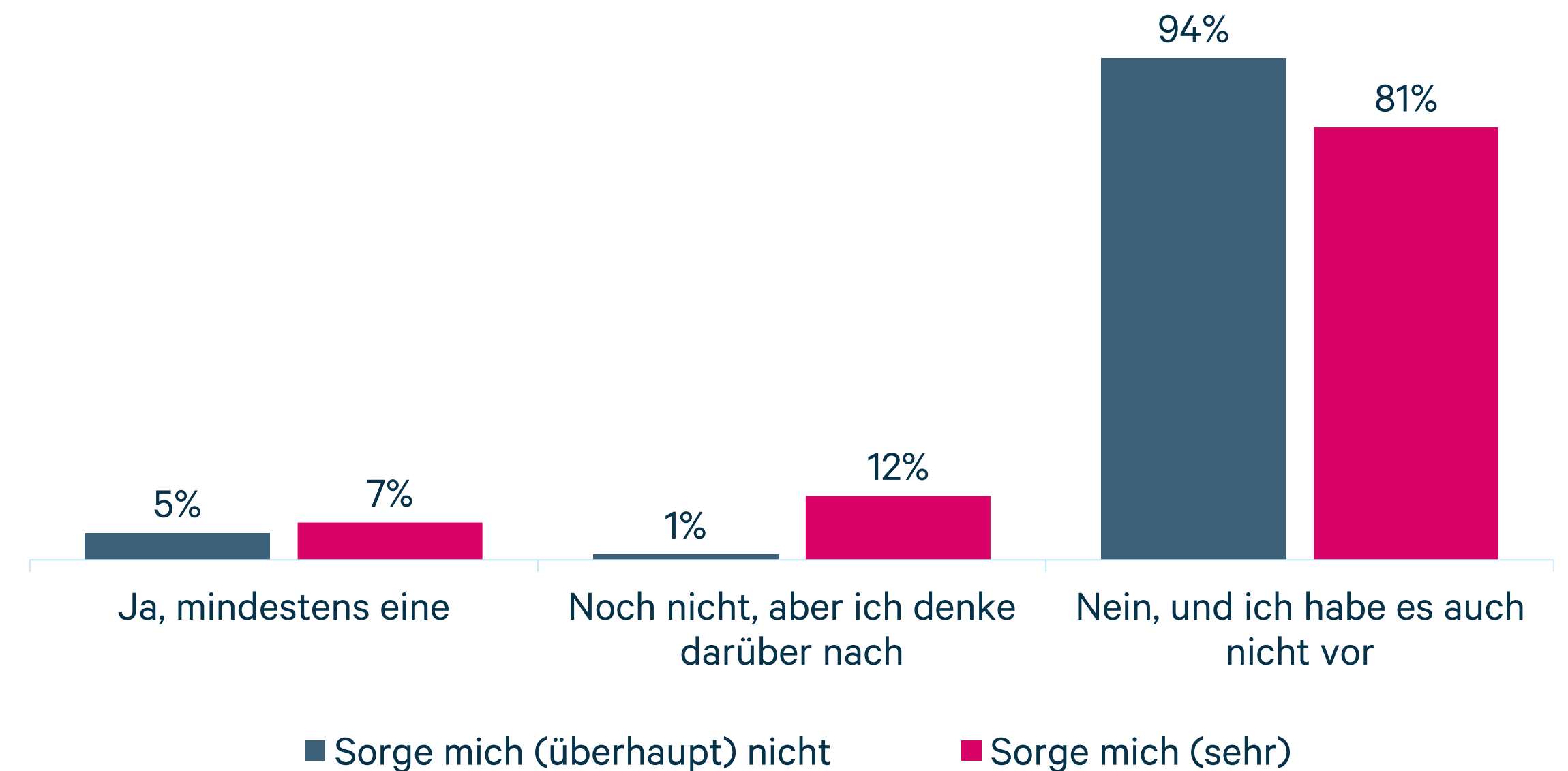
Neue Versicherungen während der Coronakrise

Gesamtstichprobe

Hast du während der Coronakrise eine Versicherung abgeschlossen, die du vorher noch nicht hattest?



12 % derjenigen, die sich wegen der Coronakrise (sehr) sorgen, denken darüber nach, eine neue Versicherung abzuschließen



- 7 Prozent der Deutschen haben während der Coronakrise eine neue Versicherung abgeschlossen und weitere 10 Prozent denken darüber nach, es zu tun.
- Jüngere Befragte haben eher eine neue Versicherung abgeschlossen als ältere: 12 Prozent der 25-34-Jährigen und nur ein Prozent der 55-65-Jährigen haben mindestens eine neue Versicherung abgeschlossen.
- Am ehesten wurden zusätzliche Haftpflichtversicherungen (34 Prozent) oder Krankenversicherungen (24 Prozent) abgeschlossen.



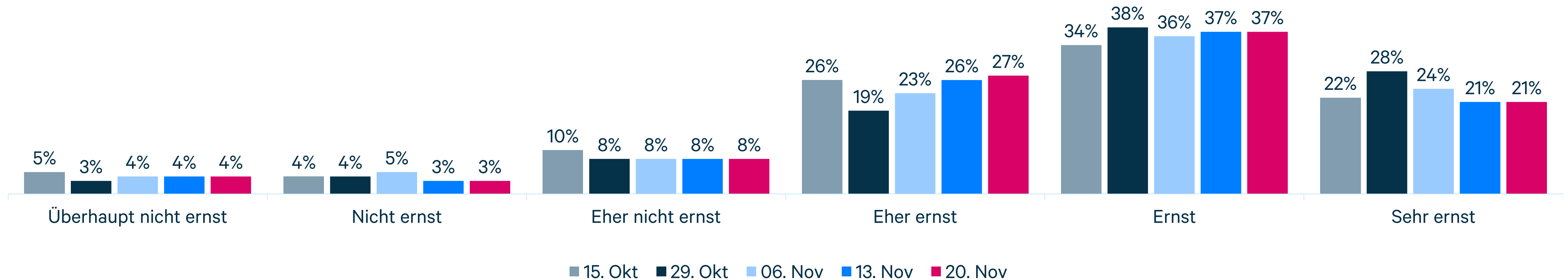
4

Sorgen um Corona

Einschätzung der aktuellen Lage der Corona-Pandemie

Gesamtstichprobe

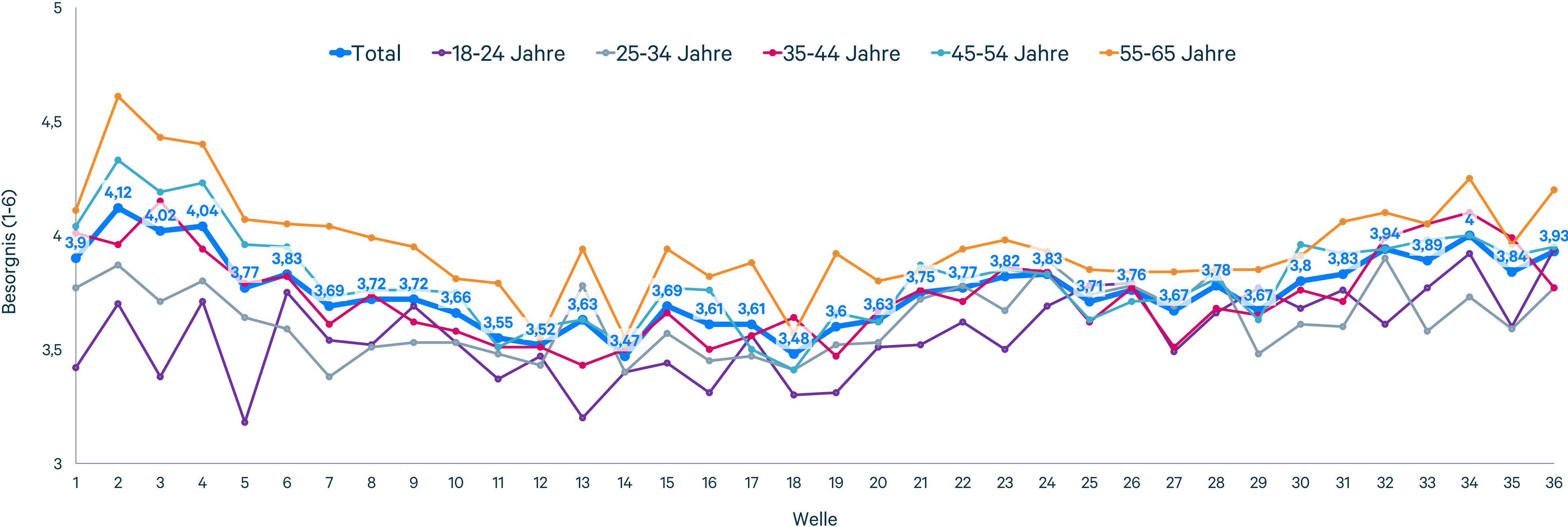
Wie schätzt du die aktuelle Lage der Coronavirus Pandemie in Deutschland ein?



- Die Wahrnehmung der Pandemie hat sich, in Bezug auf den Ernst der Lage, seit letzter Woche kaum verändert. Nach wie vor schätzen 58 Prozent der Deutschen die Lage als (sehr) ernst ein.
- Unter den 18 bis 24 Jährigen hat sich die Situation allerdings verändert: 54 Prozent finden die Lage nun (sehr) ernst, während es in der letzten Woche noch 48 Prozent waren.
- Frauen schätzen die Ernsthaftigkeit der aktuellen Lage der Pandemie als etwas größer ein als Männer: 61 Prozent der Frauen und 56 Prozent der Männer finden die Lage (sehr) ernst.

