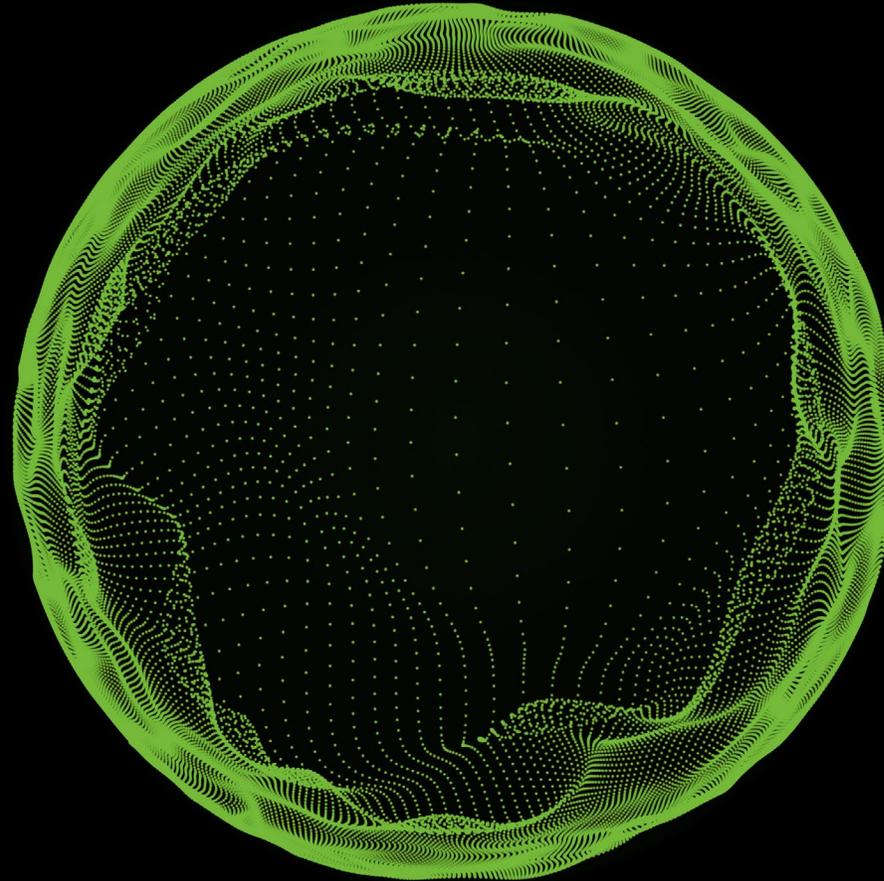


Tracking the global state
of the consumer
Zentrale Ergebnisse
für Deutschland

Zeitraum der Feldstudie:
28. Januar–3. Februar 2021



Deloitte.

Inhaltsverzeichnis

01	Aktuelle Konsumentenstimmung	Seite 4
02	Arbeiten in der Pandemie	Seite 9
03	Konsumentenverhalten Post-Covid	Seite 12
04	Hintergrund und Methodik	Seite 16

Key Findings



Homeoffice

Fast 60 Prozent der deutschen Arbeitnehmer arbeiten zurzeit mindestens gelegentlich remote. Trotz der im Januar eingeführten Homeoffice-Verordnung gibt es im Februar nur eine geringfügige Steigerung von vier Prozentpunkten.



Impfzeitpunkt

In Deutschland erwarten gerade einmal 36 Prozent der Befragten, innerhalb der nächsten sechs Monate geimpft zu werden. Anders sieht es in den USA und Großbritannien aus, wo mehr als die Hälfte davon ausgeht, bis August geimpft zu sein.



Zurück zu alten Gewohnheiten

Deutlich stärker als in den internationalen Vergleichsmärkten wollen die Deutschen nach der Pandemie zu alten Gewohnheiten wie dem Reisen und der Nutzung kultureller Angebote zurückkehren. Auch Remote Working ist nach der Pandemie wieder weniger gefragt.



