



© 18 Februar 2021, 10:15 (CET)

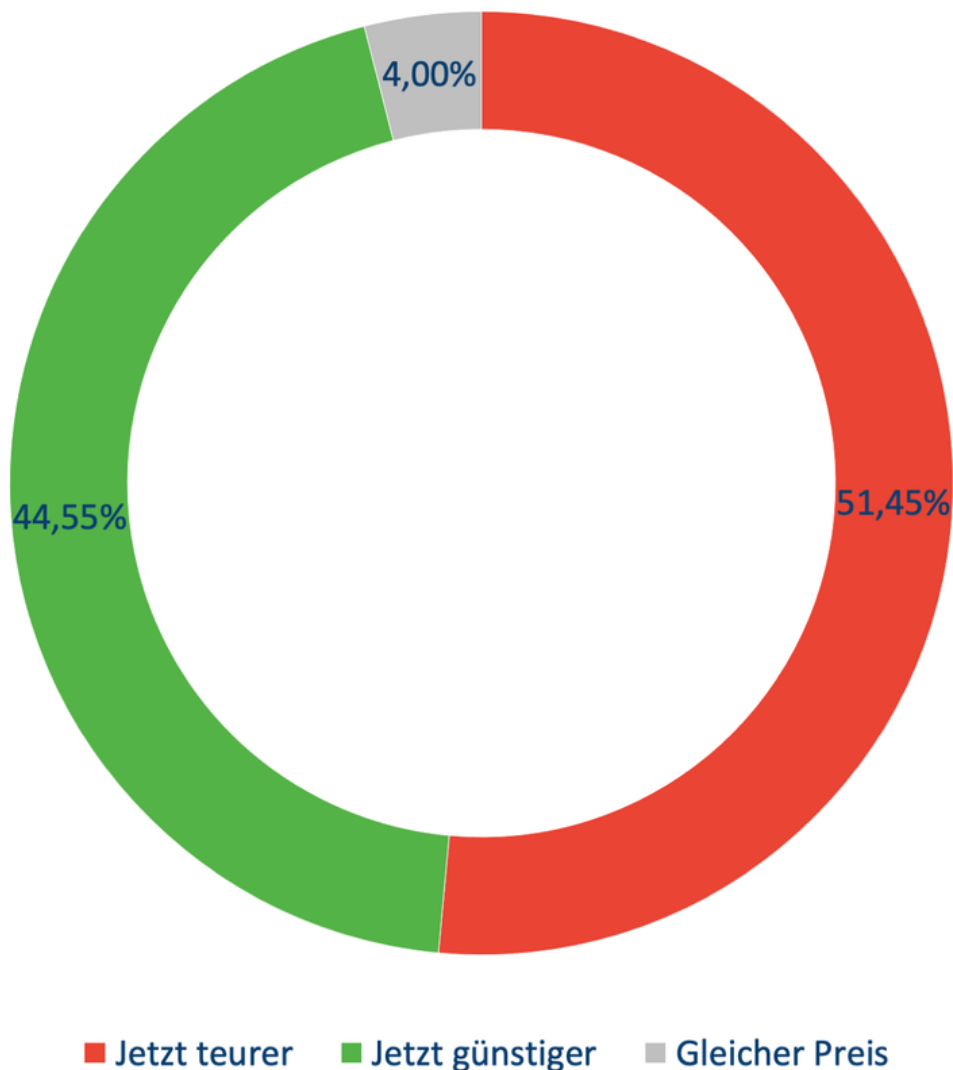
Preis-Schock beim Online-Shopping: Corona lässt viele Preise steigen!

Berlin, 18. Februar 2021. Wer früher günstig Elektronikartikel kaufen wollte, brauchte nur ein wenig Geduld: Schon bald nach dem Verkaufsstart sanken die Preise für Elektronikartikel und viele andere Produkte. Sie veralteten schnell und mit der Nachfrage sank auch ihr Preis. Das ist nun anders: Die Corona-Krise macht sparsamen Verbrauchern einen Strich durch die Rechnung. Viele Produkte sind zurzeit teurer als noch vor einem Jahr. Das zeigt eine Studie des Verbraucherforums mydealz.

