

PRESSEMITTEILUNG

KAUFVERHALTEN 2024: EMOTIONALE UND SPONTANE KÄUFE WACHSEN UM 23 MILLIARDEN

Neue Schwerpunktstudie der IFH FÖRDERER analysiert aktuelle Konsumstimmung und -trends in Deutschland. Fazit: Konsument:innen sind 2024 optimistischer gestimmt. Preis- und Angebotsfokus gehen zurück. Emotionale und spontane Käufe gewinnen an Bedeutung: Zuwachs von 23 Milliarden Einzelhandelsvolumen zwischen Oktober 2023 und Juli 2024.

Köln, 19. September 2024 — Bringt die Normalisierung der Inflation auch eine Normalisierung der Konsumstimmung? Dieser Frage und den Implikationen für den Handel und Konsumtrends geht die neue Schwerpunktstudie der IFH FÖRDERER mit zwei umfangreichen Konsumentenbefragungen in Deutschland nach und kommt zum Ergebnis: Ja – die wirtschaftliche Verunsicherung der Konsument:innen hat im Sommer 2024 im Vergleich zum Herbst 2023 nachgelassen. Das zeigt sich auch am Kaufverhalten: Es wird weniger stark auf Angebote geachtet (2023: 83 %; 2024: 79 %) und wieder mehr spontan gekauft (2023: 67 % weniger Spontankäufe; 2024: 63 %). Dennoch befindet sich der deutsche Handel weiter im Krisenmodus, kann aber nun von weniger ausgeprägtem Preisbewusstsein und impulsiverem und spontanem Konsumverhalten profitieren.

„Die Krisenstimmung hellt sich auf – langsam, aber dennoch merkbar. Das hat natürlich Einfluss darauf, wie, was und wo gekauft wird und was zu Konsumtrends wird. Das sind nicht nur Hypes wie Temu oder Shein, deren zukünftige Bedeutung nun auch von der Politik mit bestimmt werden wird, sondern auch neue Technologien, Nachhaltigkeit und vor allem der „Wow-Faktor“, das Erlebnis“, so Prof. Dr. Werner Reinartz von der Universität zu Köln, Direktor der IFH FÖRDERER und Autor der Studie.

Käufertypen: Anteil der emotional kaufenden Menschen nimmt zu

Wie wird in Deutschland gekauft? In einem Land mit einem traditionell starken Preisfokus zählte sich im Oktober 2023 die Mehrheit zu rationalen und strukturierten Käufer:innen¹ (68 %) und rund ein Drittel (32 %) zu emotionalen und spontanen Käufertypen². Im Sommer 2024 liegt das Mehrheitsverhältnis zwar noch immer bei den Rational-Strukturierten (65 %), nun zählen sich aber mehr Menschen zu emotional Kaufenden (35 %). Damit nahm der Ausgabeanteil von impulsiv und spontan getätigten Käufen in den vergangenen zehn Monaten deutlich zu und liegt nun bei einem Umsatzvolumen von 204 Milliarden Euro – ein Zuwachs von 23 Milliarden Euro im Vergleich zum Oktober 2023. Die Gruppe der rationalen und strukturierten Käufertypen verliert in diesem Zeitraum acht Milliarden Euro Umsatz.

Kauffreude durch Erlebnis

Für den Handel ergeben sich durch weniger Preisfokus und die Zunahme an emotionalen Käufertypen, die sich gerne inspirieren lassen, neue Potenziale in verschiedenen Bereichen. Das

¹ Dazu zählen folgende in der Studie definierte Käufertypen: Performer, Disziplinierte, Traditionalisten, Harmonizer.

