

16.03.2022, Deutschland

# appinio hype train

Your fast track to consumer insights

# 01

## Weekly Insights

Diese Woche —  
[Nachhaltige Verpackungen](#)

Nachhaltige Verpackung – Wie informiert fühlen sich die Deutschen? Was wird als nachhaltig empfunden, wer trägt die Verantwortung und worauf wird beim Einkauf wertgelegt?

[Seite 2](#)

# 02

## Hype Tracker

Hype Experte der Woche —  
[Philipp Westermeyer](#)

Was denken Konsumenten wirklich über die vermeintlich heißesten Trends in Deutschland und wer kennt sie überhaupt? In jeder Ausgabe fragen wir bekannte Branchenexperten nach den aktuell dominierenden Top-Themen innerhalb ihres beruflichen und persönlichen Umfelds.

[Seite 5](#)

# 03

## Konsum Tracking

Welche Produkte und Marken nutzen Konsumenten und was denken sie darüber? Welche Marken kommen ihnen als erstes in den Sinn? In unserem zweiwöchentlichen Tracking gibt es die Antworten.

[Seite 7](#)

# 01

## Weekly Insights

Diese Woche —

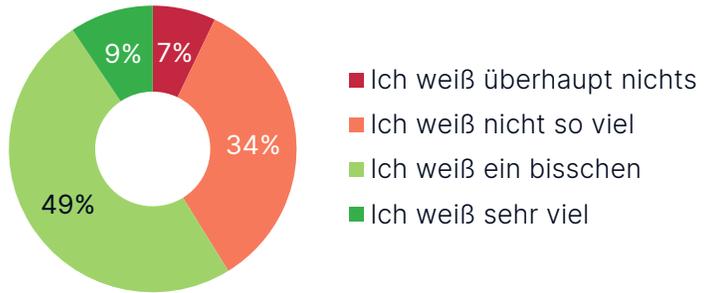
Nachhaltige Verpackungen



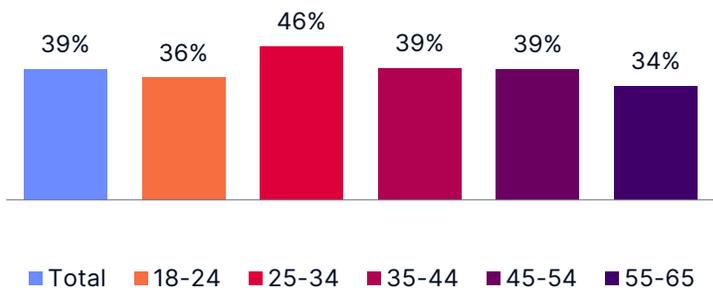
# Weekly Insights — Nachhaltige Verpackungen

Mehr als jeder Dritte (38%) findet, es gibt keine oder nicht viele Informationen über den Umwelteinfluss von Verpackungen.

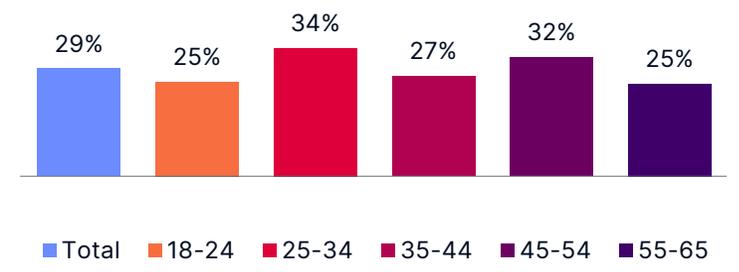
Wie viel weißt du über nachhaltige Verpackungen?



Anteil der Befragten, die den Unterschied zwischen **recyclebaren** und **recycelten** Verpackungen erklären könnten.