Wie besorgt sind die Deutschen um ihre Gesundheit?

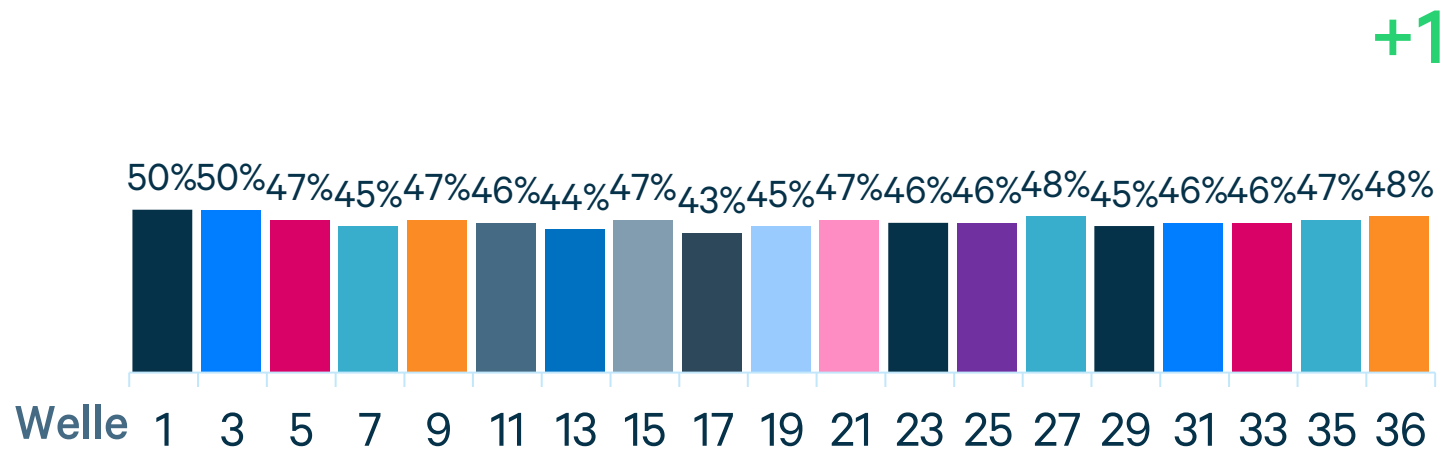
Gesamtstichprobe & Alterssplit – 6-stufige Skala



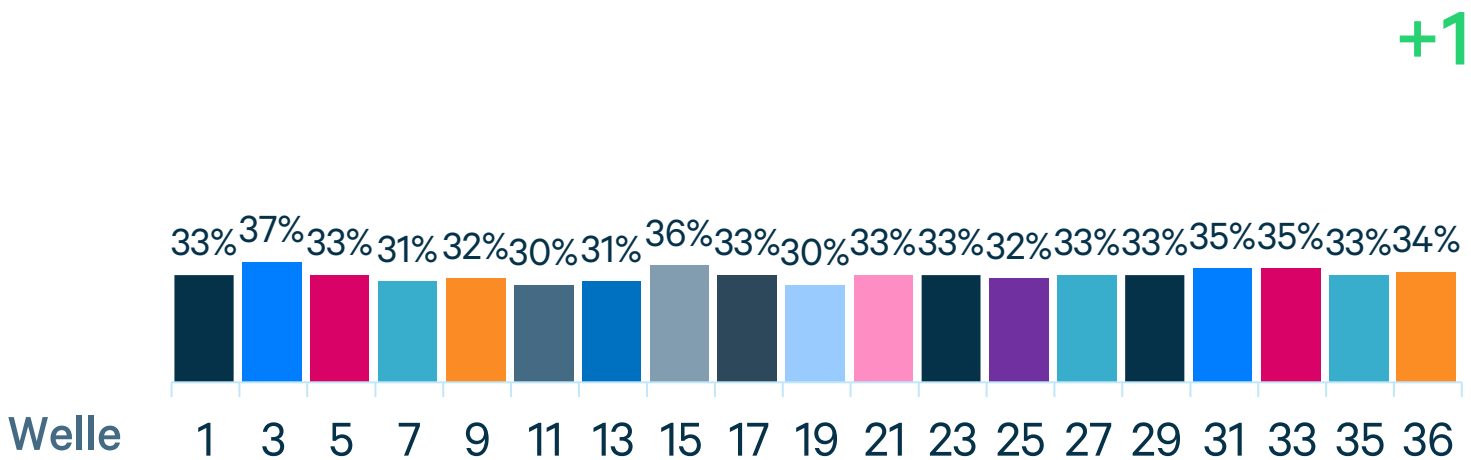
Was sind die größten Sorgen um Corona? (1/3)

Gesamtstichprobe – Sortiert nach Häufigkeit

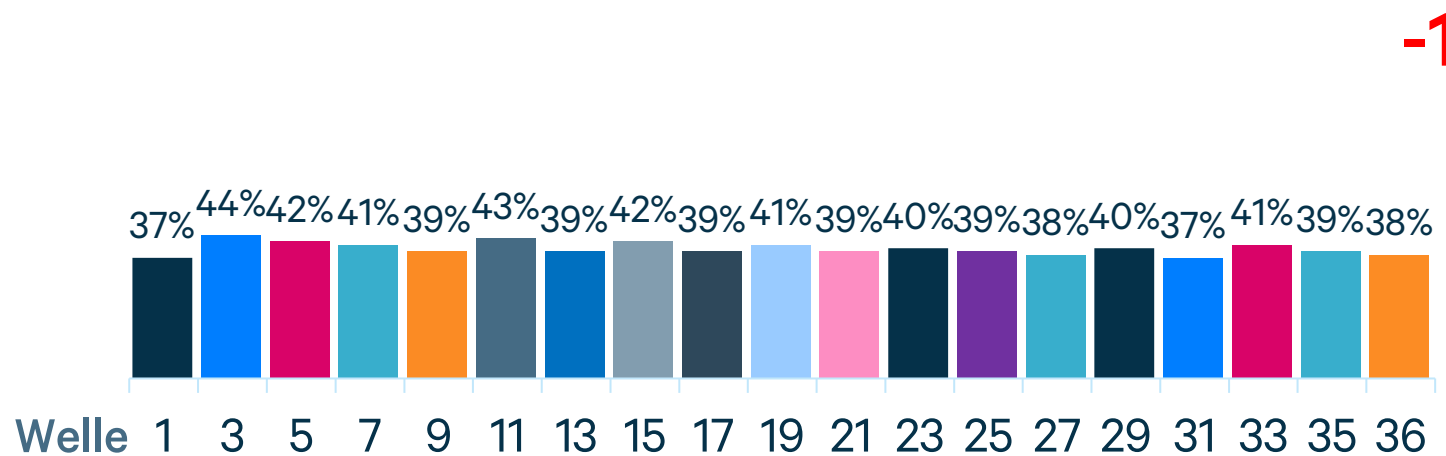
Ansteckungsgefahr
(Familie, Freunde und Bekannte)



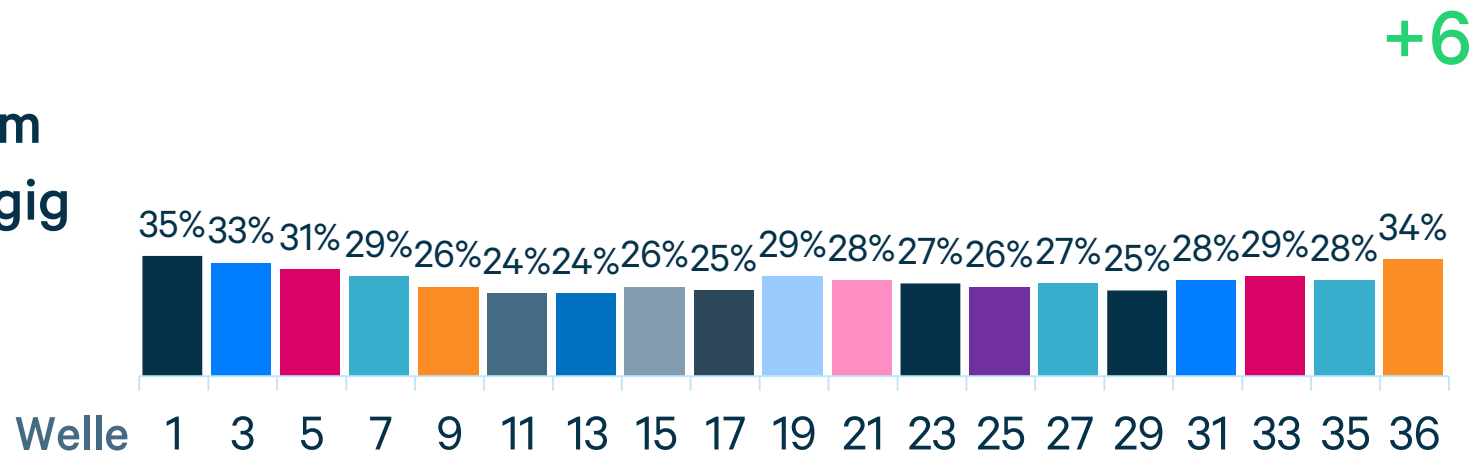
Ansteckungsgefahr
(selber)



