



© 07 April 2020, 09:25 (CEST)

Umfrage: Corona-Krise lässt Nachfrage nach Lebensmitteln und Drogerieartikeln steigen

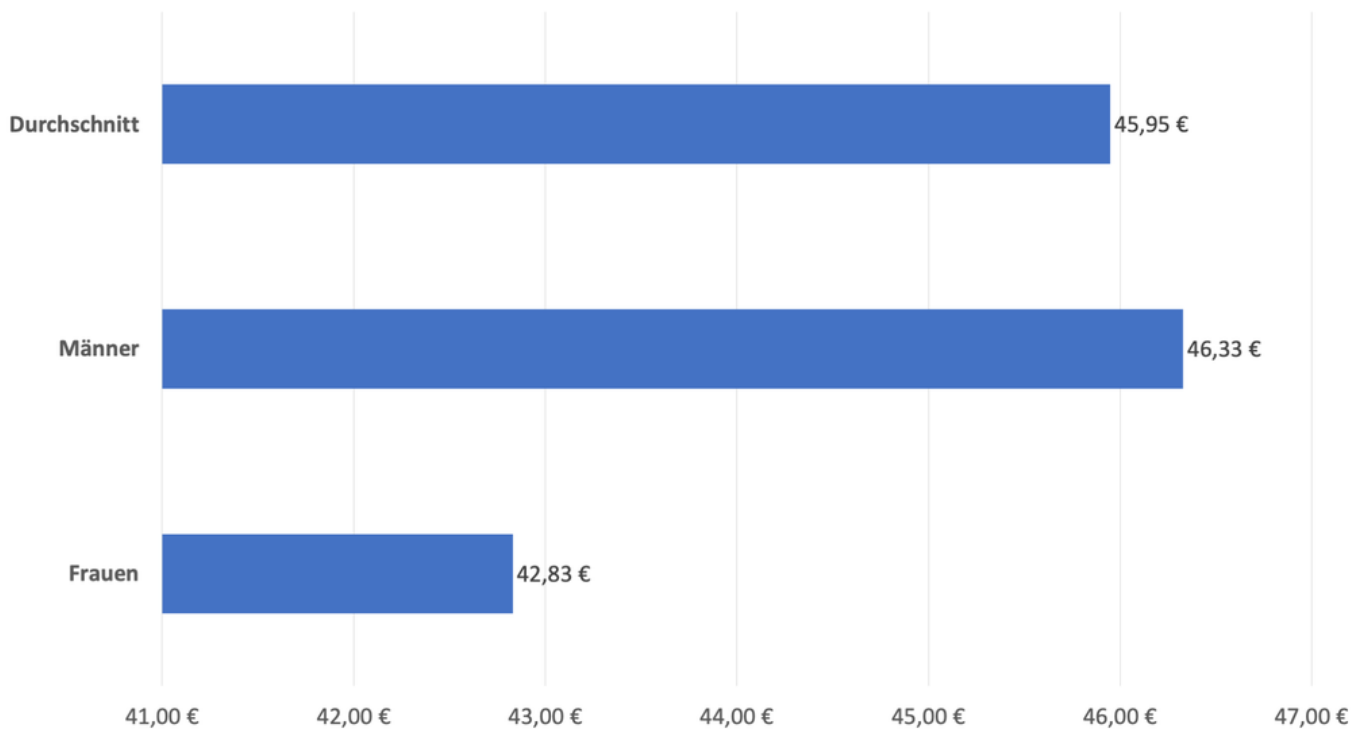
Berlin, 7. April 2020. Die deutsche Wirtschaft steht vor einer Rezession. Die Wirtschaftsweisen rechnen damit, dass das Bruttoinlandsprodukt (BIP) in diesem Jahr im besten Fall um 2,8 Prozent, im schlimmsten Fall um 5,4 Prozent schrumpft. Manche Branchen avancieren indes zum Krisengewinner. Wie stark beispielsweise die Nachfrage nach Lebensmitteln und Drogerieartikeln steigt, zeigt eine Umfrage des Verbraucherforums mydealz unter 2.537 Konsumenten.

260,92 Euro haben Verbraucher im März durchschnittlich für Lebensmittel ausgegeben, 45,95 Euro für Drogerie- und Hygieneartikel. Gegenüber der Zeit vor der Corona-Pandemie haben sich die Ausgaben für beide Warengruppen damit deutlich erhöht: 44,03 Prozent der 2.537 von mydealz befragten Verbraucher gaben im März mehr Geld für Lebensmittel aus und immerhin 22,58 Prozent der Verbraucher griffen für Drogerie- und Hygieneartikel tiefer in die Tasche. 43,40 Prozent gaben für Lebensmittel und 69,97 Prozent für Drogerieartikel „in etwa genauso viel aus wie vorher“. Nur 7,46 Prozent der Verbraucher haben ihre Ausgaben für Lebensmittel also reduziert während rund jeder Sechste (18,07 Prozent) im März weniger Geld für Drogerie- und Hygieneartikel ausgegeben hat.

