

Global Consumer Insights COVID-19 Pulse Survey

Ergebnisse für Deutschland

Auswirkungen von COVID-19 auf Einkommen und Ausgaben



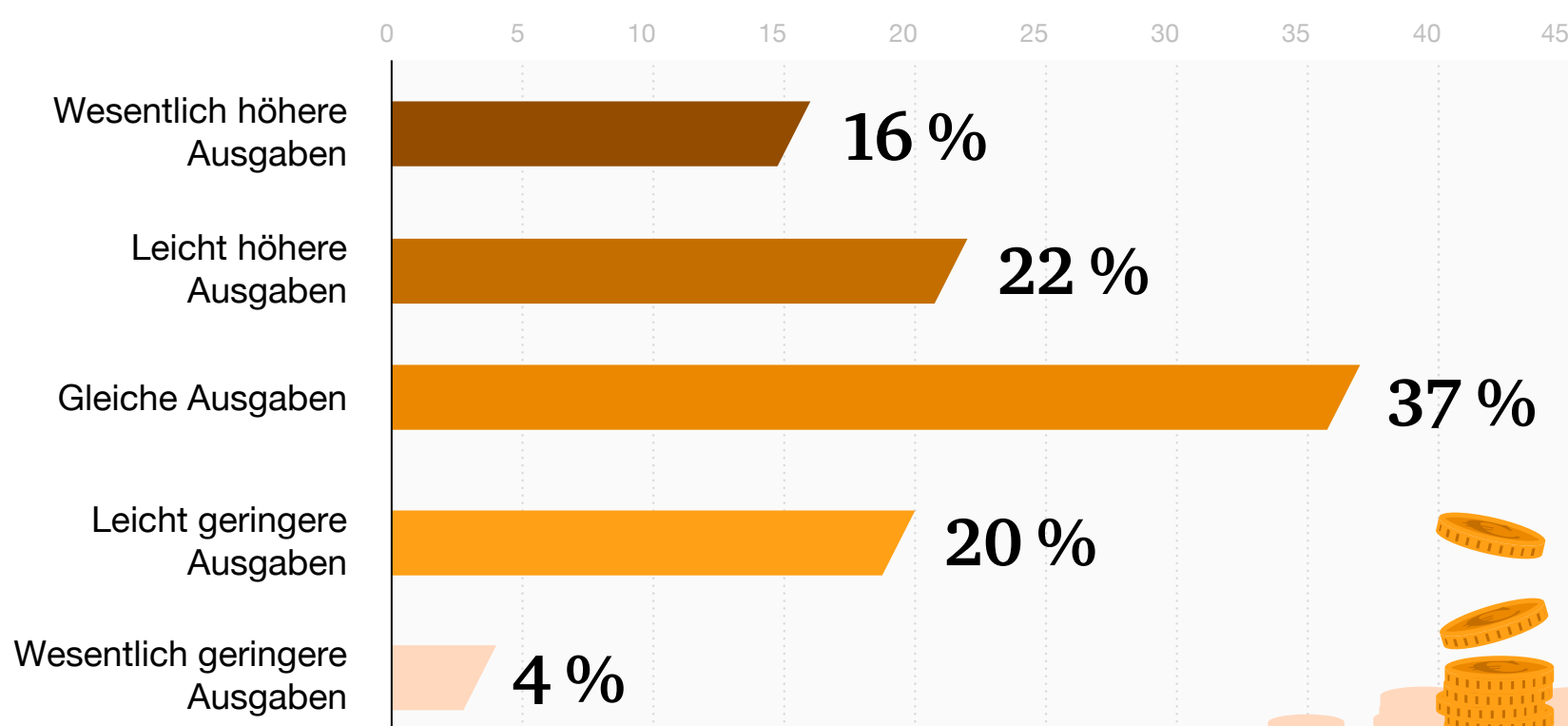
Ein Drittel 32 %

der befragten Konsumenten in Deutschland verzeichnet ein niedrigeres Haushalts-einkommen