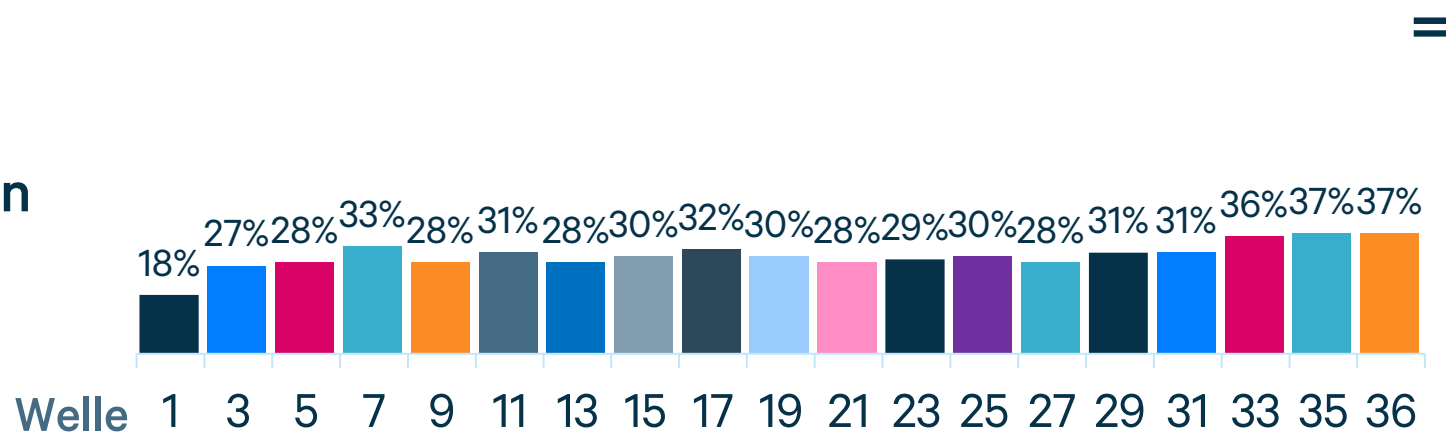
Langfristige
wirtschaftliche
Auswirkungen
(z.B. Insolvenz von Unternehmen)



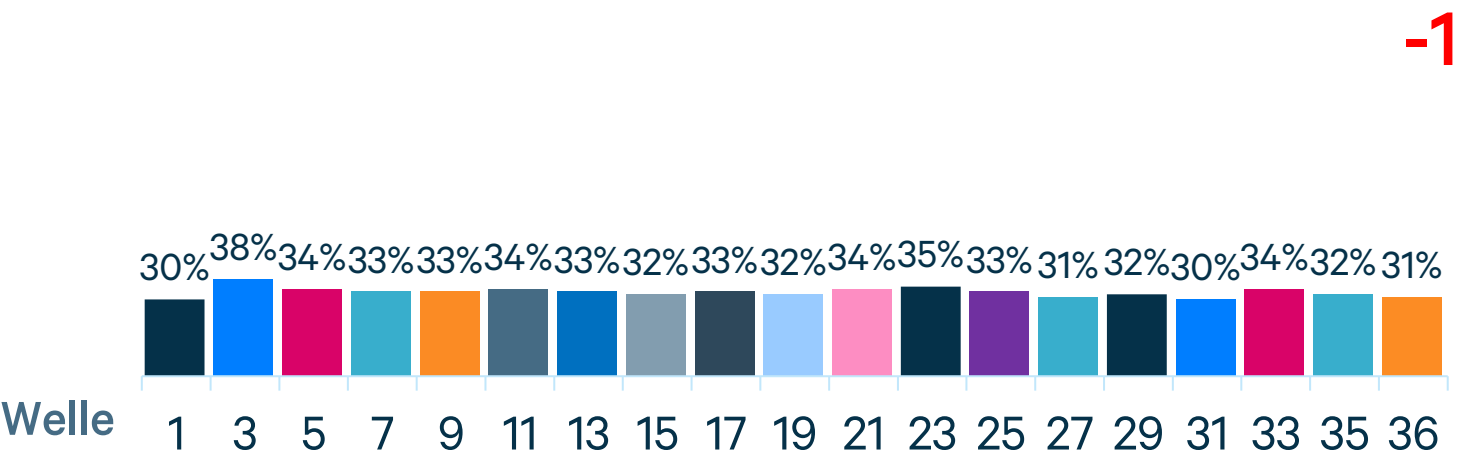
Schlechte Versorgung im
Krankheitsfall unabhängig
von Corona (z.B. bei Herzinfarkt)