Vor allem Männer haben im März mehr Geld für Lebensmittel und Drogerieartikel ausgegeben. Vier von zehn befragten Männern (42,62 Prozent) gaben mehr Geld für Lebensmittel aus und 23,01 Prozent haben ihre Ausgaben für Drogerie- und Hygieneartikel gesteigert. Frauen gaben im März vor allem für Lebensmittel mehr Geld aus: Jede zweite Frau (50,13 Prozent) griff für Lebensmittel tiefer in die Tasche als noch in Vor-Corona-Zeiten. Für Drogerie- und Corona-Artikel hat jedoch nur rund jede sechste Frau (18,02 Prozent) mehr Geld ausgegeben. In absoluten Zahlen haben Frauen (261,73 Euro) und Männer (260,75 Euro) für Lebensmittel in etwa gleich viel ausgegeben während männlichen Verbraucher (46,33 Euro) für Drogerie- und Hygiene-Artikel etwas tiefer in die Tasche gegriffen haben als ihre weiblichen Pendants (42,83 Euro).

 351030 ausgaben lebensmittel 2686ed large 1585734655

Bitte gib an, wie viele Euro Du im März 2020 (schätzungsweise) für Drogerie- und Hygieneartikel ausgegeben hast.

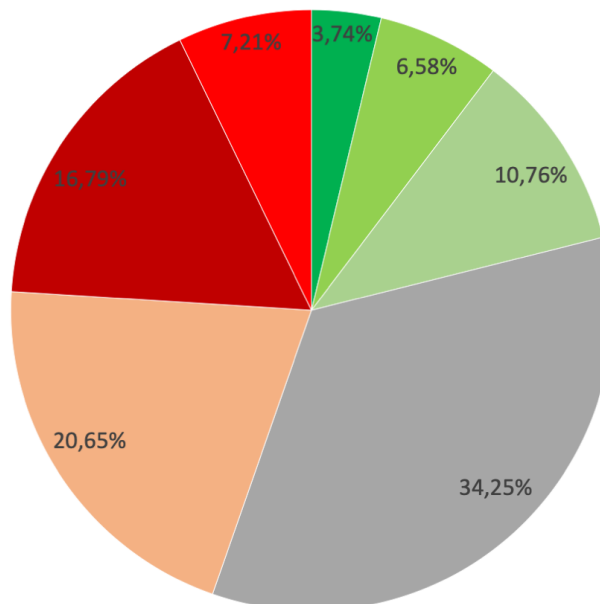


Verbraucher kaufen seltener Lebensmittel ein

Vermutlich auch bedingt durch die Angst vor Infektionen haben Verbraucher im März Lebensmittel seltener eingekauft als noch vor dem Ausbruch der Corona-Pandemie in Deutschland. 44,65 Prozent der von mydealz befragten Verbraucher erklärten, vorher wenigstens etwas öfter Lebensmittel gekauft zu haben. In Summe jeder vierte Konsument (24,0 Prozent) hat im März sogar „seltener“ (16,79 Prozent) oder „deutlich seltener“ (7,21 Prozent) Lebensmittel eingekauft während jeder dritte Befragte (34,25 Prozent) erklärte, er kaufe „genauso oft Lebensmittel ein wie vorher“. Frauen neigen deutlich mehr dazu, seltener Lebensmittel einzukaufen. Jede zweite Frau (51,18 Prozent), aber nur jeder siebte Mann (14,65 Prozent) haben im März seltener Lebensmittel eingekauft als vorher.

Daran, wo Verbraucher ihre Lebensmittel kaufen, hat sich im März kaum etwas geändert. Drei von vier Frauen (75,46 Prozent) und 78,43 Prozent der Männer erklärten, sie hätten bei den gleichen Händlern eingekauft wie vor dem Ausbruch der Corona-Pandemie. Nur jeder zwanzigste Mann (5,37 Prozent) und 4,44 Prozent der Frauen kauften Lebensmittel „häufiger bei Online-Händlern ein“ während jede siebte Frau (14,88 Prozent) und jeder zehnte Mann (9,80 Prozent) Lebensmittel im März „häufiger im Supermarkt“ gekauft haben.

Hat sich etwas daran geändert, wie oft Du Lebensmittel einkaufst?



- Ich kaufe nun deutlich öfter Lebensmittel ein
- Ich kaufe nun öfter Lebensmittel ein
- Ich kaufe genauso oft Lebensmittel ein wie vorher
- Ich kaufe nun etwas seltener Lebensmittel ein
- Ich kaufe nun seltener Lebensmittel ein
- Ich kaufe nun deutlich seltener Lebensmittel ein

