



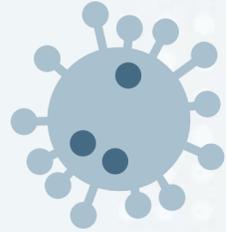
appinio corona report

WELLE 44 · 14.01.2021

 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
Welle 37 – 27.11.2020	Welle 38 – 03.12.2020	Welle 39 – 10.12.2020	Welle 40 – 18.12.2020
Welle 41 – 23.12.2020	Welle 42 – 30.12.2020	Welle 43 – 06.01.2021	Welle 44 – 14.01.2021

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.

1

Studiendesign & Stichprobe

Seite 04

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

Wie wahrscheinlich ist es, dass du dich impfen lässt, sobald du die Möglichkeit dazu hast? Warum würdest du dich nicht impfen lassen? Wie nachvollziehbar würdest du eine Impfpflicht für die gesamte Bevölkerung finden? Für welche Berufsgruppen kann eine Impfpflicht nachempfunden werden? Sollten deiner Meinung nach Menschen, die gegen Corona geimpft worden sind, Sonderrechte erhalten? Bayern hat die FFP2-Maskenpflicht in öffentlichen Verkehrsmitteln und Geschäften eingeführt. Sollte diese Pflicht deiner Meinung nach bundesweit eingeführt werden? Sollte deiner Meinung nach eine Homeoffice-Pflicht eingeführt werden?

4

Sorgen um Corona

Seite 16

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 1000
Fragen 39
Erstellt am 21.10.2020

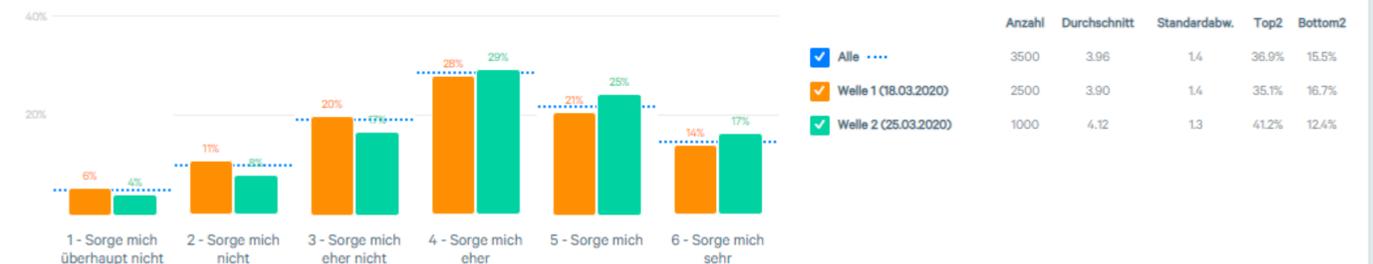
Zur Studien-Analyse

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?



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 2 – 24. März 2020
- Welle 3 – 01. April 2020
- Welle 4 – 08. April 2020
- Welle 5 – 15. April 2020
- Welle 6 – 23. April 2020
- Welle 7 – 29. April 2020
- Welle 8 – 06. Mai 2020
- Welle 9 – 13. Mai 2020
- Welle 10 – 21. Mai 2020
- Welle 11 – 27. Mai 2020
- Welle 12 – 04. Juni 2020
- Welle 13 – 10. Juni 2020
- Welle 14 – 17. Juni 2020
- Welle 15 – 24. Juni 2020
- Welle 16 – 01. Juli 2020
- Welle 17 – 07. Juli 2020
- Welle 18 – 16. Juli 2020
- Welle 19 – 22. Juli 2020
- Welle 20 – 29. Juli 2020
- Welle 21 – 05. August 2020
- Welle 22 – 12. August 2020
- Welle 23 – 19. August 2020
- Welle 24 – 26. August 2020
- Welle 25 – 02. September 2020
- Welle 26 – 08. September 2020
- Welle 27 – 16. September 2020
- Welle 28 – 23. September 2020
- Welle 29 – 01. Oktober 2020
- Welle 30 – 07. Oktober 2020
- Welle 31 – 15. Oktober 2020
- Welle 32 – 21. Oktober 2020
- Welle 33 – 29. Oktober 2020
- Welle 34 – 11. November 2020
- Welle 35 – 13. November 2020
- Welle 36 – 20. November 2020
- Welle 37 – 27. November 2020
- Welle 38 – 3. Dezember 2020
- Welle 39 – 11. Dezember 2020
- Welle 40 – 18. Dezember 2020
- Welle 41 – 23. Dezember 2020
- Welle 42 – 30. Dezember 2020
- Welle 43 – 06. Januar 2021
- Welle 44 – 14. Januar 2021

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



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 21-44 – N = 1.000 Personen



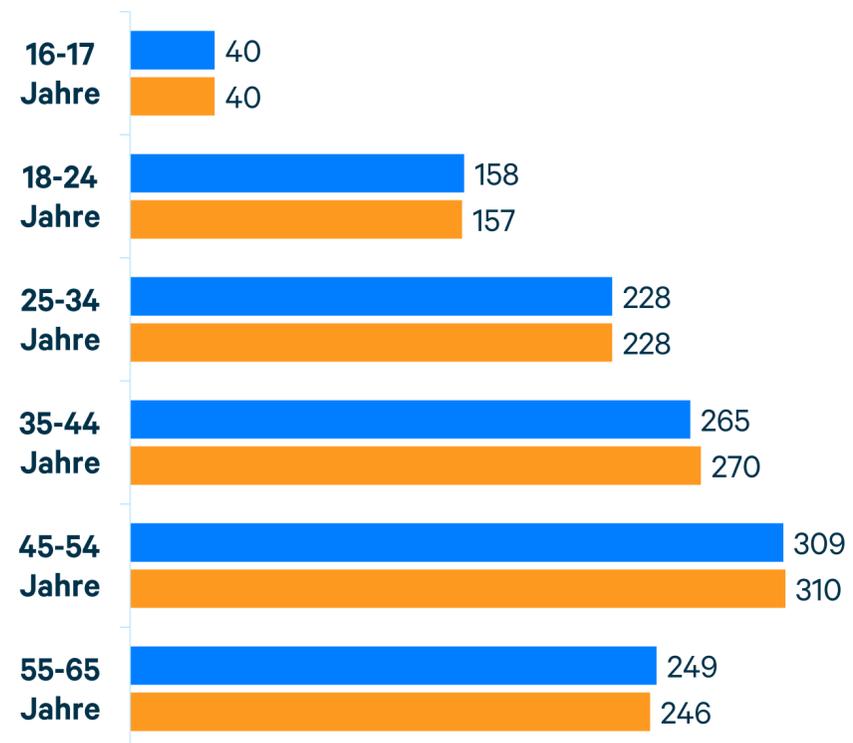
Inhalt

- Impfbereitschaft und Gründe gegen eine Impfung
- Wie nachvollziehbar wäre eine generelle Impfpflicht und eine für bestimmte Berufsgruppe.
- Sonderrechte für Geimpfte
- FFP2-Maskenpflicht und Homeoffice-Pflicht
- Sorgen um Corona
- Maßnahmen zur Eindämmung des Risikos
- Änderungen im Konsumverhalten

Stichprobenszusammensetzungen

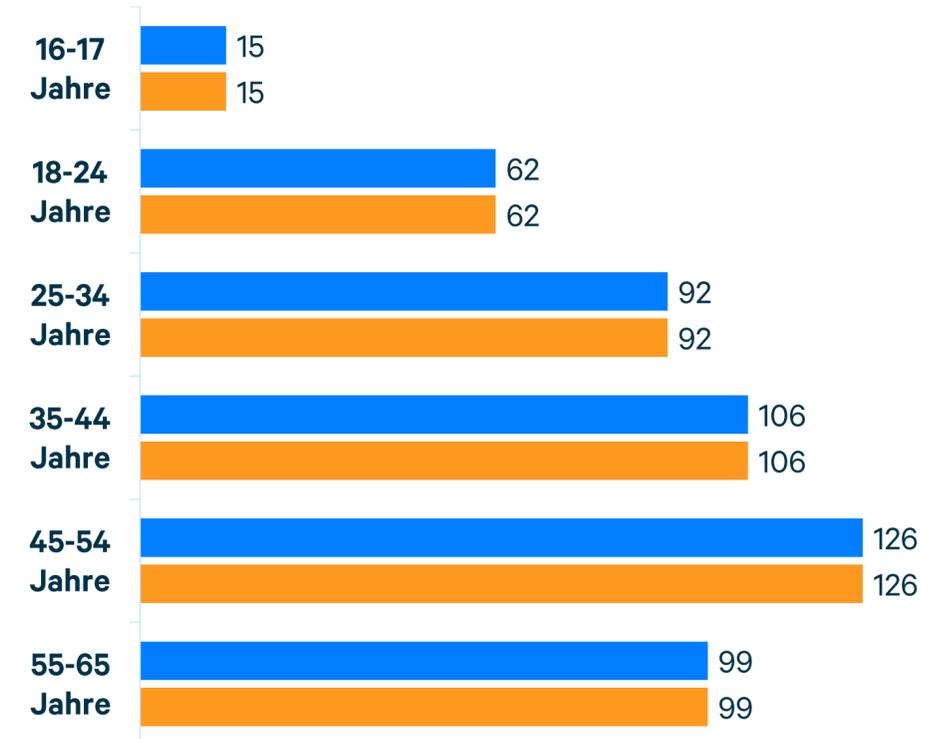
Alter & Geschlecht – Alle Wellen

Nullpunktmessung
(N=2.500)



Ø Alter
40,7 Jahre

Welle 2-40
(N=1.000)



Ø Alter
40,4 Jahre



2

Key Insights

Key Insights – Tracking & Zusatzfragen

Die größten Veränderungen & Neuerungen



Zusatzfragen Welle 44:

Die Deutschen sind für mehr „Pflichten“: Egal ob Impfpflicht, FFP2-Maskenpflicht oder Homeoffice-Pflicht, die überwiegende Mehrheit der Bevölkerung würde offizielle Vorgaben (eher) nachvollziehen können.