Langfristiges Aussterben
von Gastro & Kultur



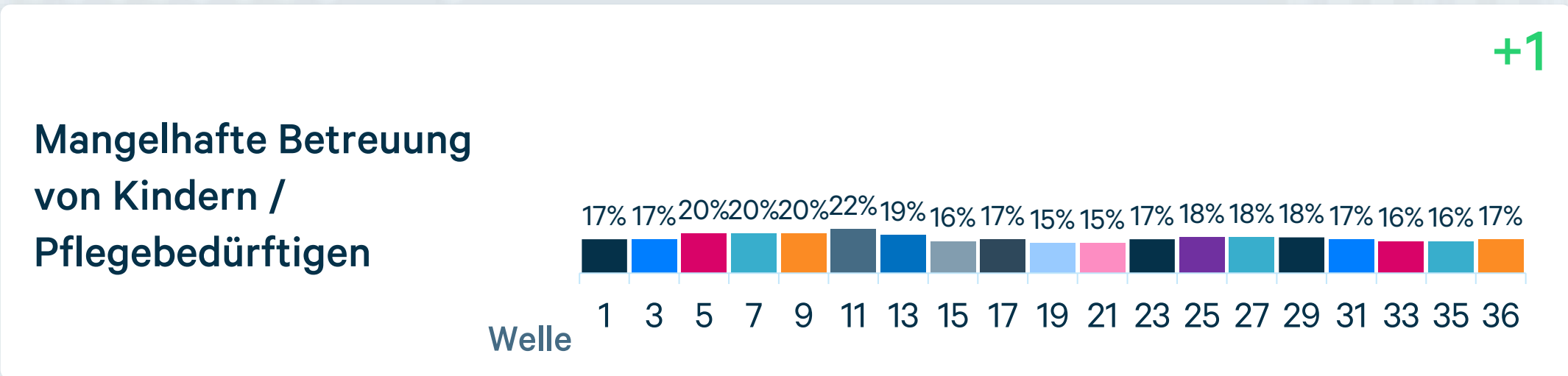
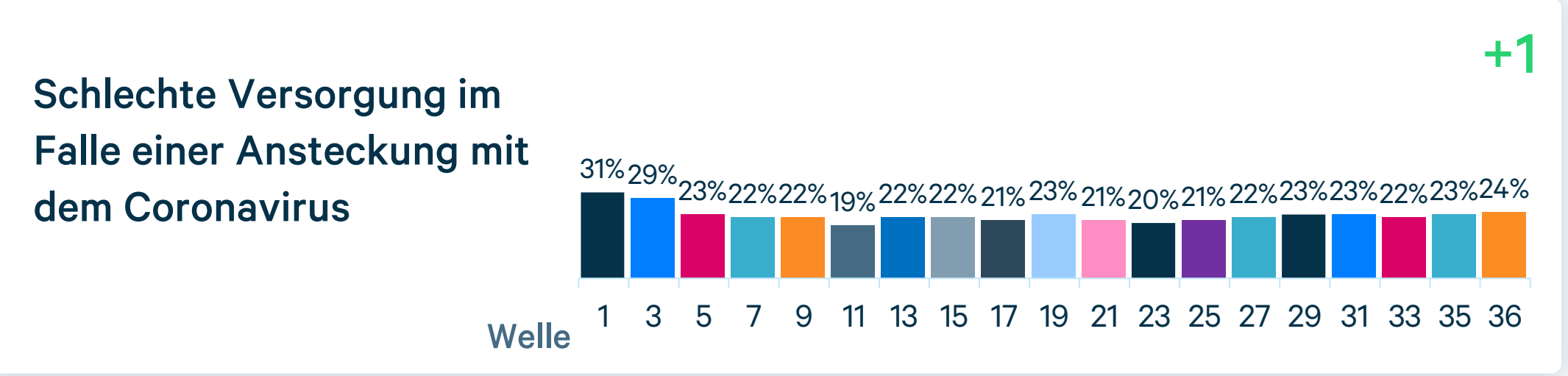
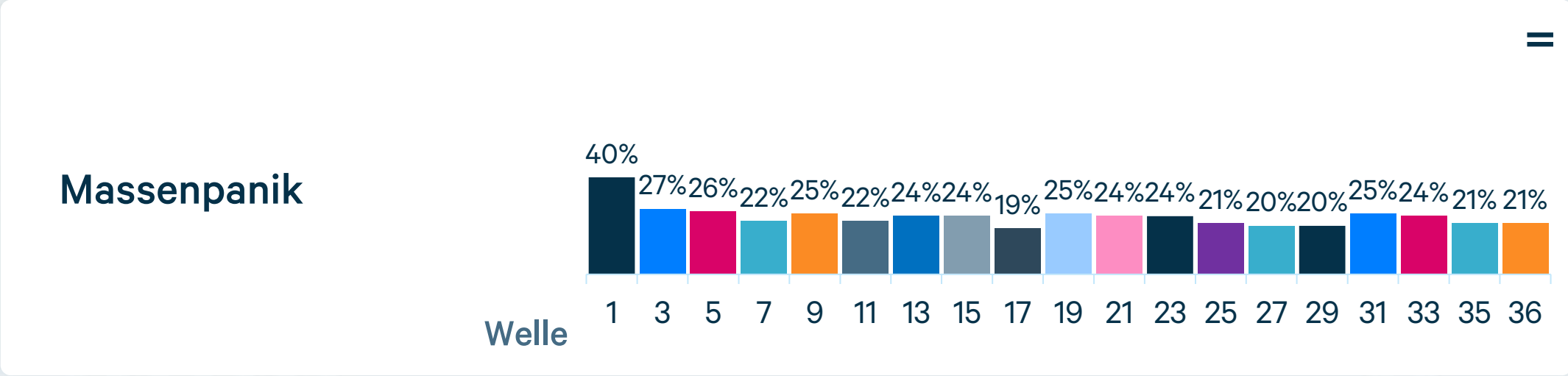
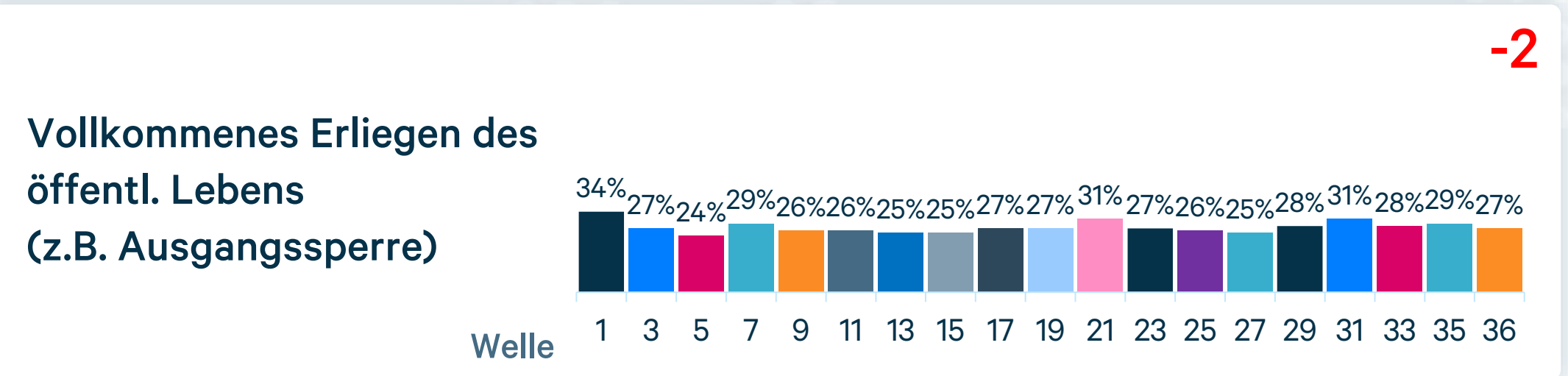
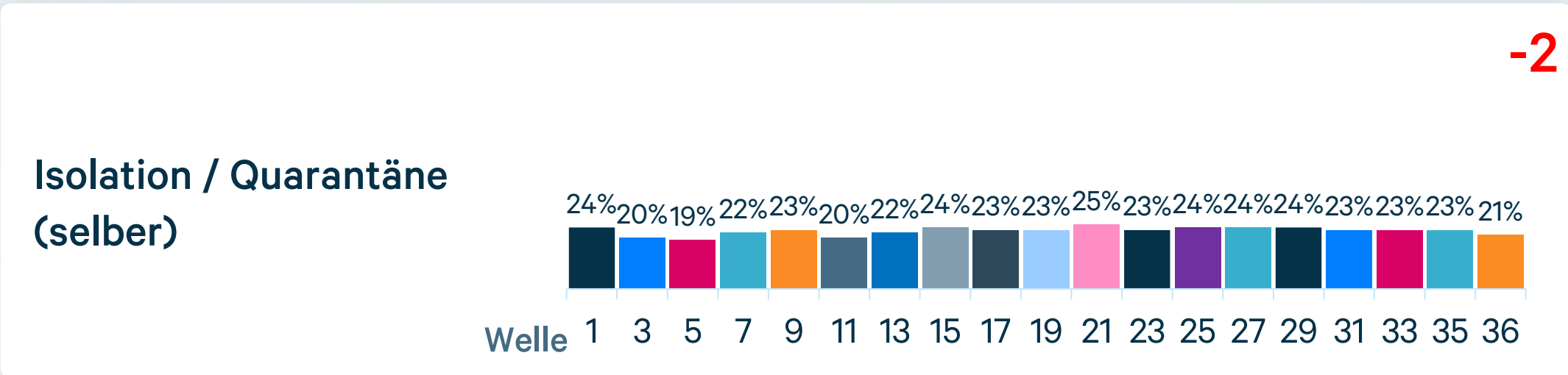
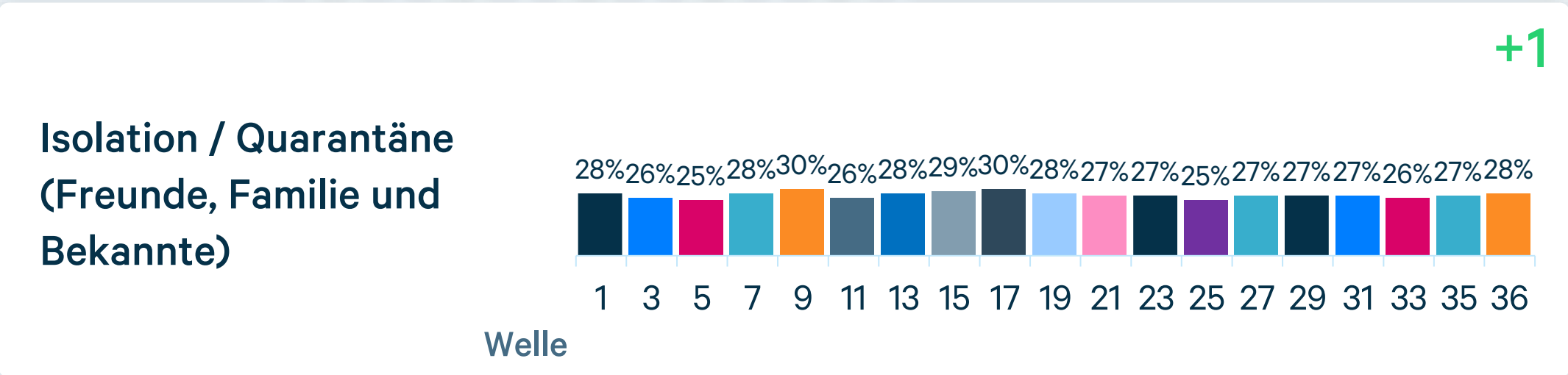
Persönliche finanzielle
Auswirkungen (z.B. Kurzarbeit)