01

02

03

04

01

Aktuelle Konsumentenstimmung



01

02

03

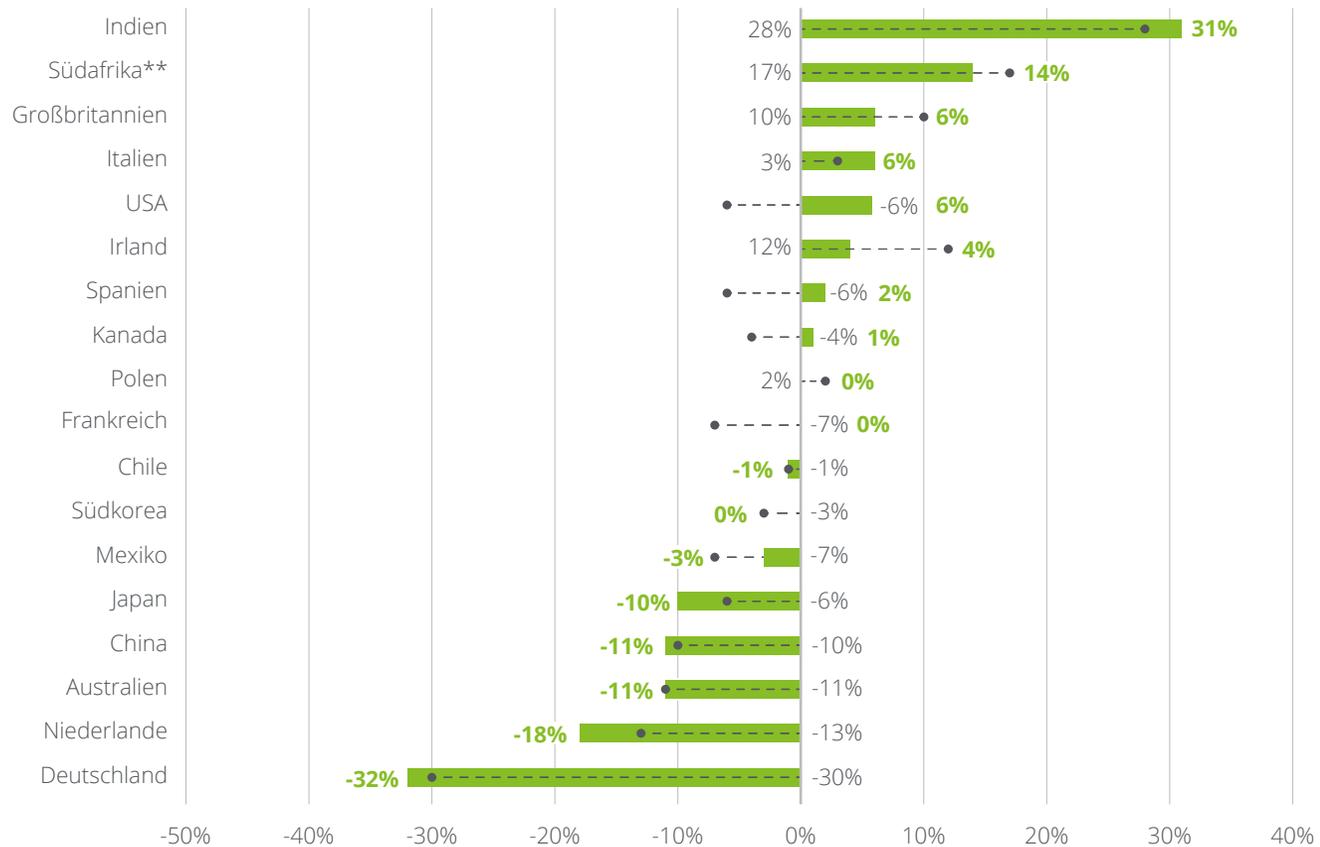
04



Stimmungslage im globalen Vergleich

In Großbritannien und Südafrika, wo sich die Mutationen des Coronavirus schnell ausbreiten, ist die Bevölkerung weiter beunruhigt. Im Vergleich zum Vormonat sinken die Bedenken jedoch um drei bzw. vier Prozentpunkte. Auch in den Niederlanden und Deutschland hellt sich das Stimmungsbild vorsichtig auf.

Inwieweit stimmen Sie der nachfolgenden Aussage zu?* „Ich bin besorgter als letzte Woche.“



Hinweise:

* Der Prozentsatz bildet sich aus der Differenz zwischen den Zustimmungen und den Ablehnungen.

** Südafrika wurde ab September/Oktober in die Studie mit aufgenommen

■ Februar ● Januar



Europäische Stimmungsmatrix

Obwohl in Europa weiterhin große Furcht vor der Ausbreitung neuer aggressiverer Formen des Coronavirus herrscht, lässt sich im Februar eine leichte Entspannung beobachten. In fast allen Ländern sinken die gesundheitlichen Sorgen, dagegen trübt sich die finanzielle Stimmungslage geringfügig ein.

Hinweise:

* Gesundheitliche Sorgen (X-Achse): Prozentwerte ergeben sich aus den Zustimmungen (stimme voll und ganz zu/stimme zu) zu den Aussagen „Ich bin um die Gesundheit meiner Angehörigen besorgt.“ und „Ich bin besorgt um meine eigene Gesundheit.“

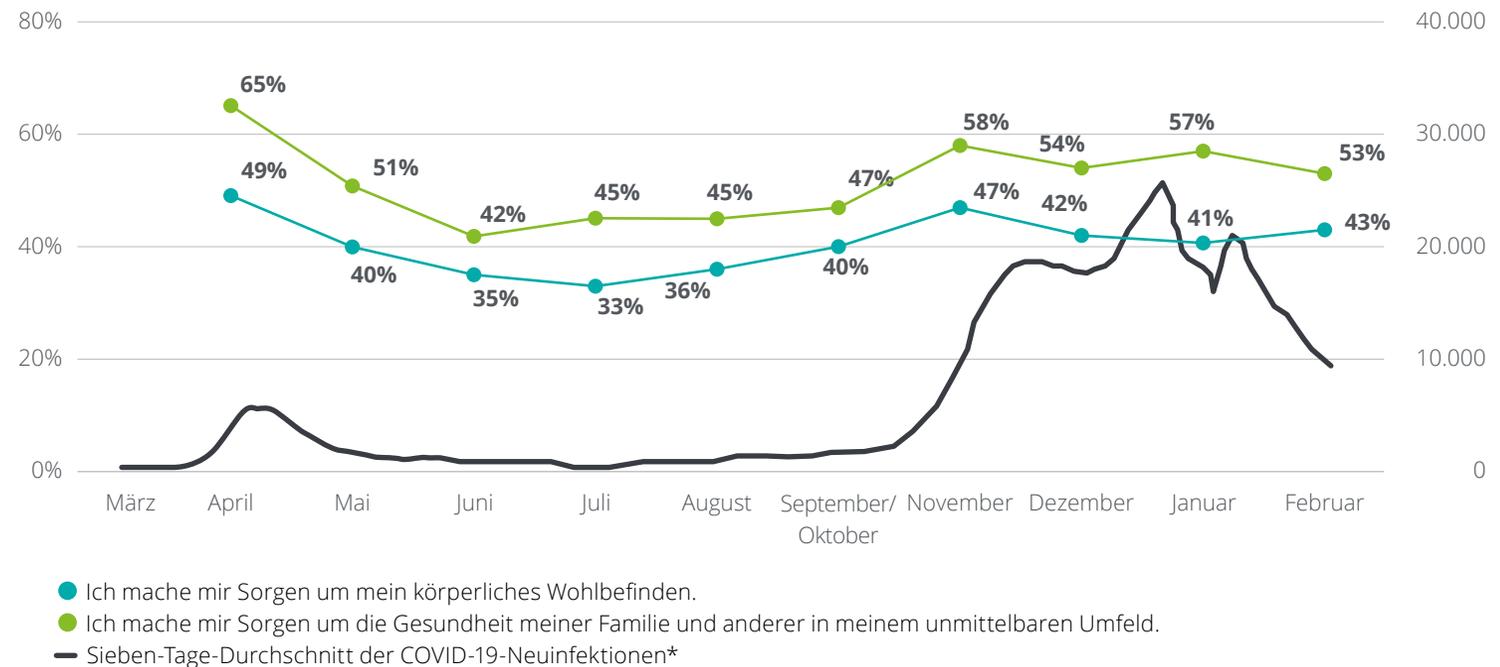
** Finanzielle Sorgen (Y-Achse): Prozentwerte ergeben sich aus den Zustimmungen (stimme voll und ganz zu/stimme zu) zu den Aussagen „Ich verschiebe größere Anschaffungen auf einen späteren Zeitpunkt.“ und „Ich bin besorgt, anstehende Zahlungen nicht leisten zu können.“



Gesundheitliche Sorgen in Deutschland

Weiterhin sind die Deutschen um die Gesundheit besorgt. Doch die Aussicht auf anstehende Impfungen gibt Anlass zur Hoffnung. Im Vergleich zu November sind die Sorgen um die Gesundheit der Angehörigen um fünf sowie die um die eigene Gesundheit um vier Prozentpunkte zurückgegangen.

Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu? (Stimme voll und ganz zu/stimme zu)



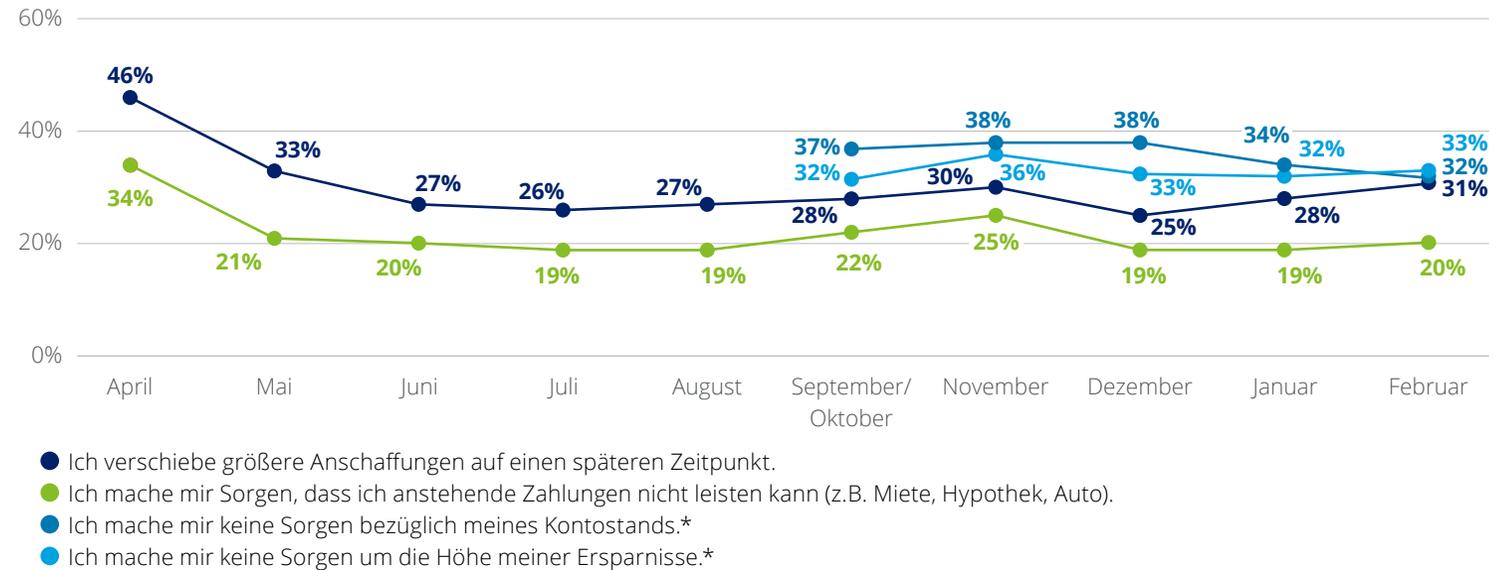
Hinweis:
* Quelle: RKI (Stand 03.02.2021).



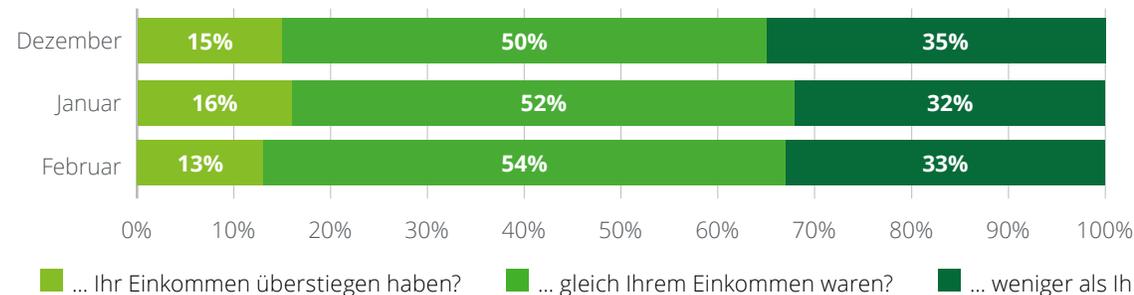
Finanzielle Sorgen in Deutschland

Trotz des anhaltenden Lockdowns sind die finanziellen Sorgen der Deutschen nicht weiter gestiegen. Lediglich 13 Prozent der Befragten geben an, dass ihre Ausgaben ihr momentanes Einkommen übersteigen. Allerdings verschieben wieder mehr Befragte größere Anschaffungen auf einen späteren Zeitpunkt.

Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu? (Stimme voll und ganz zu/stimme zu)



Würden Sie in Bezug auf den vergangenen Monat sagen, dass Ihre Gesamthaushaltsausgaben ...



Hinweis:
* Frage wurde in der September/Oktober-Befragung neu aufgenommen.