„Homeoffice überall da, wo es möglich ist“, fordert die Bundesregierung seit dem 27. Januar. Die Corona-Arbeitsschutzverordnung verändert den Alltag Tausender Arbeitnehmer und wirkt sich auch auf die Nachfrage aus. Das zeigt sich auch an den Preisen für die Samsung-Mikrowelle „MG23K3515AW“: Noch am 15. Februar 2020 kostete sie im günstigsten Fall 86 Euro. Ein Jahr später, am 15. Februar 2021, betrug der Bestpreis 88 Euro, also 2,3 Prozent mehr.

Dass diese Preisentwicklung keine Ausnahme ist, zeigt eine Studie des Verbraucherforums mydealz. Für 550 zufällig ausgewählte Produkte aus 22 Warengruppen haben die Shopping-Experten die Preise vom 15. Februar 2020 und 15. Februar 2021 miteinander verglichen. Mehr als die Hälfte dieser Produkte (283 Produkte, 51,5 Prozent) ist nun teurer als noch vor einem Jahr. 245 Produkte (44,5 Prozent) sind nun preiswerter und 22 Produkte (4,0 Prozent) kosten genauso viel wie vor einem Jahr.

So unterschiedlich haben sich die Preise für einzelne Produkte seit Februar 2020 entwickelt



Die Corona-Pandemie hat die Märkte aus dem Gleichgewicht gebracht: Wegen des Lockdowns haben Fabriken weltweit weniger produziert. Reedereien haben deshalb Schiffe stillgelegt, um Kosten zu sparen. Die schnell wachsende Nachfrage hat sie jedoch überrascht: Hapag Lloyd-Chef Rolf Habben Jansen etwa erklärte kurz vor Weihnachten, jede Woche 400.000 Container statt der sonst üblichen 250.000 Container zu benötigen. Die Container fehlen aber noch immer: Häfen leiden an Personalnot, müssen strengere Hygieneregeln beachten und benötigen so deutlich länger, um Schiffe zu beladen und entladen. Die Nachfrage ist so oft größer als das verfügbare Angebot.