- Die **Impfbereitschaft** der Deutschen ist im Vergleich zu letzter Woche gestiegen. **65 Prozent** der Befragten gaben an, sich eher bis sehr wahrscheinlich impfen lassen zu wollen. Das sind **fünf Prozentpunkte** mehr als letzte Woche.
- Mehr als die Hälfte (**56 Prozent**) der Befragten könnten eine **generelle Impfpflicht** nachvollziehen. Eine **Pflicht zur Impfung bestimmter Berufsgruppen** können **79 bzw. 78 Prozent** nachvollziehen, z.B. bei **medizinischem Personal**.
- **64 Prozent** der Deutschen sind **nicht dafür**, dass **Geimpfte Sonderrechte erhalten**. Vor allem **Frauen** wollen **keine Sonderstellung** in der Gesellschaft für Geimpfte (**70 Prozent**). Unter den **Männern** sind hingegen **nur 57 Prozent** gegen eine Erteilung von Sonderrechten.
- **57 Prozent** unterstützt die Idee, eine **FFP2-Maskenpflicht**, wie sie in Bayern bereits für öffentliche Verkehrsmittel und Geschäfte herrscht, **bundesweit** einzuführen.
- **Drei Viertel (75 Prozent)** ist **dafür**, eine **Homeoffice-Pflicht** einzuführen, wenn dies in den entsprechenden Jobs möglich ist.



Trackingfragen Welle 44:

Die Sorge um die eigene Gesundheit ist auf dem Höchststand, auch die Angst davor, im Falle einer Ansteckung mit dem Virus schlecht versorgt zu werden. Öffentliche Verkehrsmittel werden wieder als gefährlicher wahrgenommen.

- Die **Sorge der Bevölkerung um die eigene Gesundheit** ist auf dem **Höchststand** seit Beginn unserer Messungen. Auf einer Skala von 1 bis 6 wurden im Schnitt **4,19** Punkte vergeben. Ähnlich hoch war die Sorge einmalig vor vier Wochen sowie im März 2020.
- Der **Anteil derer, die in ihrer Freizeit mehr Zuhause bleiben, steigt** seit Monaten. In dieser Woche gaben **87 Prozent** der Bevölkerung an, mehr Zuhause zu sein. Das sind so viele wie sei April 2020 nicht mehr.
- Nahezu **für alle Verkehrsmittel** hat sich das **Gefühl der Unsicherheit** auf einem **hohen Level** eingependelt. So empfinden bspw. **69 Prozent** der Befragten **U- und S-Bahnen** als (sehr) unsicher (**plus ein Prozentpunkt**) und **67 Prozent** den **Bus** (**plus zwei Prozentpunkte**).
- Der **Alkoholkonsum** der Deutschen scheint in den letzten Wochen deutlich **geringer** gewesen zu sein. Alkohol führt, gemeinsam mit Kleidung/Schuhen, weiterhin die Liste der **weniger konsumierten Produkte** an. **27 Prozent** gaben an, diese Produktkategorie weniger zu kaufen als vor der Krise.



3

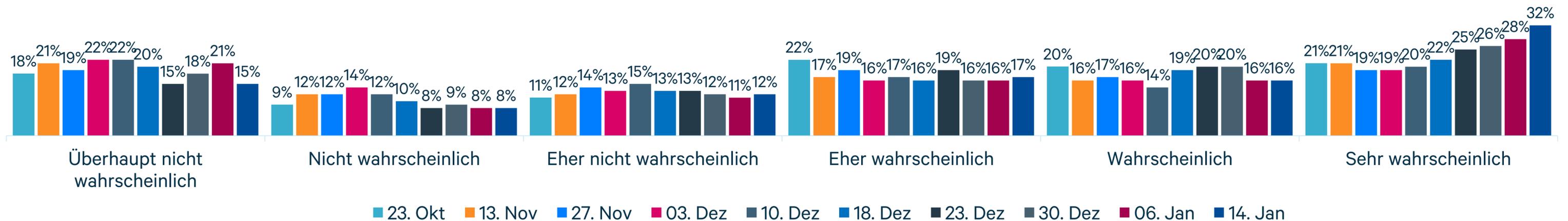
Zusatzfragen:

Impfbereitschaft, Gründe gegen eine Impfung, potenzielle Impfpflicht, Sonderrechte für Geimpfte, FFP2-Maskenpflicht und Homeoffice-Pflicht

Impfbereitschaft

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?



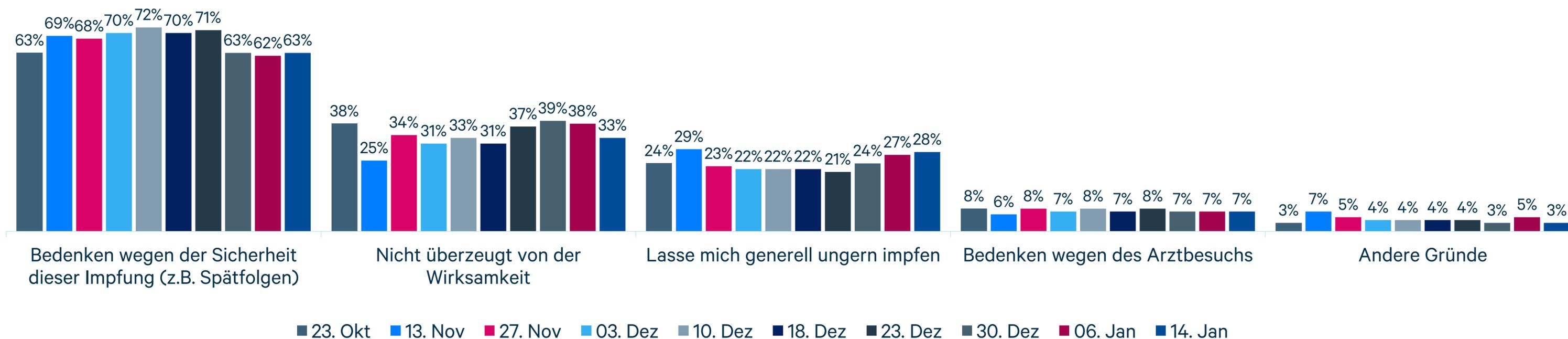
- Die Impfbereitschaft der Deutschen ist weiter gestiegen. **65 Prozent** der Bevölkerung wollen sich in dieser Woche **eher bis sehr wahrscheinlich impfen** lassen. Der Anteil derer, die sich „sehr wahrscheinlich“ impfen lassen wollen, ist im Vergleich zur Vorwoche um **vier Prozentpunkte auf 32 Prozent** gestiegen.
- Vor allem in der Altersgruppe **über 55** ist die Impfbereitschaft deutlich höher als noch letzte Woche. So sagen in dieser Woche **80 Prozent** eher bis sehr wahrscheinlich impfen lassen. Letzte Woche waren es 73 Prozent.
- Der Anteil derer, die angaben sich „**überhaupt nicht wahrscheinlich**“ impfen lassen zu wollen, ist **dafür deutlich gesunken**. Verglichen zu letzter Woche ist der Anteil um **sechs Prozentpunkte** geringer.

Gründe gegen eine Impfung

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

Warum würdest du dich nicht impfen lassen?

(Mehrere Antworten möglich)

