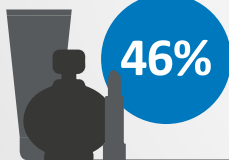


Konsumentenstimmung in Deutschland – der Einfluss von COVID-19 auf Foodservice, Sport, Beauty und Spielware.

Das Einkaufsverhalten in Deutschland hat sich durch die COVID-19-Krise verändert. Konsumenten berichten, dass sie sich durch verstärkte Hygienemaßnahmen und Social Distancing bei ihrem Einkaufserlebnis wohler fühlen. **Hier ist ein genauerer Blick auf die Daten...**

Beauty

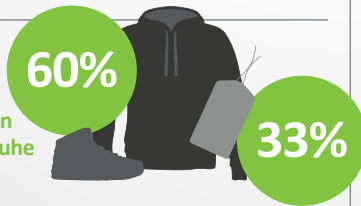
50% der Konsumenten bestätigen, dass ihre Kaufentscheidungen durch Sonderangebote beeinflusst werden. Gratisproben und kostenfreie Lieferung bei Online-Einkäufen sind weitere Hauptkriterien in der Einkaufsentscheidung.



46% der Beauty-Konsumenten würden einen Einkaufsbummel machen, ohne dabei an ein bestimmtes Produkt zu denken.

Sports

60% der Konsumenten würden nur Sportbekleidung und -schuhe kaufen, wenn sie an ein bestimmtes Produkt denken.



33%

33% sagen, dass Sonderangebote der wichtigste Einflussfaktor in der Kaufentscheidung sind. 34 bestätigen, dass das Produkt am wichtigsten ist.

Spielware

68% der Eltern berichten, sie würden ihre Kinder mitnehmen, wenn sie Spielzeug einkaufen.

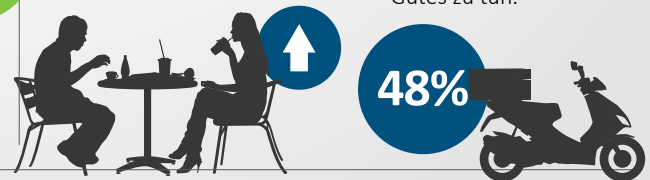


Für 30% der Konsumenten ist es am wichtigsten zu kaufen „was die Kinder sich wünschen“.

Foodservice

Social Distancing einzuhalten war die wichtigste Initiative, die Konsumenten dazu ermutigte, etwas außer Haus Essen oder Trinken zu gehen.

48% nutzten Lieferdienste während der Ausgangsbeschränkungen. 36% bestellten beim Lieferdienst, um sich etwas Gutes zu tun.



Jetzt, da Konsumenten zurück in die Geschäfte und Restaurants strömen, wird es wichtig sein, die Verhaltensänderungen der Konsumenten in Bezug auf Handel und Restaurants genau zu verfolgen. Um erfolgreich durch die Phasen der Geschäftserholung zu navigieren, müssen Entscheidungen auf Basis der neusten Daten und Branchenexpertise getroffen werden. Wir unterstützen Sie dabei – lassen Sie uns wissen, wie wir helfen können.

Source: The NPD Group/COVID-19 Study, May 2020

*Source: The NPD Group/COVID-19 Foodservice Sentiment Study, Germany, May 2020

Sie möchten mehr Einblicke wie diese? Bitte wenden Sie sich an Ihren Ansprechpartner oder per E-Mail an contactnpd@npd.com.