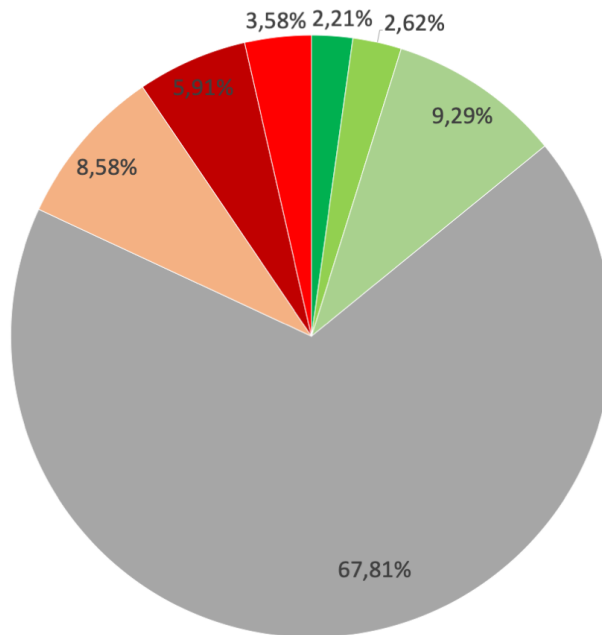
Kaum Veränderungen beim Einkauf von Drogerieartikeln

Beim Konsum von Drogerie- und Hygieneartikel zeichnete sich im März ein anderes Bild ab: Die meisten Verbraucher haben ihre Konsumgewohnheiten in diesem Warenbereich nicht angepasst.

83,76 Prozent der befragten Verbraucher – 84,86 Prozent der Frauen und 83,69 Prozent der Männer – erklärten, sie hätten Drogerie- und Hygieneartikel im März unverändert bei den gleichen Händlern gekauft. Und 66,58 Prozent der Frauen sowie 68,37 Prozent der Männer gaben an, sie kauften „genauso oft Drogerie- und Hygieneartikel ein wie vorher“.

Frauen verzichten, der mydealz-Umfrage zufolge, eher auf Besuche von Drogerien und Supermärkten als Männer. Zumindest erklärte jede siebte Frau, im März Drogerie- und Hygieneartikel „seltener“ (7,83 Prozent) oder „deutlich seltener“ (6,27 Prozent) als vorher eingekauft zu haben, während nur jeder zwölfte Mann diese Artikel „seltener“ (5,52 Prozent) oder „deutlich seltener“ (2,94 Prozent) eingekauft hat. Jede zehnte Frau (10,45 Prozent) und sogar jeder siebte Mann (14,60 Prozent) haben Drogerie- und Hygieneartikel im März hingegen öfter eingekauft als noch in Vor-Corona-Zeiten.

Hat sich etwas daran geändert, wie oft Du Drogerie- und Hygiene-Artikel einkaufst?



- Ich kaufe nun deutlich öfter Drogerie-Artikel ein
- Ich kaufe nun etwas öfter Drogerie-Artikel ein
- Ich kaufe genauso oft Drogerie-Artikel ein wie vorher
- Ich kaufe nun etwas seltener Drogerie-Artikel ein
- Ich kaufe nun deutlich seltener Drogerie-Artikel ein

--

Hinweis zur Methodik

Die oben dargestellten Aussagen sind das Ergebnis einer Umfrage, die das Verbraucherforum mydealz in der Zeit vom 26. bis zum 30. März 2020 mithilfe des Marktforschungsdienstes Survey Monkey unter 2.537 Verbrauchern aus Deutschland durchgeführt hat. Die Ergebnisse der Umfrage können Sie hier einsehen: <https://mdz.me/nachfrageplus>

--

Über mydealz

mydealz (<https://www.mydealz.de>) wurde im Jahr 2007 von Fabian Spielberger als Blog gegründet und ist heute mit 50,9 Millionen Kontakten pro Monat die größte Social-Shopping-Plattform. 6,7 Millionen Konsumenten (Unique User) nutzen mydealz jeden Monat, um Angebote einzustellen, zu diskutieren und zu bewerten und so Produkte zu den besten Konditionen am Markt zu finden. Seit 2014 ist mydealz Teil der Pepper.com-Gruppe, die als weltweit größte Shopping-Community neben Deutschland auch in Brasilien, Frankreich, Großbritannien, Indien, Italien, Mexiko, den Niederlanden, Österreich, Polen, Russland und Spanien betreibt. Monatliche nutzen 25 Millionen Verbraucher die zwölf Pepper-Plattformen, um sich über aktuelle Angebote auszutauschen und 12.000 Kaufentscheidungen pro Minute zu treffen.

—

Pressekontakt:

Pepper Media Holding GmbH

Michael Hensch

Public Relations & Communications Manager

E-Mail: michael@pepper.com

Telefon: +49 176 633 47 407

ÜBER PEPPER MEDIA HOLDING

Pepper.com, the world's largest shopping community, was founded in 2014 by Fabian Spielberger and Paul Nikkel. Through international partnerships and conversations, Pepper.com gives smart shoppers around the world a voice to share deals, tips and ideas, connecting members in eleven countries on four continents. The Pepper.com group is headquartered in Berlin/Germany with offices in Belo Horizonte, Guadalajara, London, Lyon, Mumbai and Winnipeg and consists of market-leading platforms such as Dealabs (France), DesiDime (India), hotukdeals (United Kingdom), mydealz (Germany), Pelando.com.br (Brazil), Pepper.com (The Netherlands), Pepper.it (Italy), Pepper.pl (Poland), Pepper.ru (Russia), Preisjaeger (Austria) and PromoDescuentos (Mexico). 25 million consumers use these platforms every month to make 12,000 purchasing decisions per minute.



Pepper Media Holding