



# Analyse der Auswirkungen der Covid-19 Krise auf das Onlinekaufverhalten von Verbrauchern

Prof. Roll & Pastuch  
MANAGEMENT CONSULTANTS

PreisHoheit®



„Preismanagement ist eine  
Managementaufgabe und in der  
Krise wichtiger denn je.“

*Gregor Buchwald*



„In dieser Krise zeigt der PreisHoheit®  
Klickindex das veränderte Kaufverhalten  
auf Amazon sehr deutlich.“

*Clemens Vest*

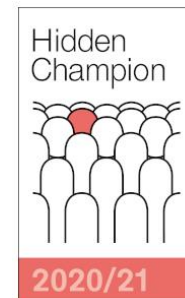
## Prof. Roll & Pastuch

Prof. Roll & Pastuch – Management Consultants ist eine auf Pricing, Vertrieb und Strategie spezialisierte Beratung mit Sitz in Köln, München, Osnabrück und Zürich. Sie wurde wiederholt von der WirtschaftsWoche zur besten Marketing- und Vertriebsberatung gewählt und jüngst als Hidden Champion 2020 im Bereich Marketing & Vertrieb durch das Fachmagazin Capital ausgezeichnet. Roll & Pastuch zeichnet sich durch die Kombination von aktuellen Forschungsergebnissen und langjähriger Projekterfahrung aus und hat gleichzeitig einen starken Fokus auf Implementierung. Das Know-how von Roll & Pastuch ist in zahlreichen Publikationen sowie Veranstaltungs- und Konferenzbeiträgen dokumentiert.

### Prof. Roll & Pastuch

MANAGEMENT CONSULTANTS

Gregor Buchwald  
gregor.buchwald@roll-pastuch.de  
M 0176 133 27 101



## PreisHoheit®

Preise. Margen. Transparenz.

PreisHoheit® analysiert seit Jahren den E-Commerce und schafft Transparenz für Hersteller und Händler. Gewachsenes Know-how bei der Datenerfassung, Analyse und Interpretation von Marktdaten zeichnet uns aus. Unsere Daten sind operative und strategische Entscheidungsgrundlage für die Kernfragen der Preis- und Sortimentspolitik für Unternehmen. Die kontinuierliche Optimierung unserer bestehenden Technologien und die Konzeption neuer Produktfelder mit dem Ziel der progressiven Entwicklung als Dienstleister für Hersteller und Händler sind unser Ansporn.

PreisHoheit® gewährt einen verlässlichen Überblick des Onlinemarktes in Deutschland, Europa und weltweit. Zahlreiche Studien wie etwa für ZDF-WISO und namhafte Marktforschungsinstitute nutzen unsere Daten und Analysen.

## PreisHoheit®

Clemens Vest  
info@preishoheit.de  
T 0541 600280



## Welche Auswirkungen hat die Covid-19 Krise auf das Onlinekaufverhalten von Verbrauchern?

*Der PreisHoheit® Klickindex zeigt erhebliche Veränderungen der Beliebtheit von Produkten im Jahresvergleich auf*

Vor dem aktuellen Hintergrund der Corona-Krise haben PreisHoheit® und Roll & Pastuch gemeinsam die Auswirkungen der Corona-Pandemie auf das Kaufverhalten von Verbrauchern hinsichtlich diverser Produkte und Marken auf Amazon.de untersucht. Dabei wurde das Suchverhalten auf Grundlage des PreisHoheit® Klickindex für den März 2020 im Vergleich zum März 2019 analysiert. Die Zahlen zeigen im Jahresvergleich teils erhebliche Veränderungen der Beliebtheit von Produkten.

In den Medien wird aktuell fast ausschließlich über die Pandemie durch das Covid-19 Virus berichtet. Andere Themen rücken hinter Nachrichten rund um Ansteckungszahlen und Gegenmaßnahmen zurück. Das öffentliche Leben ist massiv eingeschränkt – wochenlang waren beispielsweise große Teile des stationären Nonfood-Einzelhandels vollständig geschlossen. Viele Arbeitnehmer arbeiten nun im Homeoffice, weil viele Betriebe versuchen Ansteckungen mit dem neuartigen Virus zu verhindern.