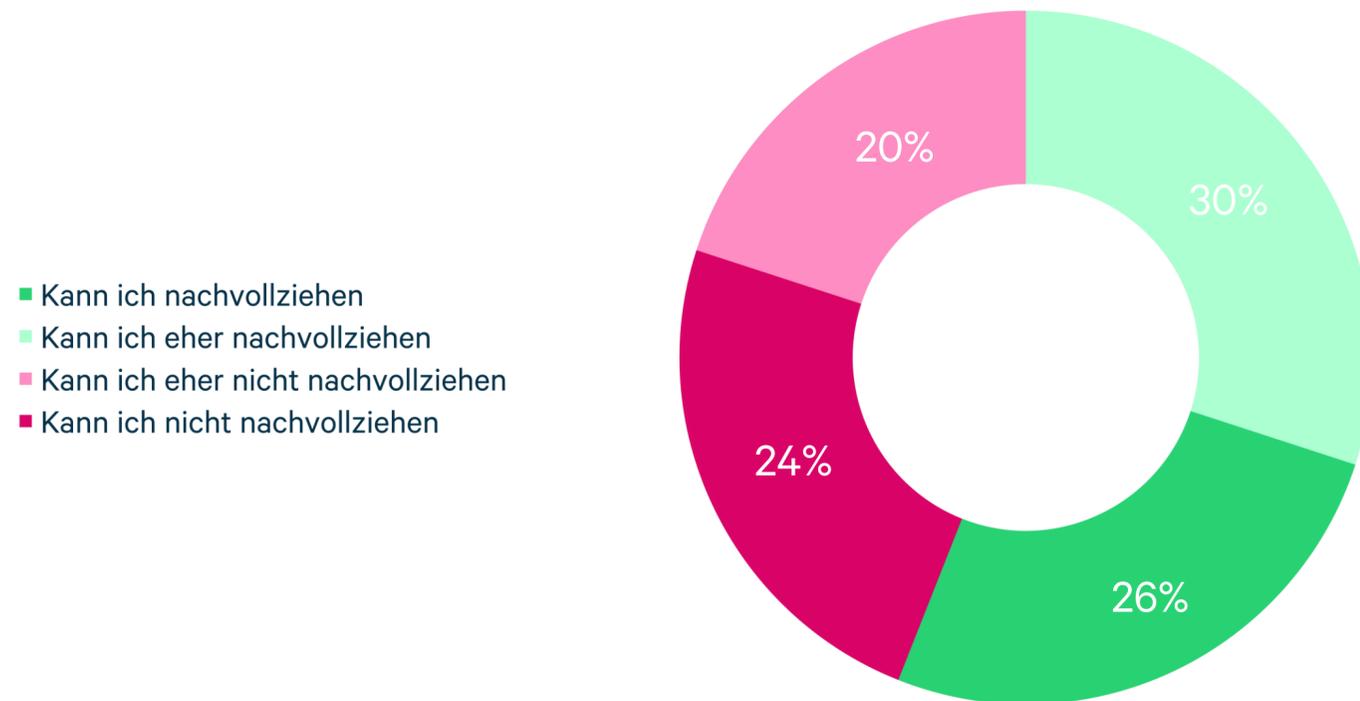


- Weiterhin geben knapp zwei Drittel (63 Prozent) derer, die sich nicht impfen lassen wollen, **Bedenken aufgrund der Sicherheit der Impfung** als Grund an.
- Der Anteil der Impf-Verweigerer, die nicht überzeugt von der Wirksamkeit der Impfung ist, ist in dieser Woche um fünf Prozentpunkte gesunken. So gaben nur noch 33 Prozent an, nicht überzeugt zu sein.

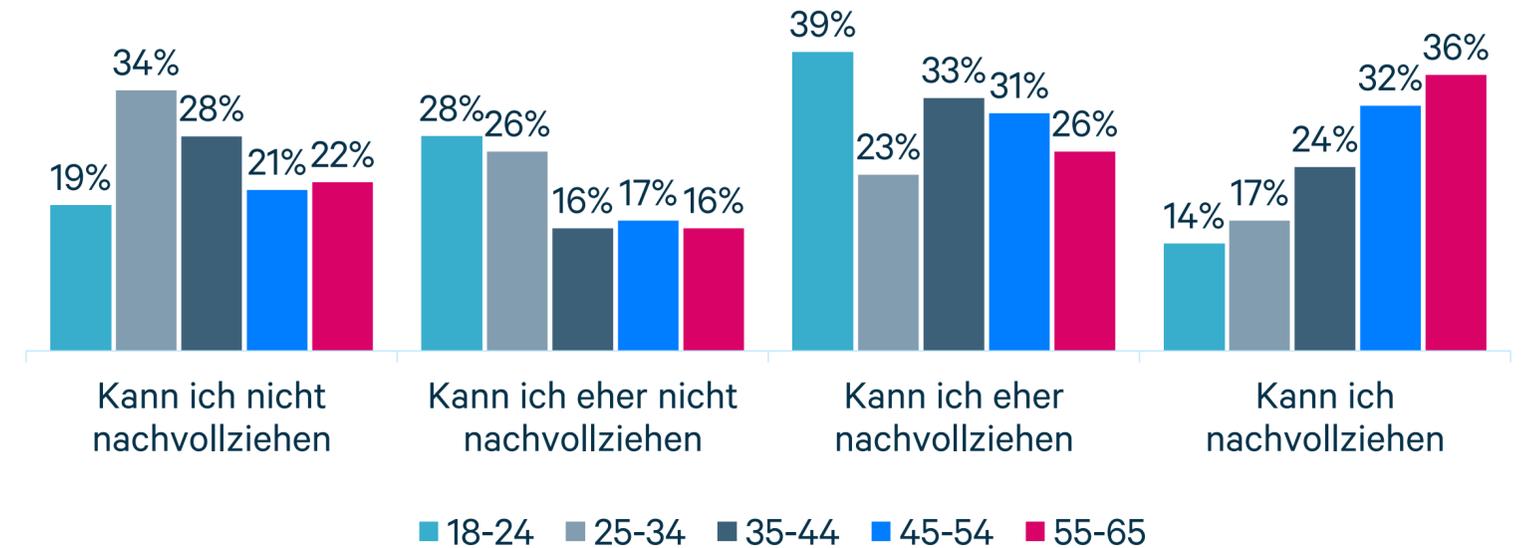
Potenzielle Impfpflicht (1/2)

Gesamtstichprobe

Wie nachvollziehbar würdest du eine Impfpflicht für die gesamte Bevölkerung finden?



Impfpflicht im Alterssplit



- Bezüglich der Frage, ob eine generelle Impfpflicht eingeführt werden sollte, scheiden sich in der deutschen Bevölkerung die Geister. Die **knappe Mehrheit von 56 Prozent** könnte diese (eher) **nachvollziehen**. **44 Prozent** können dies **nicht**.
- **Ältere Befragte** können eine allgemeine Impfpflicht **am ehesten nachvollziehen**. Unter den 45- bis 54-Jährigen können 62 Prozent sie (eher) nachvollziehen und unter den 55- bis 65-Jährigen 63 Prozent. In der Altersgruppe der 25- bis 34-Jährigen können es allerdings nur 41 Prozent.

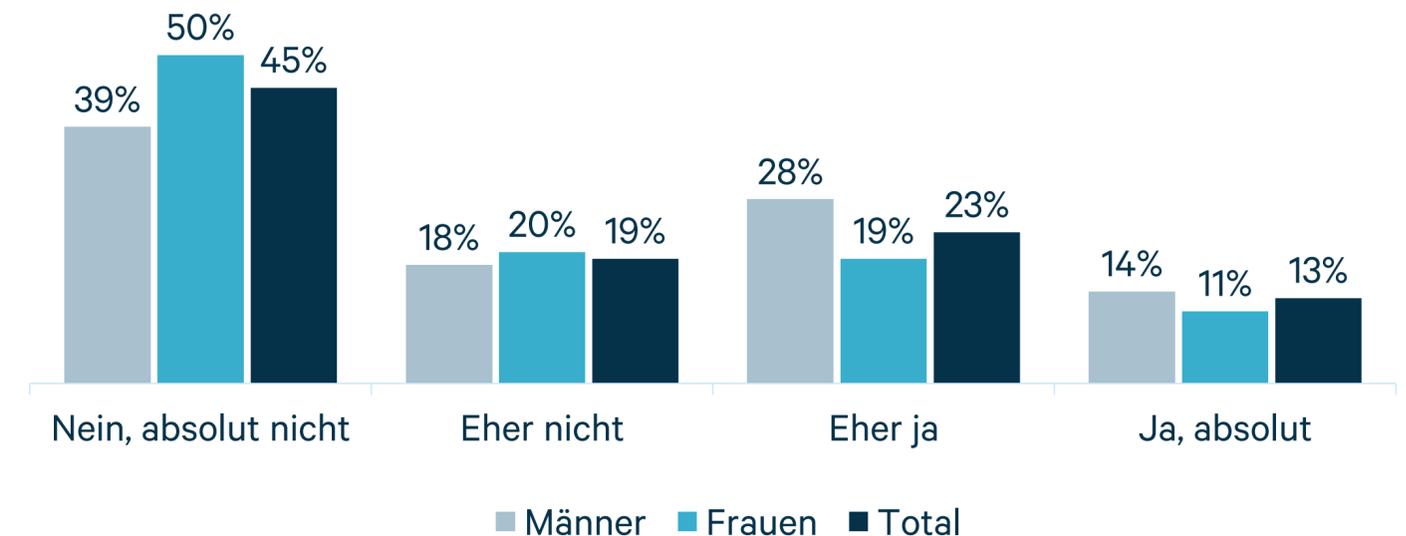
Potenzielle Impfpflicht (2/2)

Gesamtstichprobe

Für welche Berufsgruppen kann eine Impfpflicht nachempfunden werden?



Sollten Menschen, die gegen Corona geimpft worden sind, Sonderrechte erhalten?

