



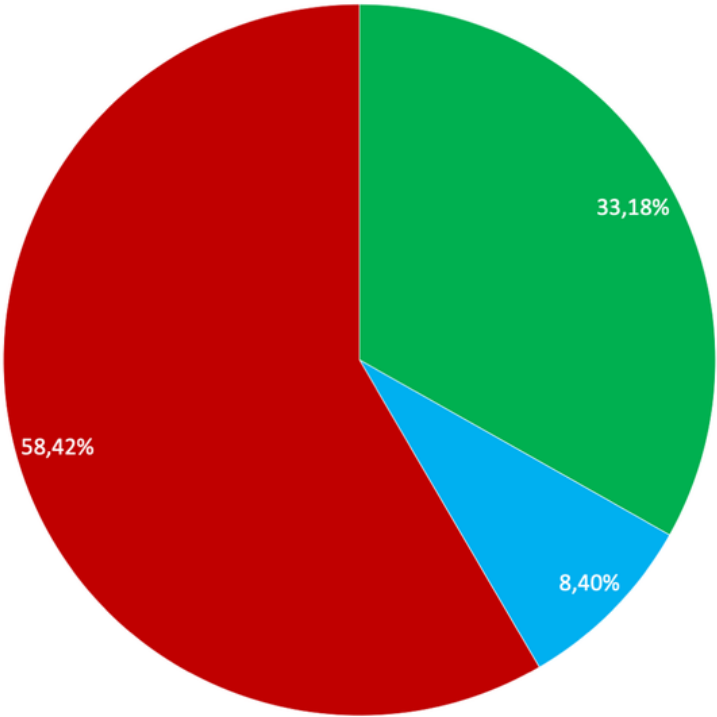
© 03 April 2020, 09:25 (CEST)

Umfrage: Corona-Krise führt zu Run auf Elektronik- und Unterhaltungs-Produkte

Berlin, 3. 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. Das gilt auch für die Elektronik- und Unterhaltungsindustrie: Jeder dritte Verbraucher hat seit Ausbruch der Corona-Pandemie in Deutschland ein Elektronik- und jeder vierte Konsument ein Unterhaltungs-Produkt gekauft. Das zeigt eine Umfrage der Shopping-Community mydealz.de unter 2.537 Konsumenten.

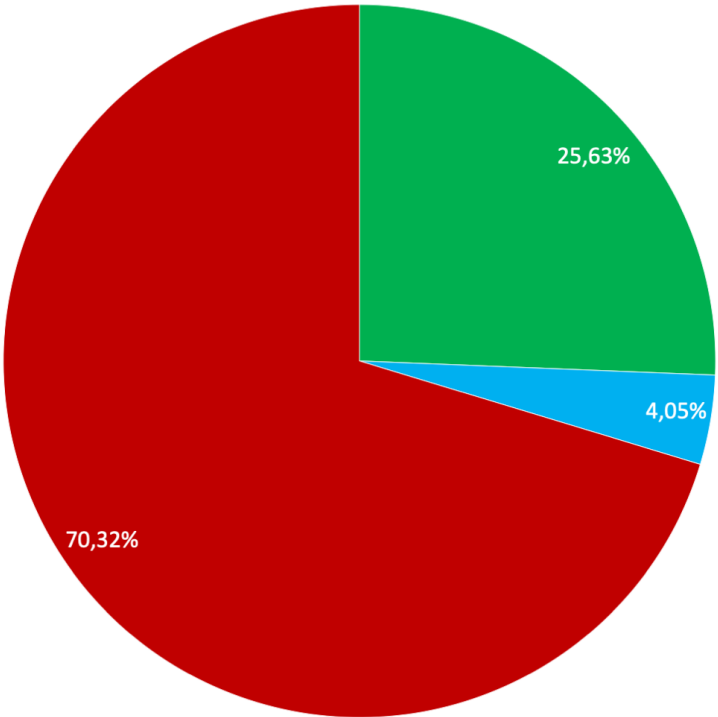
Händler und Hersteller von Elektronik- und Unterhaltungsprodukten leiden unter den Ladenschließungen, profitieren gleichzeitig aber von einer steigenden Nachfrage. Vermutlich auch weil immer mehr Deutsche im Home Office oder gar in Kurzarbeit sind, war die Nachfrage nach Artikeln aus den Bereichen Elektronik und Unterhaltung im März stark: 33,18 Prozent der 2.537 von mydealz befragten Verbrauchern haben im März ein Elektronikprodukt gekauft, gut jeder Vierte (25,63 Prozent) hat ein Unterhaltungs-Produkt erworben und 34,32 Prozent haben ein Abonnement bei einem Streaming-Dienst für Film und Serien oder Musik abgeschlossen. Für Elektronik-Produkte gaben die befragten Verbraucher dabei im Schnitt 340,43 Euro aus, für Unterhaltungs-Produkte wie Bücher, (elektronisches) Spielzeug, Filme, Gesellschafts- oder Videospiele im Mittel 73,76 Euro.

