

PRESSEMITTEILUNG

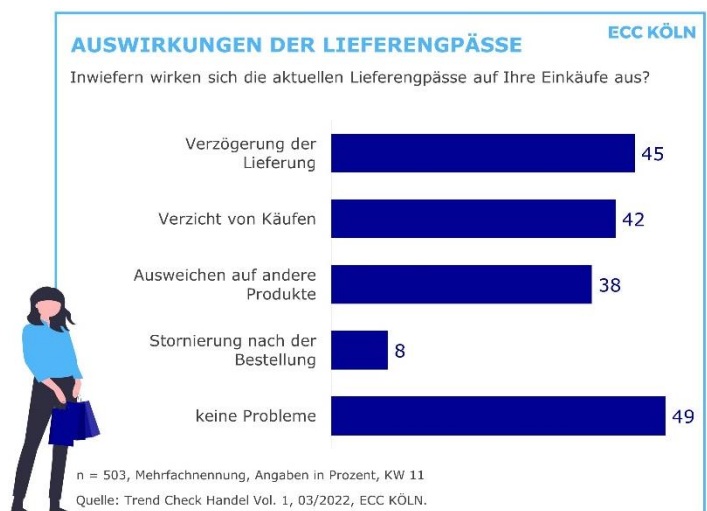
PREISSTEIGERUNGEN IM HANDEL: GESPART WIRD BEI LEBENSMITTELN

Neuer Trend Check Handel des ECC KÖLN analysiert die Folgen des Ukrainekrieges auf den Handel und das Konsumverhalten in Deutschland. Fazit: Lieferkettenprobleme und Preissteigerungen kommen bereits bei den Konsument:innen an. Anschaffungen werden verschoben und die regelmäßigen Lebenshaltungskosten – insbesondere im Bereich Lebensmittel – heruntergeschraubt. Jede:r Zweite befürchtet, den aktuellen Lebensstandard nicht mehr halten zu können.

Köln, 29. März 2022 — Strom, Benzin, Lebensmittel – Die gestörten Lieferketten und die steigenden Energiepreise in Folge des Krieges in der Ukraine spüren immer mehr Konsument:innen in ihrem alltäglichen Leben. So werden aufgrund der globalen Lieferproblematiken, die schon in den vergangenen beiden Jahren der Coronakrise die weltweiten Beschaffungsprozesse beeinträchtigten, aktuell Käufe vermehrt verschoben oder gänzlich unterlassen. Kein Wunder: Schließlich werden die gestiegenen Preise bei vielen Konsument:innen immer mehr wahrgenommen, insbesondere im Lebensmittelbereich. Die Preissteigerungen lösen bei rund der Hälfte der Befragten Ängste aus, den eigenen Lebensstandard nicht mehr halten zu können. Zu diesen Ergebnissen kommt der neue Trend Check Handel, der regelmäßig aktuelle Themen und ihren Einfluss auf das Einkaufsverhalten der Konsument:innen in Deutschland beleuchtet.

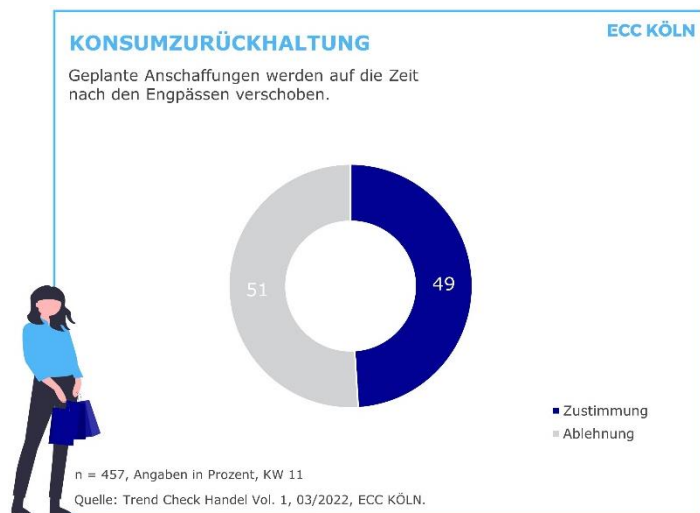
Lieferengpässe werden spürbar

Die Lieferkettenprobleme im Handel werden verstärkt für Endverbraucher:innen spürbar. So gibt jede:r Zweite an, in Folge von Lieferengpässen Probleme beim alltäglichen Einkauf zu haben – ein Wert, der seit dem Ausbruch des Krieges in der Ukraine gestiegen ist. Die Reaktionen sind bei vielen Konsument:innen drastisch: 42 Prozent der Befragten verzichten in der Folge auf Käufe, 38 Prozent entscheiden sich für andere Produkte und acht Prozent stornieren die Bestellung.