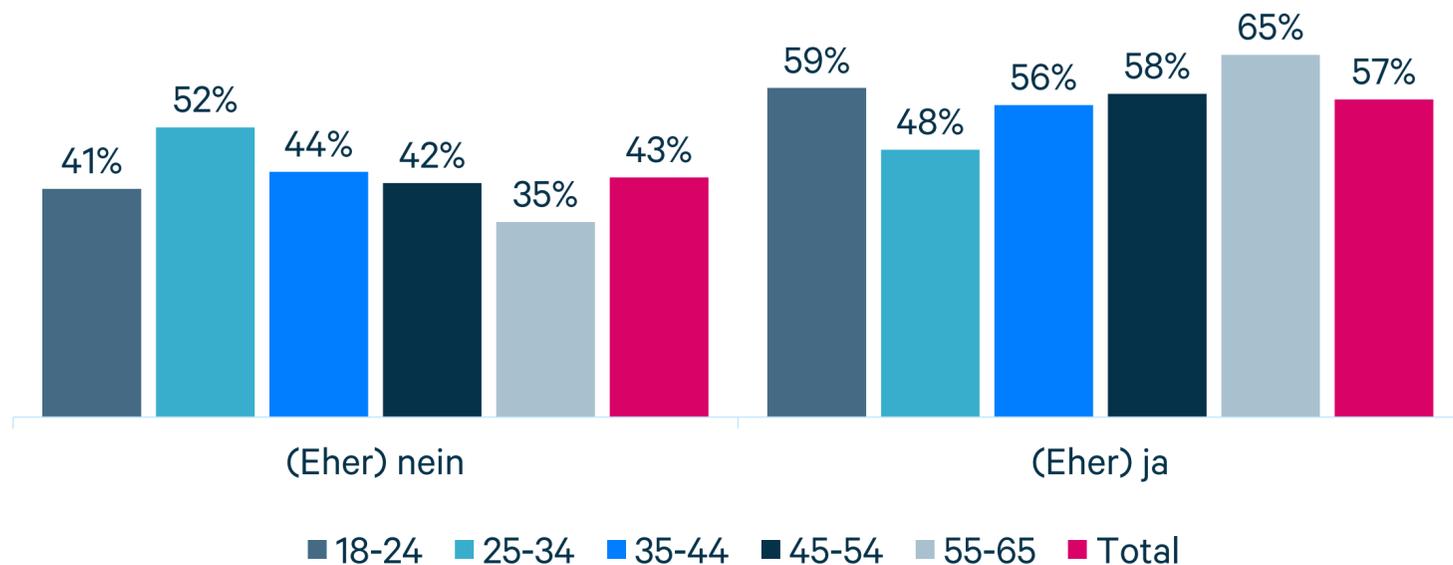


- Die große Mehrheit von **79 bzw. 78 Prozent der Deutschen** kann nachvollziehen, wenn **medizinisches Personal** und **Pflegepersonal** sich **verpflichtend impfen** lassen müsste. Auch für Berufe mit regem **Kundenkontakt** wie beispielsweise Kassierer oder Mitarbeiter in Banken können zwei Drittel der Befragten eine Impfpflicht nachvollziehen.
- Vor allem **Frauen** sind der Meinung, dass Menschen mit einer Corona Schutzimpfung **keine Sonderstellung** in der Gesellschaft bekommen sollten. **70 Prozent** sagen tendenziell **nein** zu der Frage, ob Geimpfte Sonderrechte erlangen sollten. Unter den **Männern** sagen das hingegen nur **57 Prozent**.

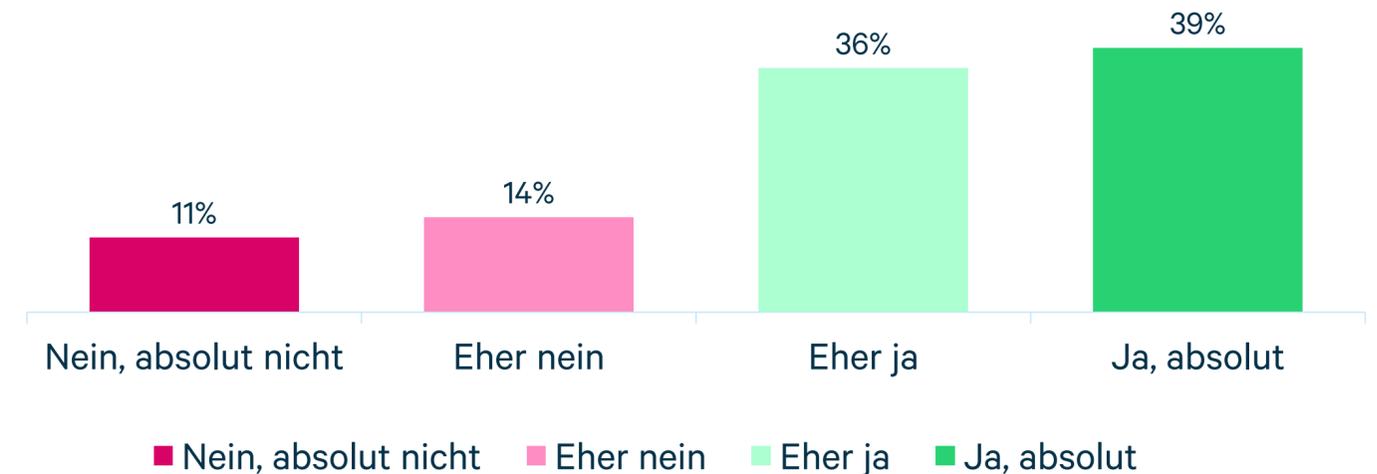
FFP2-Maskenpflicht und Homeoffice

Gesamtstichprobe

Bayern hat die FFP2-Maskenpflicht in öffentlichen Verkehrsmitteln und Geschäften eingeführt. Sollte diese Pflicht deiner Meinung nach bundesweit eingeführt werden?



Sollte deiner Meinung nach eine Homeoffice-Pflicht eingeführt werden?
(falls in dem Beruf möglich)



- Die Mehrheit der Bevölkerung (57 Prozent) ist der Meinung, dass **bundesweit** eine **Pflicht für FFP2 Masken eingeführt werden** sollte. Darin sind sich weitestgehend alle Altersgruppen einig. Lediglich in der Gruppe der **25- bis 34-Jährigen** sagt mit 52 Prozent die knappe Mehrheit der Befragten (**eher**) **nein** zur FFP2-Maskenpflicht.
- **75 Prozent** der Deutschen ist **dafür**, eine **Homeoffice-Pflicht** einzuführen (in Berufen, in denen es möglich ist). Frauen gaben deutlich häufiger an, einer Homeoffice-Pflicht absolut zuzustimmen (43 Prozent) als Männer (35 Prozent).

