

Konsumenten im Ausnahmezustand – wie Corona das Leben verändert!

Das “Was”
ist gleich,
das “Wann”
nur anders

Groß-,
Vorrats- &
Sammel-
einkäufe



Lebensmitteleinkauf

Das Einkaufsverhalten von Lebensmitteln hat sich verändert.



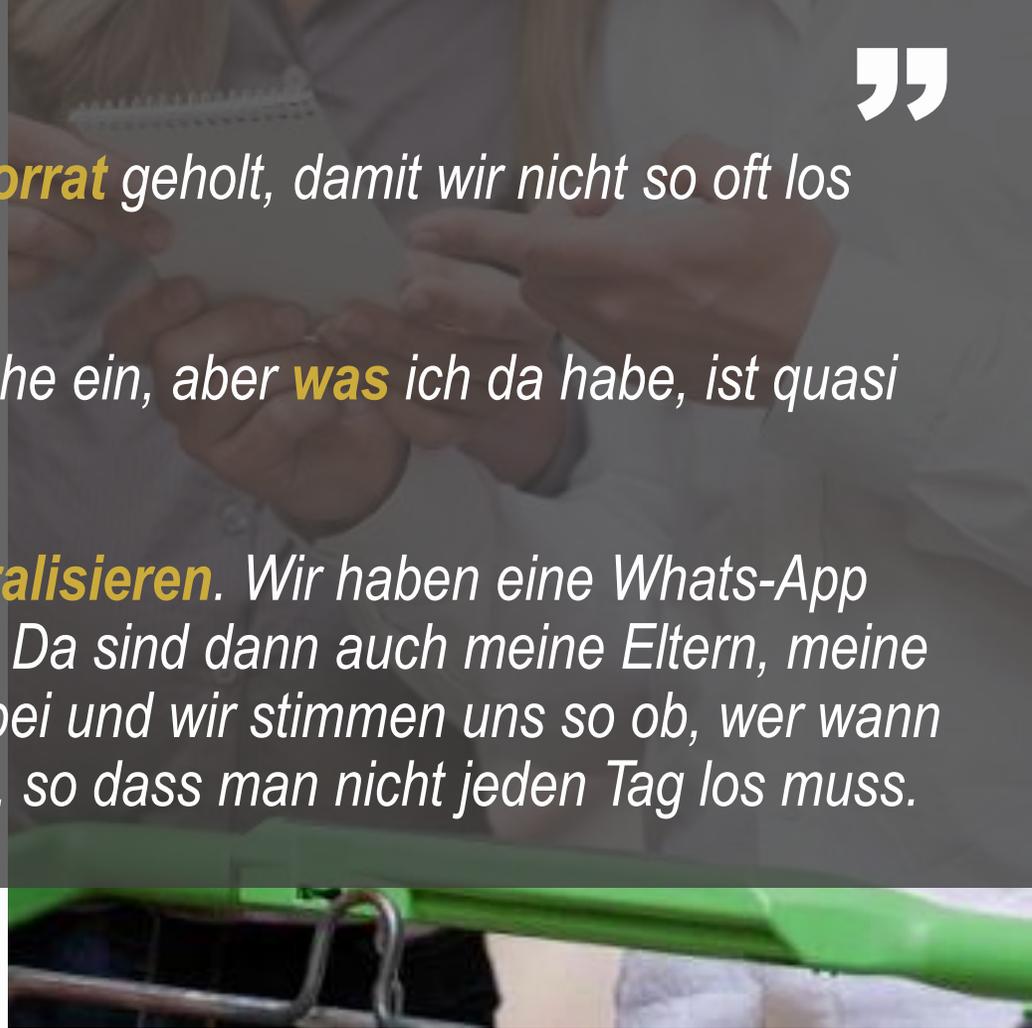
Bei uns wird seit der Krise etwas mehr **auf Vorrat** geholt, damit wir nicht so oft los müssen.



Ich kaufe zwar **nicht mehr so oft** in der Woche ein, aber **was** ich da habe, ist quasi **unverändert**.



Wir versuchen das **Einkaufen** mehr zu **zentralisieren**. Wir haben eine Whats-App **Gruppe gebildet**, die heißt „Hamsterkäufer“. Da sind dann auch meine Eltern, meine Schwiegereltern und die Schwägerin mit dabei und wir stimmen uns so ob, wer wann wo einkaufen geht, wer was mitbringen kann, so dass man nicht jeden Tag los muss.



Lebensmitteleinkauf

Es zeigte sich ein verändertes Einkaufsverhalten von Lebensmitteln in der Corona-Zeit: die **gewohnten Lebensmittel** wurden verstärkt **auf Vorrat** gekauft, um sich möglichst selten in Geschäften aufhalten zu müssen. Kontakte mit bzw. in Geschäften wurden somit auf ein Minimum reduziert.

Einkäufe von Lebensmitteln wurden **geplant** getätigt – sowohl zeitlich, wie auch inhaltlich. Das **gezielte, zügige** Einkaufen mit Liste für mehrere Tage war üblich, so dass es **selten zu Spontan- oder Impulskäufen** kam.

Auszüge
aus unseren
Findings

Neben Groß- und Vorratseinkäufen kam es auch zu **Einkäufen für Personen** aus anderen Haushalten. Für diese Sammelkäufe war eine gewisse **Koordination** und **Absprache** nötig, um nicht fälschlicherweise falsche Produkte mitzubringen.

