
Consumer Insights zu Corona: 25% der Shopper machen Hamsterkäufe

Tagged as : [Discounter](#), [Food](#), [Out of Shelf](#), [Out of Stock](#), [POS](#), [Produktverfügbarkeit](#), [Shopper Insights](#), [stationärer Handel](#), [Supermarkt](#), [Umfrage](#)

Hamsterkäufe und [leere Regale](#): Sie bestimmen seit fast 2 Wochen das Bild in vielen Supermärkten. Doch wie viele Menschen in Deutschland haben tatsächlich ihr Einkaufsverhalten aufgrund des Corona-Virus' angepasst? Und wie sehen die Veränderungen im Detail aus? In einer Blitz-Umfrage haben wir mehr als 400 User unserer Crowd befragt und präsentieren in diesem Artikel erste Ergebnisse und Consumer Insights.

Bislang noch kein Panik-Modus

Als [Crowdworking-Dienstleister](#) mit zehntausenden aktiven Nutzern in Deutschland hat appJobber einen direkten Draht zu Shoppern und kann innerhalb kurzer Zeit relevante Consumer Insights generieren. Mit Hinblick auf das sich immer weiter verbreitende Corona-Virus haben wir daher zwischen dem 11. und 15. März eine Umfrage zum Kaufverhalten durchgeführt. 419 Nutzer haben sich an der freiwilligen Umfrage beteiligt und uns über ihr aktuelles Kaufverhalten informiert. Die Ergebnisse zeigen: Von Panik war gerade in den ersten Tagen wenig zu spüren. Allerdings zeichnete sich über das Wochenende eine leicht veränderte Stimmungslage ab. Die Verschärfung der Situation, die sich nun auch in deutlichen Maßnahmen wie Schul- und Kitaschließungen äußert, scheint Wirkung zu zeigen.

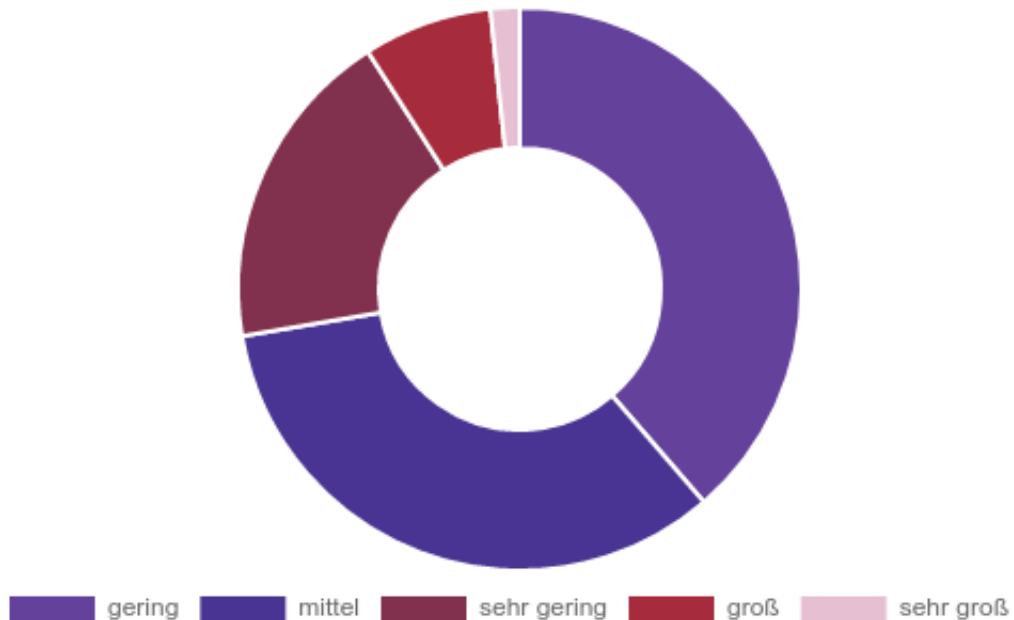
Wie sieht es mit der Angst vor einer Ansteckung aus?

