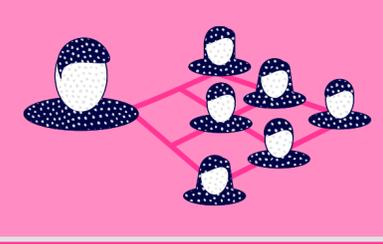
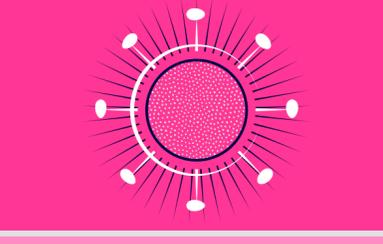


# Was erwarten die Deutschen von der **Handelsbranche?**



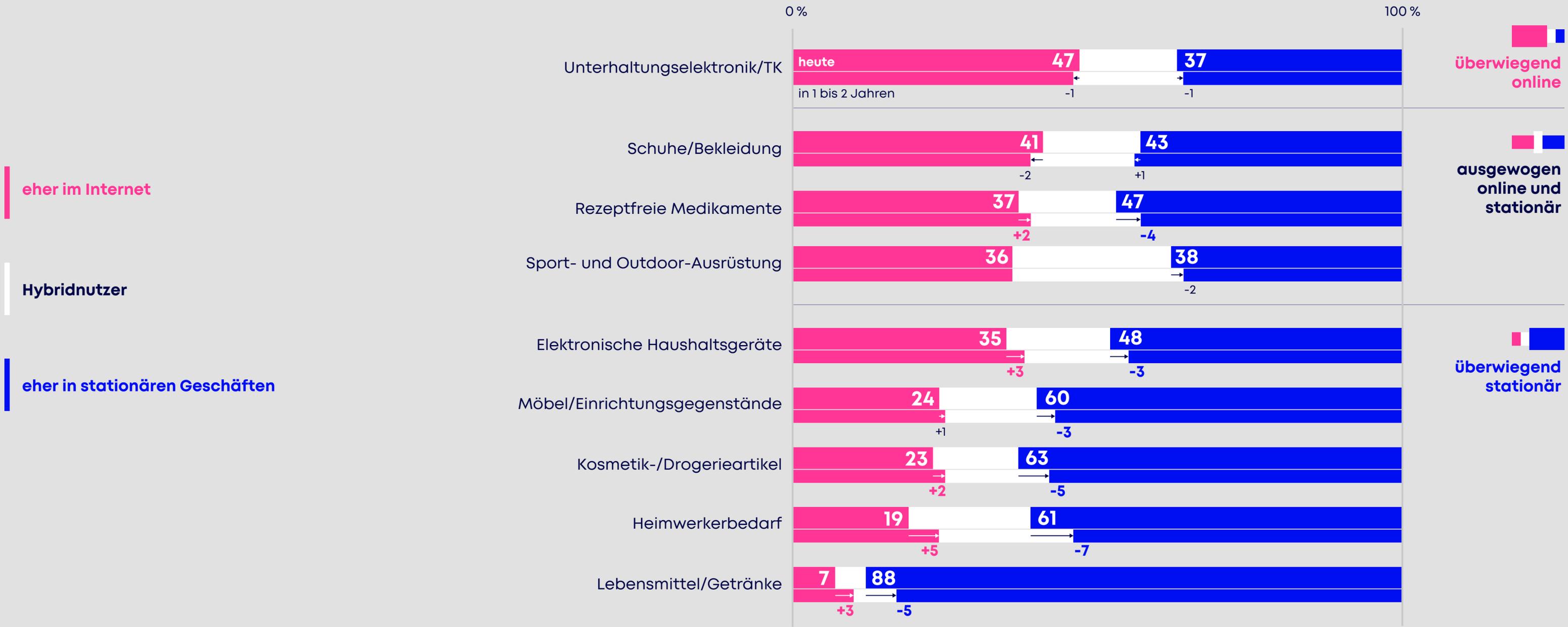
# Einstellung und Verhalten der Deutschen ändern sich

Klimawandel, Corona und Ukraine-Krieg - fünf zentrale Insights, die sich im Einkaufsverhalten zeigen

<b>Konsumierende</b> <b>Insights</b>	1		Gefühl der Überforderung durch Informationen- und Optionen- „Overload“, geboostet durch <b>Digital-Shift</b> , in Verbindung mit dem Gefühl, zu wenig Zeit zu haben	<b>Anforderungen, Trendbedürfnisse</b>  <b>Handlungsempfehlung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Orientierung/Übersicht</li> <li>• Time-/Life-Management</li> </ul>
	2		Perspektivisch <b>steigende Kosten</b> durch gestiegene Energiepreise und hohe Inflation zum Teil verbunden mit finanziellen Unsicherheiten beim persönlichen Einkommen		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Budget-Management</li> </ul>
	3		Sozialer, ethischer Druck in Bezug auf <b>nachhaltige und umweltbewusste Lebensführung</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ethisch korrekte Lebensführung</li> </ul>
	4		<b>Sensibilitäten für das Miteinander</b> haben sich durch die Pandemiezeit verstärkt		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sicherheit</li> <li>• Realness</li> </ul>
	5		Während der Pandemiezeit sind <b>Defizite im Erleben</b> entstanden → Wunsch nach intensiveren Beziehungen		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inspiration</li> <li>• Individualität</li> <li>• „Look &amp; Feel“</li> </ul>