Hast Du Dir seit Ausbruch der Corona-Pandemie in Deutschland ein Elektronik-Produkt gekauft?



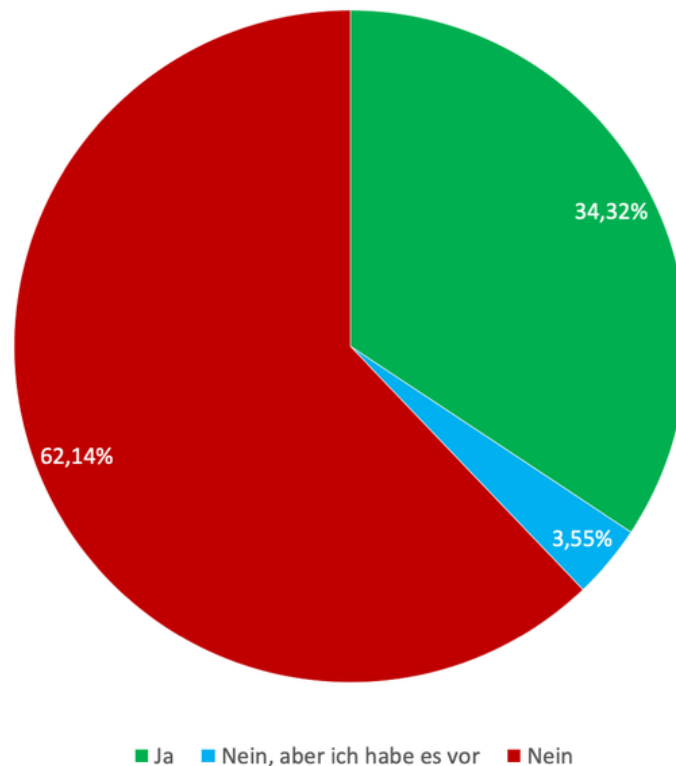
■ Ja ■ Nein, aber ich habe es vor ■ Nein

Hast Du Dir seit Ausbruch der Corona-Pandemie in Deutschland ein Unterhaltungs-Produkt gekauft?



