GfK

Deutsche wollen weniger Geld ausgeben

Freitag, 08.05.2020

Die Corona-Pandemie und die damit einhergehenden Maßnahmen zur Eindämmung des Virus haben die Verbraucherstimmung im April schwer getroffen. Das zeigt nicht nur das [GfK Konsumklima](#), sondern auch die aktuelle GfK-Studie „COVID-19 Consumer Pulse“. Laut Befragung (24. bis 26. April) gehen 33% der Deutschen davon aus, dass sich die finanzielle Situation ihres Haushaltes in den nächsten zwölf Monaten verschlechtern wird. Ein Drittel gibt an, in Zukunft weniger Geld für den Kauf langlebiger Produkte, wie z.B. Möbel, Autos oder Fernseher ausgeben zu wollen. 26% der Befragten verzichten beispielsweise auf den geplanten Urlaub, acht Prozent auf den Kauf von Möbeln und sieben Prozent wollen den Kauf von Kleidung, Autos und Luxusgütern wie Uhren und Schmuck verschieben.

„In der ersten Phase der Krise, der Panikphase, haben die Menschen vor allem das gekauft, was sie unbedingt benötigten: Ausstattung für das Homeoffice wie Monitore oder Webcams, Kühl- und Gefriergeräte für die Lagerung von Lebensmitteln. In der zweiten Phase, der Anpassungsphase an die neue Situation, haben sich die Bedürfnisse der Verbraucher erneut verschoben. Produkte im Bereich Home Entertainment, wie Spielekonsolen oder Gaming Computer wurden stark nachgefragt, um das Leben zu Hause angenehmer zu gestalten. Jetzt beginnt die langsame Öffnung der stationären Geschäfte, was erneut starke Veränderungen im Kaufverhalten erwarten lässt“, so die GfK-Experten.

„Wir gehen davon aus, dass die Verbraucher in nächster Zeit sehr bedarfsorientiert einkaufen werden. Aufgeschobene und weiterhin notwendige Käufe werden nachgeholt. Darunter auch Produkte, die stärker an den stationären Handel gebunden sind, wie zum Beispiel beratungsintensive Elektrogroßgeräte wie Einbaugeräte, aber auch Smartphones, Fernseher, höherwertige Elektrokleingeräte wie Kaffeevollautomaten oder auch Babyausstattung“, erläutert Petra Süptitz, GfK-Expertin im Bereich Consumer Insights.

70% der Deutschen haben im April Online-Käufe getätigt

Im April haben laut GfK 70% der Befragten hierzulande Produkte online eingekauft. In der Altersgruppe der 16- bis 29-Jährigen waren es sogar 81%. Dieser Trend werde sich in vielen Warengruppen fortsetzen. Weitere Online-Käufe planen die Deutschen zum Beispiel bei Elektronikartikeln oder Gartenwerkzeugen. GfK-Daten aus China zeigen, dass sich der stationäre Handel nach Ende der Krise zwar langsam erholt, aber nach wie vor 23% unter dem Vorjahr liegt (Stand: Kalenderwoche 17). „Das neue ‚Normal‘ wird durch ein schwieriges wirtschaftliches Umfeld und knappere Verbraucherbudgets gekennzeichnet sein. Darauf werden sich Händler und Hersteller einstellen müssen“, ergänzt Süptitz.

Vom stationären Handel wird die Einhaltung von Hygienekonzepten erwartet. Außerdem müssen neue und auch digitale Angebote wie zum Beispiel Click & Collect, Online-Beratung, Lieferservices oder verschiedene Zahlungsmethoden geschaffen sowie kreative Konzepte, die auf die Bedürfnisse der Verbraucher einzahlen, fortgesetzt werden.

Süptitz weiter: „Große Chancen bieten sich Händlern, wenn sie verstärkt digitale Apps und Medien zur Kundenkommunikation nutzen. Eine Möglichkeit könnte beispielweise sein, den Verbraucher

kontinuierlich über Zeiten mit wenig Kundschaft bzw. Stoßzeiten zu informieren, sodass beim Einkaufen die Abstandsregeln besser eingehalten werden. So kann die Krise auch eine Chance sein, um Geschäftsmodelle und Konzepte neu zu überdenken.“

Deutsche wollen weniger Geld ausgeben

Links

- [Gesellschaft für Konsumforschung](#)