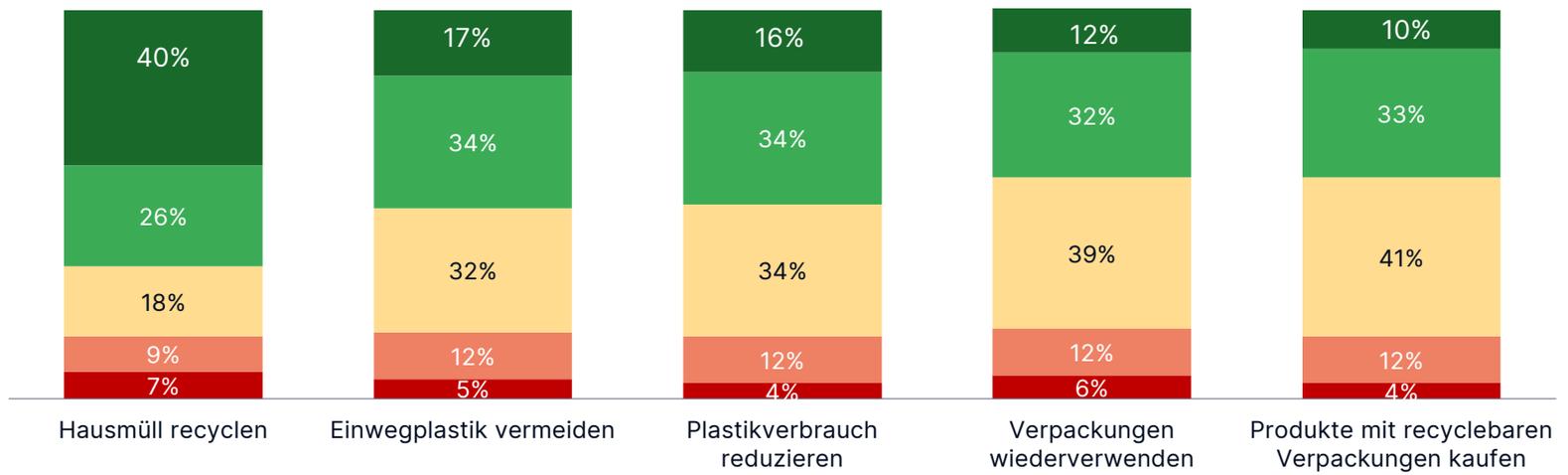


Anteil der Befragten, die den Unterschied zwischen **kompostierbaren** und **biologisch** abbaubaren Verpackungen erklären könnten.



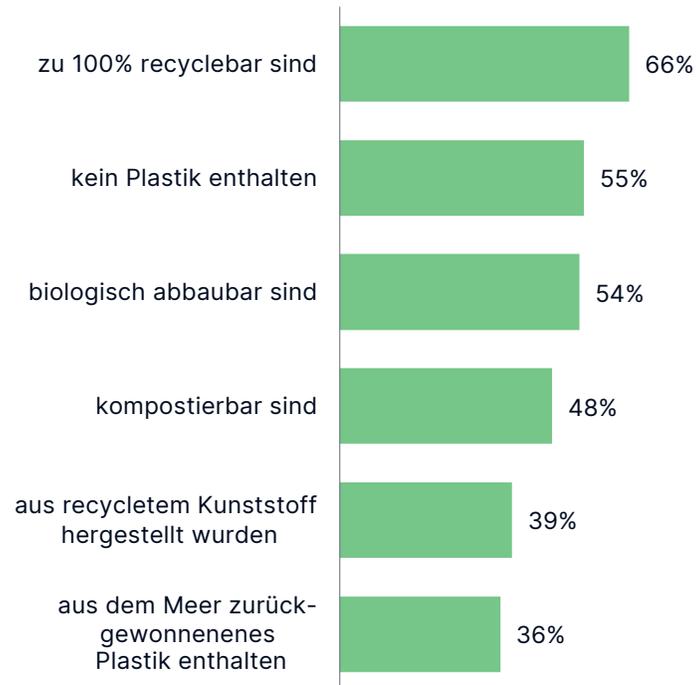
Wie oft machst du die folgenden Dinge?

■ Nie ■ Selten ■ Manchmal ■ Meistens ■ Immer



**6 von 10 Deutschen (62%)** bevorzugen seit Beginn der Pandemie aus hygienischen Gründen verpackte Produkte.

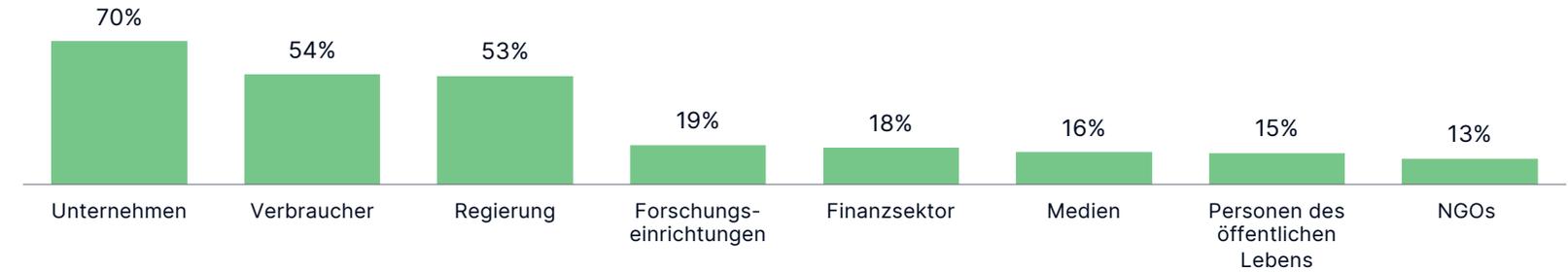
Ich bin daran interessiert, Produkte mit Verpackungen zu kaufen, die...



Was wird als nachhaltiger empfunden?

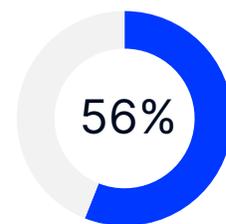


Welche der folgenden Instanzen haben, deiner Meinung nach, die größte Verantwortung, wenn es um nachhaltige Verpackungen geht?