Arbeiten in der Pandemie



01

02

03

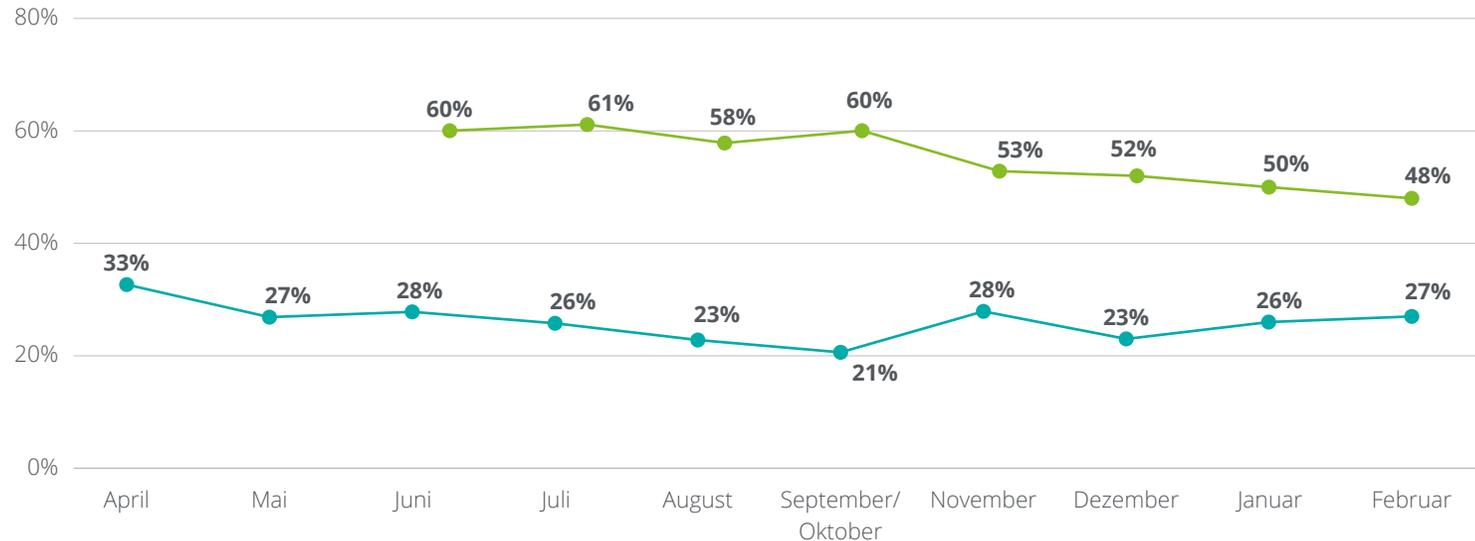
04



Arbeitsplatzsicherheit in Deutschland

Im Februar befürchteten 27 Prozent der befragten Arbeitnehmer, ihren Arbeitsplatz verlieren zu können. Im Dezember waren es noch vier Prozentpunkte weniger. Die Sorge, sich am eigenen Arbeitsplatz zu infizieren, ist ebenfalls leicht gestiegen. Derzeit fühlt sich etwas mehr als die Hälfte der deutschen Arbeitnehmer beim Arbeiten nicht sicher.

Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?* (Stimme voll und ganz zu/stimme zu)



- Ich bin um den Verlust meines Arbeitsplatzes besorgt.
- Ich fühle mich an meinem Arbeitsplatz sicher.**

Hinweise:

* Diese Frage wurde nur an Teilnehmer gerichtet, die aktuell angestellt sind (einschließlich bezahlter und unbezahlter Freistellung); n=601.

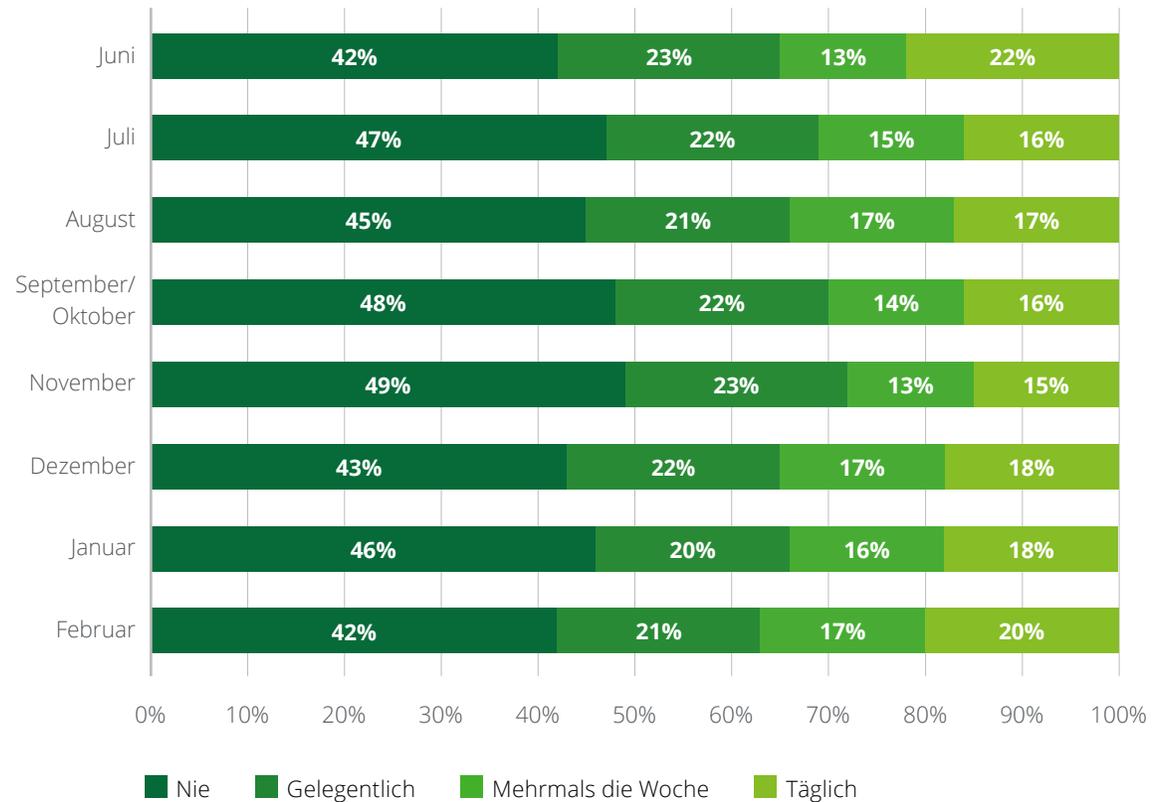
** Diese Frage wurde ab Juni in die Studie mit aufgenommen.



Remote Working in Deutschland

Seit Januar besteht eine Verpflichtung, die Arbeit im Homeoffice zu ermöglichen, wenn betriebliche Belange nicht dagegen sprechen. Dennoch ist der Anteil derer, die mindestens gelegentlich remote arbeiten, nur um vier Prozentpunkte gestiegen. Aktuell arbeiten 20 Prozent der Arbeitnehmer täglich von zu Hause aus.