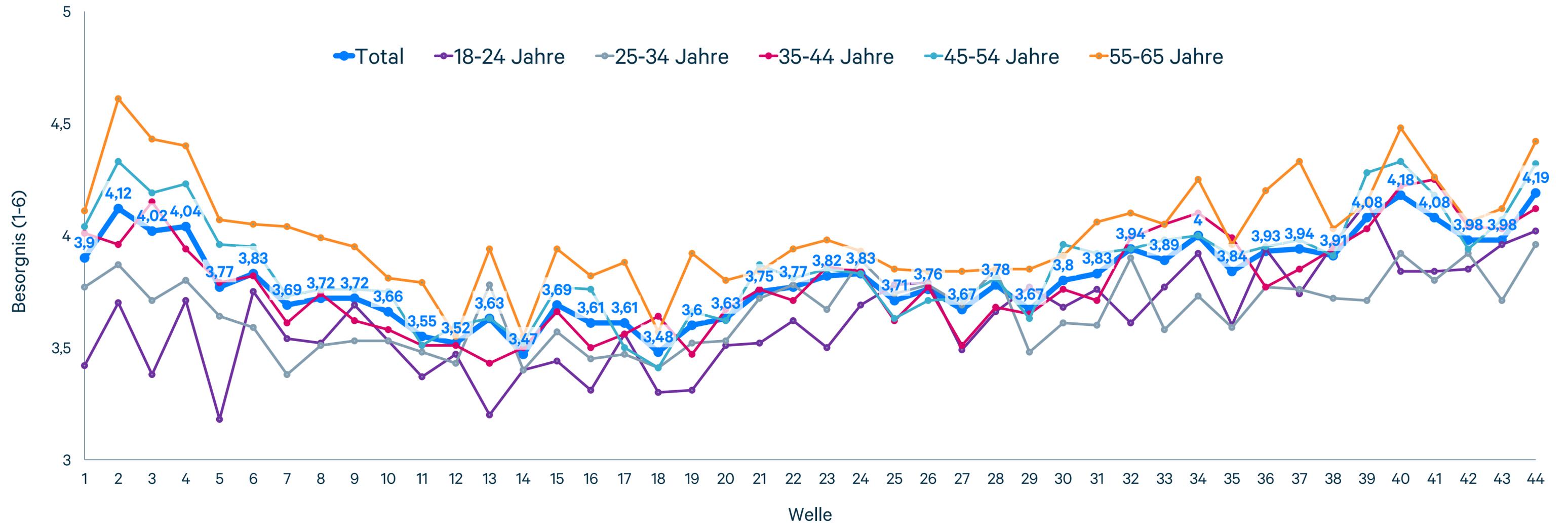


4

Sorgen um Corona

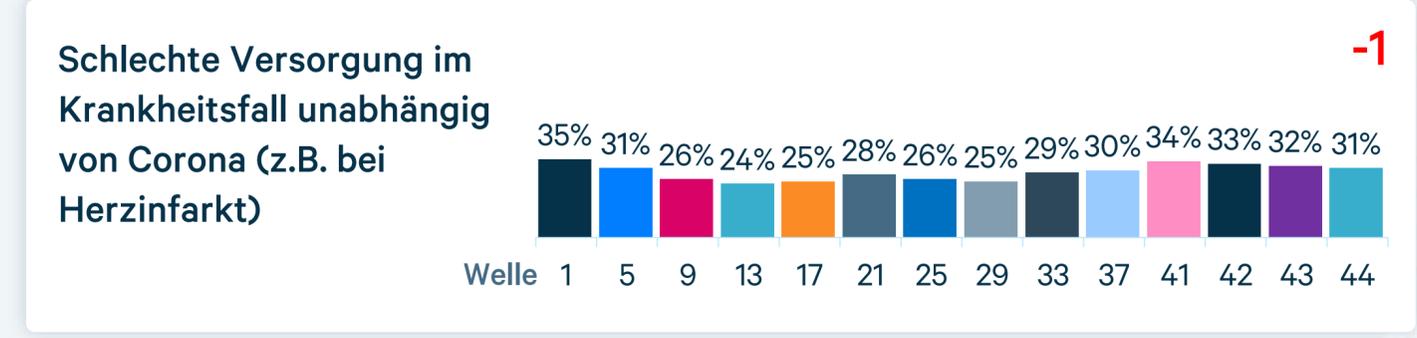
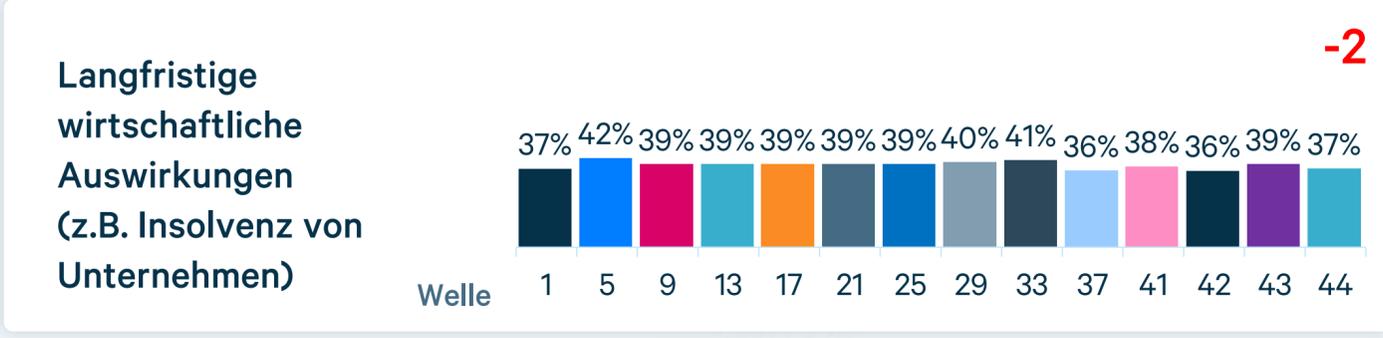
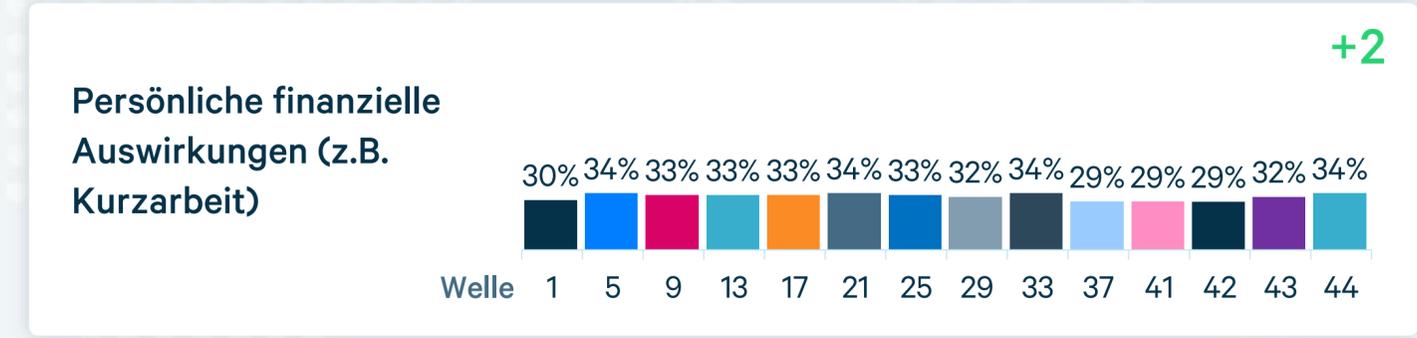
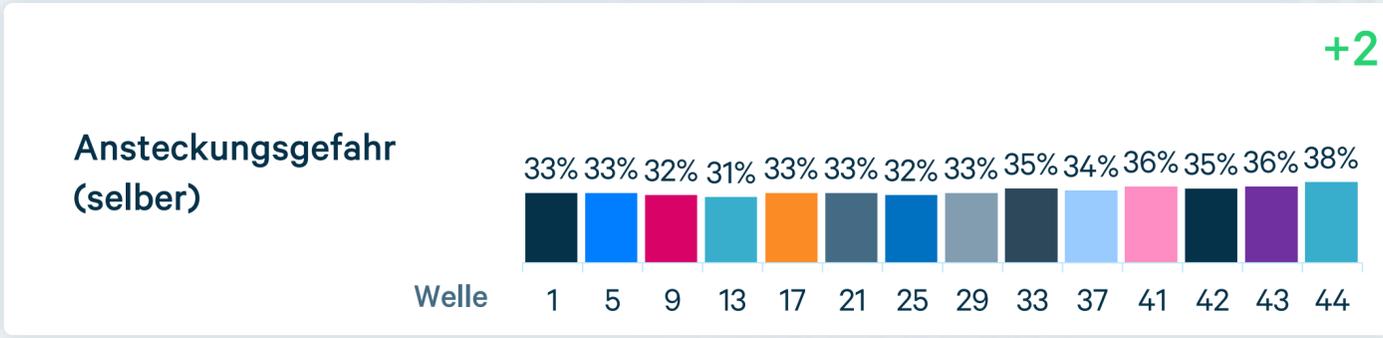
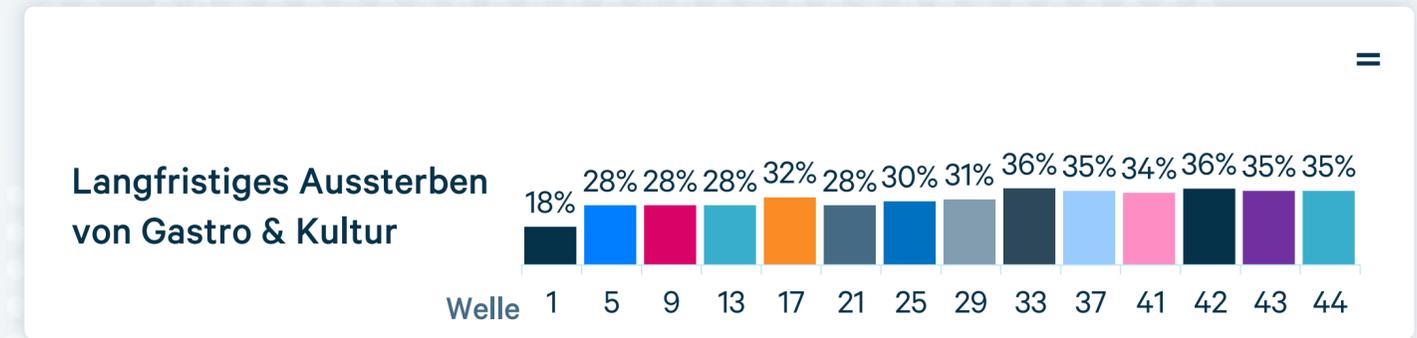
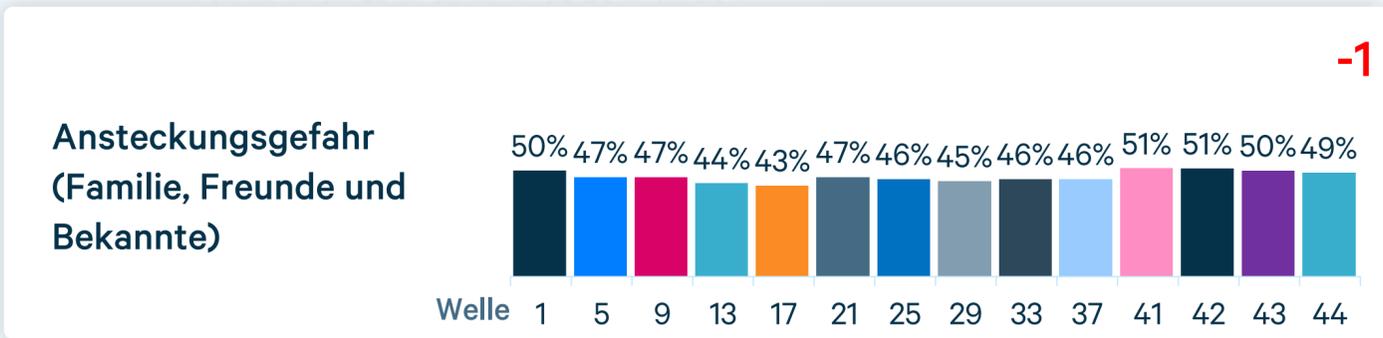
Wie besorgt sind die Deutschen um ihre Gesundheit?

Gesamtstichprobe & Alterssplit – 6-stufige Skala



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

Gesamtstichprobe – Sortiert nach Häufigkeit

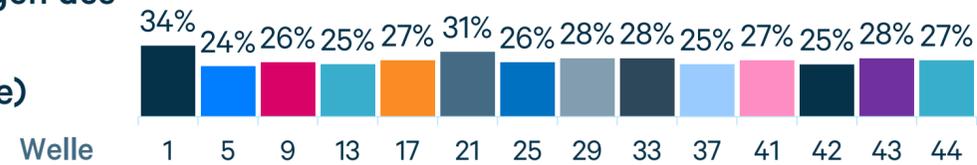


Zahlen oben rechts = Änderungen zur Vorwelle in %-Pkt.