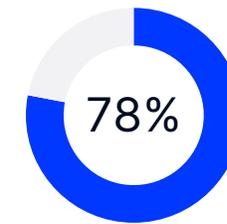


Meinungsbarometer

■ Stimme (eher/voll und ganz) zu ■ Stimme (eher/überhaupt) nicht zu



„Ich würde einen höheren Preis für einen Artikel zahlen, der in recycletem Material verpackt ist.“



„Unternehmen sollten durch die Regierung verpflichtet werden, nur recycelte oder recyclebare Materialien zu verwenden.“

„Inwieweit stimmst du der folgenden Aussage zu? Seit Beginn der COVID-19-Pandemie bevorzuge ich verpackte Produkte aus hygienischen Gründen, gegenüber unverpackten Produkten.“ // „Ich bin daran interessiert, Produkte mit Verpackungen zu kaufen, die...“ // „Welche der folgenden Instanzen haben, deiner Meinung nach, die größte Verantwortung wenn es um nachhaltige Verpackungen geht?“ // „Was denkst du ist nachhaltiger: Papiertüten oder Plastiktüten?“ // „Was denkst du ist nachhaltiger: Papierverpackungen oder Glasverpackungen?“ (Basis N=1000)

# 02

## Hype Tracker

Bahn frei für den Appinio Hype Tracker:

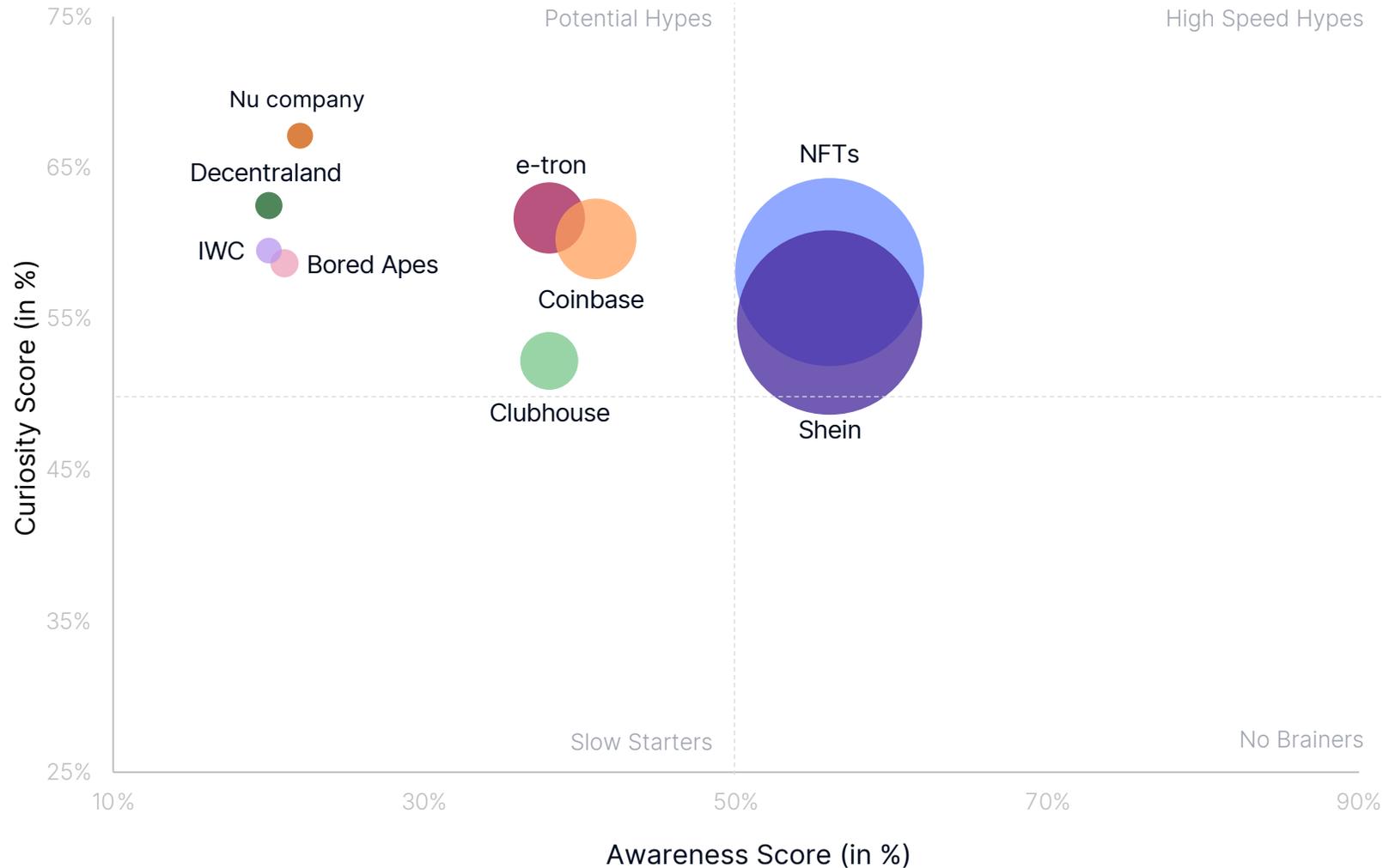
Was denken Konsumenten wirklich über die vermeintlich heißesten Trends in Deutschland und wer kennt sie überhaupt?