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

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

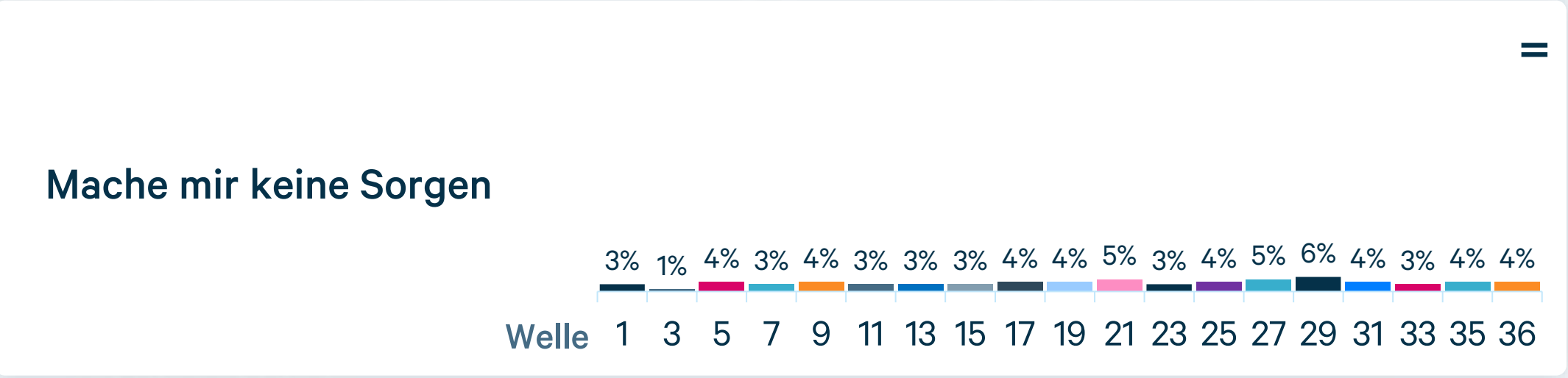
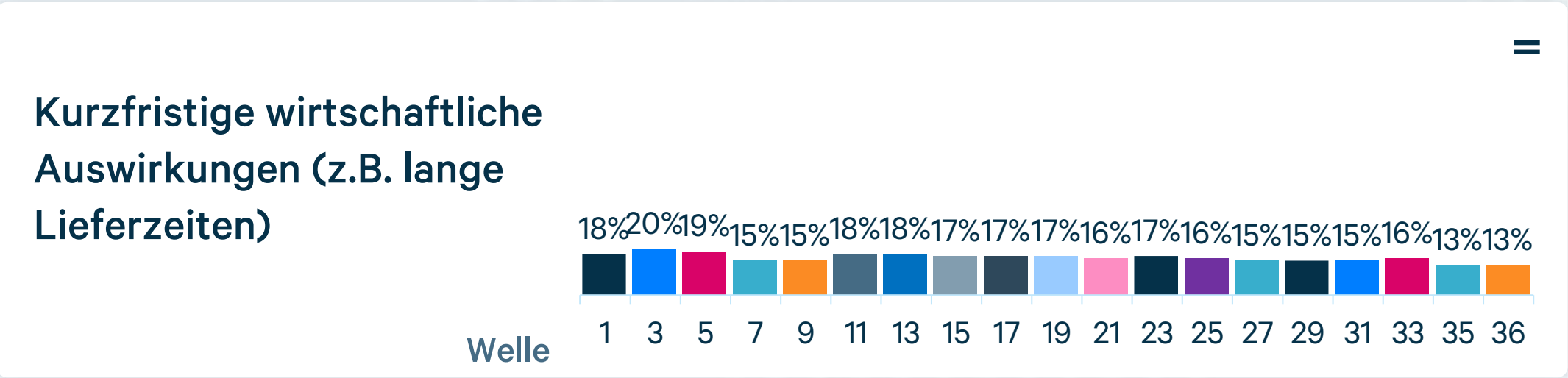
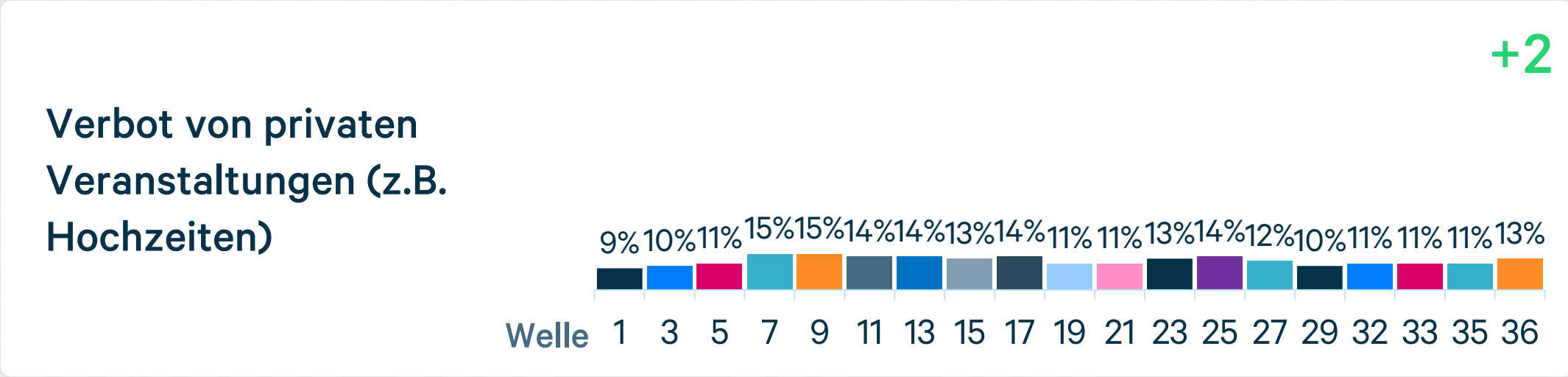
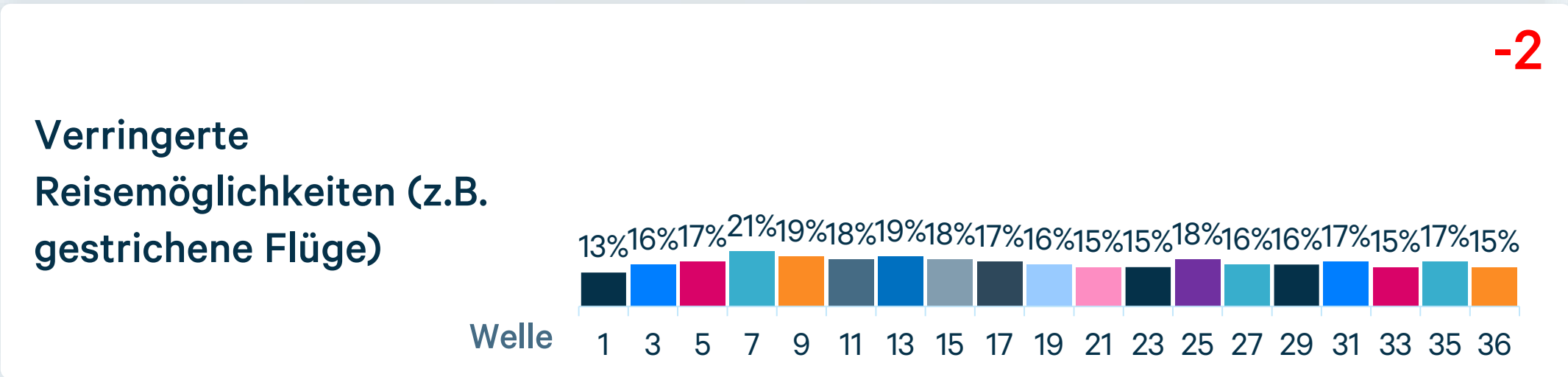
Gesamtstichprobe – Sortiert nach Häufigkeit



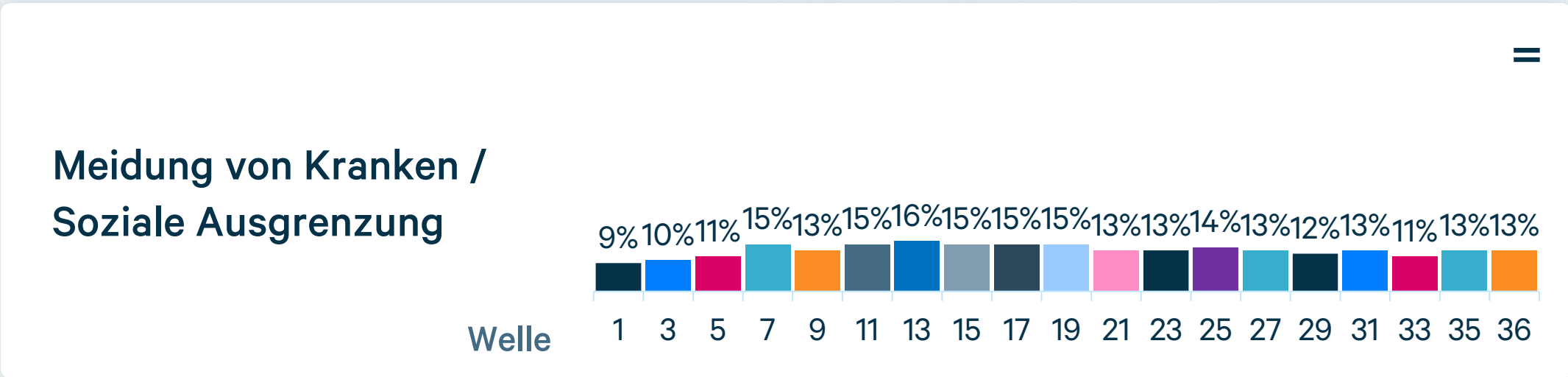
Zahlen oben rechts = Änderungen zur Vorwelle in %-Pkt.

