

# Die neue Lust auf Leben: Nachfrage nach Reisen und Mode steigt deutlich

**Berlin, 15. Juni 2021. Die Infektionszahlen sinken, die Zahl der Geimpften nimmt zu und zeitgleich kommt endlich auch der Sommer nach Deutschland. Kein Wunder, dass auch die Konsumstimmung steigt: Im Mai erreichte das HDE-Konsumbarometer mit 97,34 Zählern den höchsten Stand seit November 2020. Und auch für die nächsten Monate sagen der Handelsverband HDE und das Handelsblatt Research Institute Gutes voraus: 200 Milliarden Euro haben Verbraucher während der Pandemie gespart, weil sie das Geld schlicht nicht ausgeben konnten. Der Nachholbedarf ist entsprechend groß und bricht sich nun Bahn. Zahlen der Shopping-Community mydealz zeigen, wie groß die „Lust auf Leben“ bereits ist und welche Produkte besonders begehrt sind.**

„Homeoffice“ – kaum ein Wort aus dem Arbeitsleben ist enger mit der Corona-Pandemie verknüpft. Und wohl auch bedingt durch die Verlagerung der Arbeit in die „eigenen vier Wände“ schnellte im Frühjahr 2020 auch die Nachfrage nach Elektronikprodukten in die Höhe. mydealz, die größte deutsche Shopping-Community, vermittelte letztes Jahr allein von März bis Mai 11,8 Millionen Käufe von Elektronikartikeln. Wie sehr sich die Zeiten geändert haben, macht ein Vergleich mit den diesjährigen Verkaufszahlen deutlich: Die Nachfrage nach Elektronikartikeln ist um 13,7 Prozent gesunken. Nachgelassen hat auch die Nachfrage nach DSL-Verträgen (-16,2 Prozent), Streaming-Diensten (-74,9 Prozent) und Videospielen (-20,2 Prozent).

Deutlich stärker als im Frühjahr 2020 wurden in den letzten drei Monaten hingegen insbesondere Reiseangebote (41,9 Prozent) sowie Mode und Accessoires (+35,7 Prozent), Kosmetika (+16,0 Prozent) und Gartenartikel (+15,8 Prozent) nachgefragt. Die Zahlen lassen erahnen, dass sich Verbraucher wieder aus den eigenen vier Wänden hinauswagen und wie sehr das öffentliche Leben wieder an Fahrt aufnimmt.

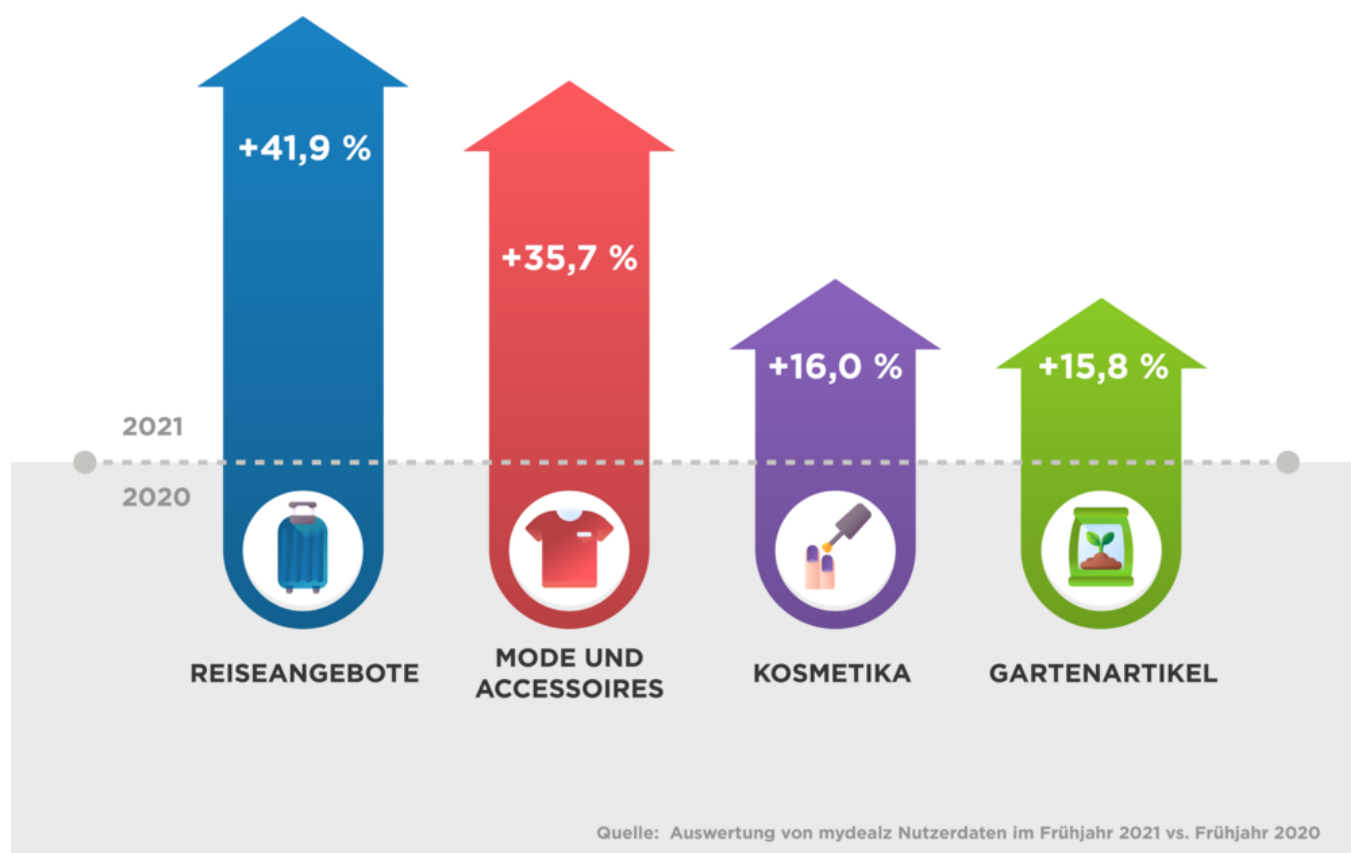
## **Die Nachfrage nach Reiseangeboten hat sich seit Mitte April verfünffacht**