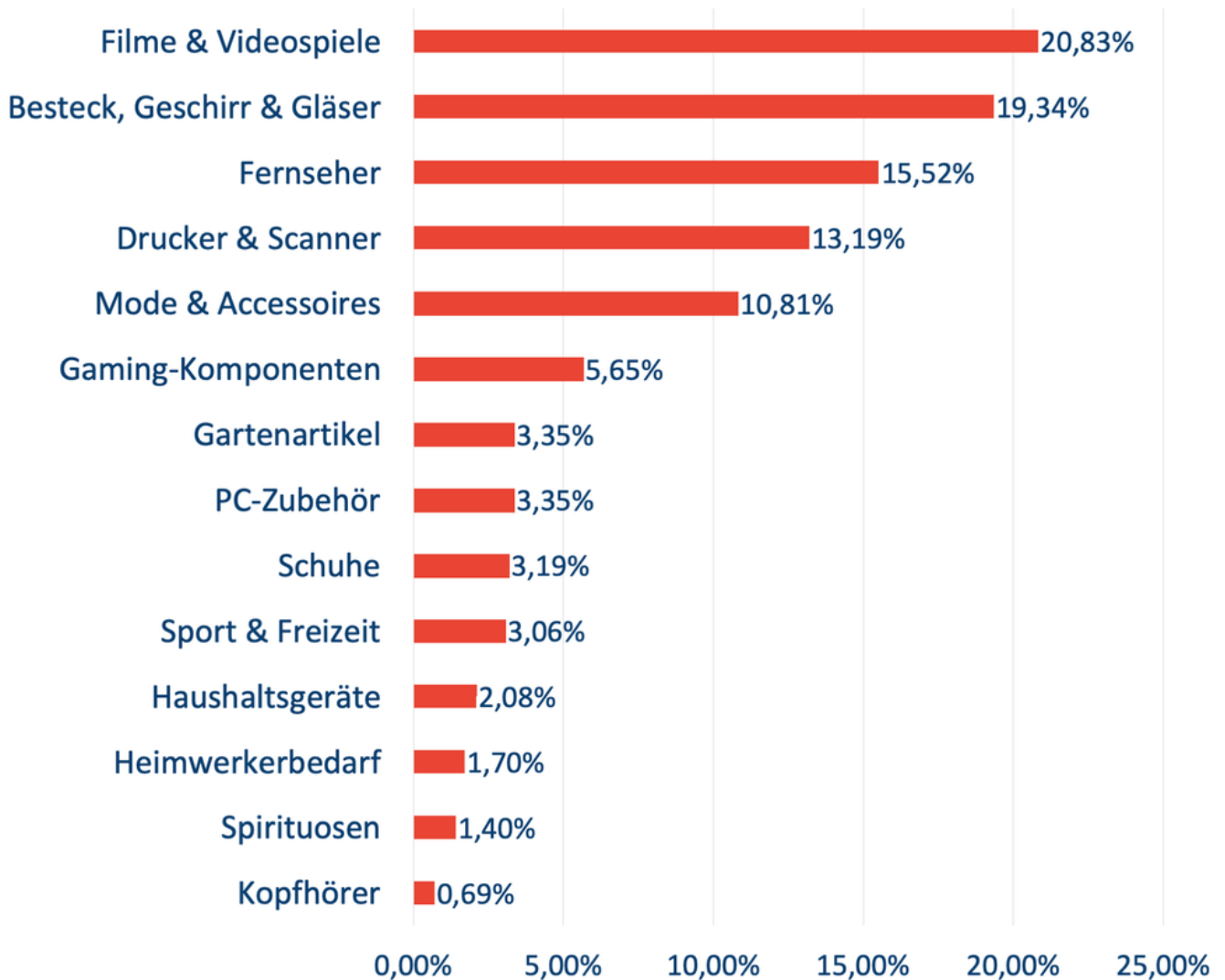
Die Preise für Filme und Videospiele haben am stärksten angezogen

Die Schwächen der globalen Lieferketten bekommen nun auch Verbraucher hier bei uns in Deutschland zu spüren: Im Schnitt sind die 550 Produkte, die die Shopping-Experten von mydealz für ihre Studie zufällig ausgewählt haben, nun 3,1 Prozent teurer als noch vor einem Jahr. Je nach Warengruppe haben sich Preise allerdings unterschiedlich entwickelt: Sie sind nur in acht Warengruppen gesunken, aber in 14 Kategorien gestiegen.

Am stärksten angezogen haben die Preise für Videospiele und Filme: Verglichen mit dem Februar 2020 müssen Verbraucher für die gleichen Spiele und Filme nun im Schnitt 20,8 Prozent mehr ausgeben. Um ein knappes Fünftel (19,8 Prozent) sind zeitgleich sind auch die Preise für Besteck, Geschirr und Gläser gestiegen. Beide Preisanstiege dürfen sich darauf zurückführen lassen, dass viele Deutsche nun mehr Zeit zuhause verbringen und die Nachfrage entsprechend angezogen hat. Das gilt auch für Fernseher sowie Drucker und Scanner, die nun im Schnitt 15,5 Prozent beziehungsweise 13,2 Prozent teurer sind als noch vor einem Jahr.

Wie sehr auch die Produktion von Mode (10,8 Prozent), Gaming-Komponenten (5,7 Prozent) wie Gamepads oder Joysticks und PC-Zubehör wie Grafikkarten, Mäusen oder Bildschirmen (3,4 Prozent) von Asien abhängig ist, macht der Preisvergleich für diese Warengruppen deutlich: Auch sie sind bedingt durch die Schwierigkeiten in der Seefahrt nun merklich teurer als noch im Februar 2020.