Nur 8,9% der Befragten gaben an große oder sehr große Angst vor einer Ansteckung mit dem Corona-Virus zu haben. 57,2% der Befragten haben eine geringe oder sehr geringe Angst, sich anzustecken. 4,3% der Teilnehmenden waren 55 Jahre alt und älter. Davon gaben nur 11% an, große oder sehr große Angst zu haben. Die restlichen knapp 90% dieser Altersgruppe gaben bezogen auf ihre Angst an: sehr gering (11%), gering (45%) oder mittel (33%).

WIE GROSS IST DEINE ANGST, SELBST CORONA ZU BEKOMMEN?



n = 419



Der überwiegende Teil der Befragten hat sehr geringe, geringe oder mittlere Angst sich mit COVID-19 anzustecken.

Ca. 75% der Shopper machen (noch) keine Hamsterkäufe

Auf die Frage, ob im eigenen Haushalt in den letzten Tagen mehr Lebensmittel bzw. Hygieneartikel als üblich eingekauft wurden, antworteten nur knapp 25% der Teilnehmenden mit „Ja“. Auffällig hierbei: Bis Freitagnachmittag lag der Durchschnitt noch bei ca. 20%. Die Antworten am Wochenende führten zu einem Anstieg des Gesamtdurchschnitts auf 25%.

5. KONSUMVERHALTEN: WURDEN IN DEINEM HAUSHALT IN DEN LETZTEN TAGEN DEUTLICH MEHR LEBENSMITTEL BZW. HYGIENEARTIKEL EINGEKauft ALS NORMAL?



n = 419



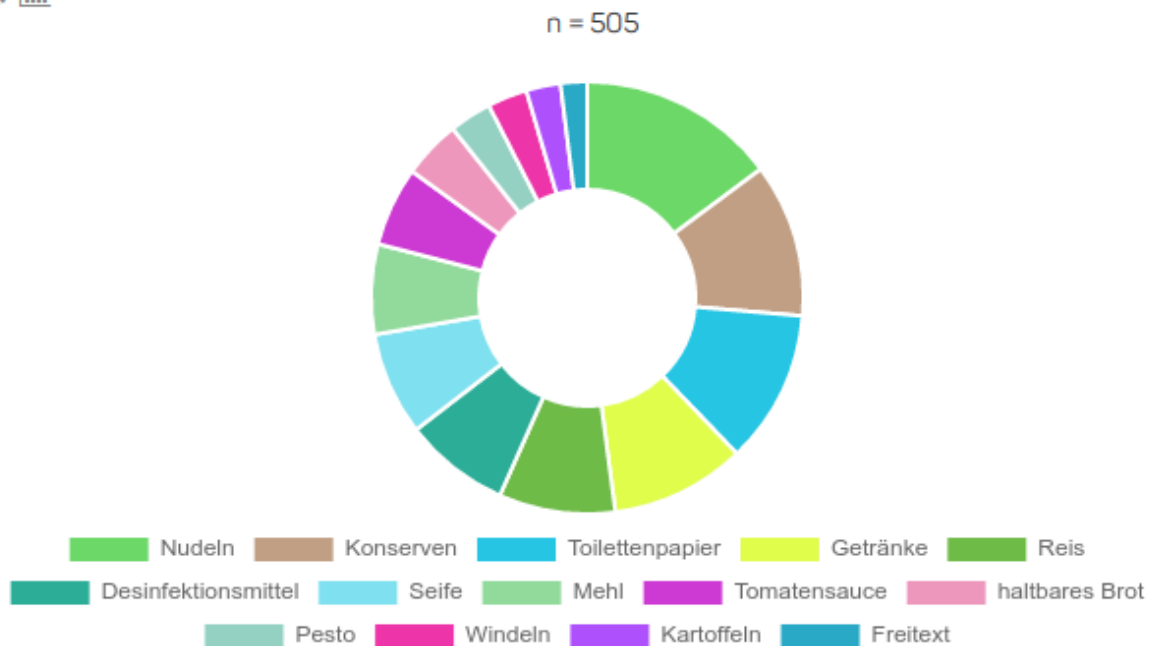
Die Grafik zeigt: 25% der befragten Konsumenten haben in den vergangenen Tagen mehr eingekauft als normalerweise.

