IFH Köln – Corona Consumer Check
Verweildauer in Innenstädten sinkt

Freitag, 27.11.2020

Neue Daten des Corona Consumer Check zeigen: Coronamaßnahmen haben große Implikationen auf den stationären Handel, während der Onlinekanal weiter profitiert. Die Aktionstage Black Friday und Cyber Monday finden vor allem online statt.

Rund einen Monat nach Einführung des sogenannten Lockdown light beleuchtet der neue Corona Consumer Check des IFH Köln die Auswirkungen für den Online- und Offlinehandel. Während das Stimmungsbild zeigt, dass die Konsumentinnen und Konsumenten zunehmend genervt von der aktuellen Situation sind, haben sie ihr Konsumverhalten im Verlauf der Krise geändert. Stationäre Geschäfte werden weniger besucht, die Verweildauer in Innenstädten sinkt. Demgegenüber gewinnt der Onlinekanal weiter an Zuwachs, was sich auch in der Nutzung der kommenden Aktionstage Black Friday und Cyber Monday widerspiegelt und sich im Weihnachtsgeschäft 2020 vermutlich weiter fortsetzen wird – so die Prognose des IFH Köln.

Verweildauer in Geschäften und Innenstädten abnehmend

Auch wenn der deutsche Einzelhandel – unter Einhaltung der Hygienemaßnahmen – nach wie vor geöffnet hat, hat sich das stationäre Einkaufsverhalten stark verändert. Konsumentinnen und Konsumenten suchen Geschäfte meist mit einem gezielten Kaufvorhaben auf; Stöbern und Inspirationskäufe finden weniger statt. Entsprechend gibt jeder Zweite an, sich aktuell kürzer in Geschäften aufzuhalten. Besonders bei der Frage nach dem Aufenthalt in der Innenstadt zeigt sich ein verändertes Verhalten: Nur ein Drittel der Befragten gibt an, sich aktuell genauso lange wie vor der Krise in der Innenstadt aufzuhalten.

Onlinekanal weiter auf dem Vormarsch

Die Verschiebung von Einkäufen, die normalerweise stationär getätigt werden, hinein in den Onlinekanal nimmt wieder stetig zu. Nachdem die vermehrte Zuwendung gen Online in KW 19, mitten im ersten Lockdown mit 35% am höchsten war, sank sie in den entspannteren Sommermonaten wieder deutlich auf 22%. Mit dem Anstieg der Infektionszahlen im Herbst ist diese Entwicklung wieder rückläufig: Konsumentinnen Und Konsumenten entscheiden sich wieder mehr dazu, Einkäufe in den Onlinekanal zu verlagern. Aktuell beläuft sich der Wert auf 26%.

Aktionstage finden hauptsächlich online statt

Die Mehrheit der Konsumentinnen und Konsumenten nehmen die Angebote rund um die Aktionstage Black Friday (67%) und Cyber Monday (69%) im Internet wahr. Aber auch der stationäre Handel wirbt vermehrt mit Sonderangeboten in der sogenannten Cyberweek. Aktuell geben rund ein Drittel der Befragten an, die Aktionstage um den Black Friday auch stationär zu nutzen.

Verweildauer in Innenstädten sinkt

Links

- IFH Köln