So stark sind die Preise für Produkte aus einzelnen Warengruppen seit Februar 2020 gestiegen



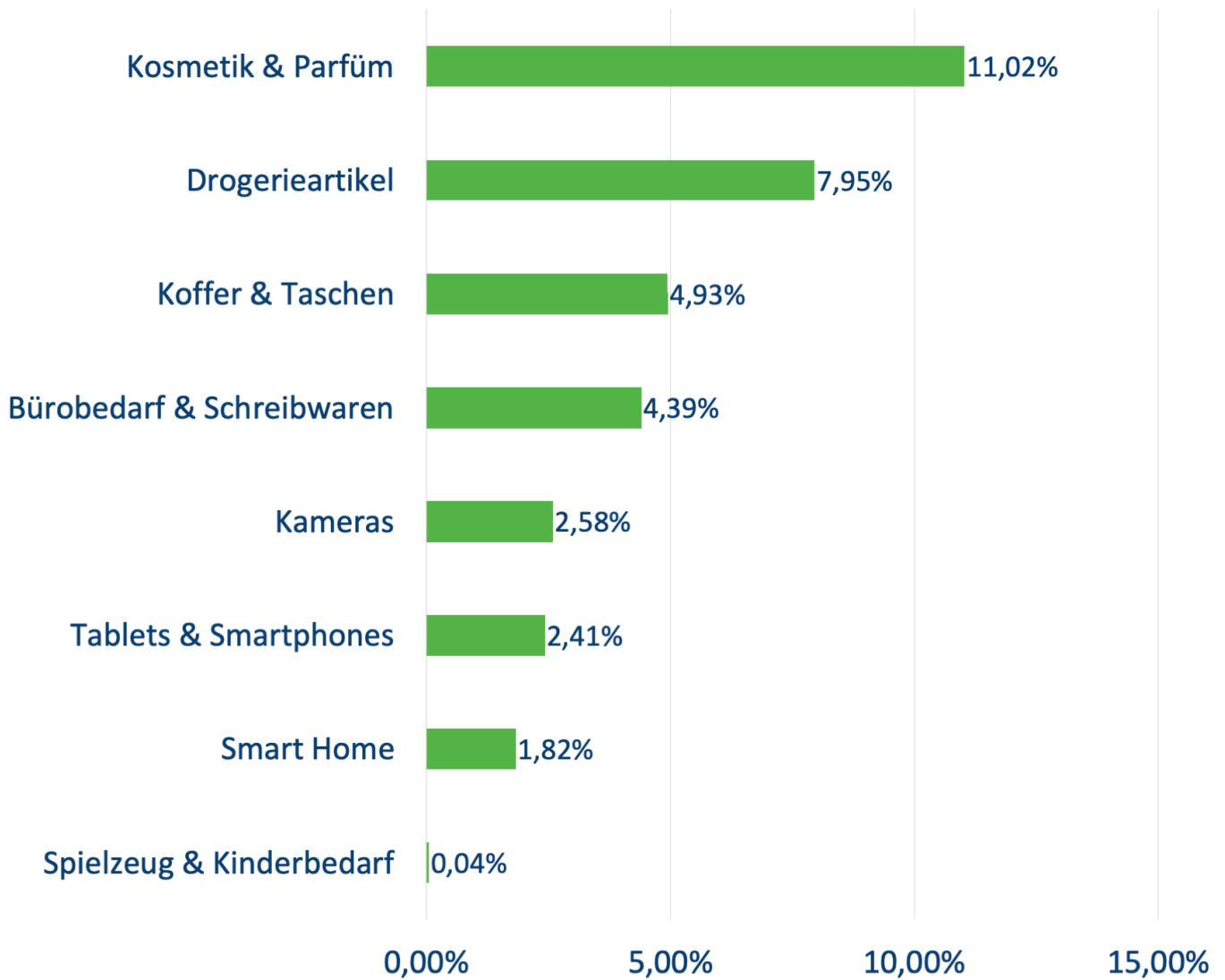
Kosmetik, Parfüm und Drogerieartikel deutlich preiswerter

Wegen des Lockdowns verbringen viele Deutsche nun den Großteil ihrer Zeit in den eigenen vier Wänden. Der Besuch im Restaurant oder in der Diskothek fällt genauso aus wie das Arbeiten im Büro. Das wirkt sich auch auf die Nachfrage nach Kosmetik, Parfüms und Drogerieartikeln aus. Sie fällt zurzeit deutlich schwächer aus als noch im Februar 2020. In der Folge sind auch die Preise merklich gesunken. Die Preise für Kosmetik und Parfüm gingen im Schnitt um 11,0 Prozent zurück und Drogerieartikel sind nun 8,0 Prozent preiswerter als noch vor einem Jahr.

