Konsumstudie 2022

Eine Studie von Profital, März 2022

PROFITAL

Über die Studie

- Die Studie wurde in der Schweiz durchgeführt
- Zeitraum: 19. März - 22. März 2022
- Stichprobe: 1935 Nutzer:innen der Profital-App
  - Geschlecht: 67% Frauen | 32 % Männer | 1% weitere
  - Alter: 5% 18-24 J. | 26% 25-34 J. | 29% 35-44 J. | 20% 45-54 J. | 14% 55-64 J. | 6% 65+ J.
- Methode: Online Befragung

Wichtigste Studien-Erkenntnisse

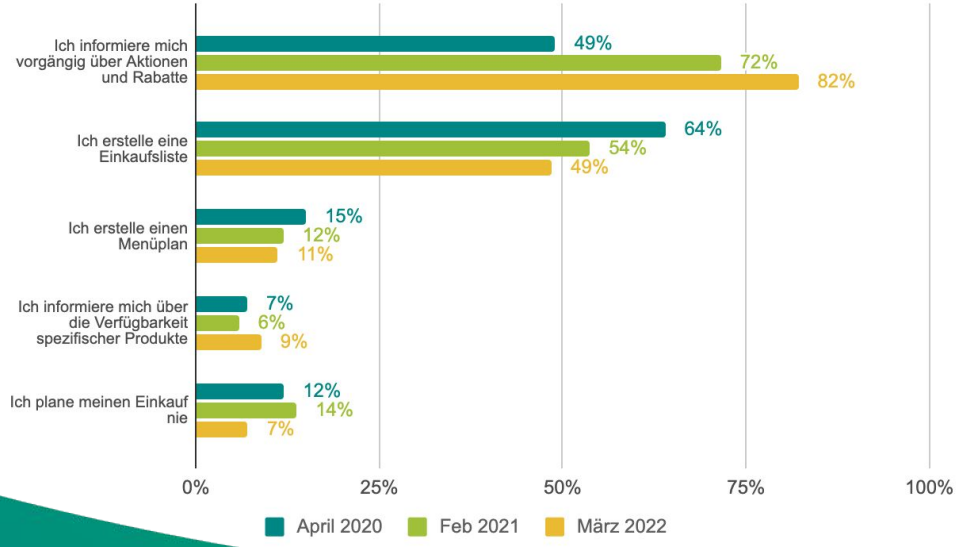
1. Immer mehr Konsument:innen **informieren sich** vorgängig **über Angebote**.
2. **Qualität** und **Preis** als wichtigste Kaufkriterien. Nachhaltigkeit und Verfügbarkeit bzw. Lieferzeit ebenfalls bedeutend.
3. Die **steigenden Preise** beschäftigen die Konsument:innen.
4. **Cross-Channel**: Die Mehrheit der Konsument:innen informiert sich online und kauft stationär.
5. Nach Corona: Leichte Tendenz zurück zum **stationären Handel**.

Einkaufsplanung

Die Angebotssuche bleibt weiterhin wichtig und nimmt sogar etwas zu: 82 % informieren sich vorgängig über Aktionen und Rabatte.

Wie planst du deinen Einkauf? (mehrere Antworten möglich)

2022: n=1927, 2021: n=2'158, 2020: n=4'371



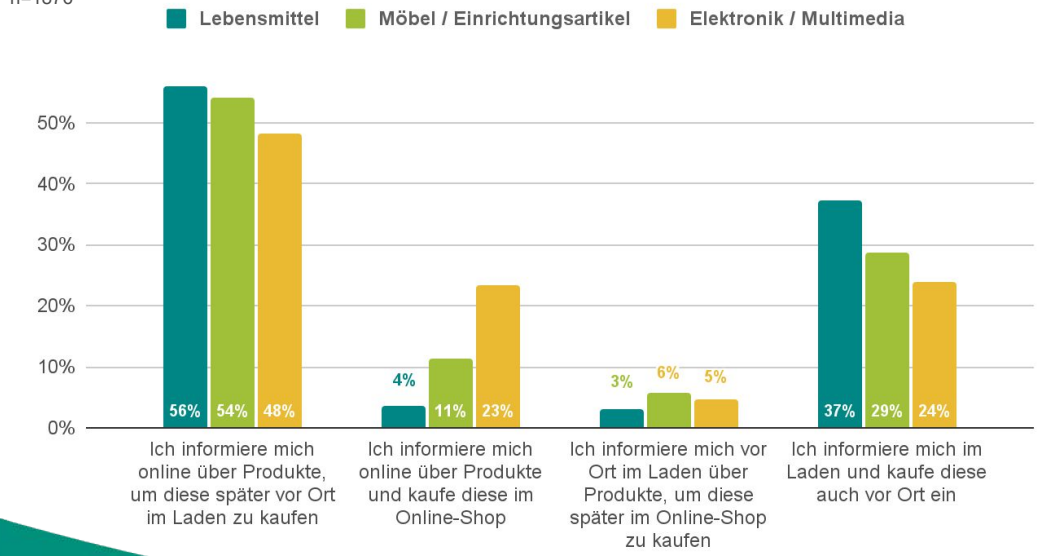
Vergleich zu den Vorjahren:
Konsument:innen informieren sich im 2022 vermehrt über Aktionen und Rabatte als in den Jahren davor (2021: 72%, 2020: 49%).