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

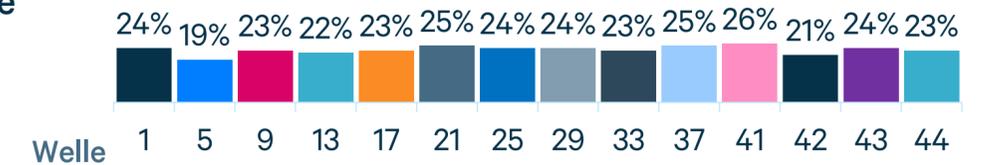
Gesamtstichprobe – Sortiert nach Häufigkeit

Vollkommenes Erliegen des öffentl. Lebens (z.B. Ausgangssperre)



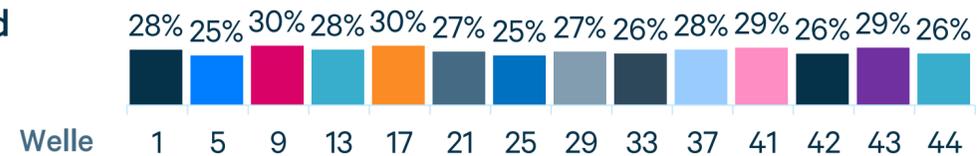
-1

Isolation / Quarantäne (selber)



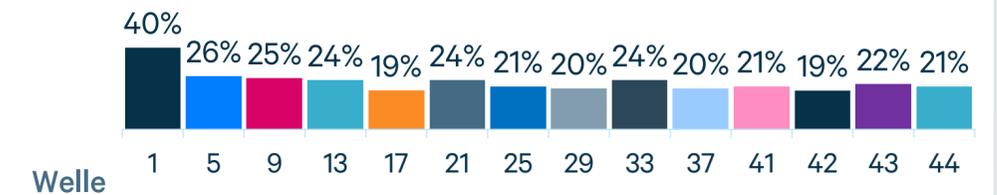
-1

Isolation / Quarantäne (Freunde, Familie und Bekannte)



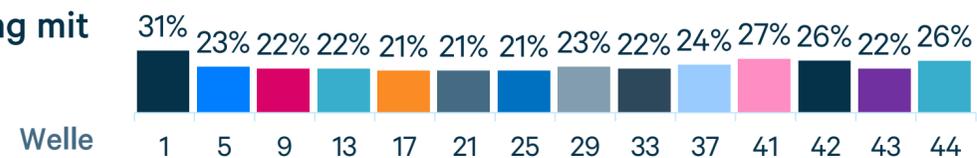
-3

Massenpanik



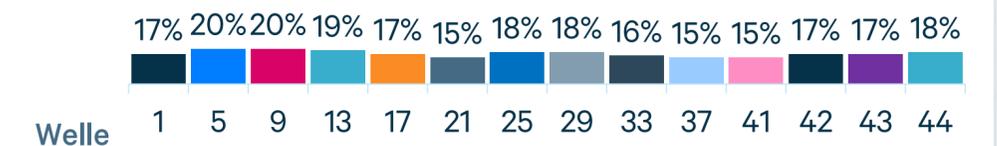
-1

Schlechte Versorgung im Falle einer Ansteckung mit dem Coronavirus



+4

Mangelhafte Betreuung von Kindern / Pflegebedürftigen



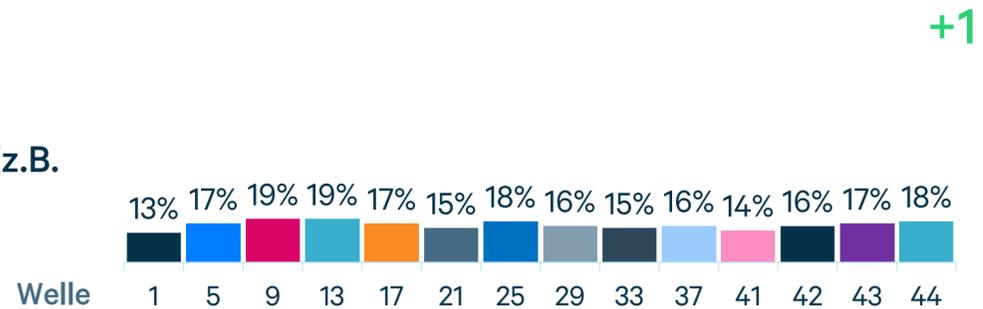
+1

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

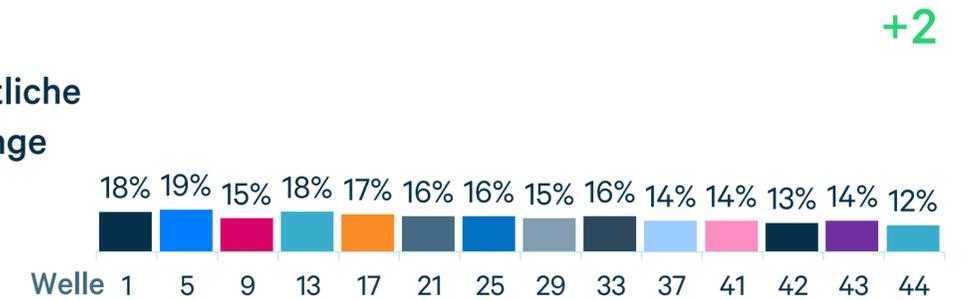
Was sind die größten Sorgen um Corona? (3/3)

Gesamtstichprobe – Sortiert nach Häufigkeit

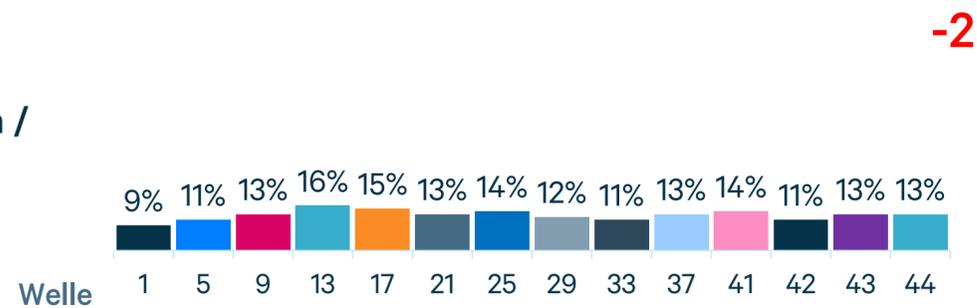
Verringerte
Reisemöglichkeiten (z.B.
gestrichene Flüge)



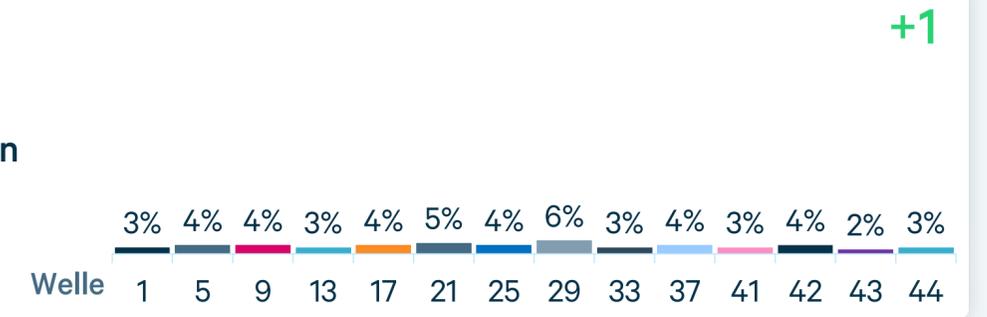
Kurzfristige wirtschaftliche
Auswirkungen (z.B. lange
Lieferzeiten)



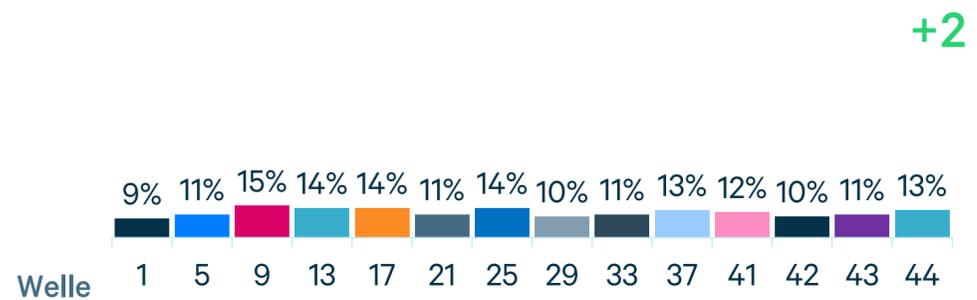
Meidung von Kranken /
Soziale Ausgrenzung



Mache mir keine Sorgen



Verbot von privaten
Veranstaltungen (z.B.
Hochzeiten)



