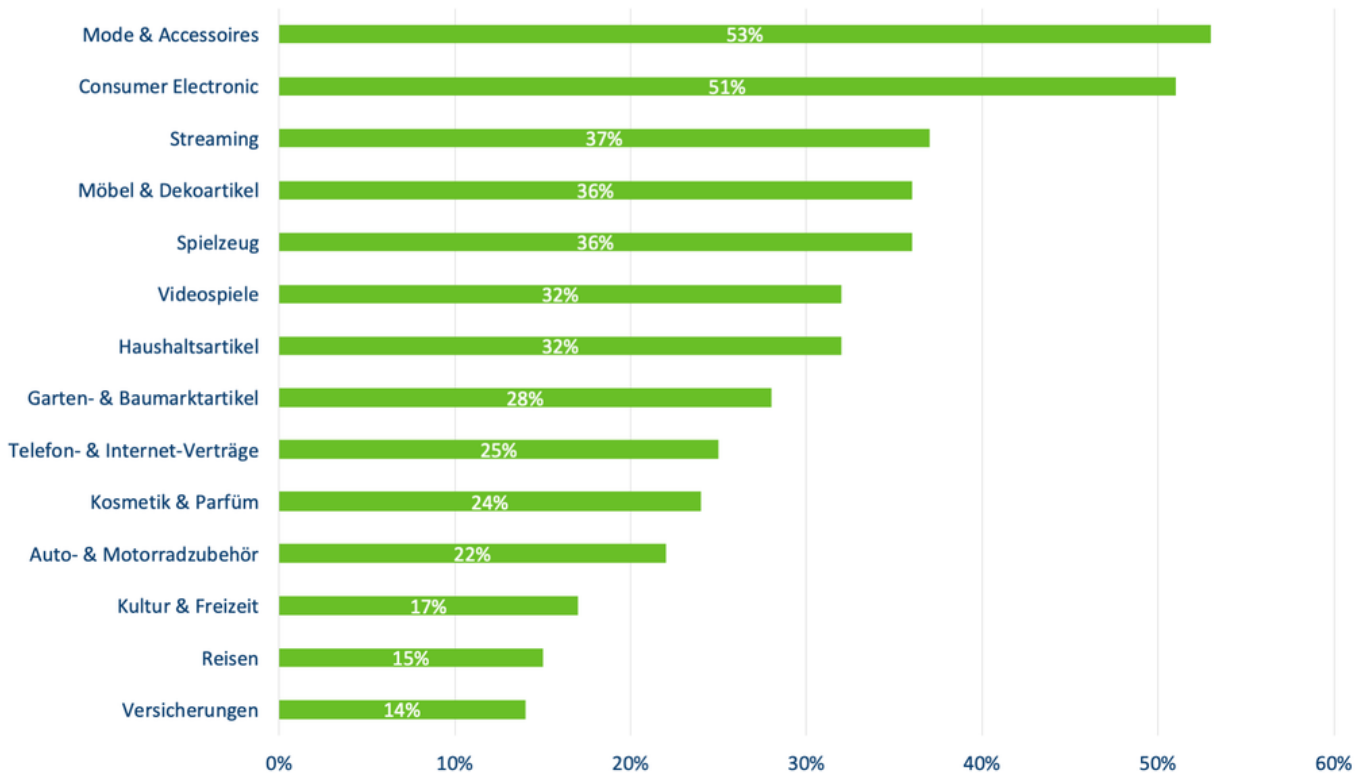


Shopping während der Pandemie: Der Online-Handel boomt und doch vermissen Verbraucher das Einkaufserlebnis im Geschäft

Berlin, 20. April 2021 – Mal eben am Wochenende oder nach Feierabend shoppen – das funktioniert seit über einem Jahr für viele Verbraucher vorwiegend online, sofern es nicht Lebensmittel oder andere Dinge des täglichen Bedarfs betrifft. Um herauszufinden, wie sich das Kaufverhalten während der Corona-Pandemie entwickelt hat, hat das Verbraucherforum mydealz 2.001 Verbraucher befragt. Die Umfrage zeigt: Bei allen Vor- und Nachteilen schätzen es die Kunden, sowohl online als auch im Laden um die Ecke einkaufen zu können.

Corona hat viel verändert, aber nicht alles: Die Mehrheit der Verbraucher (37 Prozent) gibt an, dass ihre Ausgaben für den normalen Konsum gegenüber der Zeit vor der Pandemie gleichgeblieben sind. Vor allem die Gruppe der 35- bis 44-Jährigen stimmt hier zu (47 Prozent). Den Sparstrumpf haben derweil eher junge Verbraucher unter 18 und Konsumenten über 65 Jahren gezückt: Jeder Vierte der Jungen (25 Prozent) und jeder Dritte der Reiferen (33 Prozent) gibt weniger aus als zuvor. Noch deutlicher gewandelt hat sich indes, wofür die Leute ihr Geld ausgeben: Für Strom (43 Prozent Zustimmung), Lebensmittel (36 Prozent) und Heizung (35 Prozent) geben viele Verbraucher nun mehr aus als noch vor Ausbruch der Corona-Pandemie. Dasselbe gilt für Möbel und Deko-Artikel, bei denen insgesamt 18 Prozent der Befragten nun etwas mehr auszugeben.