*Die Einschränkungen durch Covid-19 im beruflichen sowie privaten Leben erhöhen die Nachfrage nach IT-Equipment*

Für viele Unternehmen und Arbeitnehmer ist diese Umstellung auf Homeoffice neu. Häufig waren dafür - gerade im Hinblick auf die IT - einige Vorbereitungen notwendig. Gleichzeitig wurden physische soziale Kontakte durch behördliche Anordnung auch im privaten Leben drastisch reduziert. Entsprechend ist eine erhöhte Nachfrage nach IT-Equipment für den Einsatz im Homeoffice und für den digitalen Austausch mit Freunden und Familie denkbar.

## Erkenntnis 1

Durch die Corona-Krise steigt die Nachfrage nach IT-Equipment für den Gebrauch im Homeoffice und zum Kontakt mit Freunden und Familie.

Im Vorjahresvergleich für den März ergibt sich gemessen am Klickindex eine starke Zunahme der Beliebtheit von Marken wie Logitech (+69%) und HP (+37%), die klassischerweise Zubehör wie Webcams, Drucker oder Monitore anbieten. Beispielsweise hat eine Webcam von Logitech im Jahresvergleich eine um 389% gesteigerte Beliebtheit. Dies stellt heraus, dass sich viele Menschen für Videotelefonate in Beruf und Freizeit ausgestattet haben.

*Anstieg der Beliebtheit von Marken wie Logitech und HP*

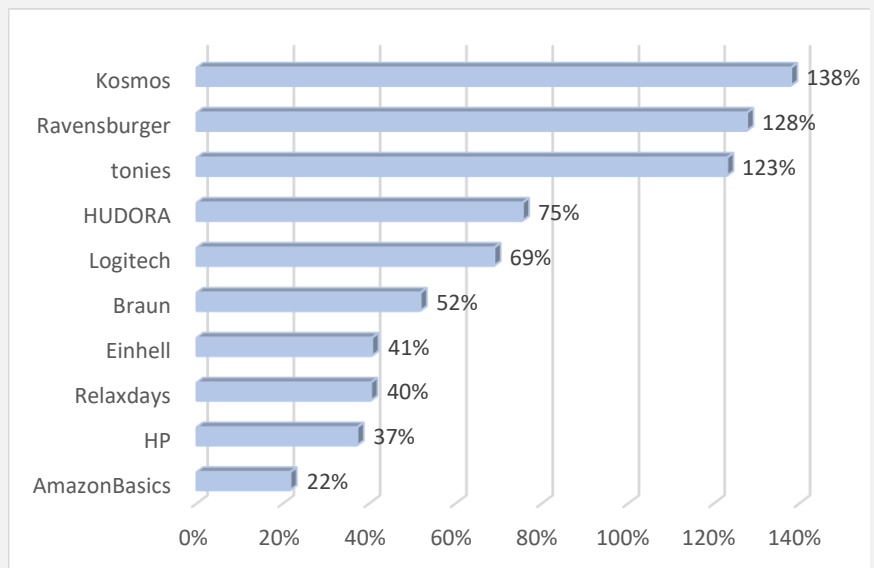


Abbildung 1: Ausgewählte Marken-Gewinner im Jahresvergleich

Vor diesem Hintergrund des physischen Social Distancing wäre es denkbar, dass die Menschen auch die verbliebenden geöffneten Geschäfte für den täglichen Bedarf meiden. Stattdessen könnten sie vermehrt online Lebensmittel kaufen.

## Erkenntnis 2

### Verbraucher nutzen während der Corona-Krise verstärkt den Onlinehandel für Lebensmitteleinkäufe.

Auf Grundlage der Klickdaten zeigt sich auch hier ein eindeutiges Bild. Im Vergleich zum März 2019 weist der März 2020 einen um 59% höheren Klickindex in der Kategorie Lebensmittel & Getränke auf und unterstreicht damit die gesteigerte Onlinenachfrage nach Lebensmitteln.

