

Medienmitteilung

Basel, 08.04.2020

Neue Umfrage zum Kaufverhalten während Corona

Mit der Rezession im Blick: Rabatte und Aktionen seit Corona-Ausbruch besonders gefragt

In Zeiten von Corona suchen Personen vermehrt nach Filialinformationen und Aktionen. So hat das Interesse für Lebensmittel-Prospekte seit Ausbruch der Krise massiv zugenommen, wie eine Auswertung unter Nutzern der Schweizer Prospekte-App Profital zeigt. Gross ist die Nachfrage zurzeit nach Kleidung, Bücher, Spielen und Elektrogeräten, wohingegen auf neue Möbel und Einrichtungsgegenstände verzichtet wird – und das obwohl viele aktuell mehr Zeit zuhause verbringen als sonst. Die Auswertung zeigt auch: Besonders Romands und Tessiner kaufen zurzeit mehr WC-Papier als üblich.

Wie hat sich das Kaufverhalten in Zeiten der Corona-Krise verändert? Dazu hat Profital, der Anbieter einer gleichnamigen App für digitale Prospekte und Einkaufsinformationen, rund 4'625 Personen in der gesamten Schweiz befragt. Generell lässt sich feststellen: Die Nachfrage nach Einkaufsinformationen hat aufgrund der aktuellen Lage stark zugenommen. So stark, dass sich seit Mitte März die Anzahl Downloads der Profital-App sowie die Zugriffe auf die Webseite verdoppelt haben. Nutzer informieren sich online stärker denn je über aktuelle Aktionen und Angebote und suchen nach Informationen von noch geöffneten Geschäften oder Onlineshops. Im März lässt sich dieses Suchverhalten mit jenem in der Vorweihnachtszeit und der Woche um Black Friday vergleichen. Besonders Lebensmittel-Angebote sind beliebt: In Corona-Zeiten werden wöchentlich 30% mehr Lebensmittel-Prospekte gelesen als vorher.

Gegen die Corona-Langweile: Bücher, Spiele und Elektronik sind gefragt

Bei der Frage, ob die Nutzer nun aufgrund der aktuellen Lage Online-Shopping bevorzugen, lehnt die grosse Mehrheit ab - insgesamt 75% verneinen dies. Wenn dann aber online eingekauft wird, sind vor allem Lebensmittel, aber auch Kleidung, Bücher, Spiele und Elektrogeräte gefragt. Vor allem ältere Menschen decken sich fast doppelt so häufig über Onlineshops mit Lebensmittel ein, als es ihre jüngeren Mitmenschen tun. Dies lässt sich wohl darauf zurückführen, dass ältere Personen gemäss den Anweisungen des Bundesrates handeln und so möglichst Kontakte vermeiden wollen. Aktuell eher selten gefragt sind Möbel- und Einrichtungsgegenstände: 72% der befragten Personen können momentan darauf am besten verzichten – trotz Lockdown im eigenen Zuhause. Auch Sportartikel gehören zu jener Produktkategorie, bei der während der Corona-Krise ein Verzicht nicht schwerfällt. «Möbel gehören zu den Produkten, die viele Käufer nach wie vor lieber im Laden anschauen und testen, statt direkt online zu bestellen – dies hat sich offenbar auch in der Corona-Zeit nicht geändert. Um der Langweile zuhause zu entkommen, kaufen die Leute eher Bücher, Spiele und Elektronik, statt ihr Heim mit neuen Möbeln einzurichten», so Raphael Thommen, Geschäftsführer von Profital, zu den Auswertungen.

Westschweizer und Tessiner kaufen mehr Toilettenpapier als Deutschschweizer

Rund 91% aller Befragten gaben an, nicht öfters einkaufen zu gehen. In der Regel wird einmal wöchentlich eingekauft (54%) und bevorzugt bargeldlos bezahlt. Nur ein Drittel aller Befragten nutzt zurzeit Bargeld. Was nebst Lebensmitteln im Einkaufskorb landet, ist bekannt: Toilettenpapier sowie Reinigungs- und Desinfektionsmittel. 16% aller befragten Personen gaben an, häufig Toilettenpapier zu kaufen. Spannend dabei: In der Romandie und im Tessin wird dies deutlich mehr gemacht – 23% im Vergleich zu 12% in der Deutschschweiz. Beim Desinfektionsmittel zeigen sich Unterschiede zwischen Stadt und Land: Während in der Stadt rund 31% der Befragten mehr Reinigungs- und Desinfektionsmittel kauft, sind es auf dem Land nur 22%.

Über die Umfrage

Befragt wurden 4'625 Nutzer der Profital-App in der ganzen Schweiz, davon 3'075 in der Deutschschweiz, 1'007 in der Westschweiz und 542 im Tessin, während des Zeitraums von 31. März bis 2. April. Die Umfrage wurde ergänzt mit einer quantitativen Auswertung des Nutzerverhaltens seit 2. März im Vergleich zu den Vormonaten.

Über Profital

Profital macht Schweizer Prospekte und Aktionen von über 90 Händlern via App und auf der Website www.profital.ch digital verfügbar. Profital ist ein Startup der Direct Mail Company AG (DMC). Die DMC ist einer der grössten Anbieter für unadressierte Direktwerbung in der Schweiz und eine 100%-Tochtergesellschaft der Schweizerischen Post.

Mehr Informationen unter: <https://business.profital.ch/presse/>

Profital für iOS und Android: <https://profital.onelink.me/yyck>

Webportal: <https://www.profital.ch/>

Kontakt:

Stephanie Csendes

Profital

Head of Marketing

Tel: 061 337 87 23

presse@profital.ch

Nadja Gysin

Farner Consulting

Tel: 044 266 67 78

gysin@farner.ch