Ein Drittel 33 %

nimmt einen Anstieg der Haushaltsrechnungen wahr

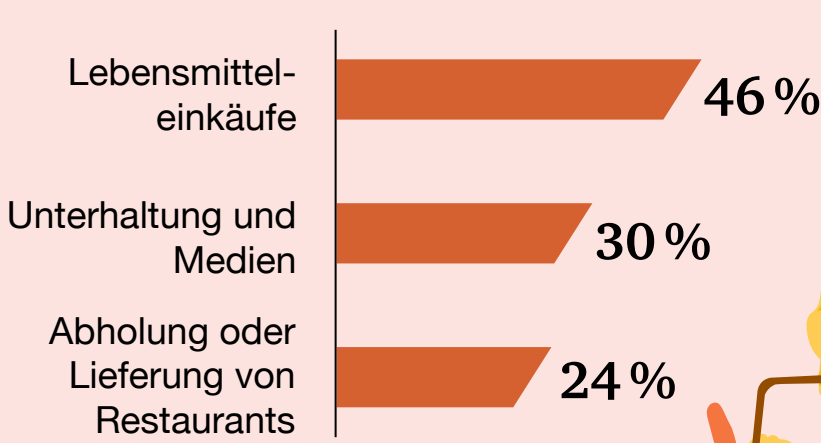
Erwartete Veränderung der Haushaltsausgaben in den nächsten Monaten



Einkaufs- und Ausgabeverhalten während des Shutdowns

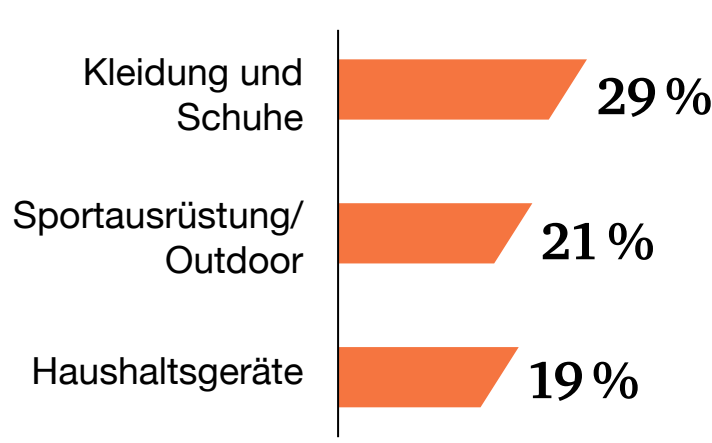


Top 3 Bereiche mit erhöhten Ausgaben



vs.