# Online & Omni-Channel-Handel nimmt zu, stationärer Handel bleibt

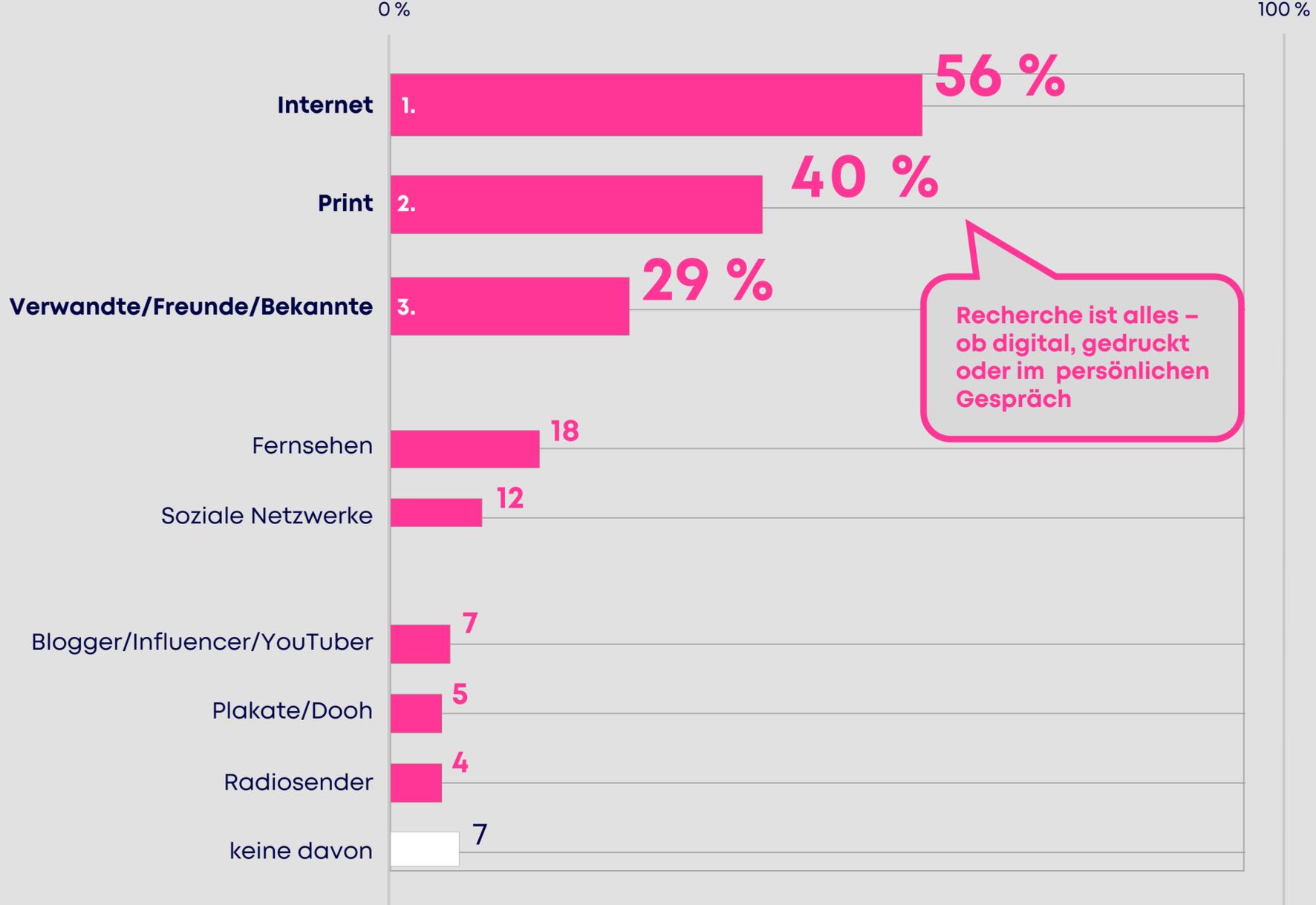
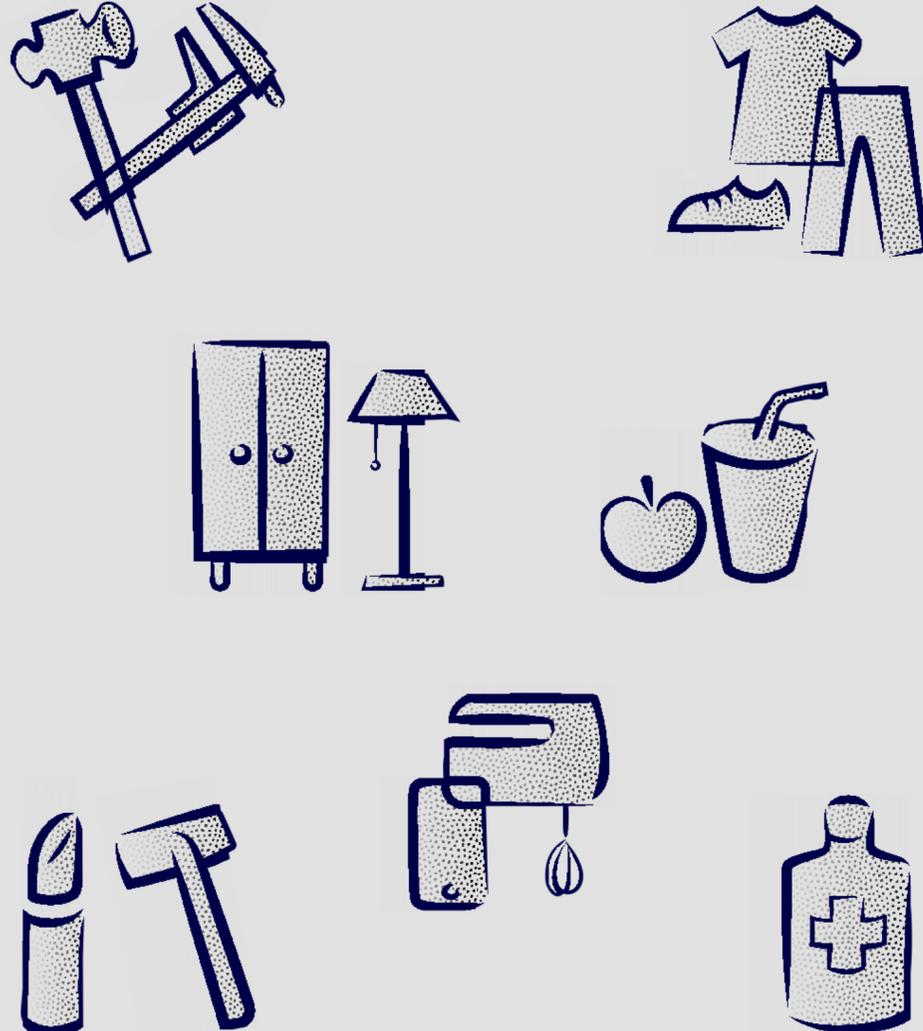
## Das Einkaufsverhalten heute und in 1 bis 2 Jahren