Weil Reisen aktuell kaum möglich sind, sind auch die Preise für Koffer und Taschen gesunken: Sie kosten nun 4,9 Prozent weniger als im Februar 2020. Ähnlich stark sind auch die Preise für Bürobedarf und Schreibwaren (4,4 Prozent) gesunken.

Anders als Drucker und Fernseher sind Kameras, Tablets und Smartphones nun preiswerter als im Februar 2020. Kameras sind nun im Schnitt 2,6 Prozent günstiger und die Preise für Tablets sowie Smartphones sind um 2,4 Prozent gesunken. Auf den ersten Blick irritiert das: Auch Smartphones und Kameras werden schließlich in aller Regel in Asien produziert. Wegen des Lockdowns werden Kameras aber aktuell kaum nachgefragt. Sie sind so vergleichsweise preiswert. Und bei Smartphones und Tablets fällt der Preisrückgang mit mageren 2,4 Prozent gering aus: In „normalen“ Zeiten verfallen die Preise für Tablets und Smartphones deutlich schneller. Dass sie im letzten Jahr nur leicht gesunken sind, lässt also durchaus auf Lieferengpässe schließen.

So viel können Verbraucher beim Kauf von Produkten aktuell im Vergleich zum Februar 2020 sparen



Größere Anschaffungen lieber vertagen

„Die Märkte sind aus dem Gleichgewicht geraten, denn das Verhältnis von Angebot und Nachfrage stimmt nicht mehr. Verbraucher merken das vor allem beim Einkaufen: Während neue Produkte wie die Playstation 5 noch gar nicht in nennenswerter Menge erhältlich sind, steigen selbst die Preise für Waren, die schon ein Jahr oder länger im Verkauf sind“, erklärt Fabian Spielberger. Der Gründer und Geschäftsführer von mydealz rät Verbrauchern, sich vor dem Kauf ein Bild zu machen, wie sich die Preise entwickeln, und größere Anschaffungen lieber zu vertagen.

„Mit dem Beginn des Sommers dürfte sich die Lage wieder entspannen“, prognostiziert Fabian Spielberger. „Dann nämlich hat sich der Container-Engpass in der Frachtschiffahrt gelöst und Waren können nicht nur schneller, sondern auch preiswerter importiert werden. Dies dürfte direkte Auswirkungen auf das verfügbare Angebot und damit auf den Preis haben.“

--

Hinweis zur Methodik:

Für die Studie haben die Shopping-Experten von mydealz analysiert, zu welchen Preisen Verbraucher 550 zufällig ausgewählte Produkte aus 22 Warengruppen am 15. Februar 2020 und 15. Februar 2021 online kaufen konnten. Berücksichtigt haben sie hierbei die tagesaktuellen Bestpreise, also die Preise, zu denen Verbraucher das jeweilige Produkt im günstigsten Fall im Internet kaufen konnten. Ein Datenblatt zur Studie finden Sie hier:

<https://mdz.me/coronapreise>

--

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 die mydealz-App und mydealz-Plattform jeden Monat, um Angebote zu teilen 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. Monatlich nutzen 25 Millionen Verbraucher die zwölf Pepper-Plattformen, um sich über aktuelle Angebote auszutauschen und 12.000 Kaufentscheidungen pro Minute zu treffen.

--



Germany

Lisa Brandes & Lea Pasch

PepperGermany@teamlewis.com

+49 (0)211 8824 7620



Global Lead

Michael Hensch

michael@pepper.com

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 twelve 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 **Chollometro** (Spain), **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 learn from other experts and make 12,000 purchasing decisions per minute.



Pepper Media Holding