Produkte, die aktuell eher online gekauft werden

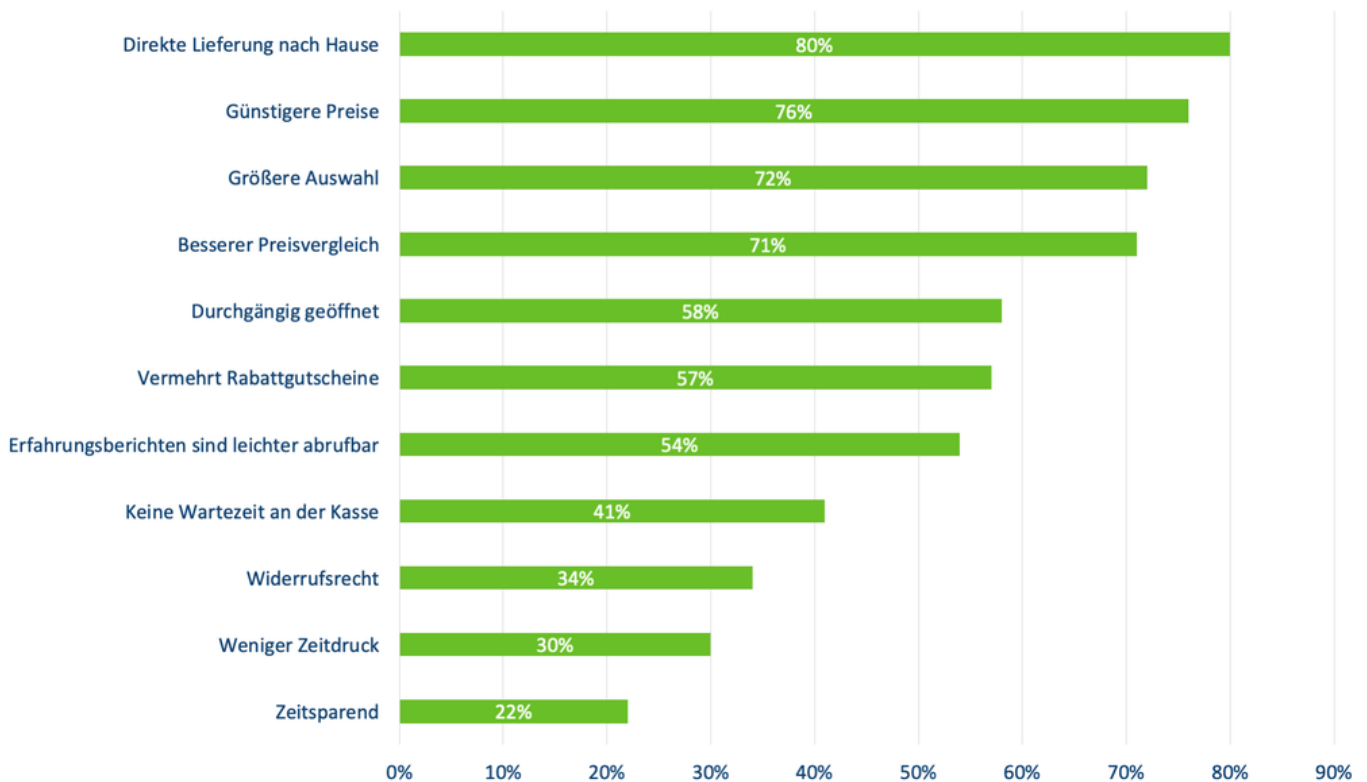


Dass Mobilität ihren Preis hat zeigt die Tatsache, dass trotz Home Office und Corona-bedingter Kontaktbeschränkungen mehr als jeder Dritte gleich viel für Auto, Bus und Bahn ausgibt. Gesunken sind für die meisten Verbraucher hingegen die Kosten für Reisen (79 Prozent) sowie für Mode und Accessoires (28 Prozent) und auch für Parfum und Kosmetik (20 Prozent).