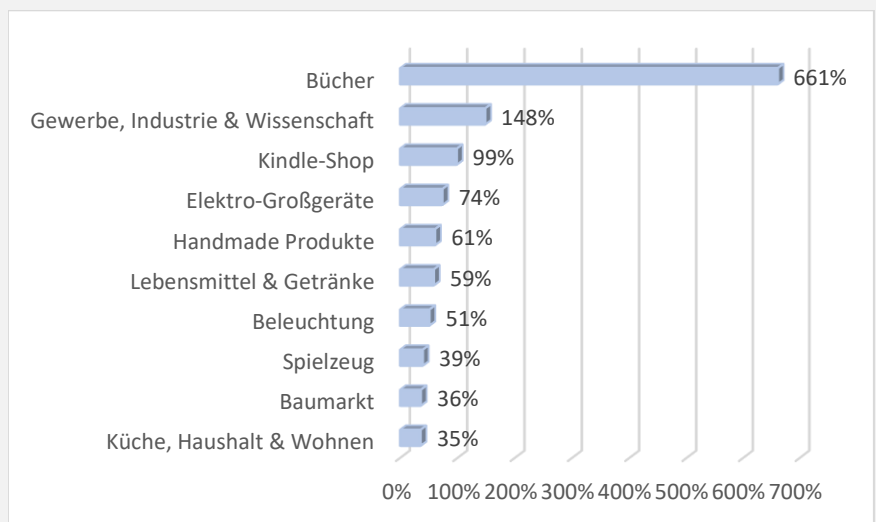


Abbildung 2: Top 10 der Kategorie-Gewinner im Jahresvergleich

Die mediale Fokussierung auf die Corona-Infektionskrankheit sowie die massiv spürbaren Einschränkungen im Alltag könnten darüber hinaus zu einer gesteigerten Beliebtheit von Hygiene- und Medizinprodukten unter Verbrauchern geführt haben.

## Erkenntnis 3

### Verbraucher interessieren sich in der Corona-Krise vermehrt für Hygieneartikel.

*Extremer Anstieg des PreisHoheit® Klickindex bei Desinfektionsmitteln und Atemschutzmasken*

Im Jahresvergleich zeichnet sich ein extremer Anstieg des Klickindex beispielsweise von Desinfektionsmitteln und Atemmasken ab, teils um mehrere hunderttausend Prozent. Die Konsumenten versuchen demnach Ansteckungen durch den Einsatz von Hygieneartikeln entgegenzuwirken.

1	50 chirurgische Einwegmaskenmasken 3-lagige Masken staubdichter Schutz Infektionssichere Schutzmasken
2	KN95 Medizinische Gesichtsmasken, FFP2, multifunktionale Schutzmaske mit Nasenklammer, 10 Stück
3	QXY ZYQ Einweg-Arbeitsstaubmasken mit Ventil FFP3 Atemschutzgesicht Sicherheit Breathing Equip 2ST Augenschutz
4	Braun ThermoScan 7 Infrarot Ohrthermometer IRT6520
5	GORILLA SPORTS® Kurzhanteln 2er Set Kunststoff 20 kg – Hantelstangen, Gewichte und Sternverschlüsse gerändelt 30/31mm
6	Fire TV Stick mit Alexa-Sprachfernbedienung
7	PAUL HARTMANN Sterillium, 1er Pack 1X500ml
8	Gritin Widerstandsbänder [5er Set] Fitnessband Gymnastikband 100% Naturlatex Theraband
9	Apple AirPods mit Ladecase (2. Generation)
10	Logitech C920 HD Pro Webcam (Videogespräche und -aufnahmen in Full HD und 1080p)

*Abbildung 3: Top 10 der Produkt-Gewinner im Jahresvergleich*

Neben solchen Auswirkungen in Form von verschärften Hygienemaßnahmen, hat die Corona-Pandemie besonders die wirtschaftliche Entwicklung sehr hart getroffen. Viele Betriebe mussten vorübergehend schließen, verzeichnen nunmehr kaum oder keine Einkünfte und sind mit einer ungewissen künftigen Auftragslage konfrontiert. Entsprechend groß könnte die Zurückhaltung bei Verbrauchern hinsichtlich höherpreisiger und entbehrlicher Anschaffungen in Anbetracht von möglichen Gehaltsverlusten durch Kurzarbeit oder Arbeitslosigkeit sein.

## Erkenntnis 4

### Verbraucher verzichten in der Corona-Krise auf hochpreisige und entbehrliche Anschaffungen.

Starke Rückgänge in der Unterhaltungselektronik

In diesem Kontext zeigen die Analysen sehr starke Rückgänge des Klickindex in der Unterhaltungselektronik, z. B. bei den Marken Sony (-43%), Samsung (-40%) oder Apple (-23%). Starke Verluste finden sich aber auch bei Marken anderer Kategorien wie Oral-B (-36%) oder Makita (-30%). Anders als man erwarten könnte, verlieren in der Krise besonders die bekannten und führenden Marken an Beliebtheit.