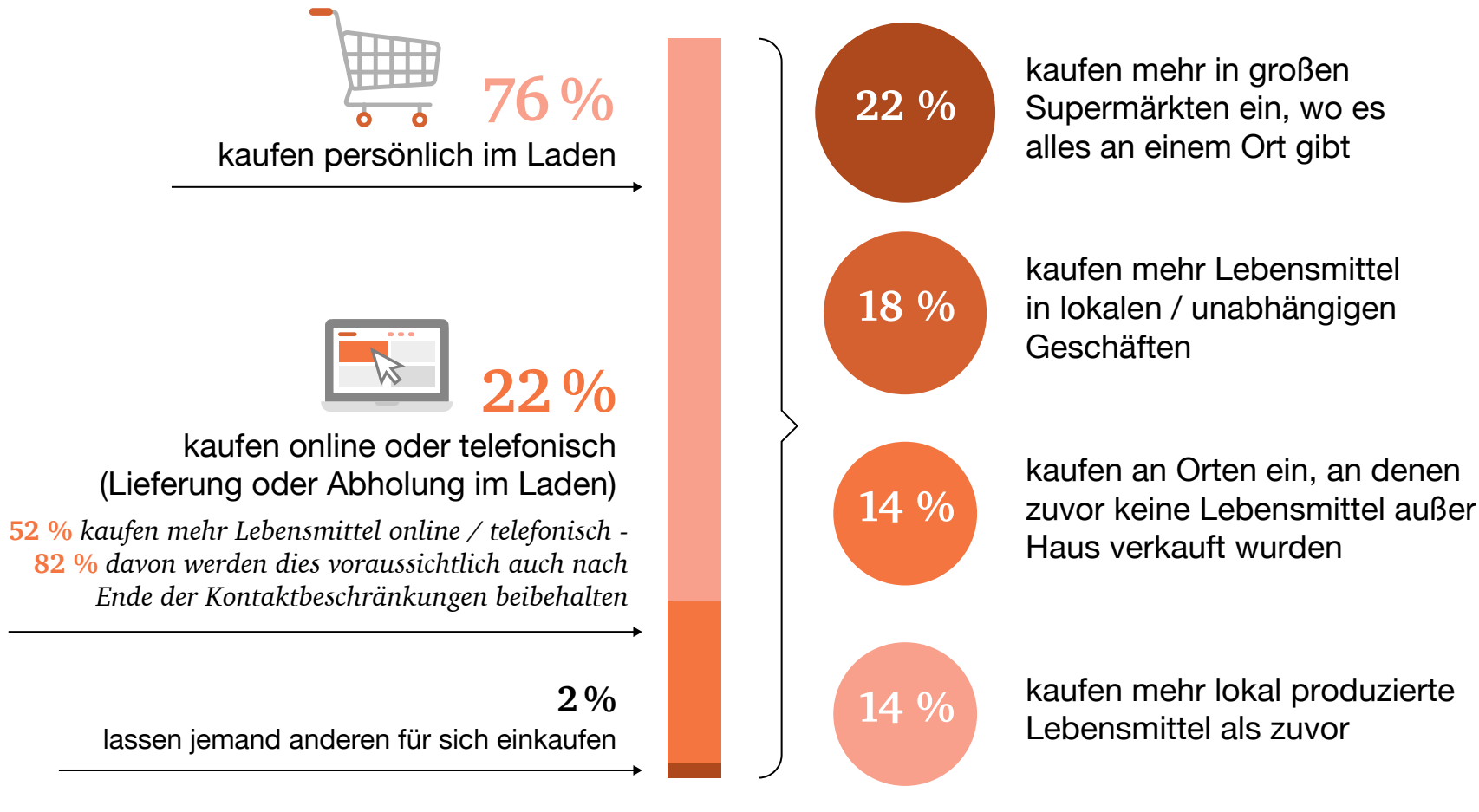
Top 3 Bereiche mit geringeren Ausgaben



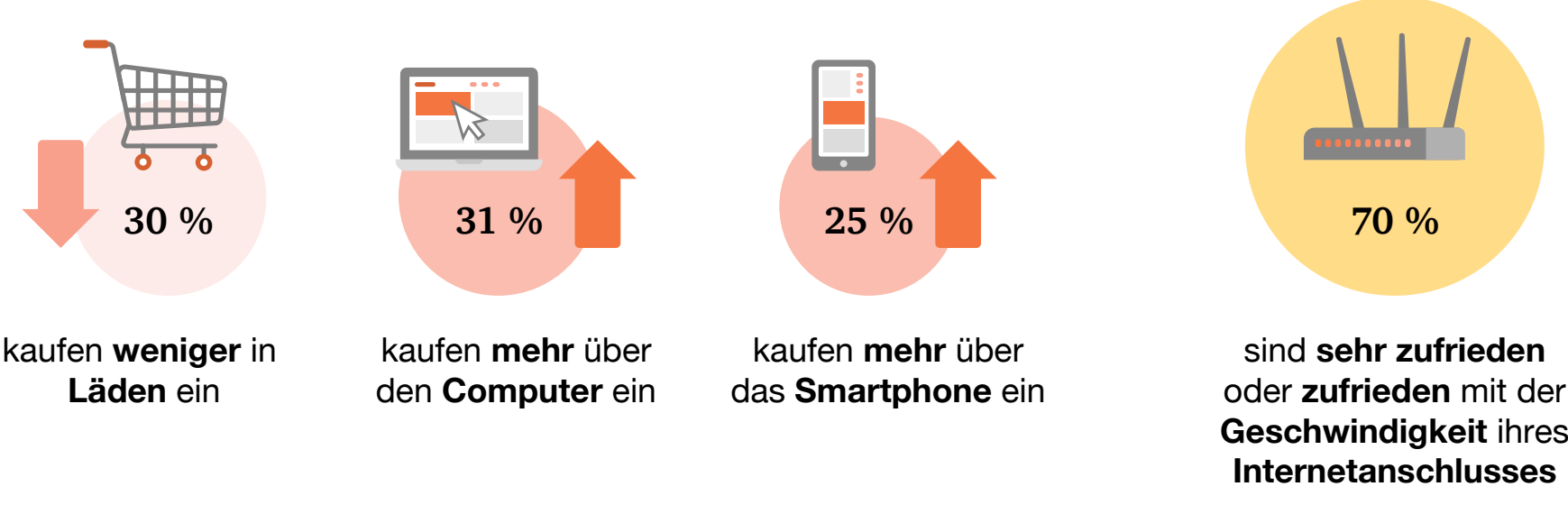
41 % kaufen seltener Lebensmittel

18 % kaufen häufiger Lebensmittel