Wie oft arbeiten Sie derzeit von zu Hause aus?*



Hinweis:

* Diese Frage wurde nur an Teilnehmer gerichtet, die aktuell angestellt sind (einschließlich bezahlter und unbezahlter Freistellung); n=601, und wurde ab Juni in die Studie mit aufgenommen.



Konsumentenverhalten Post-Covid



01

02

03

04

Veränderte Routinen während der Pandemie

In Corona-Zeiten ist Cocooning besonders angesagt: Seit dem Beginn der Corona-Pandemie findet ein Großteil des Lebens unfreiwilligerweise im eigenen Zuhause statt. Weltweit arbeiten Menschen nicht nur häufiger remote, sondern verbringen ihre Freizeit mit Kochen oder Heimwerken. An die Stelle von Restaurantbesuchen tritt die Bestellung bei Lieferdiensten.

Wie häufig gehen Sie zurzeit (innerhalb der letzten zwei Monate) den folgenden Aktivitäten nach im Verhältnis zu der Zeit vor der Pandemie (vor März 2020)?

	Februar					
	Deutschland	Frankreich	Spanien	Italien	Großbritannien	USA
Zu Hause kochen	38%	47%	53%	56%	51%	52%
Von zu Hause arbeiten	24%	16%	32%	30%	33%	30%
Frische Lebensmittel kaufen	12%	29%	29%	28%	27%	24%
Heimwerken	5%	10%	5%	-18%	16%	20%
Essen/Take-away bestellen	4%	-7%	5%	19%	-3%	13%
Regelmäßig Auto fahren	-14%	-4%	-13%	-4%	-43%	-6%
Im Geschäft einkaufen	-15%	-9%	-30%	-15%	-32%	-18%
Zum (Zahn-)Arzt gehen	-16%	-3%	-26%	-22%	-46%	-11%
Den öffentlichen Nahverkehr nutzen	-38%	-41%	-52%	-50%	-57%	-26%
Ride Hailing nutzen (Nutzung von Fahrdiensten wie UBER)	-39%	-46%	-51%	-56%	-50%	-27%
Ins Fitnessstudio gehen	-52%	-59%	-61%	-62%	-52%	-32%
Zum Friseur, ins Nagelstudio oder ins Spa gehen	-56%	-34%	-45%	-39%	-61%	-27%
Mit dem Flugzeug verreisen	-59%	-63%	-71%	-64%	-67%	-41%
In einem Hotel übernachten	-59%	-59%	-67%	-63%	-68%	-36%
Ins Kino, Theater oder in Freizeitparks gehen	-62%	-68%	-68%	-65%	-64%	-46%
Ins Restaurant gehen	-67%	-67%	-67%	-66%	-69%	-40%

Hinweis:
Index = Differenz aus der Absicht einer Aktivität häufiger nachzugehen und der Absicht einer Aktivität seltener nachzugehen.



01

02

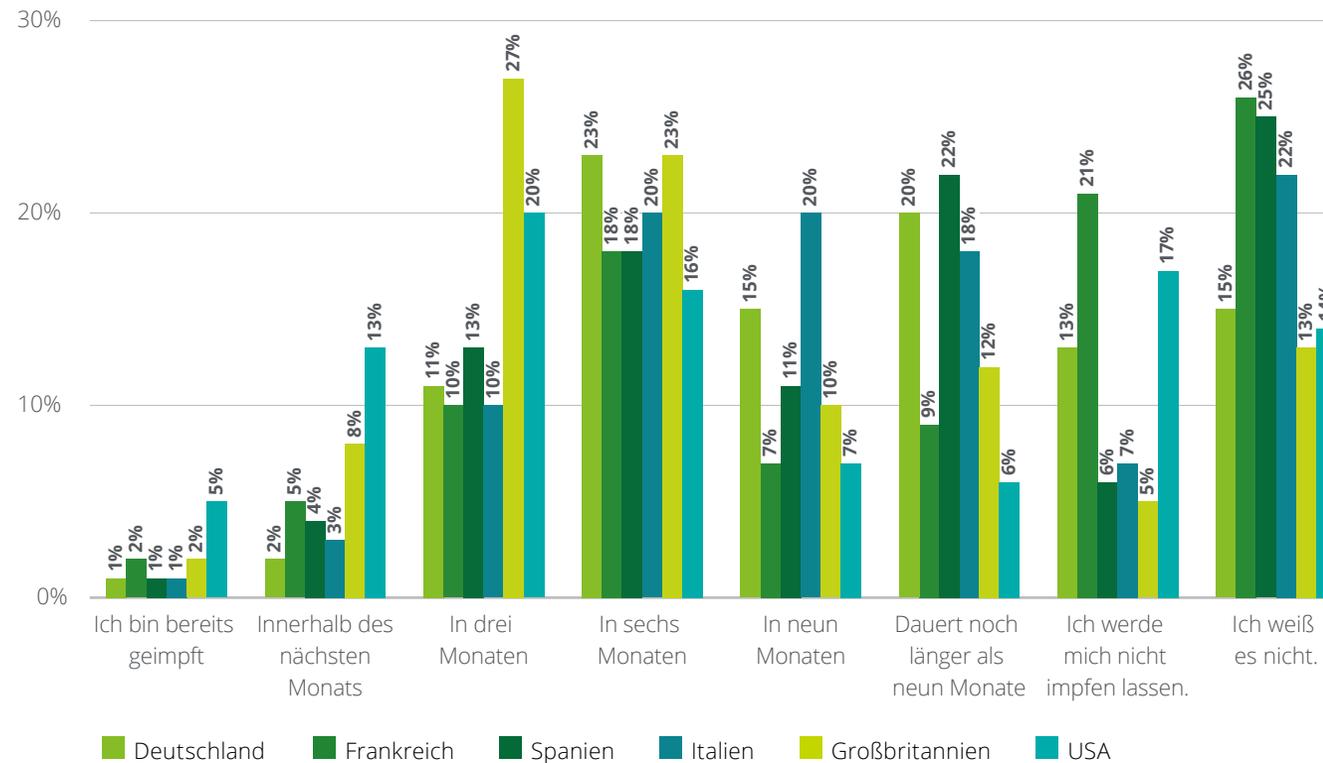
03

04

Erwarteter Impfzeitpunkt

Rund die Hälfte aller Europäer ist zuversichtlich, dass sie innerhalb der nächsten neun Monate geimpft werden. In Großbritannien und den USA geht die Bevölkerung hingegen von einem früheren Impfzeitpunkt aus. Rund 50 Prozent der Briten und Amerikaner erwarten, bereits innerhalb des nächsten halben Jahres geimpft zu sein.