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

Gesamtstichprobe – Sortiert nach Häufigkeit



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



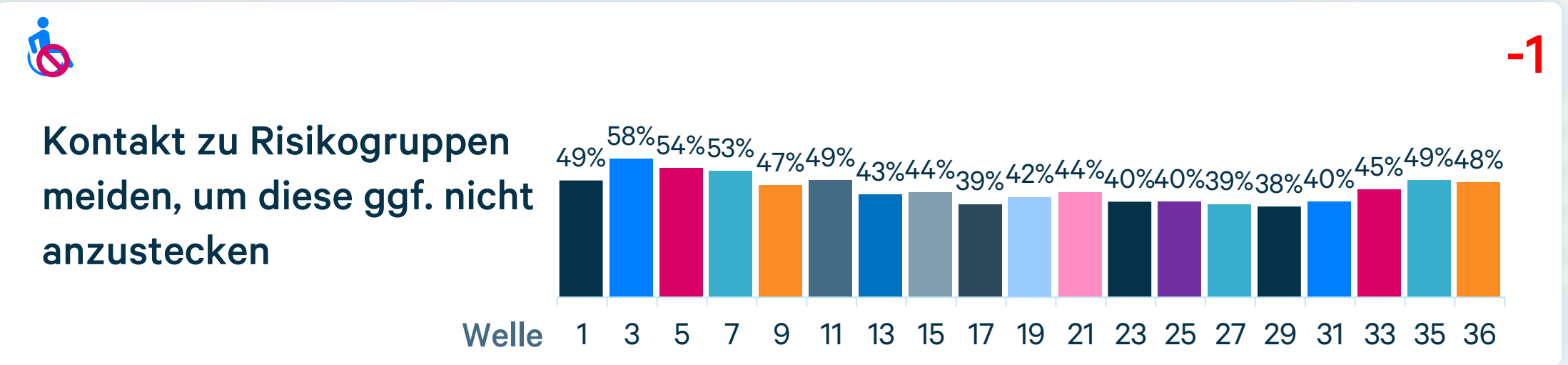
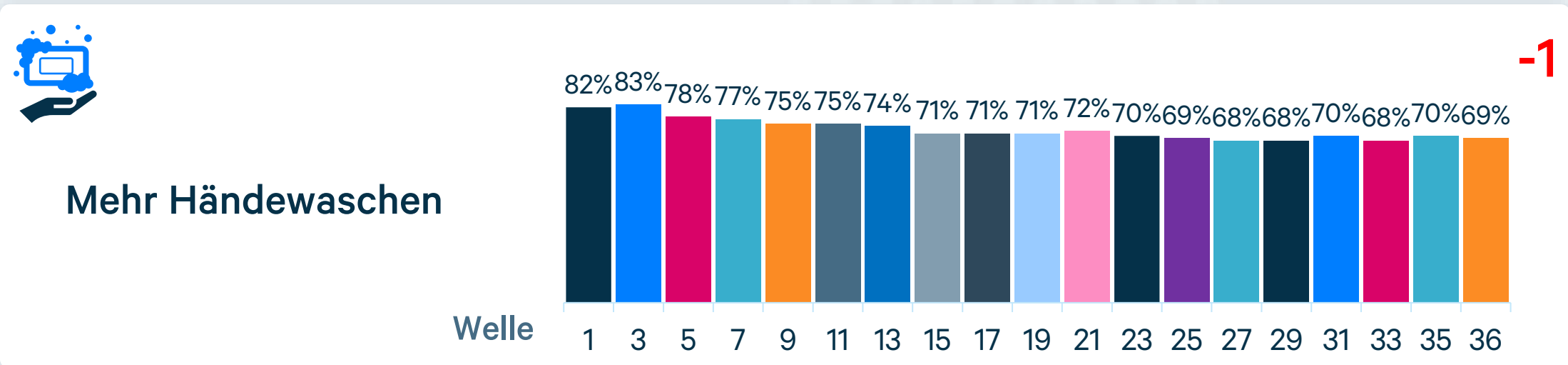
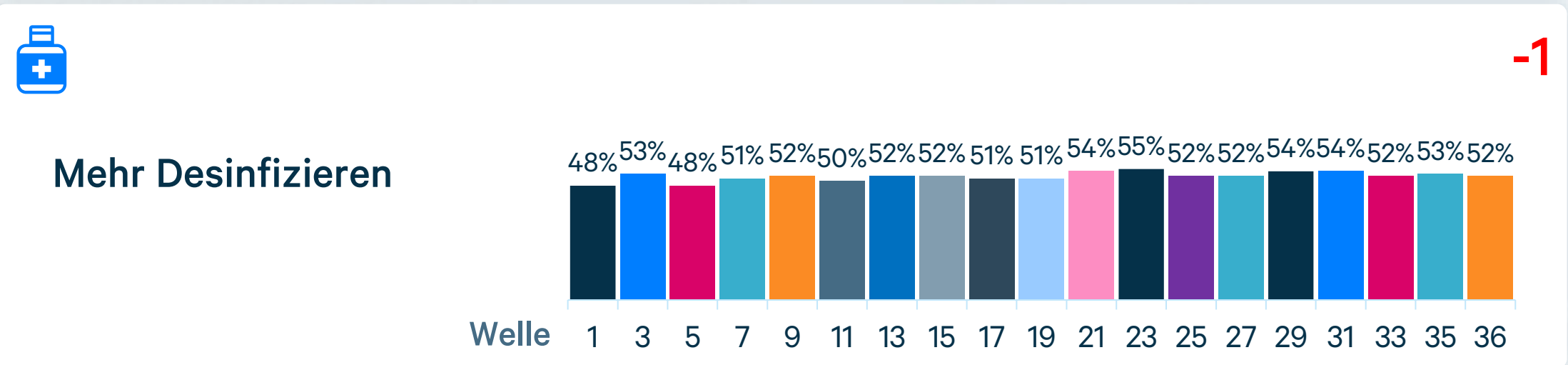
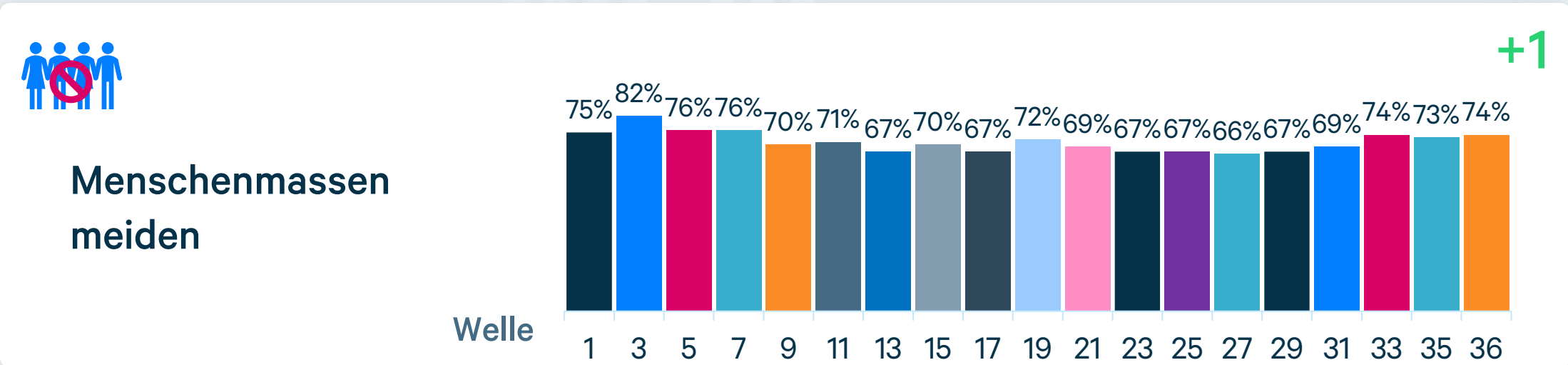
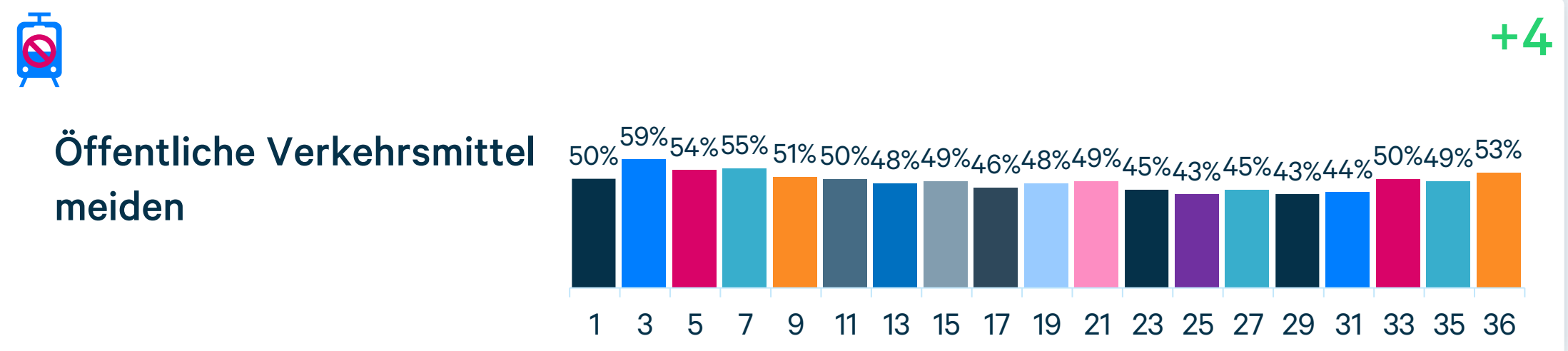
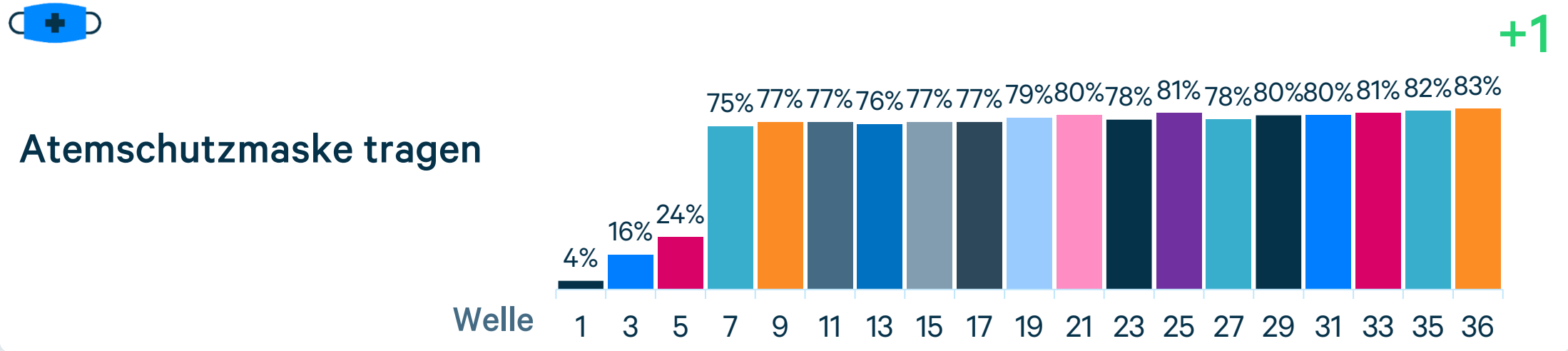