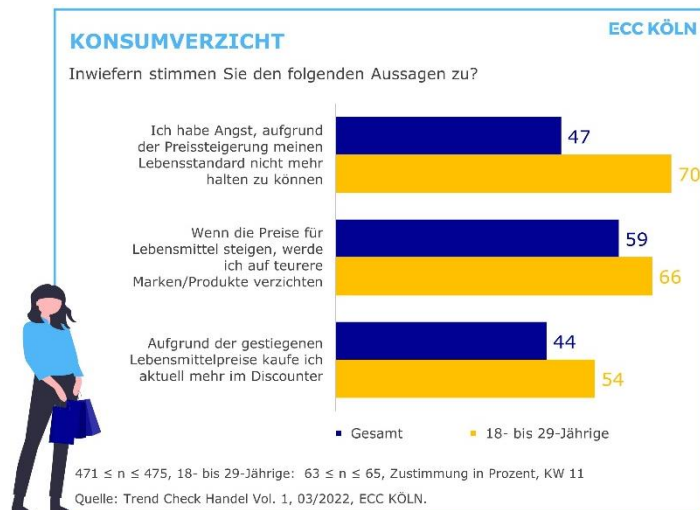
Gehemmte Konsumstimmung

Die befragten Konsumentinnen und Konsumenten üben sich mehrheitlich in Konsumzurückhaltung. So gibt im Trend Check Handel rund jede:r Zweite an, aufgrund der Lieferproblematiken geplante Anschaffungen aktuell zu verschieben.



Steigende Preise schüren Ängste

Krisenstimmung auch beim Blick in die Zukunft: Fast die Hälfte der Befragten befürchtet, aufgrund der aktuell wahrgenommenen Preissteigerungen den eigenen Lebensstandard nicht mehr halten zu können. So wollen viele (59 %) auf teurere Markenprodukte verzichten, sollten insbesondere die Preise im Lebensmitteleinzelhandel weiter steigen. 44 Prozent kaufen schon jetzt häufiger bei Discountern. Auffällig: Vor allem die jungen Konsument:innen zwischen 18 und 29 Jahren sorgen sich um die gestiegenen Preise und passen ihr Einkaufsverhalten bereits entsprechend an.



Wörter der Meldung: 354

Zeichen (inkl. Leerzeichen): 2.742

Daten und Grafiken aus dieser Pressemitteilung dürfen nur im Rahmen journalistischer oder redaktioneller Zwecke genutzt werden. Die werbliche und kommerzielle Nutzung sowie Aufbereitung für eine vertragsbasierte Weitervermarktung sind untersagt. Dies gilt insbesondere für Statistikportale.

Über die Daten

Mit dem „Trend Check Handel“ analysiert das ECC KÖLN in Zusammenarbeit mit Salesforce bevölkerungsrepräsentativ das Stimmungsbild zum Konsumverhalten in Deutschland. Hierfür werden 500 Konsument:innen in einer repräsentativen Onlinebefragung zu ihrem Einkaufsverhalten sowohl mit Blick auf Folgen der Coronakrise als auch zu generellen Konsumtrends und zur Konsumstimmung befragt. Im Fokus der aktuellen Befragung, die in KW 11 erfolgte, standen die wahrgenommenen Auswirkungen der Ukraine Krise auf den Handel. Daneben beleuchtet die Erhebung auch die aktuellen Trendthemen Digital-Shift, Quick-Commerce und Nachhaltigkeit.

Mehr Informationen, sowie die gesamte Erhebung gibt es zum kostenlosen Download [hier](#).

Mehr Informationen und detailliertere Infos zu der Erhebung gibt es im kostenfreien ECC WEB TALK am 7. April um 14 Uhr zu dem Thema „Neue Spielregeln für den Handel – die aktuellen Krisen und ihre Folgen“. [Hier](#) geht es zur Anmeldung.

Von März 2020 bis November 2021 analysierte das IFH KÖLN, Muttermarke des ECC KÖLN, anlässlich der Coronakrise mit dem „Corona Consumer Check“, in zwölf Erhebungswellen das Stimmungsbild zum Konsumverhalten in Deutschland. Die Ergebnisse dieser Vorgängerstudie des „Trend Check Handel“ gibt es [hier](#) zum Download.

Über das ECC KÖLN

Als Tochtermarke des IFH KÖLN ist das ECC KÖLN erster Ansprechpartner für Knowhow-Transfer in der digitalen Handelswelt. Händler, Hersteller und Dienstleister profitieren von einzigartigen Market und Customer Insights sowie individuellen erfolgs- und businessrelevanten Impulsen, Events und Trainings. Mit dem ECC CLUB (www.ecc-club.de) bietet das ECC KÖLN eine einzigartige Community- und Networkingplattform für Entscheider im E-Commerce.

Expertise, Channels, Community – Dafür steht das ECC KÖLN.

Mehr unter: www.ecckoeln.de