Quelle: Einkaufsverhalten; Basis Deutschsprachige Bevölkerung ab 18 Jahren: alle Befragte, n = 2.500; Fragen: Erledigen Sie Ihre Einkäufe in den folgenden Bereichen überwiegend in stationären Geschäften vor Ort oder überwiegend im Internet? Und was schätzen Sie? Erledigen Sie in ein bis zwei Jahren Ihre Einkäufe in den folgenden Bereichen überwiegend in stationären Geschäften vor Ort oder überwiegend im Internet?

# Top-Informationsquellen für den Handel

## Top-3: Internet, Print und Verwandte/Freunde/Bekannte



Quelle: Einkaufsverhalten; Basis Deutschsprachige Bevölkerung ab 18 Jahren: alle Befragte, n = 2.500; Durchschnitt über 7 Branchen (Elektroartikel, Heimwerkerbedarf, Kosmetikartikel/Parfum/Drogerie, Lebensmittel/Getränke, Möbel/Einrichtungsgegenstände, Medikamente, Schuhe/Bekleidung/Bekleidungsaccessoires). Fragen: Welche der folgenden Medien und Informationsquellen nutzen Sie, um sich vor dem Einkauf in verschiedenen Bereichen zu informieren?

## Axel Springer

**Clarissa Moughrabi**  
Leitung AS Marktforschung

[clarissa.moughrabi@axelspringer.com](mailto:clarissa.moughrabi@axelspringer.com)

+49 151 4216 4012

Axel-Springer-Straße 65  
10888 Berlin

## Bonial

**André Bohnet**  
Vice President Client Strategy

[andre.bohnet@bonial.com](mailto:andre.bohnet@bonial.com)

+49 151 2402 9541

Hussitenstraße 32-33  
13355 Berlin

## Media Impact

**Birgit Santoro**  
Director Retail

[birgit.santoro@axelspringer.com](mailto:birgit.santoro@axelspringer.com)

+49 151 5285 0043

Zimmerstraße 50  
10888 Berlin