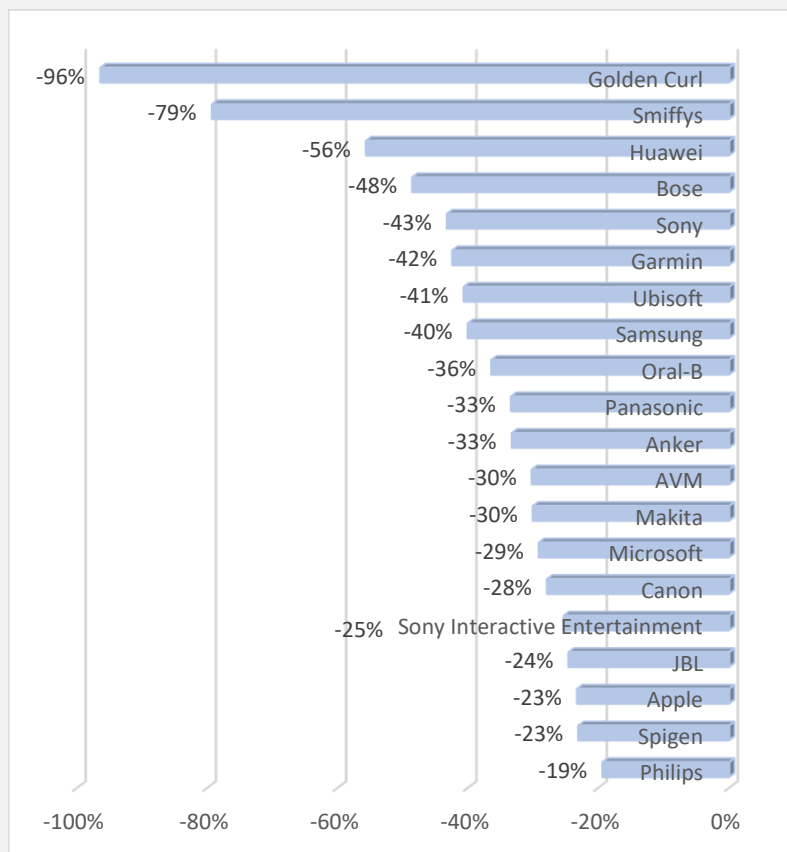


Abbildung 4: Top 20 der Marken-Verlierer im Jahresvergleich

Einzelne Produkte wie die Spielekonsole Nintendo Switch haben dem Klickindex nach jedoch Beliebtheitsgewinne zu verzeichnen. Dies könnte durch den vermehrten Aufenthalt in den eigenen vier Wänden während der Krise zu erklären sein. Die Veränderungen der Beliebtheit dieser Produkte deuten somit auch auf eine Verlagerung zu heimischen Freizeitaktivitäten hin. Folglich könnten Produkte aus Freizeitkategorien für die Nutzung daheim an Beliebtheit gewonnen haben.



## Erkenntnis 5

### Verbraucher interessieren sich in der Corona-Krise vermehrt für Produkte zur heimischen Freizeitgestaltung.

Hier ergibt sich ein einheitliches Bild: Klassische Freizeitkategorien wie Bücher (+661%), Spielzeug (+39%), Baumarkt (+36%) oder Garten (+27%) zeigen ein erheblich gesteigertes Interesse an Produkten zur heimischen Freizeitgestaltung.

*Gesteigertes Interesse an klassischen Freizeitaktivitäten zur heimischen Freizeitgestaltung*