■ Ja ■ Nein, aber ich habe es vor ■ Nein

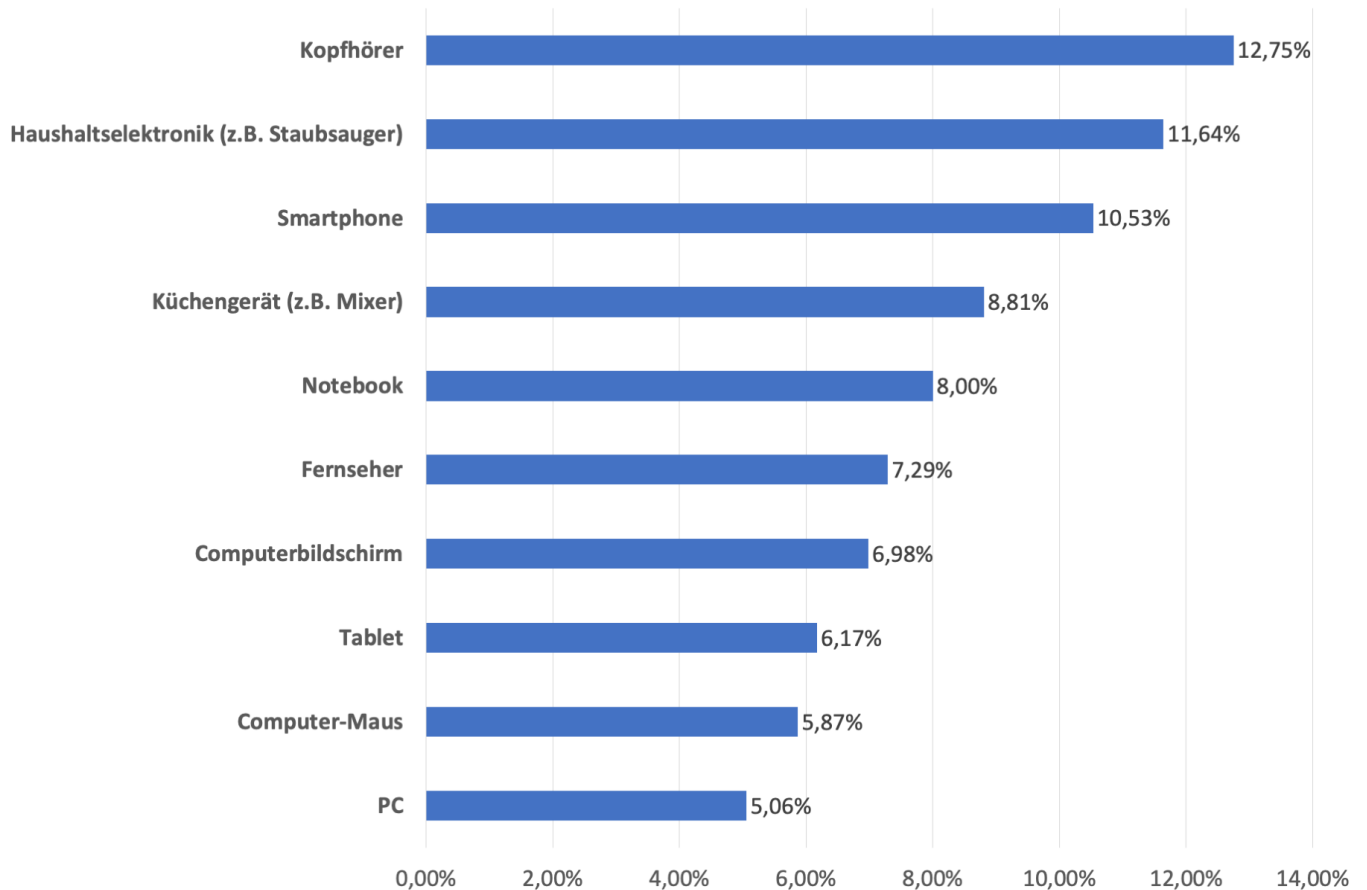
**Hast Du seit Ausbruch der Corona-Pandemie in Deutschland ein
Abonnement bei einem Streaming-Dienst
für Filme und Serien oder Musik abgeschlossen?**