Wann erwarten Sie, dass Sie vollständig geimpft sind (d.h. alle notwendigen Impfdosen erhalten haben, um immun zu sein)?



Erwartete Routinen nach der Pandemie

Ist erst einmal der Großteil der Bevölkerung geimpft, beabsichtigen viele Befragte, alte Gewohnheiten wieder aufzunehmen. In Deutschland stehen nicht nur der Friseur- und Restaurantbesuch ganz oben auf der Prioritätenliste, auch die Sehnsucht nach Kino und Theaterbesuchen ist stark ausgeprägt. Aufgeschobene Reisen wollen Befragte ebenfalls in der zweiten Jahreshälfte nachholen. Langfristige Verhaltensänderungen zeigen sich dagegen im Homeoffice: Während deutsche Befragte wieder an den Arbeitsplatz zurückkehren, beabsichtigen amerikanische Befragte, auch nach dem Ende der Pandemie weiterhin vermehrt remote zu arbeiten.

Viele Experten erwarten, dass die Impfungen zu einer Rückkehr der Normalität in der zweiten Jahreshälfte führen. Wenn das zutrifft, welchen Aktivitäten werden Sie Post-Covid häufiger/seltener nachgehen im Vergleich zu Pandemie-Zeiten?

	Februar					
	Deutschland	Frankreich	Spanien	Italien	Großbritannien	USA
Zum Friseur, ins Nagelstudio oder ins Spa gehen	27%	2%	14%	16%	19%	16%
Ins Restaurant gehen	26%	9%	24%	22%	27%	21%
Ins Kino, Theater oder in Freizeitparks gehen	23%	3%	17%	15%	19%	15%
Im Geschäft einkaufen	21%	15%	26%	31%	25%	25%
In einem Hotel übernachten	19%	5%	18%	15%	16%	17%
Frische Lebensmittel kaufen	17%	22%	21%	24%	22%	25%
Zum (Zahn-)Arzt gehen	16%	7%	17%	20%	17%	15%
Regelmäßig Auto fahren	12%	12%	17%	24%	20%	21%
Mit dem Flugzeug verreisen	9%	-5%	12%	6%	10%	13%
Ins Fitnessstudio gehen	8%	-9%	4%	4%	3%	6%
Den öffentlichen Nahverkehr nutzen	7%	-13%	7%	-6%	8%	1%
Zu Hause kochen	7%	24%	13%	16%	17%	21%
Heimwerken	0%	12%	13%	11%	15%	19%
Essen/Take-away bestellen	-9%	-8%	-1%	-6%	5%	10%
Von zu Hause arbeiten	-12%	-3%	-3%	0%	2%	12%
Ride Hailing nutzen	-17%	-22%	-13%	-23%	-14%	2%

Hinweis:
Index = Differenz aus der Absicht einer Aktivität häufiger nachzugehen und der Absicht einer Aktivität seltener nachzugehen.



01

02

03

04

Hintergrund und Methodik



01

02

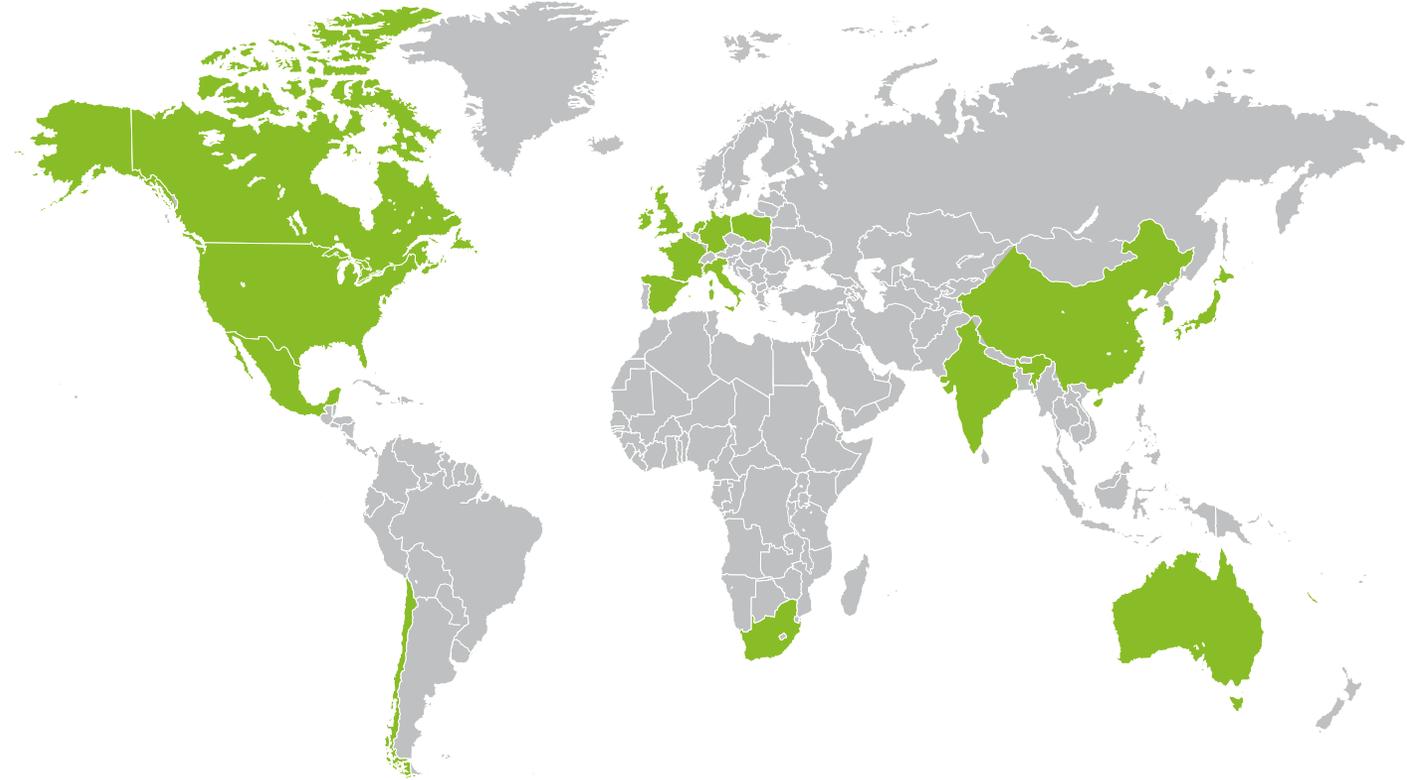
03

04



Erhebungsmethode

Basis der Untersuchung ist eine online durchgeführte Befragung in 18 Ländern, an der 1.000 Personen pro Land/Erhebung teilnehmen. Die Umfrage ist repräsentativ für die Gesamtbevölkerung des jeweiligen Landes.