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

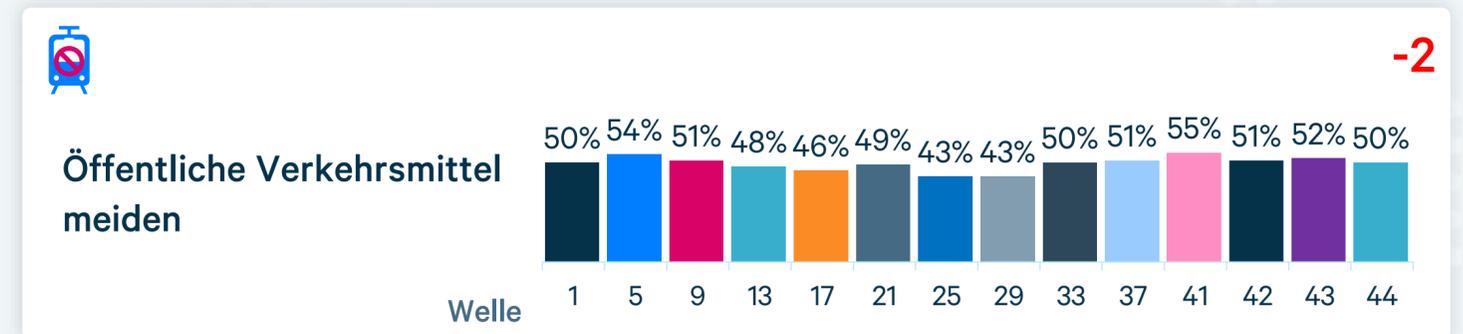
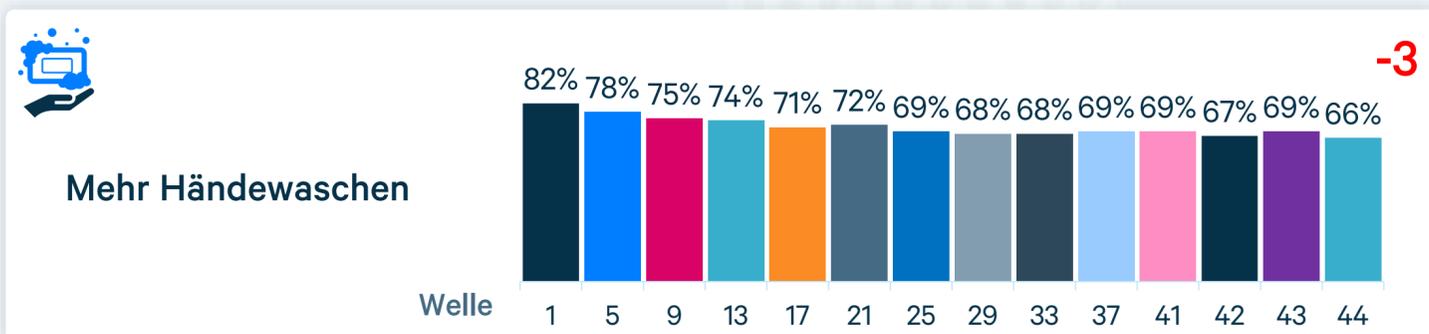
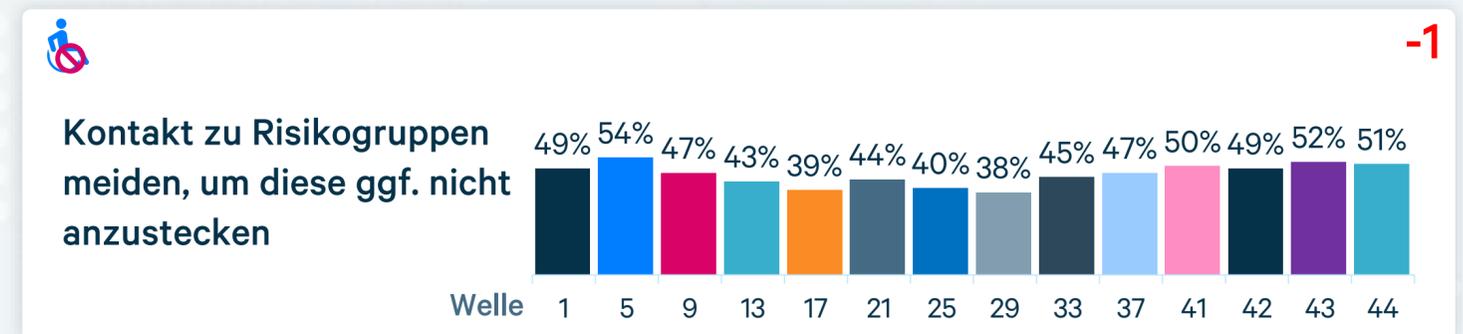
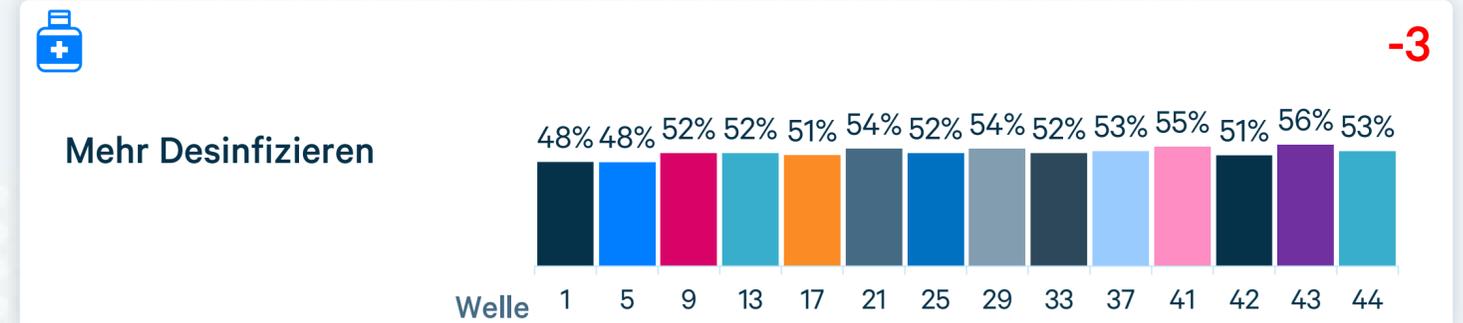
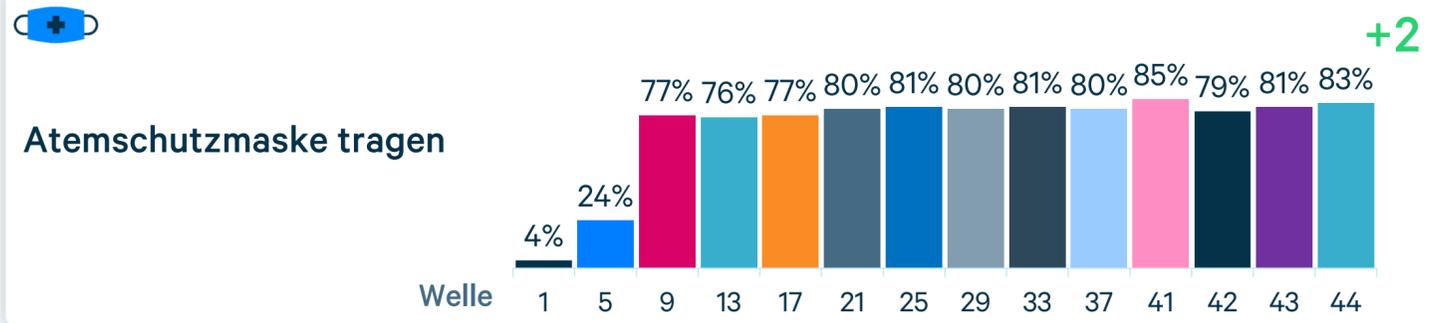


5

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.

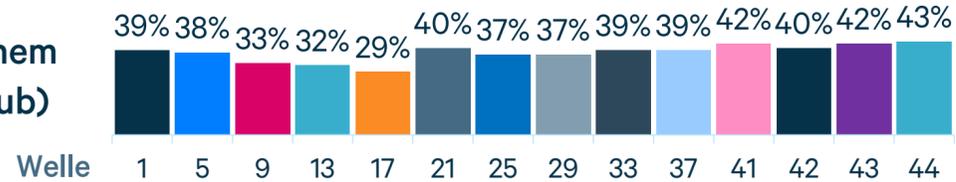
Was wird getan, um Ansteckungen zu verringern? (2/3)

Gesamtstichprobe – Sortiert nach Häufigkeit in %



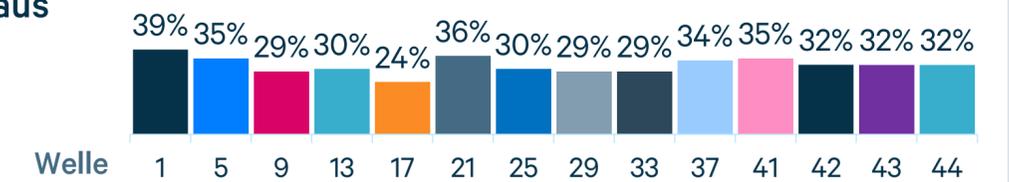
Kontakt zu Personen meiden, die in betroffenem Gebiet waren (z.B. Urlaub)

+1



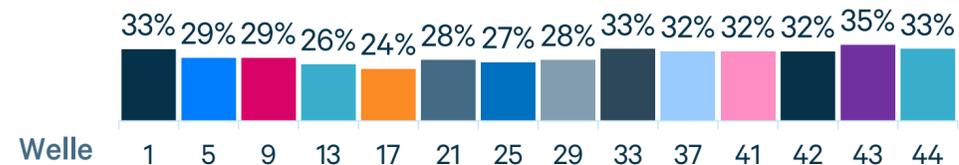
Kontakt zu Personen aus betroffenen Gebieten meiden (z.B. Italien)