Top-Veränderungen beim Lebensmitteleinkauf



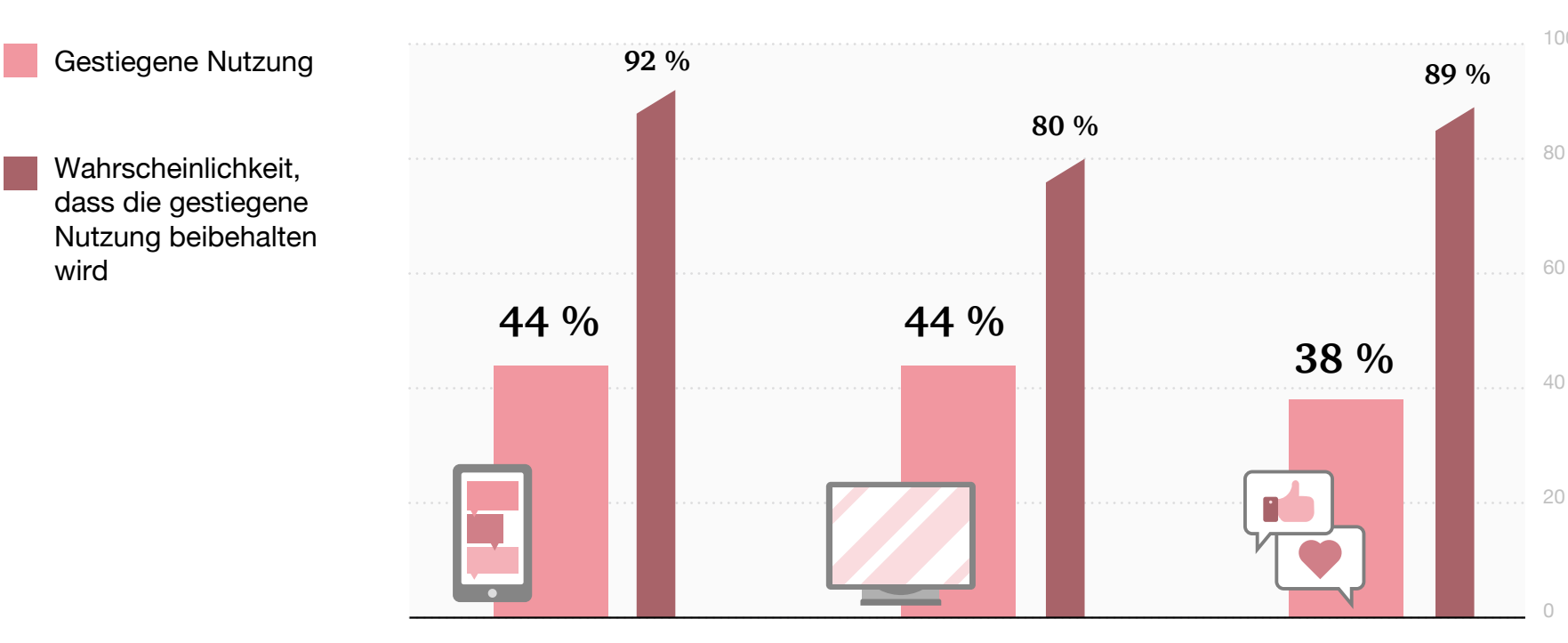
Verbraucher nutzen Onlinekanäle häufiger, um Non-Food-Artikel zu kaufen