Informations- und Einkaufskanal

Resarch online, purchase offline: Konsument:innen informieren sich online und kaufen anschliessend im Laden.

Welche Aussage trifft beim Kauf der folgenden Artikel am ehesten auf dich zu?

n=1876



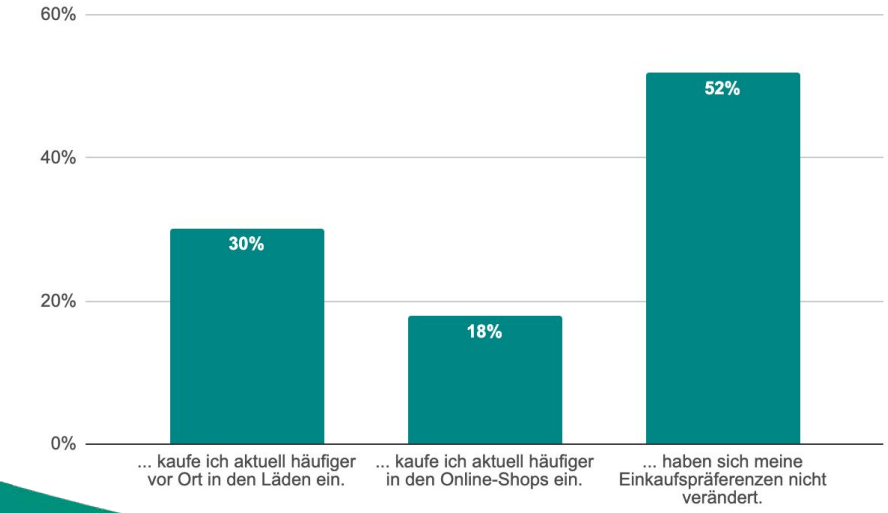
Branchen-Vergleich:
Das Resarch-online-purchase-offline Verhalten ist beim Lebensmittel-Kauf am ausgeprägtesten (56%). Der Trend ist aber auch beim Erwerb von Möbel und Elektronik zu verzeichnen.

Einkaufskanal nach Corona

Nach den Lockerungen der Corona-Massnahmen: Leichte Tendenz zurück zum stationären Handel. Die Mehrheit fährt mit Einkaufsgewohnheiten fort.

Was trifft eher auf dich zu:Im Vergleich zu den Corona-Jahren 2020 und 2021...

n=1856



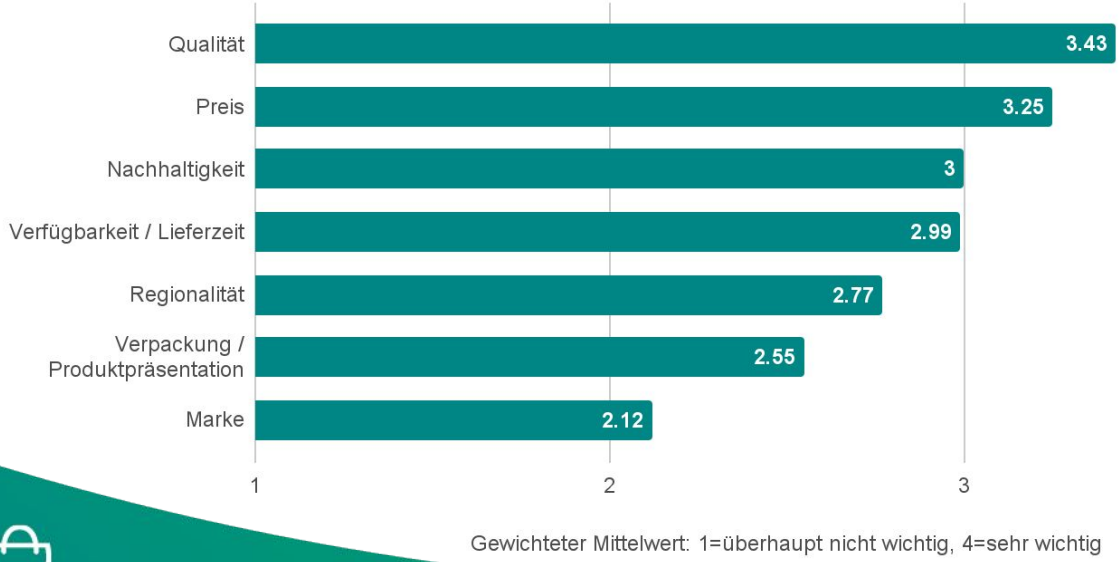
Geschlechterunterschiede:
Männer haben ihr Einkaufsverhalten eher wieder in den stationären Handel verlegt (35%) als Frauen (27%).