Teilnehmende Länder

- Australien (AU)
- Chile (CL)
- China (CN)
- Deutschland (DE)
- Frankreich (FR)
- Großbritannien (UK)
- Indien (IN)
- Irland (IR)
- Italien (IT)
- Japan (JP)
- Kanada (CA)
- Mexiko (MX)
- Niederlande (NL)
- Polen (PL)
- Spanien (ES)
- Südafrika (ZA)
- Südkorea (KR)
- Vereinigte Staaten (US)



01

02

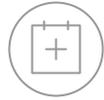
03

04

Erhebungszeitraum

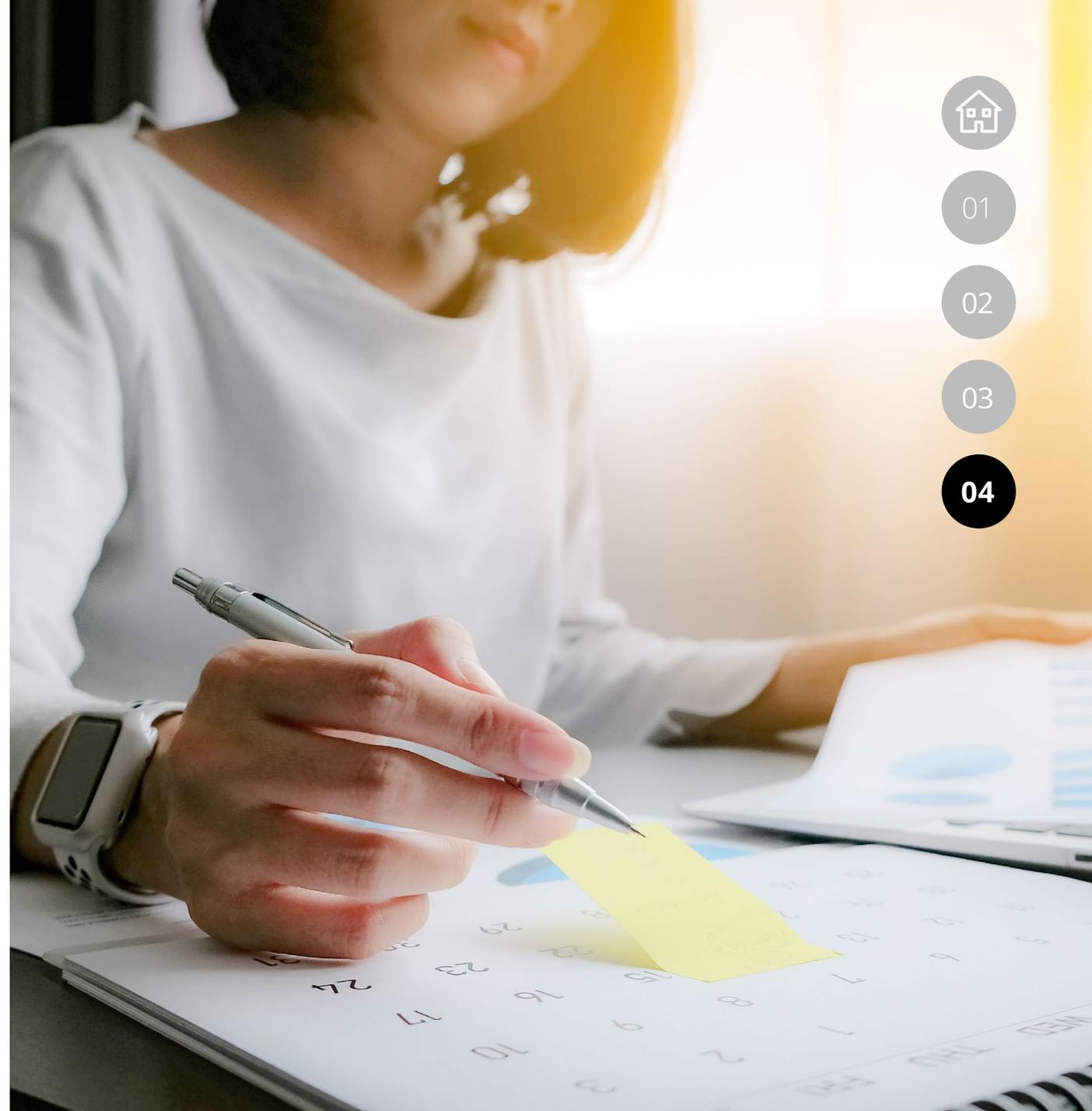


Erhebung



Befragungszeitraum

April	15.-17. April 2020
Mai	13.-15. Mai 2020
Juni	9.-12. Juni 2020
Juli	7.-11. Juli 2020
August	4.-8. August 2020
September/Oktober	29. September-3. Oktober 2020
November	29. Oktober-4. November 2020
Dezember	26. November-02. Dezember 2020
Januar	31. Dezember-06. Januar 2021
Februar	28. Januar-03. Februar 2021