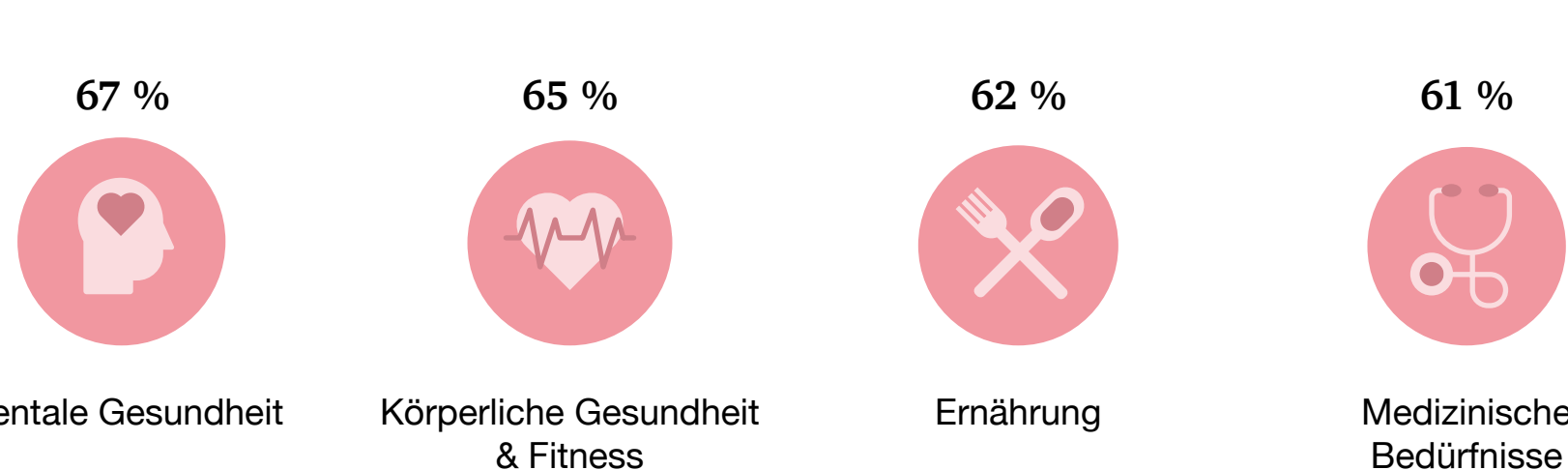
Medienkonsum & Gesundheit



Top 3 Medienkanäle mit den größten Veränderungen, die nach COVID-19 am wahrscheinlichsten weiterhin bestehen bleiben



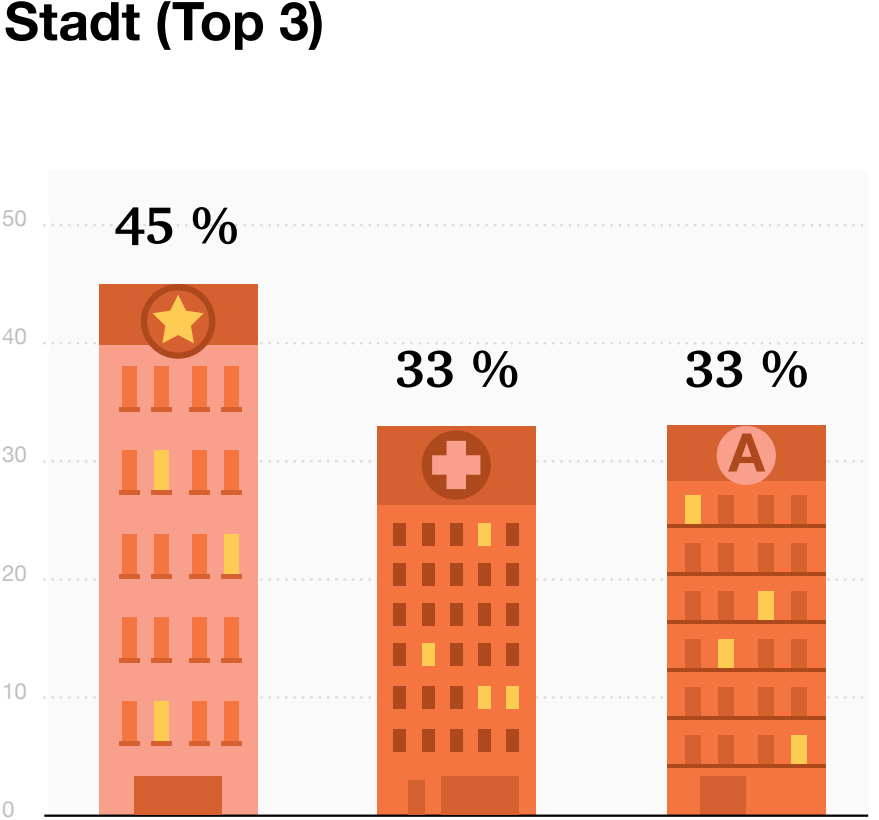
Ich achte vermehrt auf ...