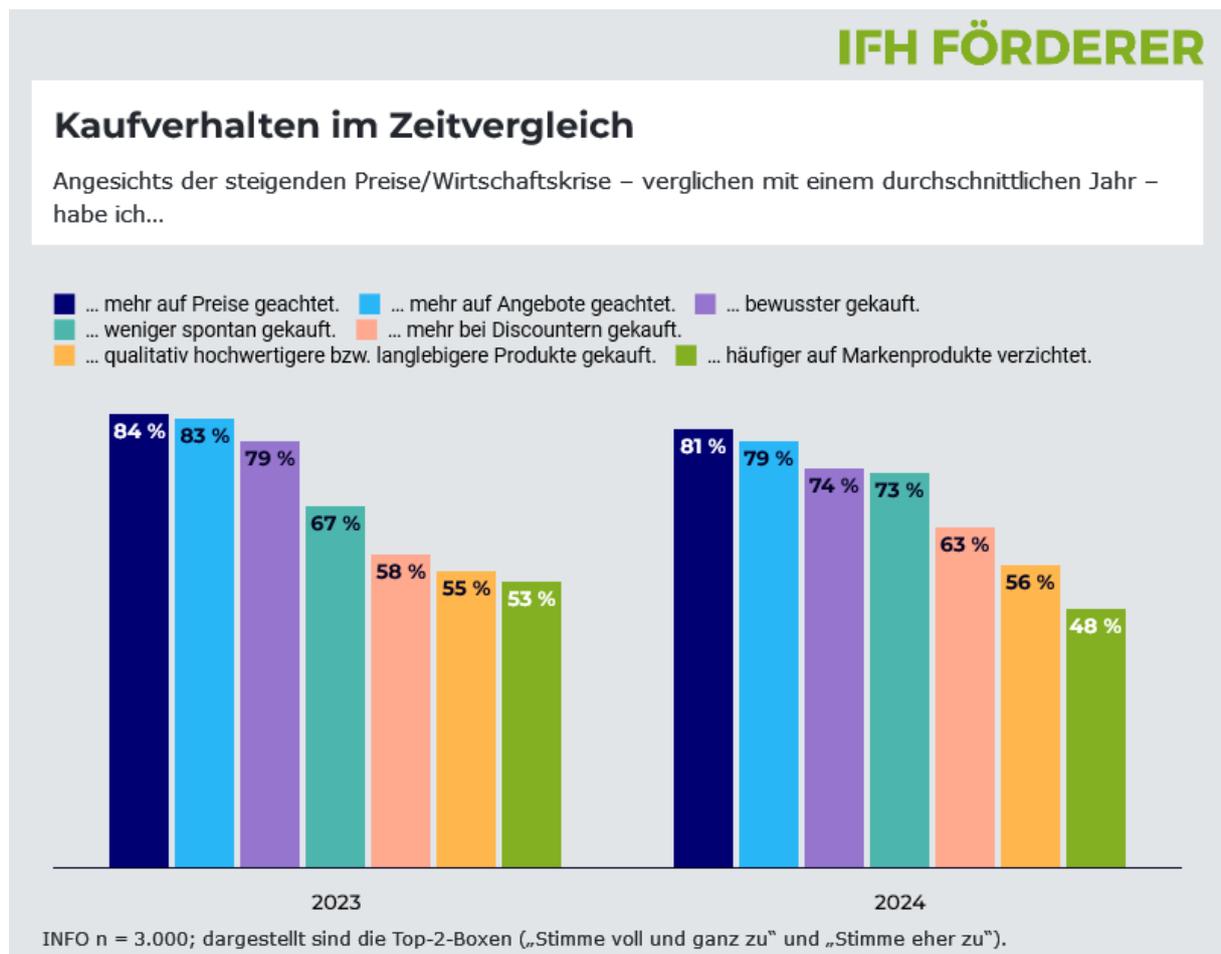
² Dazu zählen folgende in der Studie definierte Käufertypen: Abenteurer, Hedonisten, Offene.

betrifft nicht nur die Ausgestaltung der Einkaufsstätte – ob online durch eine ansprechende Customer Journey und ein gut kuratiertes Sortiment oder stationär durch digitale Services wie Selbstscanner-Kassen. Auch Nachhaltigkeit als Geschäftsmodell (Second Hand) oder Serviceleistung (Reparatur, Leihen) kann zum mehrwertstiftenden Erlebnisfaktor werden.