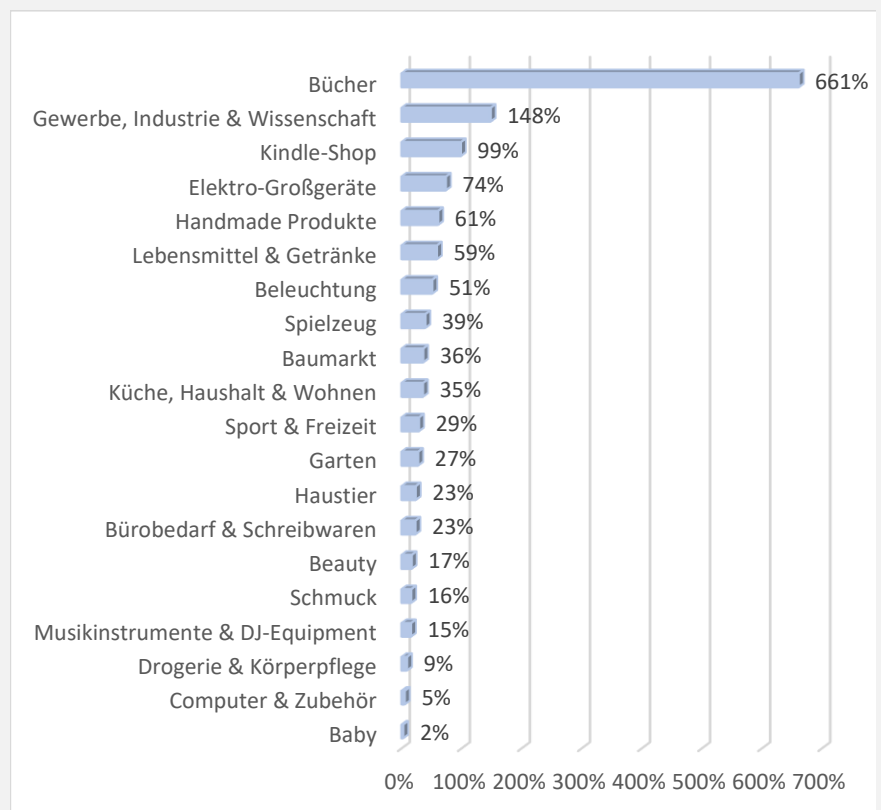


Abbildung 5: Top 20 der Kategorie-Gewinner im Jahresvergleich

Allerdings gibt es hier eine erstaunliche Ausnahme. Anders als zu vermuten wäre, ist die Beliebtheit vom Video-on-Demand Anbieter Prime Video um 36% gesunken. Möglicherweise hat Amazon hier viele Kunden z. B. an Netflix verloren, denn Netflix hat im 1. Quartal 2020 ein starkes Wachstum an Abonnenten realisiert.<sup>1</sup>

## Was ist der PreisHoheit® Klickindex?

Der PreisHoheit® Klickindex ist speziell für die Anforderungen von Markenherstellern entwickelt, um Umsatzpotentiale auf Amazon zu identifizieren und mit optimalem Mitteleinsatz nachhaltig auszuschöpfen.

Der PreisHoheit® Klickindex basiert auf dem Konzept der markenrelevanten Suchbegriffe. Das sind Suchbegriffe, bei denen ein Produkt in den jeweils letzten 15 Monaten mindestens einmal zu den drei meistgeklickten Produkten auf dem Amazon Marktplatz gehörte. Aus den historischen Daten zum Suchfrequenzrank, dem Suchvolumen und dem Klickanteil wird dieser Index für jede ASIN-Suchbegriff-Kombination errechnet.

Dieses Verfahren ermöglicht einerseits die Analyse wie Konsumenten Produkte der Hersteller finden und andererseits den Klickanteil von Produkten und Marken in beliebigen Kategorien zu ermitteln.

## Fazit

Abschließend lässt sich ein eindeutiger Einfluss der Corona-Krise auf das Onlinekaufverhalten der Verbraucher festhalten.

Spannend wird bleiben, wie sich die Krise mittel- bis langfristig auf das Verbraucherverhalten auswirkt und welche Produktkategorien einer anhaltend veränderten Beliebtheit unterliegen werden.

## Kontakt

Sie finden den einen oder anderen Ansatz spannend und wollen den Gedankengang weiterführen? Nehmen Sie unverbindlich Kontakt zu uns auf! Gerne kommen wir auch zu Ihnen, um Ihre individuellen Herausforderungen zu diskutieren. Nur was man anpackt, bekommt man in den Griff.

### Prof. Roll & Pastuch

---

MANAGEMENT CONSULTANTS

Prof. Roll & Pastuch - Management Consultants  
Herrenteichsstraße 5  
49074 Osnabrück  
[www.roll-pastuch.de](http://www.roll-pastuch.de)  
[gregor.buchwald@roll-pastuch.de](mailto:gregor.buchwald@roll-pastuch.de)  
M 0176 133 27 101

### PreisHoheit<sup>®</sup>

Vest Marketing GmbH  
Natruper Straße 15  
49076 Osnabrück  
[www.preishoheit.de](http://www.preishoheit.de)  
[info@preishoheit.de](mailto:info@preishoheit.de)  
T 0541 600280