In jeder Ausgabe fragen wir Meinungsmacher und Branchenexperten nach ihren persönlichen Hot Topics. Sie teilen, was sie beschäftigt und wir testen: Nischenthema oder Hype?



### Hype Experte der Woche — [Philipp Westermeyer](#)

OMR Festivalveranstalter, Technologieunternehmer und Podcaster aus Hamburg. Gründer der Digital-Plattform OMR.com.



## » Bored Apes? E-tron bleibt der bessere flex. «



Hype Experte der Woche —  
[Philipp Westermeyer](#)

### Awareness Score

Wie bekannt ist das Hype-Thema unter Konsumenten? Wie viel Prozent der Befragten haben mindestens ein Mal davon gehört?

### Curiosity Score

Wie neugierig machen Hype-Themen Konsumenten, die schon mal davon gehört haben? Der Curiosity Score zeigt, wie viel Prozent der Befragten sagen „finde ich (eher) interessant.“

### Appinio Buzz (Größe der Bubble)

Wie oft hast du von dem Thema in letzter Zeit in deinem persönlichen und beruflichen Umfeld gehört?, „Du hast angegeben, von dem Thema schon mindestens einmal gehört zu haben. Wie interessant findest du das Thema?“ (Befragte, die vom jew. Thema schonmal gehört haben)

# 03

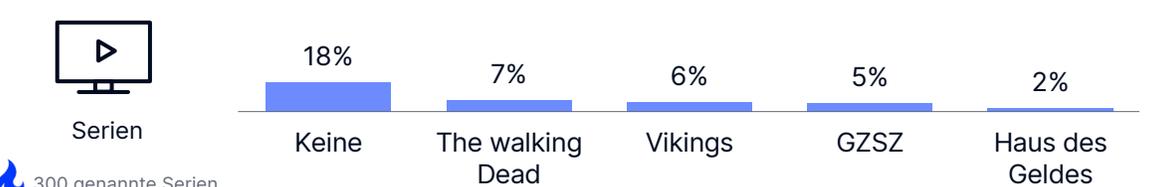
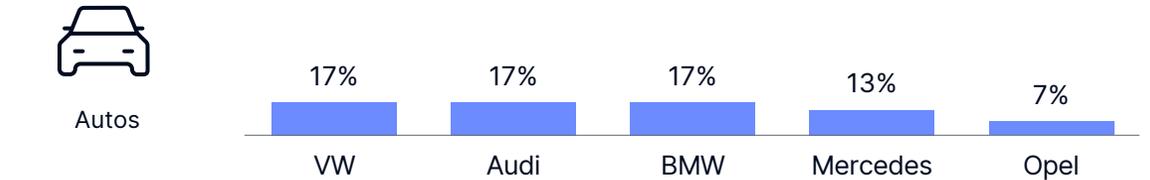
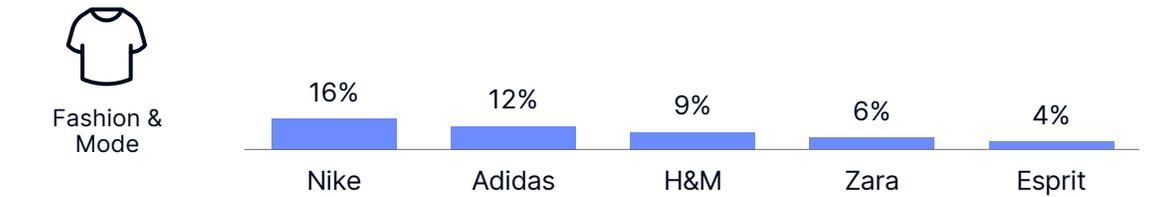
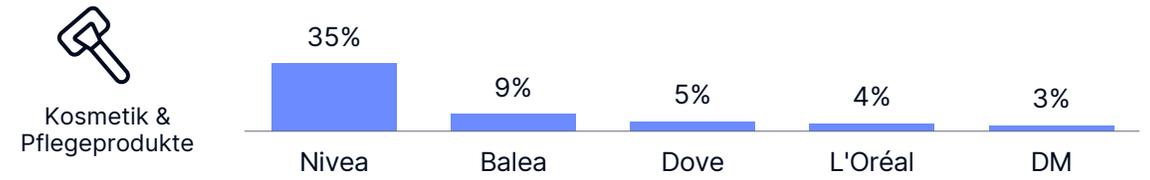
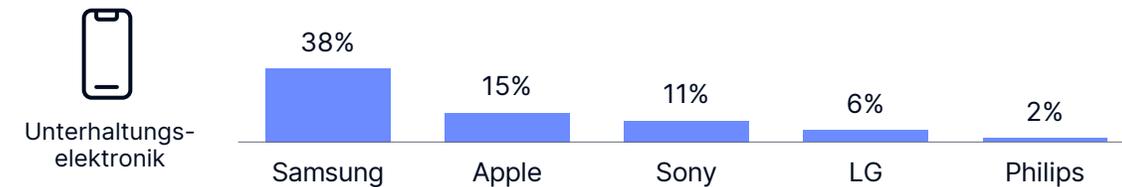
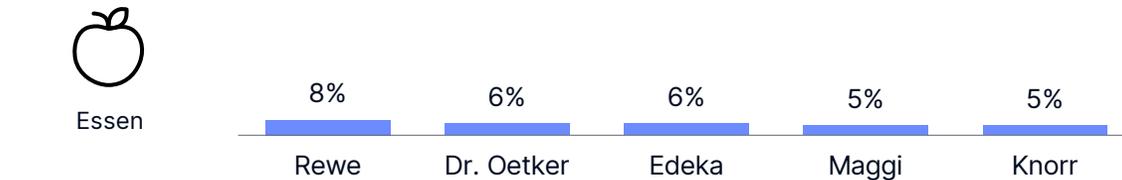
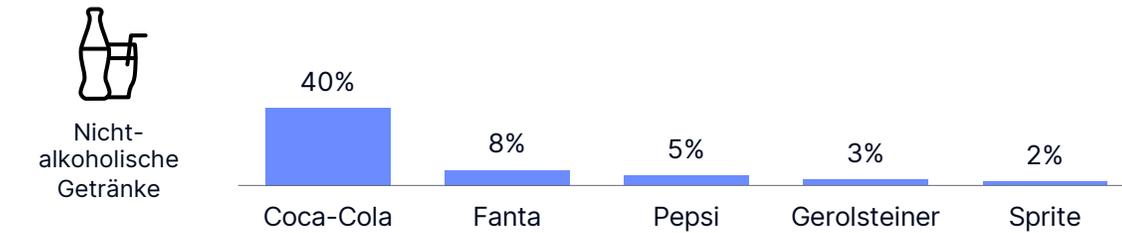
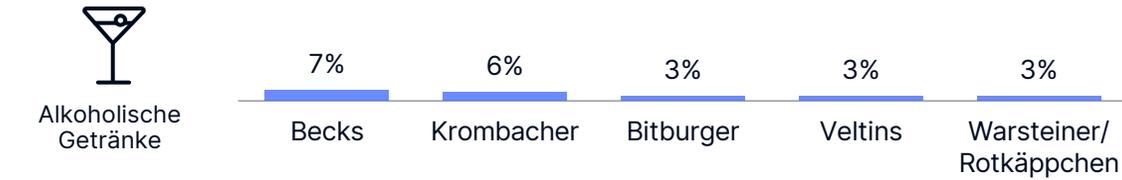
## Konsum Tracking

