

PRESSEMITTEILUNG

8. Juli 2020

Corona: Mehrheit der Deutschen glaubt an Einschränkungen für mindestens 6 weitere Monate

- McKinsey-Umfrage: 54% der Deutschen wollen im Home Office bleiben
- Jeder Dritte hält Mundschutz und Absperrungen für unverzichtbar beim Einkaufen
- Trend zu bewussterem Konsum: Preis und Nachhaltigkeit spielen eine größere Rolle als vor der Krise

DÜSSELDORF. Überfüllte Strände, gut besuchte Flaniermeilen und kaum Abstand in Parks – sind die Deutschen zur Normalität zurückgekehrt? Die aktuelle Konsumentenbefragung von McKinsey & Company unter mehr als 1.000 deutschen Verbraucherinnen und Verbrauchern zeigt ein geteiltes Bild. Mehr als die Hälfte der Befragten (51%) erwartet längerfristige Einschränkungen des eigenen Alltags über das nächste halbe Jahr hinaus, 25% glauben, dass der Alltag auch in mehr als einem Jahr noch nicht wieder normal verlaufen wird. 47% gehen davon aus, dass innerhalb der nächsten 6 wieder Normalität einkehren wird. Finanzielle Einbußen erwartet mehr als jeder Vierte auch noch über das nächste halbe Jahr hinaus.

Von Normalität sind die deutschen Verbraucher laut der repräsentativen Befragung noch weit entfernt. 73% der Befragten verzichten weiterhin auf regelmäßige Aktivitäten außerhalb der eigenen Wohnung. 20% von ihnen wollen zusätzliche Hygiene- und Sicherheitsmaßnahmen in den Geschäften oder öffentlichen Einrichtungen abwarten, 16% wollen erst wieder raus, wenn es einen Impfstoff oder ein Medikament gibt.

Die Mehrheit (54%) will vorerst weiter darauf verzichten, außerhalb von zu Hause zu arbeiten. 58% wollen überfüllte öffentliche Plätze auch im Freien meiden. Immerhin wollen zwei Drittel der Befragten sich wieder mit Familie und Freunden treffen und auch wieder Einkäufe tätigen, die über das Nötige hinausgehen. 42% wollen in den nächsten zwei Wochen wieder ein Restaurant oder eine Bar besuchen – in ganz Europa planen dies nur 38% der Befragten. 34% der Deutschen planen, kurzfristig wieder den öffentlichen Nahverkehr zu nutzen (in Europa nur 24%). Zurückhaltender sind die Deutschen bei Aktivitäten in geschlossenen Räumen: Nur 20% wollen ein Fitnessstudio besuchen, 9% auf ein großes Event gehen und nur 7% mit dem Flugzeug reisen.

Konsum- und Kaufverhalten hat sich verändert

Gleichzeitig zeichnet sich ein Trend zu bewussterem Konsum ab. 34% der Verbraucher wollen mehr darauf achten, wofür sie ihr Geld ausgeben. 24% geben an, künftig intensiver nach Sparmöglichkeiten beim Einkauf zu suchen. Neben dem Preis spielen auch Hygiene und Nachhaltigkeit eine größere Rolle: Fast jeder Fünfte (18%) will häufiger als vor

Corona beim Einkauf auf eine gesunde und hygienische Verpackung achten; 15% geben an, künftig nachhaltige und umweltfreundliche Produkte zu bevorzugen.

Wenn es darum geht, in einem Geschäft einzukaufen, sind Maskenpflicht und Absperrungen die wichtigsten Voraussetzung für Konsumentenvertrauen: 29% geben an, dass ihnen diese Sicherheitsvorkehrungen sehr wichtig sind, gefolgt von Abstandhalten (27%) und Desinfektionsmaßnahmen (26%).

„Das Konsum- und Kaufverhalten hat sich in den vergangenen Monaten verändert, Kunden haben neue Marken, Produkte oder digitale Services genutzt, sind aber auch verunsichert in Geschäfte zurückzukehren. Diese neuen Kunden zu binden und Bestandskunden zur Rückkehr zu überzeugen sind wichtige Aufgaben der Unternehmen,“ sagt McKinsey-Seniorpartner und Marketingexperte Jesko Perrey.

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:

Mirna Kraljic, Telefon 030 8845-2152,

E-Mail: mirna_kraljic@mckinsey.com

www.mckinsey.de/news

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