

Medienmitteilung

Basel, 11. April 2022

Neue Studie zum Kaufverhalten: Konsument:innen kaufen wieder öfters im stationären Handel und recherchieren im Netz

Konsument:innen kaufen nach den Corona-Lockerungen wieder mehr stationär ein und informieren sich aktuell vermehrt im Vorfeld über Rabatte und Aktionen. Dabei erkundigt sich die Mehrheit online und kauft offline, wie die neue Konsumstudie der Prospekte-App Profital zeigt. Dies gilt nicht nur für Lebensmittel, sondern auch für Möbel und Elektronik.

Wie sieht das Kaufverhalten nach Lockerung der Corona-Massnahmen in der Schweiz aus? Dazu hat Profital, die führende Schweizer App für digitale Prospekte und Mobile Retail Marketing, eine Studie mit knapp 2'000 Personen durchgeführt. Es zeigt sich eine leichte Tendenz zurück zum stationären Handel, wobei sich Konsument:innen vor dem Kauf primär online informieren.

Online suchen, offline kaufen – es wird cross-channel eingekauft

Die Einkaufsplanung bleibt weiterhin wichtig und nimmt sogar etwas zu: Ganze 82% der Befragten gaben an, sich im Vorfeld über Aktionen und Rabatte zu informieren. Letztes Jahr waren es noch 72% (Befragung Februar 2021) und 2020 lediglich 49% (Befragung April 2020). Dabei lässt sich der ROPO-Effekt beobachten (Research Online, Purchase Offline). Der grösste Teil der Befragten recherchiert zuerst im Netz und vollzieht den Kauf schlussendlich im stationären Handel.

«Die ganze Einkaufs-Journey wird immer crossmedialer und die Produktrecherche beginnt bei Konsument:innen meist online», so Profital-Geschäftsführer Raphael Thommen, «dies zeigt, wie wichtig die digitale Angebotskommunikation ist.» So informieren sich beispielsweise 56% der Befragten online über Lebensmittel, und kaufen diese dann später offline ein. Dieser Trend ist jedoch nicht nur beim Lebensmittelkauf, sondern auch beim Erwerb von Möbeln und Einrichtungsartikeln (54%) sowie beim Kaufen von Elektronik (48%) zu beobachten.

Nach Lockerung der Covid-Massnahmen: Leichte Tendenz zurück zum stationären Handel

Rund die Hälfte aller Befragten (52%) fährt im Vergleich zu den Corona-Jahren 2020 und 2021 mit ihren Einkaufsgewohnheiten fort. Ein Drittel der Teilnehmenden gab jedoch an, 2022 wieder häufiger in den Läden einzukaufen. Dabei haben vor allem Männer (35%) ihr Einkaufsverhalten wieder mehr in den stationären Handel verlegt, während es bei den Frauen 27% sind. 18% der Befragten kaufen aktuell häufiger in den Online-Shops ein.

Corona beschäftigt die Befragten beim Einkaufen aber kaum mehr: Lediglich 9% gaben an, zum Beispiel Angst vor einer Ansteckung zu haben. Viel mehr Gedanken machen sich die Konsument:innen über Lieferverzögerungen (20%) und die Produktherkunft (37%). Am meisten beschäftigt jedoch der Preis: Ganze 69% aller Befragten gaben an, sich beim Einkaufen über die steigenden Preise Gedanken zu machen.

Neben Qualität und Preis sind auch Nachhaltigkeit und Lieferzeit wichtig

Trotz steigender Preise steht beim Kauf eines Produkts die Qualität an erster Stelle: Das wichtigste Kaufkriterium für die Konsument:innen ist die Qualität mit einer durchschnittlichen Bewertung von «ziemlich wichtig» bis «sehr wichtig». An zweiter Stelle folgt der Preis. Auch als wichtig erachtet werden Themen wie Nachhaltigkeit sowie die Verfügbarkeit und Lieferzeit. Die Regionalität sowie Verpackung und Produktpräsentation werden als weniger wichtig empfunden und auf dem letzten Platz liegt die Marke des Produkts.

Über die Studie

Die Studie von Profital untersucht das Kaufverhalten im März 2022, nach Lockerung der Covid-Massnahmen. Befragt wurden 1'935 Nutzer:innen der Profital-App. Die Online- Befragung fand zwischen dem 19. und 22. März 2022 statt.

Die gesamte Studie ist hier verfügbar:

https://business.profital.ch/assets/documents/studien/Profital_Konsumstudie_2022.pdf

Passendes Bildmaterial, wie Logos und Fotos, können Sie für Ihren eigenen Beitrag honorarfrei [hier downloaden](#) und nutzen.

Über Profital

Profital ist der führende Schweizer Anbieter für digitale Prospekte und Mobile Retail Marketing. Die App verbindet über 450'000 shopping-affine Konsument:innen mit Angeboten von über 100 Retailern und Brands zum Zeitpunkt der Kaufentscheidung. Profital wurde 2017 als Startup der Schweizerischen Post gegründet. Anfang 2022 erfolgte der Zusammenschluss mit Europas grösster Einkaufslisten-App Bring!. Die beiden Apps begleiten als Bring! Labs AG seither Millionen von Nutzer:innen durch den gesamten Einkaufsprozess – von der Inspiration, über die gemeinsame Planung bis hin zum Kauf.

Mehr Informationen unter: <https://business.profital.ch/media-corner>

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

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

Kontakt Profital

Stephanie Csendes

Marketing Lead Profital

Tel: +41 44 585 37 13

press@getbring.com