Wie sehen die Konsumpräferenzen der Deutschen aus? Was sind die beliebtesten und präsentesten Marken und wer präferiert Onlineshopping über den klassischen Ladenbesuch. Im Konsum Tracking gibt es die Antworten für unterschiedliche Produktkategorien.



# Top of Mind Brands

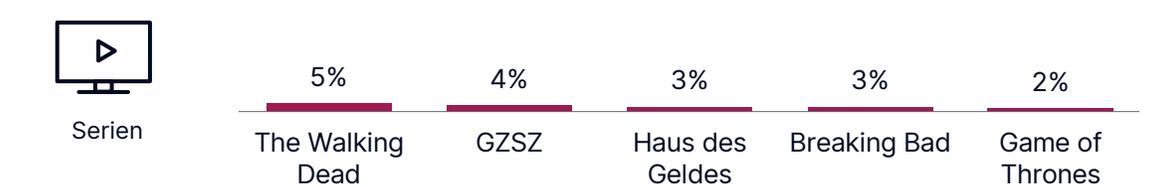
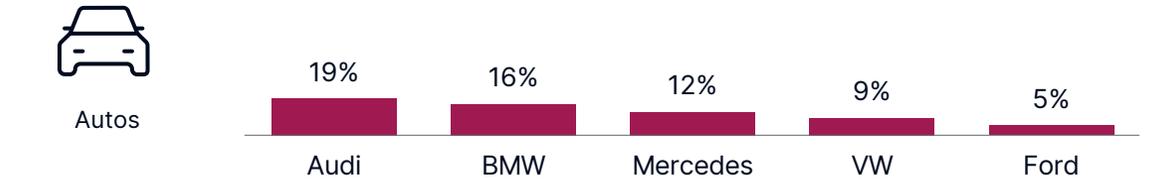
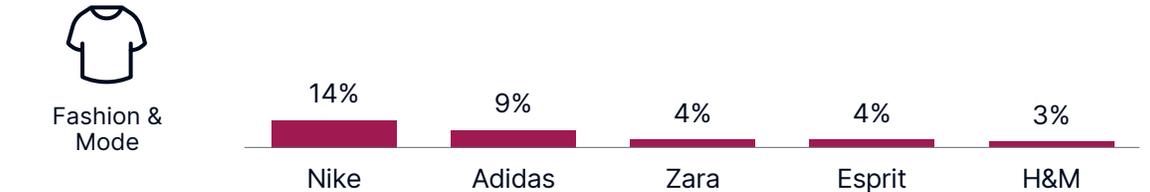
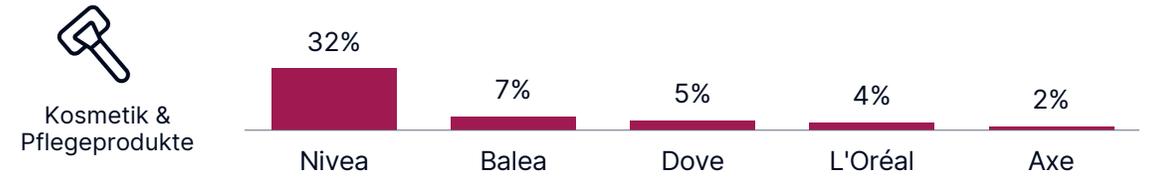
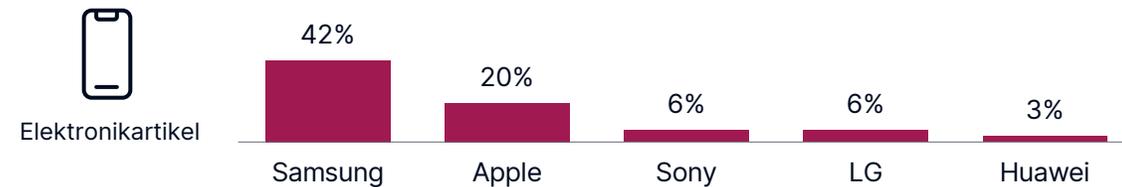
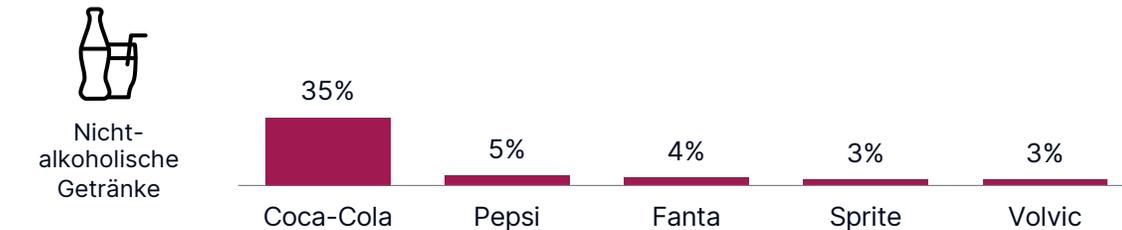
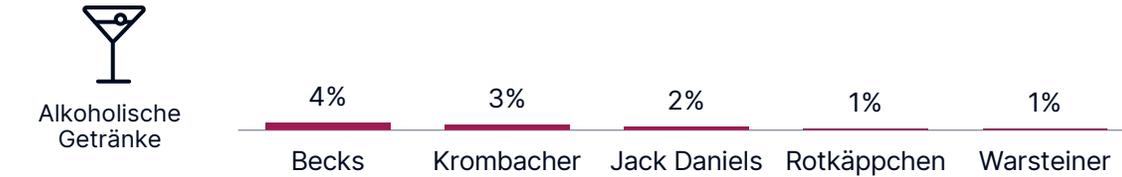
An welche Marke wird in den folgenden Produktkategorien zuerst gedacht?