01

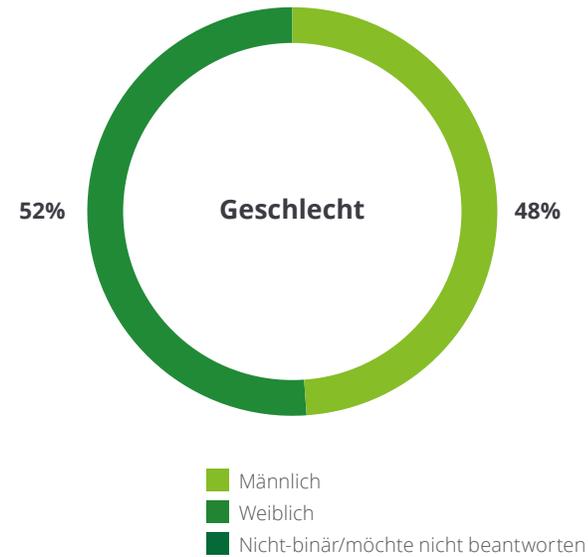
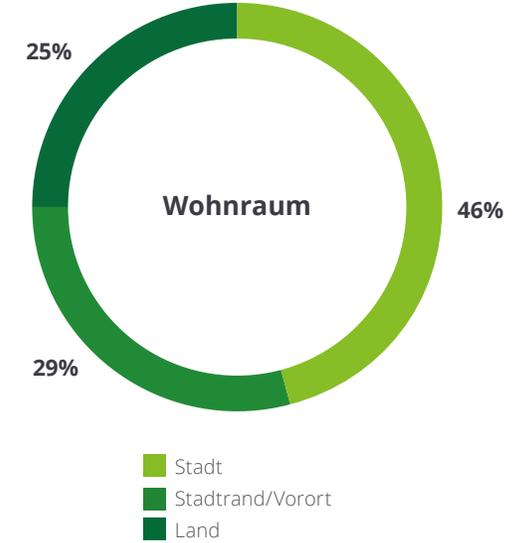
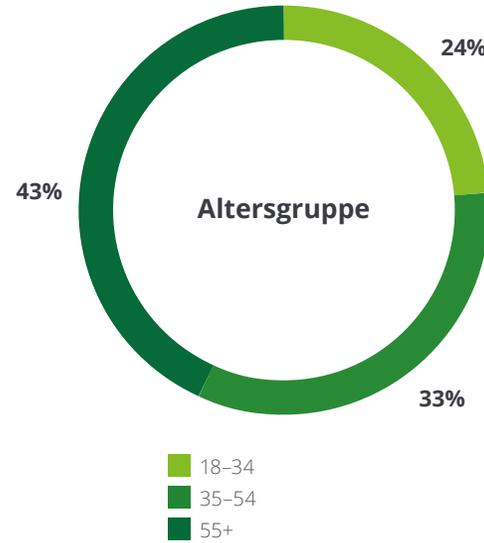
02

03

04

Demografie

Insgesamt haben im Zeitraum vom 28. Januar bis 03. Februar 2021 in Deutschland 1.000 Personen unterschiedlichen Geschlechts aus verschiedenen Altersgruppen und Wohnräumen an der Umfrage teilgenommen.



Ihre Ansprechpartner



Karsten Hollasch

Partner
Leiter Consumer Business
Tel: +49 (0)211 8772 2804
khollasch@deloitte.de



Egbert Wege

Lead Partner
Retail, Wholesale & Distribution
Monitor Deloitte
Tel: +49 (0)40 32080 4596
ewege@deloitte.de



Anna Elin Seidel

Associate Manager
Sector Research Consumer Industry
Tel: +49 (0)89 29036 5262
aseidel@deloitte.de



01

02

03

04



Deloitte bezieht sich auf Deloitte Touche Tohmatsu Limited („DTTL“), ihr weltweites Netzwerk von Mitgliedsunternehmen und ihre verbundenen Unternehmen (zusammen die „Deloitte-Organisation“). DTTL (auch „Deloitte Global“ genannt) und jedes ihrer Mitgliedsunternehmen sowie ihre verbundenen Unternehmen sind rechtlich selbstständige und unabhängige Unternehmen, die sich gegenüber Dritten nicht gegenseitig verpflichten oder binden können. DTTL, jedes DTTL-Mitgliedsunternehmen und verbundene Unternehmen haften nur für ihre eigenen Handlungen und Unterlassungen und nicht für die der anderen. DTTL erbringt selbst keine Leistungen gegenüber Mandanten. Weitere Informationen finden Sie unter www.deloitte.com/de/ueberUns.

Deloitte ist ein weltweit führender Dienstleister in den Bereichen Audit und Assurance, Risk Advisory, Steuerberatung, Financial Advisory und Consulting und damit verbundenen Dienstleistungen; Rechtsberatung wird in Deutschland von Deloitte Legal erbracht. Unser weltweites Netzwerk von Mitgliedsgesellschaften und verbundenen Unternehmen in mehr als 150 Ländern (zusammen die „Deloitte-Organisation“) erbringt Leistungen für vier von fünf Fortune Global 500®-Unternehmen. Erfahren Sie mehr darüber, wie rund 330.000 Mitarbeiter von Deloitte das Leitbild „making an impact that matters“ täglich leben: www.deloitte.com/de

Diese Veröffentlichung enthält ausschließlich allgemeine Informationen. Weder die Deloitte GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft noch Deloitte Touche Tohmatsu Limited („DTTL“), ihr weltweites Netzwerk von Mitgliedsunternehmen noch deren verbundene Unternehmen (zusammen die „Deloitte-Organisation“) erbringen mit dieser Veröffentlichung eine professionelle Dienstleistung. Diese Veröffentlichung ist nicht geeignet, um geschäftliche oder finanzielle Entscheidungen zu treffen oder Handlungen vorzunehmen. Hierzu sollten Sie sich von einem qualifizierten Berater in Bezug auf den Einzelfall beraten lassen.

Es werden keine (ausdrücklichen oder stillschweigenden) Aussagen, Garantien oder Zusicherungen hinsichtlich der Richtigkeit oder Vollständigkeit der Informationen in dieser Veröffentlichung gemacht, und weder DTTL noch ihre Mitgliedsunternehmen, verbundene Unternehmen, Mitarbeiter oder Bevollmächtigten haften oder sind verantwortlich für Verluste oder Schäden jeglicher Art, die direkt oder indirekt im Zusammenhang mit Personen entstehen, die sich auf diese Veröffentlichung verlassen. DTTL und jede ihrer Mitgliedsunternehmen sowie ihre verbundenen Unternehmen sind rechtlich selbstständige und unabhängige Unternehmen.