

eBay Ads

Corona Shopping Report: Konsumenten setzen auf „Green Happiness Shopping“

Donnerstag, 17.03.2022

Zwei Jahre Corona haben deutliche Spuren im Shopping-Verhalten der deutschen Konsumenten hinterlassen: In Pandemiezeiten kaufen die Menschen verstärkt Produkte, die ihnen kleine Glücksmomente in den eigenen vier Wänden beschermen sollen. Dies ist das Ergebnis des aktuellen „Corona Shopping Report“, für den eBay Ads die Verkaufszahlen bei eBay.de in den Pandemie-Jahren 2020 und 2021 im Vergleich zur Vor-Corona-Zeit in 2019 ausgewertet hat.

Mit dem „Corona Shopping Report“ will eBay Ads allen Händlern und Marken einen wichtigen Indikator bieten, um ihre Werbemaßnahmen gezielt auf die veränderte Nachfrage abzustimmen.

Durch verschiedenste Artikel, die das Suchwort „Wohlfühl“ (+198 Prozent gegenüber der Vor-Corona-Zeit in 2019) oder „Kuschel“ (+50 Prozent) enthalten, gemütliche Kleidung wie Jogginganzüge (+173 Prozent) und komfortable Heimtechnik wie Smart Home-Lichtschalter (+1008 Prozent) wollen sich die Konsumenten den Alltag verschönern.

Besonders auffällig dabei: Bei allem Streben nach Glücksmomenten spielt für die Kaufentscheidung der Aspekt der Nachhaltigkeit eine immens wichtige Rolle. Kriterien wie Fairtrade (+270 Prozent), recyclebar (+315 Prozent), ressourcenschonend (+536 Prozent), ohne Mikroplastik (+2497 Prozent), klimaneutral (+1223 Prozent) und Bio (+61 Prozent) haben bei der Produktauswahl massiv an Bedeutung gewonnen.

„Seit der Erklärung zur Pandemie am 11. März 2020 hat Corona das Shopping-Verhalten der deutschen Konsumenten sichtlich verändert. Vor allem das individuelle Wohlbefinden und das Thema Nachhaltigkeit sind als entscheidende Einkaufskriterien über alle Produktkategorien hinweg verstärkt in den Fokus gerückt“, so Matthias Brestrich, Head of Brand Partnerships bei eBay Ads Deutschland. „Für Händlern und Marken gilt es daher, sich flexibel auf das veränderte Konsumentenverhalten des Green Happiness Shopping einzustellen, um ihre Zielgruppen erfolgreich zu adressieren. Wertvolle Unterstützung liefert eBay Ads dabei mit drei effizienten Kampagnentypen, die die Aufmerksamkeit von Millionen aktiven Käufern gezielt auf die Produkte lenken und so die Verkaufschancen signifikant erhöhen. Mit ihnen erhalten Verkäufer jeder Größenordnung ideale Voraussetzungen, um die Sichtbarkeit ihrer Angebote zu verbessern und den Umsatz zu steigern.“

Für mehr Bequemlichkeit in den eigenen vier Wänden setzen die Konsumenten in der Corona-Zeit verstärkt auf Smart Home-Produkte (+517 Prozent). Neben intelligenten Lichtschaltern liegen hier vor allem Smart Home-Steckdosen (+492 Prozent) voll im Trend. Das eigene Wohlbefinden im Home Office wird hingegen in erster Linie durch die richtige Ausstattung gesteigert – z. B. durch den Kauf eines neuen PC-Lichts (+1019 Prozent) oder einer hochauflösenden Webcam (+109 Prozent). Der aktuelle Nachhaltigkeitstrend beeinflusst dabei auch den Kauf von Elektrogeräten. Insbesondere bei Haushaltsgeräten spielt die Energieeffizienz eine wichtige Rolle. So verzeichnen etwa Kühlschränke (+1448 Prozent) und Geschirrspüler (+2232 Prozent) mit dem Energielabel A+++ ein gewaltiges Wachstum in den Verkaufszahlen bei eBay.de. Darüber hinaus steigt auch die Nachfrage nach

generalüberholten Elektroartikeln während der Pandemie deutlich an (+200 Prozent).

Pandemiebedingte Reisewarnungen und strenge Corona-Auflagen haben die Urlaubspläne der Deutschen in den vergangenen zwei Jahren weitestgehend durchkreuzt. Das kleine Glück des Reisens verwirklichen daher immer mehr Konsumenten im eigenen Camper (+33 Prozent). Für die individuellen Ferien abseits touristischer Routen bringen sie ihr fahrbares Urlaubsdomizil verstärkt auf Vordermann. Die dazugehörige Camping-Ausrüstung wie Aufbaubatterien (+277 Prozent), Faltbetten (+415 Prozent), Multiflexboards (+164 Prozent) und Hochdächer für Vans (+645 Prozent) verzeichnet bei eBay.de einen entsprechenden Peak. Ihrem eigenen Nachhaltigkeitsanspruch werden die Konsumenten dabei durch umweltfreundliches Zubehör wie Nachrüst-Katalysatoren (+1500 Prozent) und Solaranlagen (+30 Prozent) gerecht.

Selten haben die Deutschen so viel Zeit zuhause verbringen müssen wie in den vergangenen zwei Jahren. Da möchte man es wenigstens gemütlich haben: Neben der obligatorischen Jogginghose (+17 Prozent) stehen bei den deutschen Konsumenten auch Trainingsanzüge (+27 Prozent) und Hausschuhe (+23 Prozent) hoch im Kurs, um es sich bequem zu machen. Gleichzeitig legen Konsumenten bei ihren Outfits vermehrt Wert auf nachhaltige und regional hergestellte Mode. So ist die Nachfrage nach Fair Fashion (+415 Prozent) und Second Hand (+290 Prozent) seit 2019 stark angewachsen. Und auch Mode „Made in Germany“ (+42 Prozent) liegt beim Kauf von Kleidung und modischen Accessoires aktuell voll im Trend.

Corona Shopping Report: Konsumenten setzen auf „Green Happiness Shopping“