Kopfhörer, Haushaltselektronik und Smartphones führen Bestseller-Liste an

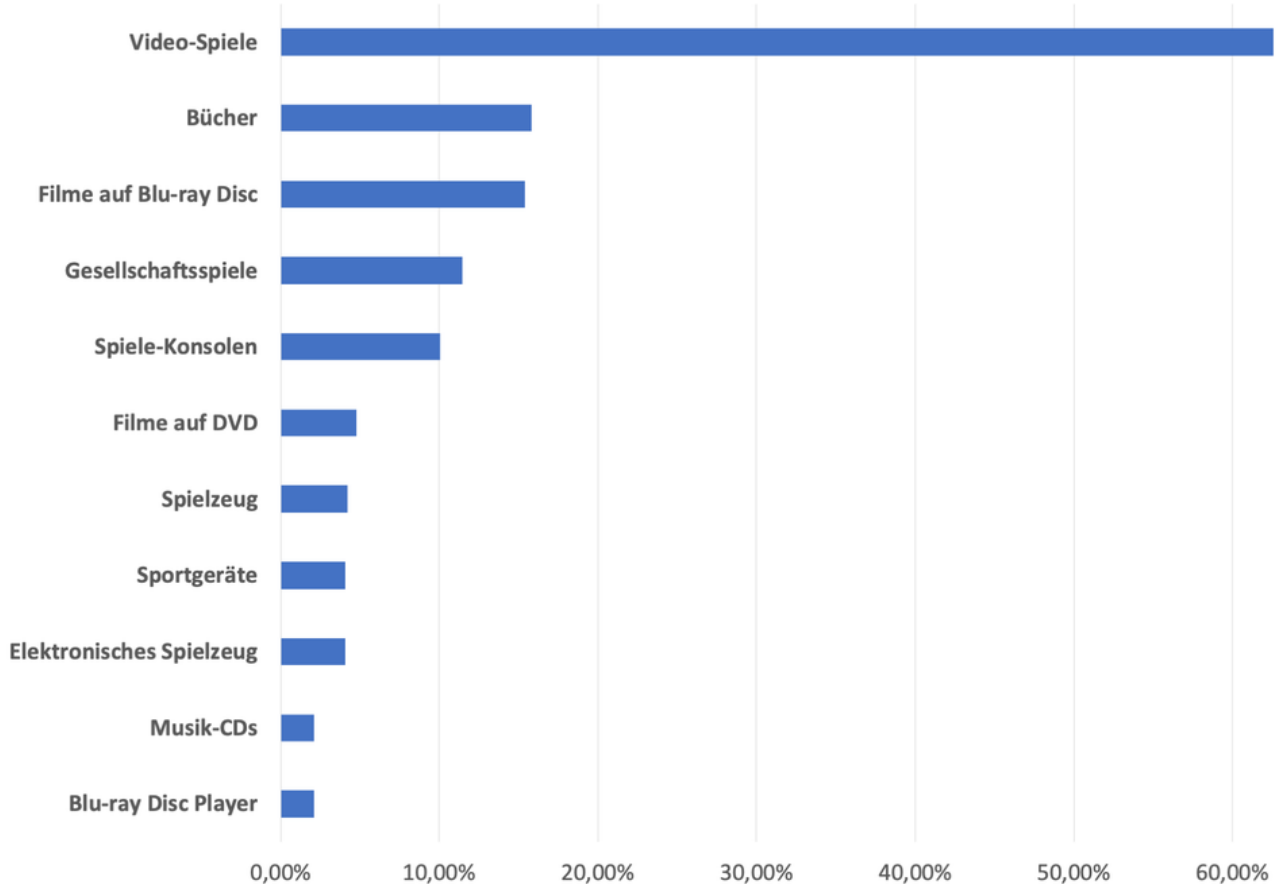
Verbraucher, die im März Elektronik-Produkte gekauft haben, entschieden sich vor allem für Kopfhörer (12,75 Prozent), Haushaltselektronik wie beispielsweise Staubsauger (11,64 Prozent), Smartphones (10,53 Prozent), Küchengeräte (8,81 Prozent), Notebooks (8,0 Prozent) und Fernseher (7,29 Prozent). Computerbildschirme (6,98 Prozent) und Tablets (6,17 Prozent) führten die zweite Hälfte der Top-10 der meistgekauften Elektronikprodukte an. Auf sie folgten Computer-Mäuse (5,87 Prozent) sowie PCs und Tastaturen (beide: 5,06 Prozent).