300 genannte Serien

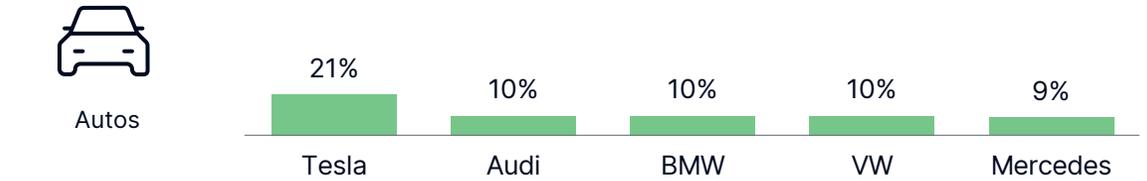
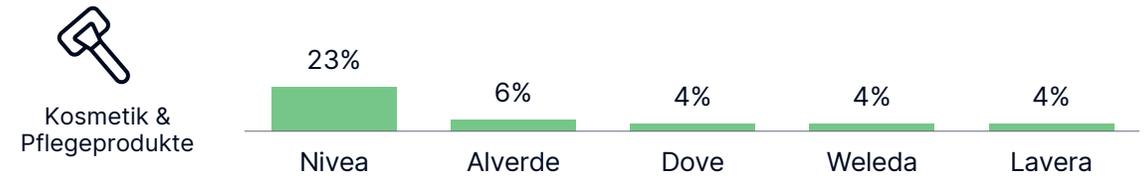
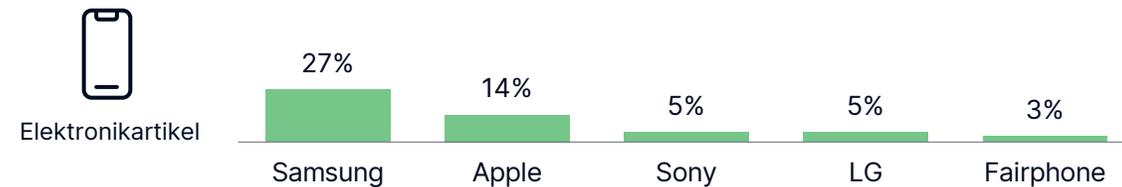
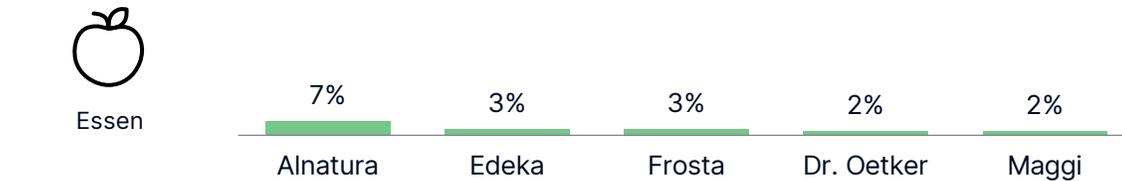
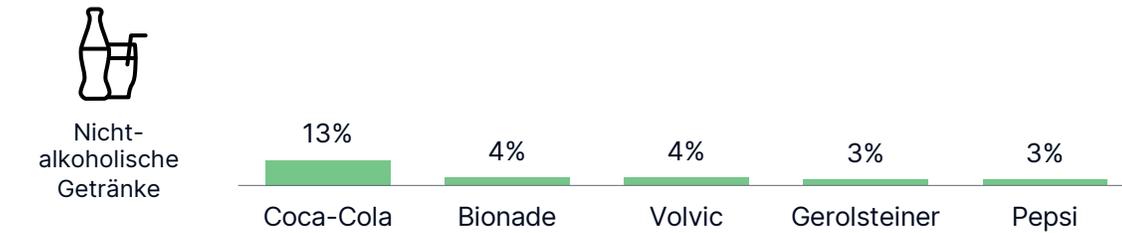
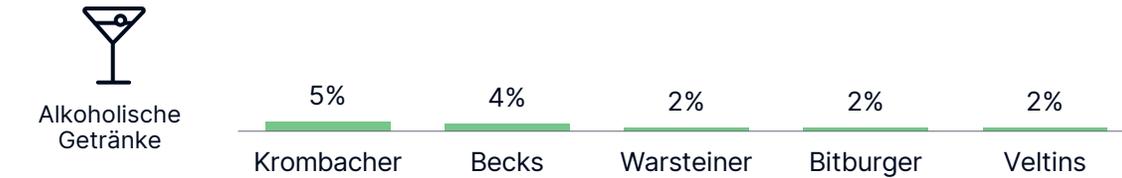
# Top 5 Lovebrands

Wer gewinnt das Herz der Konsumentinnen und Konsumenten?



# Top 5 Nachhaltige Brands

Welche Marken werden als am nachhaltigsten empfunden?



# Wie oft werden Produktkategorien gekauft?

● gesamt ● online ● offline

Rank	Product category	29.04	27.05	24.06	29.07	27.08	30.09.	28.10	25.11.	16. 12	27. 01	24. 02	10.03
1.	 Lebensmittel	93%	92%	92%	93%	96%	95%	94%	95%	93%	94%	94%	96%
		9%	8%	10%	8%	9%	7%	7%	7%	7%	6%	5%	6%
		74%	75%	75%	78%	83%	78%	78%	77%	76%	76%	76%	75%
2.	 Alkoholfreie Getränke	78%	79%	79%	82%	83%	82%	83%	82%	83%	81%	83%	86%
		10%	8%	5%	7%	5%	8%	7%	7%	8%	8%	6%	6%
		62%	64%	65%	70%	71%	69%	71%	69%	68%	65%	67%	68%
3.	 Körperpflege / Hygiene- produkte	77%	77%	78%	79%	79%	79%	79%	80%	82%	82%	78%	86%
		13%	13%	14%	10%	11%	11%	12%	12%	14%	14%	10%	14%
		55%	55%	54%	60%	62%	59%	60%	60%	59%	58%	57%	53%
4.	 Medikamente / Arznei	64%	63%	64%	62%	63%	62%	63%	68%	69%	69%	67%	70%
		19%	19%	19%	17%	17%	16%	17%	18%	19%	17%	16%	15%
		37%	35%	37%	37%	40%	38%	39%	42%	42%	40%	40%	40%
5.	 Kleidung	58%	60%	66%	61%	60%	61%	60%	60%	67%	62%	58%	65%
		37%	35%	36%	28%	27%	30%	28%	30%	32%	29%	26%	28%
		13%	17%	20%	24%	25%	25%	24%	22%	25%	24%	20%	22%
6.	 Alkoholische Getränke	54%	54%	55%	54%	55%	56%	52%	56%	54%	55%	56%	57%
		9%	8%	8%	6%	7%	7%	6%	7%	10%	7%	5%	6%
		38%	40%	42%	43%	44%	42%	42%	44%	44%	40%	42%	42%