Kaufkriterien

Qualität und Preis als wichtigste Kaufkriterien. Auch als wichtig erachtet werden Nachhaltigkeit und Verfügbarkeit bzw. Lieferzeit.

Wie wichtig sind die folgenden Faktoren beim Kauf eines Produkts für dich?

n=1918



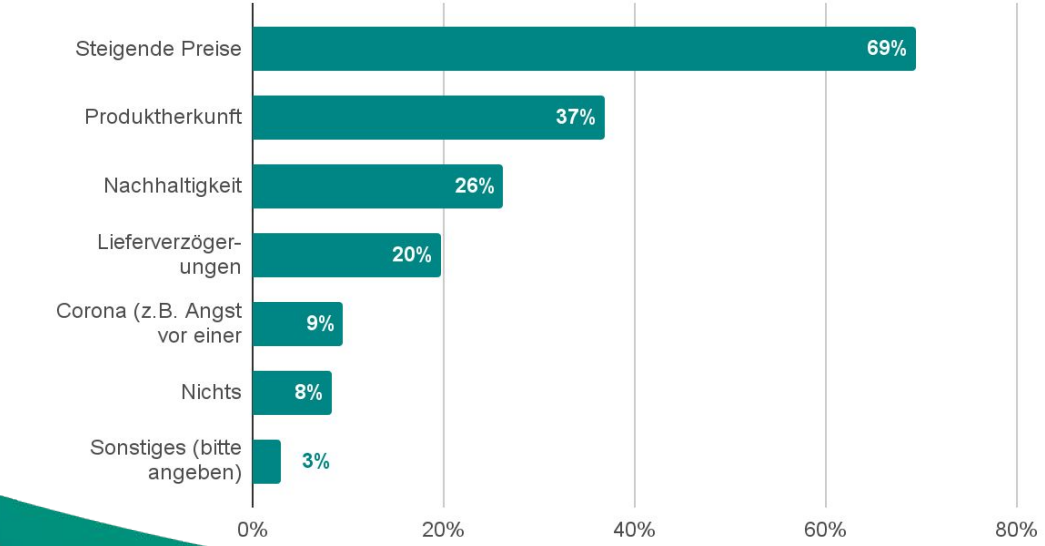
Unterschiede nach Haushaltsgrösse:
Je mehr Personen im Haushalt leben, desto wichtiger wird der Preis.

Einflussfaktoren

69 % der Befragten machen sich über die steigenden Preise Gedanken. Die Angst vor einer Corona-Infektion ist hingegen relativ gering.

Was beschäftigt dich aktuell beim Einkaufen? (mehrere Antworten möglich)

n=1896



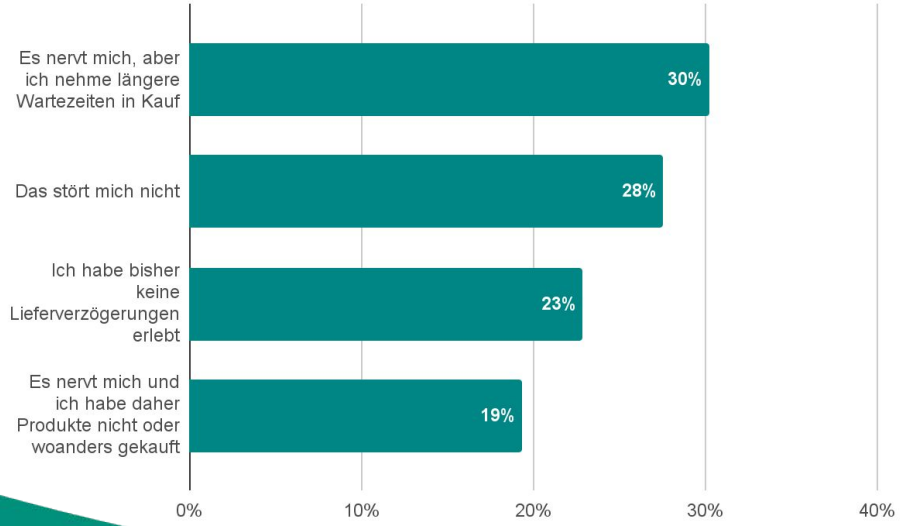
Altersunterschiede:
Konsument:innen ab 55 Jahren beschäftigt die Produktherkunft stärker (55%) als die 18-54-Jährigen (33%).

Lieferverzögerungen

Nur jede:r Fünfte hat Produkte aufgrund mangelnder Verfügbarkeit nicht oder woanders gekauft.

Zur Zeit gibt es teilweise Lieferverzögerungen. Wie gehst du damit um?

n=1846



Kontakt



Stephanie Csendes
Marketing Lead Profital

Phone +41 44 585 37 13
E-Mail stephanie.csendes@getbring.com



Juan-Pablo Schmid
Head of Sales Profital

Phone +41 79 567 63 50
E-Mail juanpablo.schmid@getbring.com

PROFITAL