Top-10 der im März meistgekauften Elektronik-Produkte



Für Videospiele (62,61 Prozent) entschieden sich im März die meisten Käufer von Unterhaltungs-Produkten. Auf sie folgten mit großem Abstand Bücher (15,83 Prozent), Filme auf Blu-ray Disc (15,41 Prozent), Gesellschaftsspiele (11,48 Prozent), Spiele-Konsolen (10,08 Prozent). Auf den Plätzen fünf bis zehn des Verkaufsranks fanden sich sowie Filme auf DVD (4,76 Prozent), Spielzeug (4,20 Prozent) elektronisches Spielzeug gleichauf mit Sportgeräten (beide: 4,06 Prozent) sowie Blu-ray Disc-Player und Musik-CDs (beide: 2,10 Prozent).

Top-10 der im März meistgekauften Unterhaltungs-Produkte

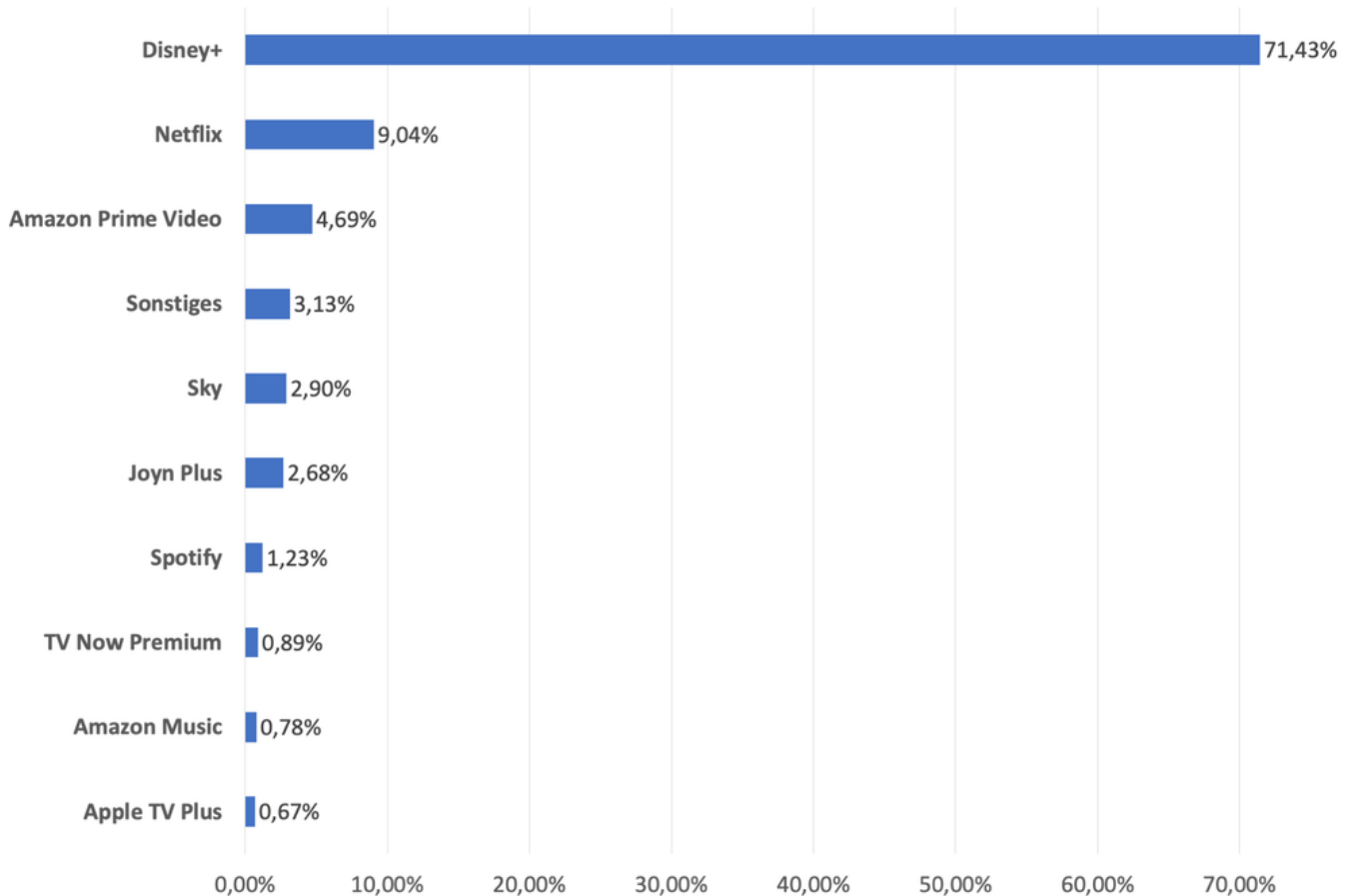


Starker Markteintritt von Disney+

Disney+ erlebte im März einen geglückten Marktstart. Gemessen an den Neu-Abonnement ließ der Streamingdienst des Disney-Konzerns etablierte Player wie Netflix oder Amazon Prime Video weit hinter sich. 71,43 Prozent aller von mydealz befragten Verbraucher, die im März ein Streaming-Abo abgeschlossen haben, entschieden sich für Disney+. Für Netflix entschieden sich 9,04 Prozent der Neu-Abonnenten, für Amazon Prime Video nur 4,69 Prozent. Sky (2,90 Prozent) und Joyn Plus (2,68 Prozent) vervollständigten die Top-5 der neuabonnierten Streamingdienste.

Für ein Abonnement von Spotify entschied sich immerhin noch mehr als jeder Hundertste Verbraucher (1,23 Prozent), der im März ein Streaming-Abo neu abgeschlossen hat. Mit TV Now Premium (0,89 Prozent), Amazon Music (0,78 Prozent), Apple TV Plus (0,67 Prozent) und Tidal (0,56 Prozent) blieben die übrigen Streamingdienste in der zweiten Hälfte der Top-10 aber teilweise weit unterhalb der 1-Prozent-Marke.

Top-10 der im März neuabonnierten Streamingdienste



Corona-Pandemie führt vor allem zu starker Nachfrage nach Unterhaltungsprodukten