Der Verlauf der Corona-Pandemie wirkte sich teils massiv auf die Nachfrage in bestimmten Warenbereichen aus. Besonders deutlich macht dies ein Vergleich zwischen der 16. Kalenderwoche, in der die „dritte Welle“ am 22. April ihren Höchststand mit einer 7-Tage-Inzidenz von 174,2 Infizierten pro 100.000 Einwohner erreichte, und der 22. Kalenderwoche (31. Mai bis 6. Juni), in der die 7-Tage-Inzidenz konstant unter 40 lag.

Innerhalb von fünf Wochen verfünffachte sich die Nachfrage nach Reiseangeboten: In der 16. Kalenderwoche vermittelte mydealz noch 19.202 Buchungen, in der 22. Kalenderwoche hingegen bereits 105.734 Buchungen (+450,6 Prozent).

Etwas weniger stark, nämlich um 68,2 Prozent, stieg zeitgleich die Nachfrage nach Kosmetika und anderen Beauty-Produkten an. Und auch Mode und Accessoires (+21,4 Prozent), Gartenartikel (+13,2 Prozent) und Sport- sowie Outdoor-Artikel (+3,0 Prozent) wurden zwischen Ende Mai und Anfang Juni stärker nachgefragt als noch Mitte April.

## KONSUMSTIMMUNG FRÜHJAHR 2021



### Schwindendes Interesse an Lebensmitteln aus dem Netz

Neben den Gewinnern zeigt der direkte Vergleich mit den Zahlen für die Hochphase der „dritten Welle“ auch einige Rückgänge: Die Nachfrage nach Lebensmitteln aus dem Internet hat in den letzten Wochen und Monaten deutlich abgenommen. Während mydealz in der 16. Kalenderwoche noch 210.194 Bestellungen von Lebensmitteln vermittelte, waren es in der 22. Kalenderwoche nur noch 179.233 – also 14,7 Prozent weniger. Immer mehr Verbraucher gehen dazu über, Lebensmittel wieder im Supermarkt zu kaufen, statt online zu bestellen.

Ähnliches gilt für Möbel und Elektronikartikel: Auch für diese beiden Warengruppen fiel die Nachfrage in der Woche vom 31. Mai bis zum 6. Juni um 17,0 Prozent beziehungsweise 11,5 Prozent schwächer aus als noch Mitte April. Nach 15 Monaten Pandemie ist der Markt für diese Warengruppen offenbar für den Moment gesättigt. Das gilt nicht zuletzt auch für Finanzen und Versicherungen: Die Zahl der von mydealz vermittelten Abschlüsse sank seit Mitte April um ein gutes Drittel (33,6 Prozent) – von 24.345 auf 16.156.

„Langsam, aber stetig normalisieren sich die Konsumgewohnheiten der Verbraucher wieder“, erklärt mydealz-Gründer Fabian Spielberger. „Nachdem viele die Zeit der Pandemie genutzt haben, um ihr Homeoffice einzurichten und die eigenen vier Wände zu verschönern, wenden sie sich pünktlich zum Sommerbeginn wieder gewohnten Reise- und Freizeitaktivitäten zu. Als Social-Shopping-Plattform unterstützen wir Endkunden nun dabei, das dazu passende Outfit zum besten Preis zu finden und schrittweise immer mehr Lebensqualität zurückzugewinnen.“

--

## **Hinweis zur Methodik**

Die oben genannten Zahlen basieren auf einer Auswertung des Verbraucherforums mydealz. Für die Zeit vom 1. Januar 2020 bis zum 6. Juni 2021 haben die Betreiber von mydealz analysiert, wie stark Angebote aus bestimmten Warengruppen in der jeweiligen Kalenderwoche wahrgenommen wurden und die Zahlen in Relation zueinander gesetzt. Mit monatlich 6,7 Millionen Unique Usern und mehr als 30 Millionen Sessions hat mydealz in Deutschland eine marktführende Stellung und ist für Online-Händler und sonstige Anbieter einer der erfolgsentscheidenden Publisher. Die Entwicklung der von mydealz verzeichneten Nachfrage lässt so auch Rückschlüsse auf den gesamten E-Commerce-Markt zu.

—

## **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.

---

 pr.co



Part of  Pepper

mydealz