=



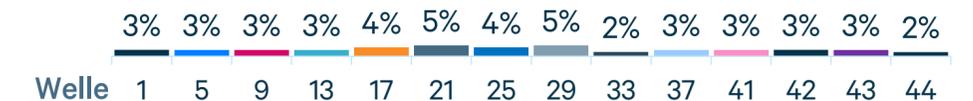
Immunsystem stärken

-2



Mache gar nichts, um das Risiko zu vermeiden

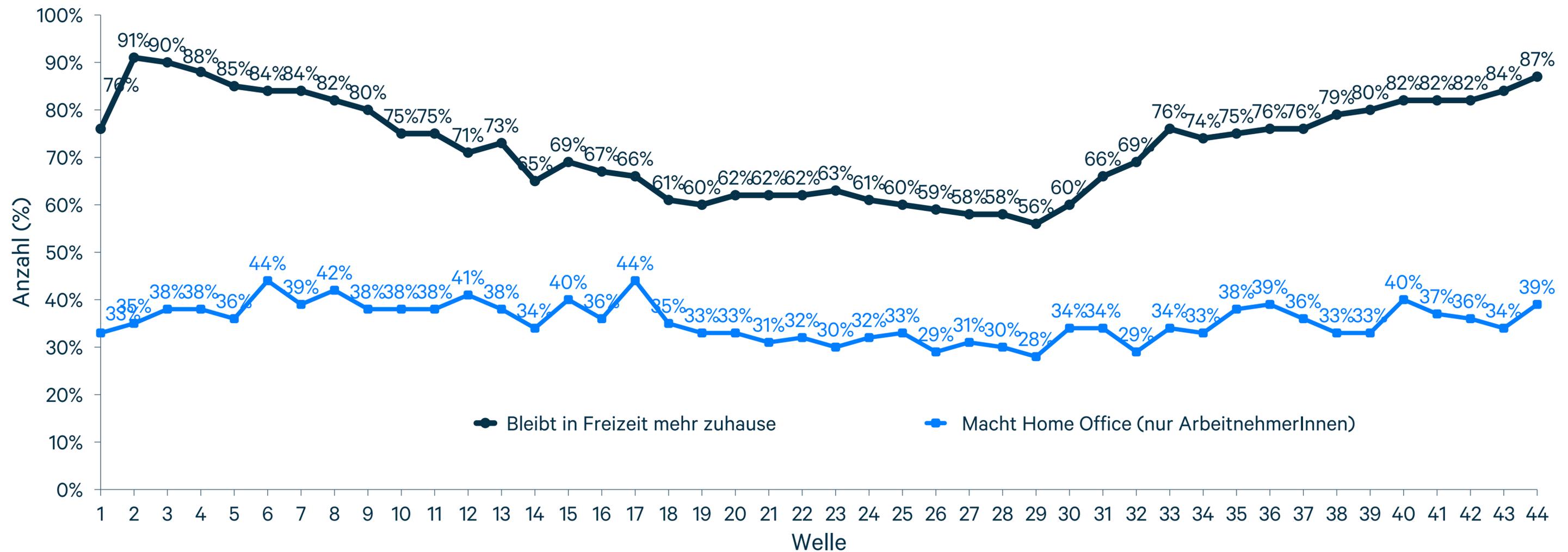
-1



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.-40. 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 / 37. Welle: N=686 / 38. Welle: N=669 / 39. Welle: N=709 / 40. Welle: N=713 / 41. Welle: N=668 / 42. Welle: N=706 / 43. Welle: N=656 / 44. Welle: N=680)

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	27. November Welle 37 Bottom 2	06. Januar Welle 43 Bottom 2	14. Januar Welle 44 Bottom 2
1	U-Bahn / S-Bahn	80%	65%	58%	53%	50%	54%	62%	68% (+5)	69% (+1)
2	Bus	76%	60%	52%	50%	47%	52%	62%	65% (+4)	67% (+2)
3	Flugzeug	80%	66%	57%	51%	54%	54%	58%	61% (+4)	63% (+2)
4	Regio / ICE / IC	76%	58%	49%	45%	44%	48%	54%	59% (+4)	61% (+3)
5	Schiff / Fähre	74%	58%	49%	43%	41%	44%	49%	51% (+1)	52% (+1)
6	Taxi	58%	44%	38%	33%	32%	34%	40%	42% (+6)	44% (+2)
7	Ridesharing	59%	48%	41%	36%	32%	38%	40%	40% (+4)	41% (+1)
8	Carsharing	59%	47%	42%	33%	34%	37%	42%	40% (+4)	41% (+1)
9	Scooter Sharing	52%	42%	38%	32%	26%	31%	34%	33% (+4)	33% (=)
10	Bike Sharing	47%	35%	32%	26%	22%	25%	29%	28% (+2)	29% (+1)

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 37 Top 2	Welle 42 Top 2	Welle 44 Top 2
1	Privater PKW	67%	73%	73%	77%	79%	75%	76%	79% (+4)	74% (-5)
2	Zu Fuß gehen	52%	68%	69%	74%	76%	74%	74%	74% (+4)	68% (-6)
3	Eigenes Fahrrad	49%	61%	64%	69%	70%	67%	67%	69% (+3)	66% (-3)

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	27. November Welle 37 Top 2	06. Januar Welle 43 Top 2	14. Januar Welle 44 Top 2
1	 Obst	20%	24%	26%	24%	24%	23%	25%	26% (+1)	27% (+1)
2	 Gemüse	18%	21%	24%	23%	22%	22%	24%	23% (+1)	23% (=)
3	 Mineralwasser	30%	22%	22%	20%	21%	21%	20%	22% (+2)	23% (+1)
4	 TK-Produkte	31%	22%	19%	17%	16%	17%	18%	19% (-1)	21% (+2)
5	 Süßigkeiten /Snacks	19%	22%	22%	17%	19%	18%	21%	24% (+2)	21% (-3)

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 37 Top 2	Welle 43 Top 2	Welle 44 Top 2
1	 Mundschutz	12%	54%	57%	59%	59%	55%	61%	58% (=)	62% (+4)
2	 Desinfektionsmittel	33%	41%	44%	49%	47%	47%	50%	51% (+3)	51% (=)
3	 Einweghandschuhe	19%	29%	29%	31%	31%	28%	31%	30% (-1)	32% (+2)
4	 Seife	30%	28%	28%	28%	31%	28%	30%	29% (+1)	28% (-1)
5	 Taschentücher	24%	15%	18%	15%	16%	18%	18%	16% (-1)	20% (+4)

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

Welche Produkte werden **weniger** gekauft?

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

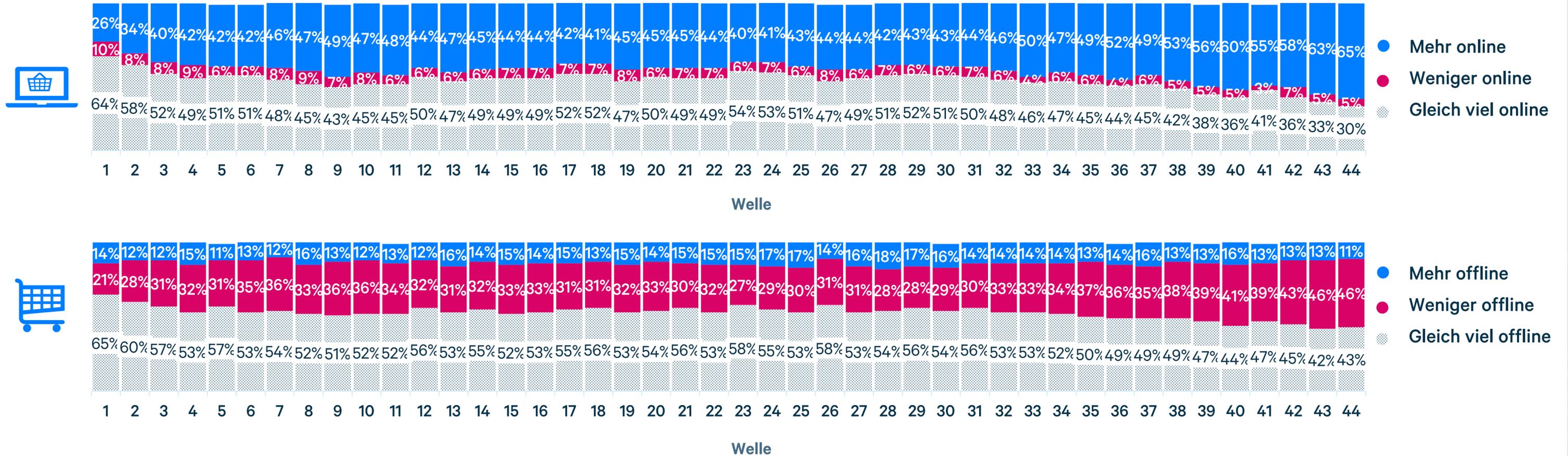
Aktueller Platz	Produkt	18. März Welle 1 Bottom 2	29. April Welle 7 Bottom 2	10. Juni Welle 13 Bottom 2	22. Juli Welle 19 Bottom 2	02. September Welle 25 Bottom 2	15. Oktober Welle 31 Bottom 2	27. November Welle 37 Bottom 2	06. Januar Welle 43 Bottom 2	14. Januar Welle 44 Bottom 2
1	 Alkohol	20%	23%	25%	24%	22%	22%	23%	26% (+6)	27% (+1)
2	 Kleidung / Schuhe	(nicht erhoben)	30%	25%	23%	19%	19%	22%	25% (-2)	27% (+2)
3	 Möbel	(nicht erhoben)	30%	28%	20%	21%	21%	21%	24% (+2)	23% (-1)
4	 Make-Up	12%	20%	20%	18%	16%	16%	20%	20% (+2)	21% (+1)
5	 Haushaltsgeräte	15%	24%	24%	17%	18%	17%	18%	20% (+3)	20% (=)
6	 Tabak / Zigaretten	16%	18%	20%	19%	19%	17%	20%	21% (+5)	19% (-2)
7	 Videospiele	12%	19%	21%	16%	18%	14%	18%	20% (+4)	19% (-1)
8	 Magazine	11%	20%	20%	15%	15%	14%	16%	20% (+5)	19% (-1)
9	 Entertainment	12%	19%	21%	17%	18%	15%	17%	19% (+3)	19% (=)
10	 Gesellschaftsspiele	12%	21%	21%	15%	16%	13%	15%	17% (=)	19% (+2)

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 Moll (geb. 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