Auf Corona alleine lässt sich die hohe Nachfrage allerdings nicht immer zurückführen. Noch am ehesten profitierten im März Anbieter von Unterhaltungs-Produkten und Streamingdiensten von der Pandemie. Jeder vierte Käufer eines Unterhaltungs-Produkts (23,39 Prozent) erklärte bei der mydealz-Umfrage, er hätte sich das Produkt „nicht“ (3,78 Prozent) oder „eher nicht“ (19,61 Prozent) gekauft, wenn die Corona-Pandemie in Deutschland nicht ausgebrochen wäre. Und immerhin noch jeder sechste Neuabonnent eines Streamingdiensts (16,74 Prozent) hätte das Abo unter „normalen“ Umständen „nicht“ (3,79 Prozent) oder „eher nicht“ (12,95 Prozent) abgeschlossen.

Deutlich schwächer scheint sich die Corona-Epidemie auf die Nachfrage nach Elektronik-Produkten auszuwirken. Nur jeder siebte Käufer (13,46 Prozent) eines Elektronik-Produkts erklärt, er hätte sich das Elektronik-Produkt „nicht“ (3,14 Prozent) oder „eher nicht“ (10,32 Prozent) gekauft, wenn die Corona-Pandemie in Deutschland nicht ausgebrochen wäre. Der Einfluss der Pandemie auf die Nachfrage nach Elektronik-Produkten war im März vermutlich auch deshalb so vergleichsweise gering, weil viele der befragten Verbraucher (noch) nicht von zuhause aus arbeiten oder dort schon relativ gut eingerichtet sind. Zumindest erklärte nur jeder zehnte Elektronik-Käufer, er hätte sich das Produkt auch (7,43 Prozent) oder ausschließlich deshalb (2,32 Prozent) angeschafft, weil er „nun vom Home Office aus arbeiten“ müsse.

--

Bildmaterial

Alle oben abgebildeten Grafiken dürfen bei Nennung des Urhebers (mydealz.de) selbstverständlich honorarfrei zu redaktionellen Zwecken verwendet werden.

—

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/coronaumfrage>

--

Über mydealz

mydealz (<https://www.mydealz>) 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