5

Maßnahmen zur Vermeidung & Sicherheit

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

Gesamtstichprobe – Sortiert nach Häufigkeit in %



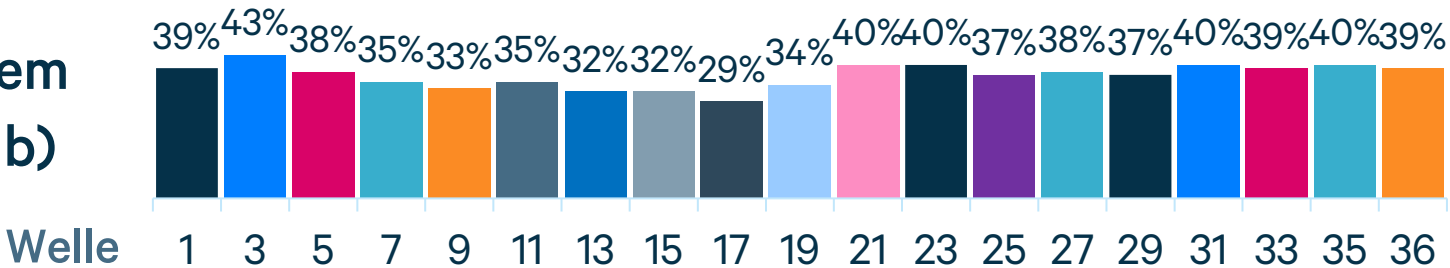
Zahlen oben rechts = Änderungen zur Vorwelle in %-Pkt.

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

Gesamtstichprobe – Sortiert nach Häufigkeit in %



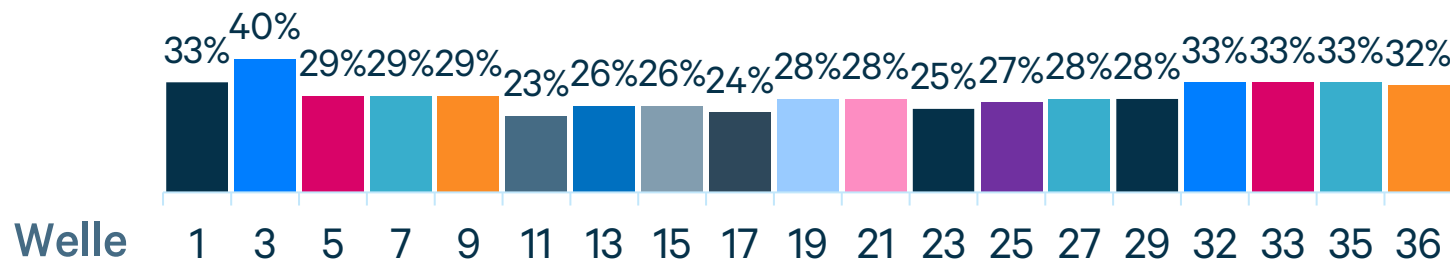
Kontakt zu Personen
meiden, die in betroffenem
Gebiet waren (z.B. Urlaub)



-1



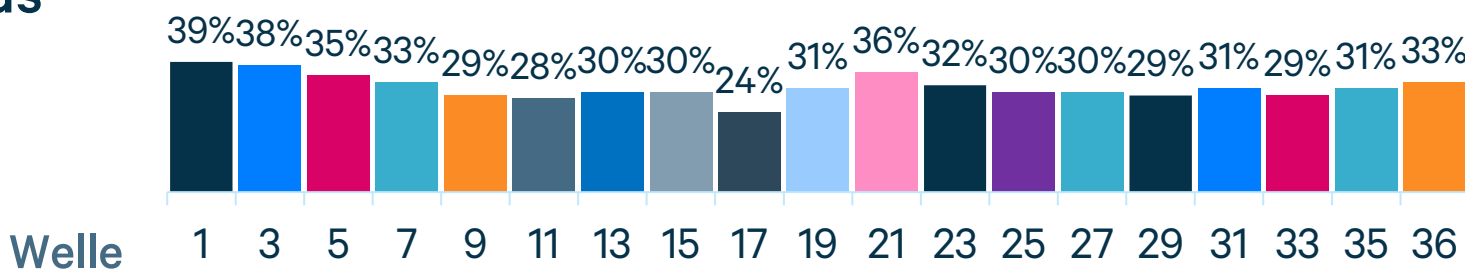
Immunsystem stärken



-1



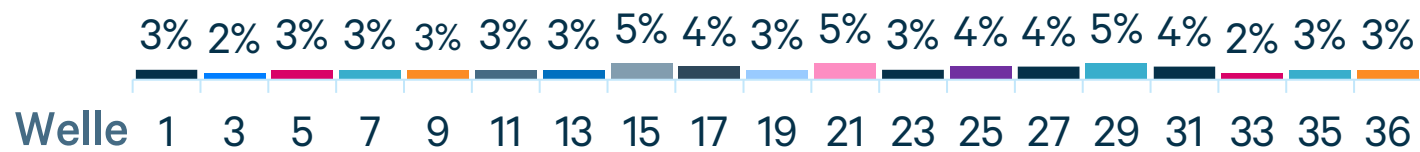
Kontakt zu Personen aus
betroffenen Gebieten
meiden (z.B. Italien)



+2



Mache gar nichts, um das
Risiko zu vermeiden

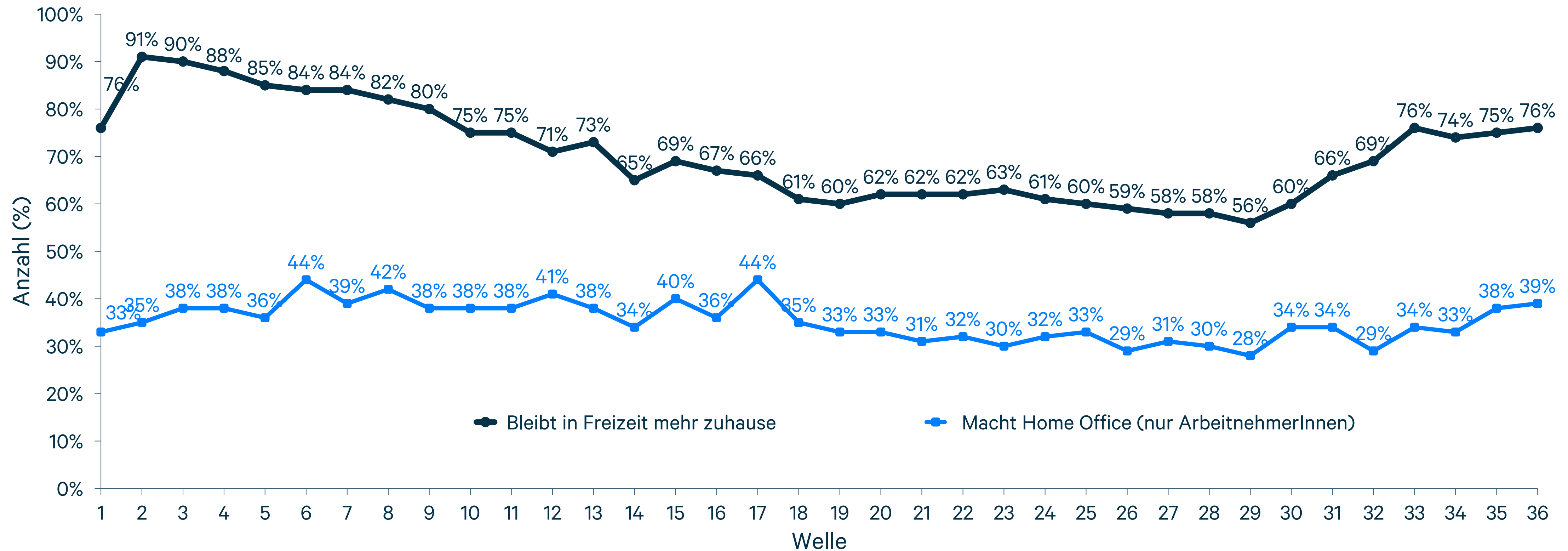


=

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

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

Zuhause bleiben (Gesamtstichprobe) Home Office (ArbeitnehmerInnen)



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

„Hast du aktuell die Möglichkeit Home Office zu machen?“ (Basis: ArbeitnehmerInnen: 1. Welle: N=1.670 / 2. Welle: N=680 / 3. Welle: N=646 / 4. Welle: N=690 / 5. Welle: N=644 / 6. Welle: N=653) / 7. Welle: N=668 / 8. Welle: N=673 / 9. Welle: N=689 / 10. Welle: N=676 / 11. Welle: N=676 / 12. Welle: N=679 / 13. Welle: N=687 / 14. Welle: N=661 / 15. Welle: N=680 / 16. Welle: N=651 / 17. Welle: N=688 / 18. Welle: N=661 / 19. Welle: N=699 / 20. Welle: N=1.368 / 21. Welle: N=686 / 22. Welle: N=687 / 23. Welle: N=655 / 24. Welle: N=654 / 25. Welle: N=676 / 26. Welle: N=698 / 27. Welle: N=670 / 28. Welle: N=669 / 29. Welle: N=741 / 30. Welle: N=690 / 31. Welle: N=646 / 32. Welle: N=692 / 33. Welle: N=660 / 34. Welle: N=698 / 35. Welle: N=669 / 36. Welle: N=694)

Wie unsicher / sicher sind bestimmte Verkehrsmittel?