Mehr Online-Käufe, aber der Gang ins Geschäft fehlt

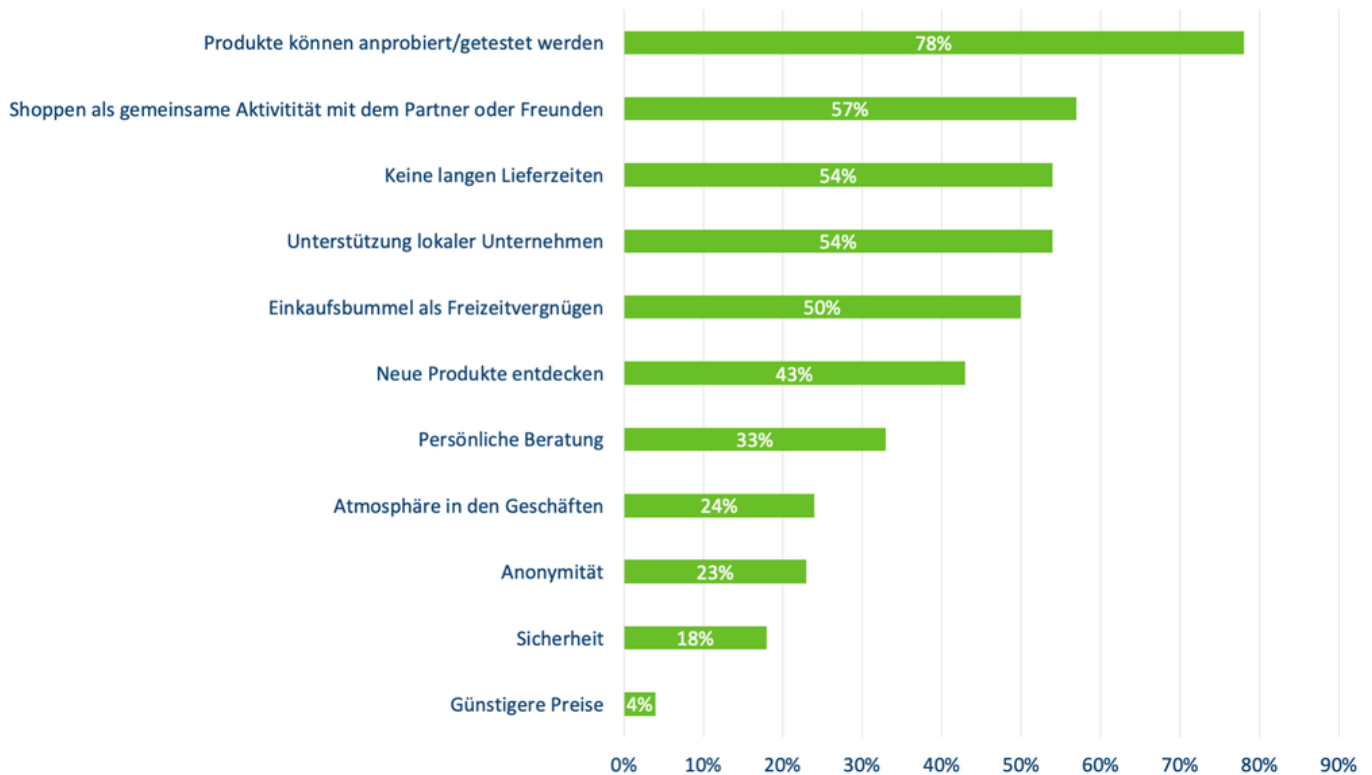
Ein weiteres Ergebnis der mydealz-Umfrage: Die Pandemie verstärkt den Trend zu Online-Einkäufen. Das zeigt sich vor allem bei Modeartikeln (35 Prozent), Consumer Electronics (31 Prozent) und Haushaltsartikeln (29 Prozent). 44 Prozent gehen zurzeit davon aus, dass sie diese Gewohnheit auch nach der Pandemie beibehalten werden. Das korrespondiert mit den genannten Vorteilen, die das Online-Shopping den Verbrauchern beschert: oftmals günstigere Preise und Lieferung nach Hause.

Vorteile des Online-Shoppings



Doch wo viel Licht ist, da ist auch Schatten. Das zeigen die Ergebnisse einer aktuellen Studie der Offerista Group, wonach vier von fünf deutschen Konsumenten (81 Prozent) den Einkauf im stationären Handel vermissen. Die Umfrage von mydealz kennt die Gründe dafür: Wartezeit, Versandkosten und die fehlende Option, die Ware in die Hand zu nehmen, werden von mindestens der Hälfte der Befragten als Nachteile des E-Commerce ins Feld geführt. 54 Prozent betrachten es gar als Vorteil, dass sie mit dem Einkauf im stationären Handel lokale Unternehmen unterstützen – und das bei kleinerer Auswahl und oft höheren Preisen.

Vorteile des klassischen Handels



Ein weiteres wichtiges Argument ist darüber hinaus die Möglichkeit, gemeinsam mit dem Partner oder Freunden shoppen zu können (57 Prozent). Außerdem von großer Bedeutung: die persönliche Beratung vor Ort (33 Prozent) und die Wahrnehmung von Produkten, die online vielleicht nicht so leicht entdeckt werden (43 Prozent).

Hinweis zur Umfragemethodik:

Die oben genannten Aussagen sind das Ergebnis einer Umfrage, die das Verbraucherforum mydealz in der Zeit vom 12. März bis zum 15. März 2021 mithilfe des Marktforschungsdiensts unter 2.001 Verbrauchern durchgeführt hat.

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. Jeden Monat nutzen 6,7 Millionen Konsumenten (Unique User) die kostenfreie mydealz-App und die mydealz-Plattform im Internet, 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. Monatlich nutzen 25 Millionen Verbraucher die zwölf Pepper-Plattformen, um sich über aktuelle Angebote auszutauschen und 12.000 Kaufentscheidungen pro Minute zu treffen.

 pr.co



Part of  Pepper

mydealz