# Wie oft werden Produktkategorien gekauft?

● gesamt ● online ● offline

Rank	Product category	29.04	27.05	24.06	29.07	27.08	30.09.	28.10	25.11.	16. 12.	27. 01	24. 02	10. 03
7.	 Schönheits- produkte / Make- up	45%	47%	46%	44%	44%	45%	42%	46%	52%	50%	44%	51%
		13%	14%	10%	12%	12%	12%	11%	14%	15%	12%	10%	10%
		26%	27%	29%	27%	27%	26%	26%	25%	30%	29%	25%	28%
8.	 Schuhe	44%	39%	49%	43%	41%	42%	43%	44%	50%	45%	43%	47%
		25%	25%	21%	18%	19%	21%	16%	20%	25%	20%	21%	18%
		13%	14%	23%	19%	18%	16%	21%	18%	18%	18%	15%	19%
9.	 Bücher/ Magazine	44%	44%	41%	44%	42%	44%	44%	46%	49%	46%	46%	48%
		17%	18%	19%	15%	15%	16%	17%	19%	19%	18%	14%	16%
		21%	21%	17%	24%	22%	22%	22%	22%	25%	21%	24%	21%
10.	 Dekoartikel	34%	35%	35%	34%	33%	36%	38%	49%	51%	40%	38%	42%
		13%	16%	12%	11%	10%	12%	12%	14%	16%	12%	11%	10%
		14%	16%	18%	18%	19%	18%	21%	29%	25%	22%	18%	22%
11.	 Elektrische Geräte	35%	36%	36%	30%	32%	35%	32%	40%	47%	39%	38%	43%
		17%	20%	21%	16%	16%	18%	16%	21%	25%	19%	18%	19%
		21%	11%	11%	10%	12%	11%	11%	13%	16%	14%	13%	14%
12.	 Spielwaren/ Brettspiele/ Puzzles	35%	33%	33%	32%	32%	32%	33%	39%	50%	36%	35%	38%
		18%	17%	17%	14%	12%	15%	15%	20%	25%	15%	15%	13%
		10%	11%	12%	14%	12%	12%	12%	13%	18%	15%	13%	14%

# Wie oft werden Produktkategorien gekauft?

● gesamt ● online ● offline

Rank	Product category	29.04	27.05	24.06	29.07	27.08	30.09.	28.10	25.11.	16. 12	27. 01	24. 02	10. 03
13.	 Haushalts- geräte	31%	31%	28%	27%	27%	28%	26%	31%	37%	34%	32%	36%
		16%	14%	14%	11%	12%	12%	11%	13%	15%	13%	12%	12%
		9%	12%	10%	11%	12%	10%	11%	12%	17%	14%	12%	12%
14.	 Geschirr / Küchengeräte	28%	25%	26%	24%	25%	26%	23%	28%	33%	33%	26%	33%
		11%	10%	11%	10%	10%	12%	10%	11%	12%	10%	7%	9%
		11%	11%	11%	11%	11%	9%	10%	14%	11%	16%	11%	15%
15.	 Möbel	29%	27%	26%	25%	24%	26%	23%	26%	32%	32%	30%	34%
		13%	13%	12%	10%	9%	11%	10%	10%	14%	11%	9%	10%
		10%	9%	11%	122%	10%	10%	9%	11%	12%	14%	11%	14%
16.	 Schmuck	26%	27%	27%	25%	25%	24%	22%	24%	33%	30%	26%	31%
		13%	12%	13%	10%	9%	11%	9%	11%	13%	11%	10%	10%
		9%	8%	9%	11%	10%	9%	9%	8%	14%	13%	10%	13%
17.	 Sport- und Fitnessgeräte	24%	24%	22%	20%	17%	22%	17%	19%	26%	25%	21%	29%
		12%	12%	9%	8%	6%	9%	7%	9%	9%	9%	8%	9%
		7%	8%	9%	8%	7%	8%	7%	7%	11%	11%	8%	12%



## Sample & Method

Stichprobe	1.000 Deutsche
Land	Deutschland
Alter	16-65
Datum der Studie	9-10 March 2022

National repräsentativ – quotiert nach Alter & Geschlecht basierend auf Zensus 2011, mobiler Fragebogen, ausgespielt über die Appinio-App.

Daten können unter [research.appinio.com](https://research.appinio.com) in real-time eingesehen werden

## Contacts



**Louise Leitsch**  
Director Research Consulting

Office +49 40 2286 57 312  
E-Mail [louise.leitsch@appinio.com](mailto:louise.leitsch@appinio.com)



**Juliane Ramme**  
Senior Marketing Manager

Office +49 40 413 497 10  
E-Mail [juliane.ramme@appinio.com](mailto:juliane.ramme@appinio.com)