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

Unsicher

Aktueller Platz	Verkehrsmittel	18. März Welle 1 Bottom 2	29. April Welle 7 Bottom 2	10. Juni Welle 13 Bottom 2	22. Juli Welle 19 Bottom 2	02. September Welle 25 Bottom 2	15. Oktober Welle 31 Bottom 2	29. Oktober Welle 33 Bottom 2	13. November Welle 35 Bottom 2	20. November Welle 36 Bottom 2
1	 U-Bahn / S-Bahn	80%	65%	58%	53%	50%	54%	64%	59%	63% (+4)
2	 Bus	76%	60%	52%	50%	47%	52%	58%	56%	61% (+5)
3	 Flugzeug	80%	66%	57%	51%	54%	54%	57%	53%	58% (+5)
4	 Regio / ICE / IC	76%	58%	49%	45%	44%	48%	54%	49%	57% (+8)
5	 Schiff / Fähre	74%	58%	49%	43%	41%	44%	51%	45%	48% (+3)
6	 Ridesharing	59%	48%	41%	36%	32%	38%	37%	36%	39% (+3)
7	 Taxi	58%	44%	38%	33%	32%	34%	39%	35%	38% (+3)
8	 Carsharing	59%	47%	42%	33%	34%	37%	38%	35%	38% (+3)
9	 Scooter Sharing	52%	42%	38%	32%	26%	31%	31%	28%	30% (+2)
10	 Bike Sharing	47%	35%	32%	26%	22%	25%	27%	23%	25% (+2)

Sicher

Aktueller Platz	Verkehrsmittel	Welle 1 Top 2	Welle 7 Top 2	Welle 13 Top 2	Welle 19 Top 2	Welle 25 Top 2	Welle 31 Top 2	Welle 33 Top 2	Welle 35 Top 2	Welle 36 Top 2
1	 Privater PKW	67%	73%	73%	77%	79%	75%	75%	77%	79% (+2)
2	 Zu Fuß gehen	52%	68%	69%	74%	76%	74%	73%	75%	75% (=)
3	 Eigenes Fahrrad	49%	61%	64%	69%	70%	67%	66%	69%	70% (+1)

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



6

Kaufverhalten

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

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

Aktueller Platz	Lebens- und Genussmittel	18. März Welle 1 Top 2	29. April Welle 7 Top 2	10. Juni Welle 13 Top 2	22. Juli Welle 19 Top 2	02. September Welle 25 Top 2	15. Oktober Welle 31 Top 2	29. Oktober Welle 33 Top 2	13. November Welle 35 Top 2	20. November Welle 36 Top 2
1	 Obst	20%	24%	26%	24%	24%	23%	24%	25%	24% (-1)
2	 Gemüse	18%	21%	24%	23%	22%	22%	25%	23%	23% (=)
3	 Süßigkeiten /Snacks	19%	22%	22%	17%	19%	18%	21%	17%	21% (+4)
4	 Nudeln	35%	23%	21%	19%	20%	19%	18%	17%	20% (+3)
5	 Mineralwasser	30%	22%	22%	20%	21%	21%	20%	18%	20% (+2)

Aktueller Platz	Non-Food-Produkt	Welle 1 Top 2	Welle 7 Top 2	Welle 13 Top 2	Welle 19 Top 2	Welle 25 Top 2	Welle 31 Top 2	Welle 33 Top 2	Welle 35 Top 2	Welle 36 Top 2
1	 Mundschutz	12%	54%	57%	59%	59%	55%	59%	55%	59% (+4)
2	 Desinfektionsmittel	33%	41%	44%	49%	47%	47%	50%	46%	49% (+3)
3	 Einweghandschuhe	19%	29%	29%	31%	31%	28%	30%	30%	30% (=)
4	 Seife	30%	28%	28%	28%	31%	28%	29%	29%	26% (-3)
5	 Klopapier	26%	21%	21%	17%	18%	18%	17%	17%	17% (=)

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

Welche Produkte werden weniger gekauft?

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

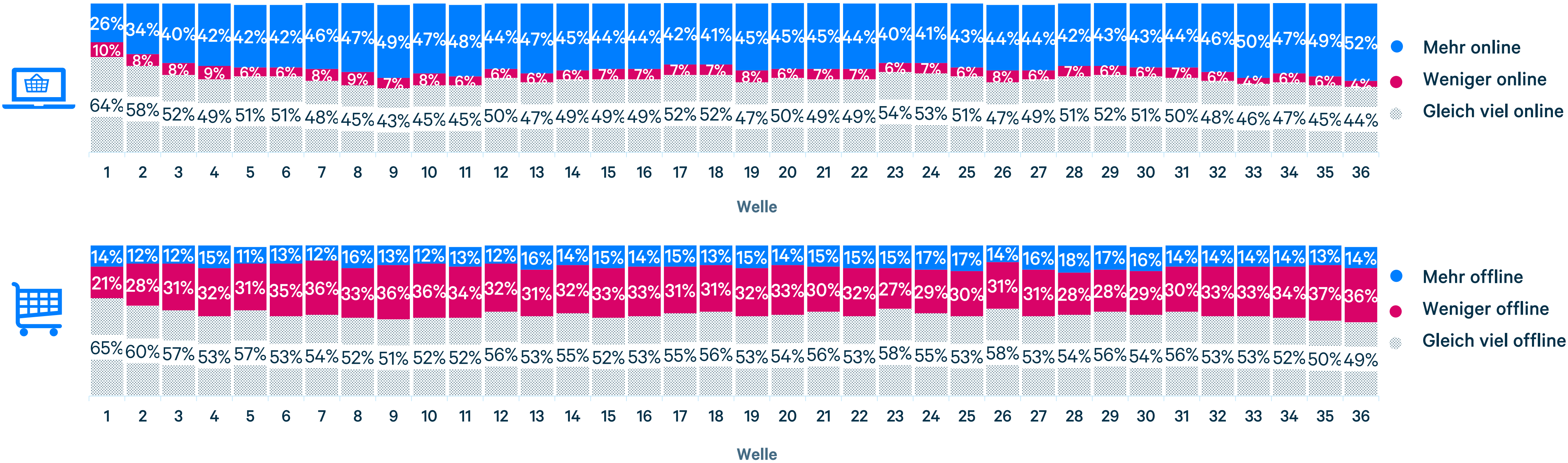
Aktueller Platz	Produkt	18. März Welle 1 Bottom 2	29. April Welle 7 Bottom 2	10. Juni Welle 13 Bottom 2	22. Juli Welle 19 Bottom 2	02. September Welle 25 Bottom 2	15. Oktober Welle 31 Bottom 2	29. Oktober Welle 33 Bottom 2	13. November Welle 35 Bottom 2	20. November Welle 36 Bottom 2
1	 Alkohol	20%	23%	25%	24%	22%	22%	22%	25%	24% (-1)
2	 Kleidung / Schuhe	(nicht erhoben)	30%	25%	23%	19%	19%	22%	22%	22% (=)
3	 Möbel	(nicht erhoben)	30%	28%	20%	21%	21%	22%	21%	20% (-1)
4	 Make-Up	12%	20%	20%	18%	16%	16%	17%	18%	19% (+1)
5	 Haushaltsgeräte	15%	24%	24%	17%	18%	17%	20%	19%	18% (-1)
6	 Videospiele	12%	19%	21%	16%	18%	14%	18%	16%	18% (+2)
7	 Entertainment	12%	19%	21%	17%	18%	15%	17%	17%	17% (=)
8	 Bürobedarf	12%	21%	21%	15%	16%	14%	16%	15%	17% (+2)
9	 Magazine	11%	20%	20%	15%	15%	14%	16%	15%	16% (+1)
10	 Gesellschaftsspiele	12%	21%	21%	15%	16%	13%	16%	15%	15% (=)

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

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

Gesamtstichprobe

Veränderungen in Online- & Offline-Käufen



Ihre AnsprechpartnerInnen für Studien



Contact

Louise Leitsch

Head of Research Consulting

Office: +49 40 2286 57 312

E-Mail: louise.leitsch@appinio.com

Website: www.appinio.de



Contact

Christopher Dahl

Senior Research Consultant

Office: +49 40 2286 57313

E-Mail: christopher.dahl@appinio.com

Website: www.appinio.de

Headquarters

Jungfernstieg 49 | D-20354 Hamburg | Germany

1355 Market St | CA-94301 San Francisco | USA

Website: www.appinio.de

Ihre Ansprechpartnerin bei PR-Fragen



Contact

Verena Dickel

PR Managerin

Office: +49 40 87408340

E-Mail: Verena.dickel@appinio.com

Website: www.appinio.de

Headquarters Jungfernstieg 49 | D-20354 Hamburg | Germany

1355 Market St | CA-94301 San Francisco | USA

Website: www.appinio.de