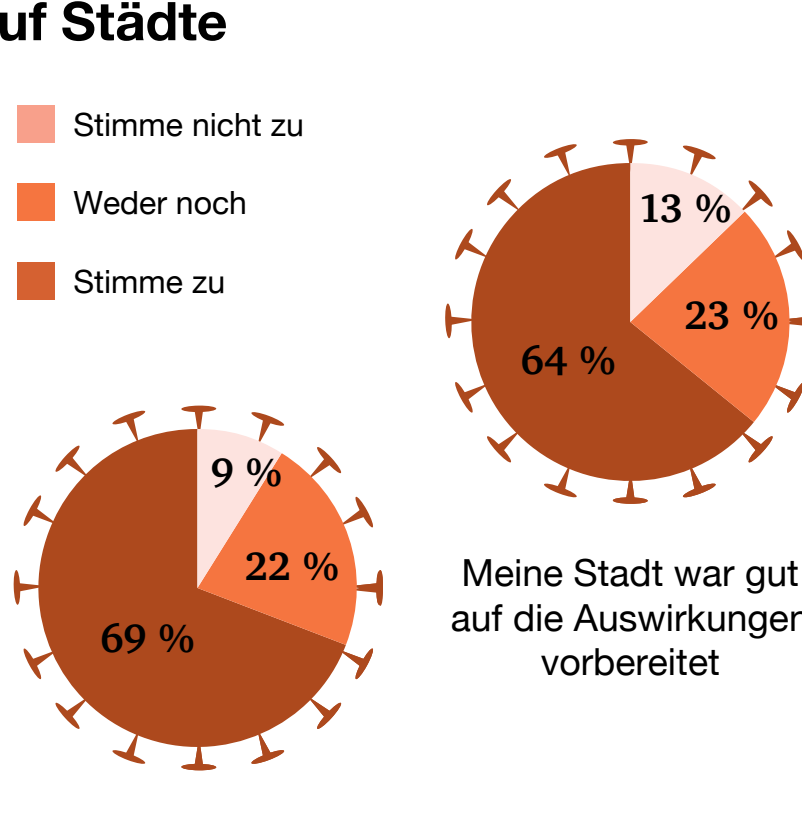
Auswirkungen auf die Städte



Wichtigste Merkmale meiner Stadt (Top 3)



Auswirkungen von COVID-19 auf Städte



Der Global Consumer Insights COVID-19 Pulse Survey wurde im Mai 2020 durchgeführt. Die gezeigten Ergebnisse stammen von 496 Konsumenten aus den fünf größten deutschen Städten (Berlin, Frankfurt, Hamburg, Köln und München).

© Juni 2020 PricewaterhouseCoopers GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft. Alle Rechte vorbehalten.

„PwC“ bezeichnet in diesem Dokument die PricewaterhouseCoopers GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, die eine Mitgliedsgesellschaft der PricewaterhouseCoopers International Limited (PwCIL) ist. Jede der Mitgliedsgesellschaften der PwCIL ist eine rechtlich selbstständige Gesellschaft.