

PRESSEMITTEILUNG

7. Mai 2020

Corona: 42% der Deutschen sorgen sich um ihren Urlaub

- McKinsey-Umfrage: Furcht vor langfristiger Rezession nimmt zu
- Jeder Zweite bleibt trotz geöffneter Geschäfte zu Hause
- Die Hälfte der Verbraucher will nach der Krise seltener den öffentlichen Nahverkehr nutzen

DÜSSELDORF. Die Stimmung unter den deutschen Konsumenten in der Corona-Krise kippt. Fast jeder Fünfte (17%) geht mittlerweile von einer lang anhaltenden Rezession aus, vor zwei Wochen waren nur 13% so pessimistisch. Mehr als die Hälfte der Deutschen ist besorgt über die Entwicklung der Wirtschaft und über die unsicheren Aussichten zur Dauer der Krise. Neu auf Platz drei der größten Sorgen: Die Unsicherheit über die Reisepläne. 42% der Befragten geben an, um ihren geplanten Urlaub besorgt zu sein. Ende März lag der Wert nur bei 30%. Auch die jüngsten Lockerungsmaßnahmen haben bei den Verbrauchern zu geteilten Reaktionen geführt: Obwohl die Geschäfte zumindest teilweise wieder geöffnet sind, geben 54% der Befragten an, in den vergangenen beiden Wochen nur für den täglichen Bedarf eingekauft, aber nicht geshoppt zu haben (zum Beispiel Bekleidung, Kosmetik oder Elektronik). Mehr als die Hälfte der Konsumenten möchte also die Risiken so weit wie möglich minimieren.

Dies sind zentrale Ergebnisse des aktuellen „Consumer Sentiment Pulse Check“, einer repräsentativen Befragung unter mehr als 1.000 Konsumenten in Deutschland zwischen 30. April und 3. Mai. Seit März befragt die Unternehmensberatung McKinsey & Company regelmäßig Konsumenten in über 30 Ländern weltweit, 10 davon in Europa.

Konsumenten erwarten langfristige Veränderungen ihres Alltags

Gefragt, welche der folgenden Dinge sie nach dem Ende der Corona-Krise ihrer Meinung nach mehr oder weniger tun werden als vor Beginn der Krise,

- geben 56% an, weniger beruflich oder privat reisen zu wollen, 27% wollen sogar gar nicht mehr reisen.
- 41% wollen abgesehen von Lebensmitteln weniger einkaufen gehen.
- Fast zwei Drittel planen, weniger auf Konzerte, ins Theater oder ins Kino zu gehen.
- 45% wollen seltener für Sport- und Wellnessangebote aus dem Haus gehen.

Auch Veränderungen im Mobilitätsverhalten zeichnen sich ab: Die Menschen wollen nach der Krise deutlich seltener den öffentlichen Nahverkehr nutzen und stattdessen vermehrt zu Fuß gehen, Fahrrad fahren oder das eigene Auto benutzen. 51% derjenigen, die vor der Krise mit dem Bus gefahren sind, wollen dies in Zukunft weniger oder gar nicht mehr tun. 47% wollen weniger oder gar nicht mehr Zug fahren. Genauso viele wollen die U-Bahn meiden. 37% der bisher regelmäßigen Taxinutzer wollen dies weniger tun, 11% ganz aufs Taxi verzichten. Auch bei Mietwagen und e-Scootern zeichnet sich ein Einbruch ab: 18%

wollen gar keine Autovermietung mehr nutzen, 29% weniger als bisher. Und 17% planen, sich von auch e-Scootern fernzuhalten; 29% derjenigen, die vor der Krise e-Scooter genutzt haben, wollen dies seltener tun.

„Unsere Daten belegen, was wir seit Tagen auch in den sozialen Medien wahrnehmen: Die deutschen Verbraucher sind zunehmend besorgt und gespalten, was das Richtige ist. Unternehmen sollten jetzt durch Transparenz über ihre Hygienekonzepte Vertrauen aufbauen. Klare Regeln und ein eindeutiger Fahrplan sind wichtig,“ sagt Jesko Perrey, Seniorpartner und Marketingexperte bei McKinsey.

Über McKinsey

McKinsey & Company ist die in Deutschland und weltweit führende Unternehmensberatung für das Topmanagement. In partnerschaftlicher Zusammenarbeit mit den Klienten bietet McKinsey unter anderem strategische Beratung, digitale Transformation, Talententwicklung, Risikomanagement, Marketing, Design, Prozessoptimierung und funktionale Exzellenz für Privatunternehmen, öffentliche Einrichtungen und soziale Organisationen. Zu den Klienten zählen 28 der 30 DAX-Konzerne. In Deutschland und Österreich ist McKinsey mit Büros an den Standorten Berlin, Düsseldorf, Frankfurt am Main, Hamburg, Köln, München, Stuttgart und Wien aktiv, weltweit mit über 130 Büros in 65 Ländern. Gegründet wurde McKinsey 1926, das deutsche Büro 1964. Globaler Managing Partner ist Kevin Sneader, für Deutschland und Österreich zuständig ist seit 2014 Cornelius Baur.

Erfahren Sie mehr unter: <https://www.mckinsey.de/uber-uns>

Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an:

Mirona Kraljic, Telefon 030 8845-2152,

E-Mail: mirona_kraljic@mckinsey.com

www.mckinsey.de/news

Alle Pressemitteilungen im Abo unter <https://www.mckinsey.de/news/kontakt>