Nur 25% Shopper also, die mehr in den Einkaufswagen packen als normalerweise – dieser Wert erscheint in Hinsicht auf die vielen leeren Regale im Lebensmitteleinzelhandel zunächst überraschend niedrig. Ein Wert wie dieser reicht allerdings bereits aus, um für signifikante [Regallücken](#) zu sorgen. Denn die normalerweise gut geölte Lieferstruktur und -taktung im Handel ist auf ungeplante Nachfragesteigerungen dieser Art nicht vorbereitet. ^[1]

Wenig überraschend: Nudeln, Konserven und Toilettenpapier besonders gefragt

Passend zu den seit zwei Wochen häufig [leeren Nudelregalen in den Supermärkten und Discountern](#) wurden Nudeln am häufigsten auf Vorrat gekauft. Knapp 75% der Shopper, die mehr als üblich einkauften, hatten Nudeln im Einkaufswagen. Die Consumer Insights zeigen: Etwa 57% der befragten User kauften außergewöhnlich viele Konserven und Toilettenpapier. Genau 50% deckten sich verstärkt mit Getränken ein. Was fällt sonst noch auf? Auch Tiernahrung wird von mehreren Teilnehmenden genannt – schließlich müssen ja auch die Haustiere im Fall der Fälle versorgt sein.

WELCHE ARTIKEL WURDEN MEHR ALS NORMAL EINGEKauft? (MEHRFACHAUSWAHL)



Die Grafik zeigt die Gesamtverteilung der Antworten: Nudeln, Konserven, Toilettenpapier, Getränke und Reis machen mehr als 50% aus.

Wenig Veränderung bei Häufigkeit des Einkaufens

85% der Shopper gaben an, die Häufigkeit des Einkaufens durch das Corona-Virus nicht verändert zu haben. Knapp 9% gehen aktuell häufiger einkaufen, knapp 6% kaufen seltener ein, dafür jedoch größere Mengen.

Die Corona-Krise hatte bislang nur bei wenigen Konsumenten Auswirkungen auf die Häufigkeit des Einkaufens.

20% der Shopper haben ihr Kaufverhalten durch Corona verändert

Keine oder weniger Shopping-Ausflüge in große Einkaufszentren oder Innenstädte: Das antworteten die meisten Shopper in Hinblick auf das veränderte Kaufverhalten durch das Corona-Virus. Mehr als 85% der Befragten, die ihr Kaufverhalten angepasst haben, nannten diese Änderung. Auch mehr Online-Käufe wurden in Einzelfällen genannt sowie das generelle Vermeiden von Einkäufen. Beim Einkaufsverhalten zeigt sich: Der stationäre Handel ist noch immer sehr frequentiert. Mehr als dreiviertel der Befragten sucht weiterhin Supermärkte und Discounter auf. 23% der Befragten kaufen aktuell stationär und online. Nur 2 Befragte kaufen mittlerweile ausschließlich online ein.

Die Befragung der Konsumenten wird noch einige Tage fortgesetzt. Wir gehen mit Blick auf die Zuspitzung der Situation und die mittlerweile weitreichenden Maßnahmen zum Schutz vor COVID-19 von weiteren Veränderungen aus und informieren über weitere Entwicklungen und

Auswertungen hier auf unserem Blog.

[1] [„Noch ist alles da“, zeit.de](#)