Die Teilnehmer sprechen sich verstärkt für die Erhaltung der „kleinen Läden“ und lokalen Geschäfte aus. Inwiefern dies finanziell für sie auch zukünftig möglich sein wird, muss sich erst zeigen. Die Unterstützung von lokalen Produzenten oder deutschen Herstellern ist weniger im Mindset.

Lebensmitteleinkauf

Wünsche als Ansatzpunkte für neue Produkte, Services und Innovationen

Wäre es nicht toll, wenn...

... sich endlich ohne Mundschutz im Geschäft zu bewegen, ohne Angst.

... man die umfangreiche Lebensmittelversorgung nun mehr zu schätzen weiß?

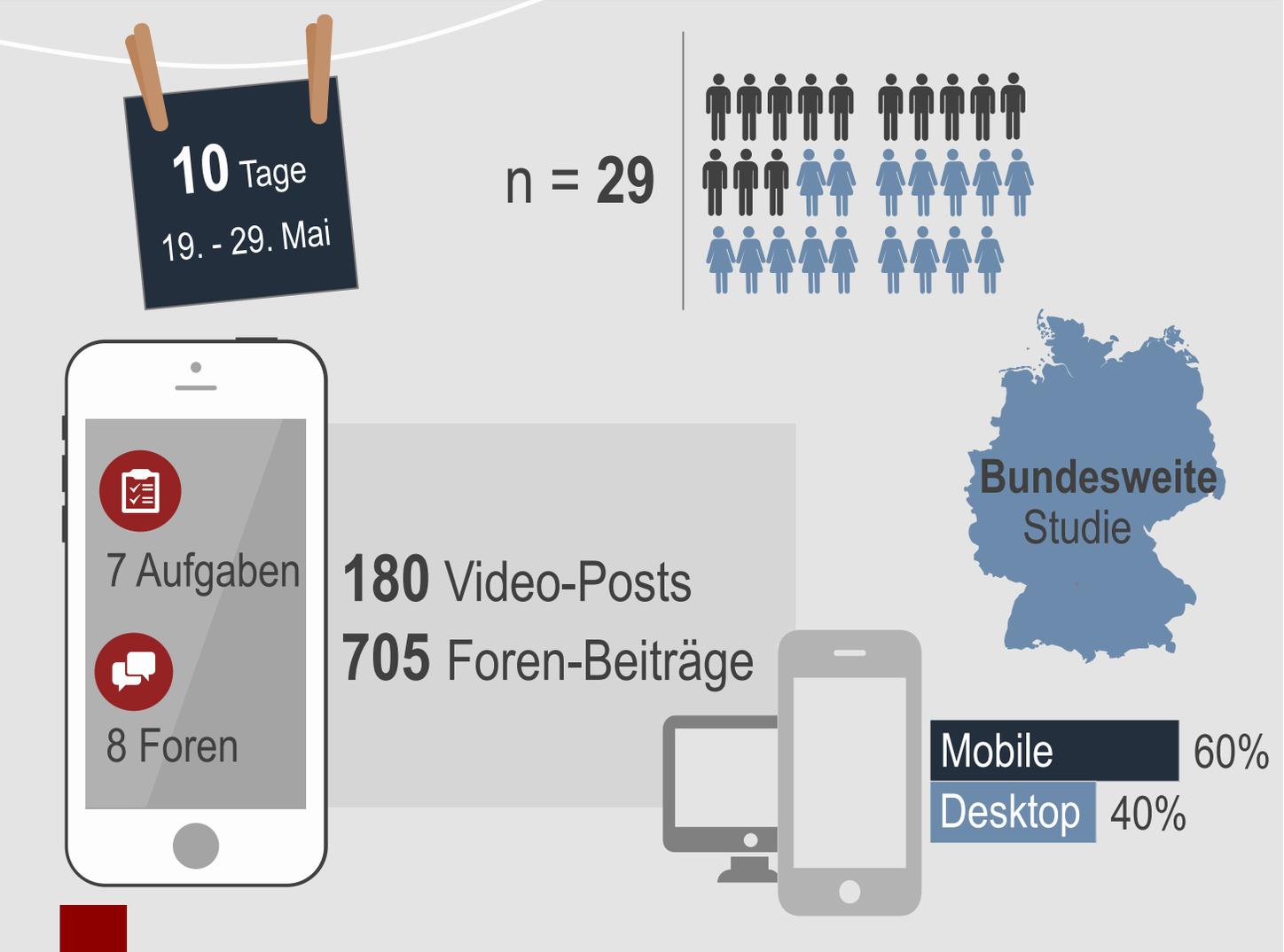
... mehr Leute Respekt für die Verkäufer in den Einkaufsläden hätten?

... jeder sein Konsumverhalten überdenkt, sodass der Fokus auf wichtige Sachen gelegt wird?

... dass wir alle mehr die kleinen lokalen Unternehmen unterstützen und nicht die großen Konzerne.

Ich wünschte, ...

Mobile Selbst-Ethnographie – über unsere Online-Plattform IN|SPIARY





Ihr Kontakt

Julia David

Senior Research Consultant
Consumer & Retail Research

e-mail: j david@produktundmarkt.de
phone: +49(5407)885-186

Standorte

Produkt + Markt
Otto-Lilienthal-Straße 15
49134 Wallenhorst
phone: +49 5407885-0
e-mail: info@produktundmarkt.de

Produkt + Markt
Spitalerstraße 4
20095 Hamburg
phone: +49 403070278-0
e-mail: info@produktundmarkt.de