„Der Wettbewerb wird immer enger, umso wichtiger wird es für Händler sich zu differenzieren. Ob das ein Café im stationären Store mit Spielecke für die Kinder oder ein technisch ansprechender und unkomplizierter, vollautomatisierter Bezahlvorgang am Point-of-Sale ist – ein gutes Käuferlebnis bleibt im Kopf“, rät Prof. Dr. Werner Reinartz.

Wörter der Meldung: 504

Zeichen (inkl. Leerzeichen): 3.657



Die Grafik kann zur journalistischen Weiterverwendung [hier](#) heruntergeladen werden.

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 ist untersagt. Dies gilt insbesondere für Statistikportale.

Über die Studie

Die Schwerpunktstudie der IFH FÖRDERER nimmt jährlich ein für den Handel strategisch wichtiges Thema unter die Lupe. Dabei werden einzelne Aspekte der Wertschöpfung im Handel im Detail betrachtet und relevante Implikationen für die gesamte Handelslandschaft sowie für die Politik abgeleitet. Die Schwerpunktstudie wird maßgeblich durch das Präsidium der IFH FÖRDERER unterstützt. Fokusthema der Studie 2024 ist eine Analyse des Konsumverhaltens der „Durables“-Kategorien (ohne FMCG) der letzten zwei Jahre und die Einflüsse auf Onlinehandel, stationären Handel, Technologien, Nachhaltigkeit und Erlebnis. Als empirische Basis dienen zwei

Konsumentenbefragungen (jeweils n= 3000 Konsument:innen in Deutschland) im Oktober 2023 und im Juli 2024 sowie Befragungen in qualitativen Fokusgruppen.

Autor der Studie ist Prof. Dr. Werner Reinartz. Universität zu Köln und Direktor der IFH FÖRDERER.

Die IFH FÖRDERER Schwerpunktstudie 2024 kann über den [Onlineshop des IFH KÖLN](#) kostenfrei heruntergeladen werden.

Über das IFH KÖLN

Als Brancheninsider liefert das IFH KÖLN Informationen, Marktforschung und Beratung zu handelsrelevanten Fragestellungen rund um eine erfolgreiche Gestaltung der Zukunft und der Entwicklung passender Geschäftsmodelle. Das IFH KÖLN ist erster Ansprechpartner für unabhängige, fundierte Daten, Analysen und Strategien, die Unternehmen und Handelsstandorte erfolgreich und zukunftsfähig machen. Durch die Betrachtung von Märkten, Kunden und dem Wettbewerb, bietet das IFH KÖLN einen 360°-Blick für die Strategieableitung bei handelsrelevanten Themen. In maßgeschneiderten Projekten werden Kunden bei strategischen Fragen rund um Digitalstrategien, bei der Entwicklung neuer Märkte und Zielgruppen oder bei Fragen der Kanalexzellenz unterstützt. Mit der Tochtermarke ECC KÖLN ist das IFH KÖLN seit 1999 im E-Commerce aktiv und widmet sich dem Community- und Know-how-Transfer für die Digitalisierung im Handel.

Mehr unter: www.ifhkoeln.de

Über die IFH FÖRDERER

Bereits seit dem Jahr 1929 agieren die IFH FÖRDERER als gemeinnütziger Verein an der Schnittstelle von Wissenschaft und Praxis. Sie stehen für den wechselseitigen, inhaltlichen Austausch zwischen akademischer Arbeit und operativer Handelswelt. Dieser Austausch wird durch intensives Netzwerken und regelmäßigen Wissenstransfer lebendig. Mitglieder der IFH FÖRDERER sind Handels- und Herstellerunternehmen, Verbände, Kammern, Dienstleister und öffentliche Institutionen. Das Präsidium der IFH FÖRDERER setzt sich aus renommierten Köpfen des Handels in Deutschland zusammen.

Mehr unter: <https://www.ifhkoeln.de/ifh-foerderer/>