

1 Jahr Corona: So hat sich das Einkaufsverhalten in Deutschland verändert

Seit der Erklärung des Corona-Ausbruchs zur Pandemie am 11. März 2020 hat sich das **Einkaufsverhalten** der deutschen Konsument*innen in allen Lebensbereichen enorm verändert. Durch wiederkehrende Lockdowns, vermehrtes Home-Office und Social Distancing ist in Deutschland eine neue Form des „**Wohlfühlkonsums**“ zu beobachten, der die viele Zeit in den eigenen vier Wänden mit entsprechenden Produkten verschönern soll.

Ob neue Möbel und Dekoration, die passende Küchenausstattung für heimische Gaumenfreuden in Restaurant-losen Zeiten, das richtige Equipment für Home-Office und Home-Schooling, Wellness-Artikel als kleiner Ausgleich für pandemiebedingte Entbehrungen, Gewichte und Geräte für das Heim-Fitnessstudio oder neue Spiele zur Gestaltung der vielen Freizeit: Die Deutschen richten sich zunehmend im „**New Normal**“ ein und wollen es sich dabei besonders gut gehen lassen!



Was heißt das fürs Marketing im Handel?

Für Marketer und Händler*innen bedeutet das vor allem eines: Sie müssen sich flexibel auf die **neuen Konsumgewohnheiten** ihrer Zielgruppen einstellen, um in Zukunft erfolgreich zu bleiben. **Wertvolle und partnerschaftliche Unterstützung** bietet eBay Ads mit umfassenden Einblicken in das Real-Time-Shopping-Verhalten von deutschlandweit rund 20 Millionen aktiven Käufer*innen und mit passenden **Werbelösungen**. Werbetreibende erhalten auf dieser Basis den direkten Zugriff auf dynamische und stets aktuelle Zielgruppensegmente, die auf beobachteten und intelligent vorhergesagten Verhaltensweisen basieren.

Die folgenden Daten aus dem aktuellen „Corona Konsum Report“ von eBay Ads zeigen den Anstieg der Suchanfragen bei eBay.de in den Corona-Monaten Dezember 2020 bis Februar 2021 im Vergleich zum gleichen Zeitraum vor der Pandemie 2019/2020.

Möbel und Dekoration

Selten haben die Deutschen so viel Zeit zuhause verbringen müssen. Da wollen sie es wenigstens schön haben: Neue Möbel und Dekorationsartikel sollen den Wohlfühlfaktor in den eigenen vier Wänden trotz Pandemie steigern.

Anstieg der Suchen im Vorjahresvergleich:

+160%	Tageslichtlampe
+125%	Dekoflaschen
+97%	Stimmungslicht
+79%	Duftkerzen
+15%	Möbel

Kochen und Genießen

In einer Zeit, in der die Restaurants pandemiebedingt geschlossen haben, holen sich die Deutschen ihre Gaumenfreuden einfach nach Hause. Die Themen Kochen und Genießen liegen im Lockdown voll im Trend.

Anstieg der Suchen im Vorjahresvergleich:

+438%	Küchenartikel
+58%	Whisky
+36%	Feinschmeckerprodukte
+17%	Schokolade
+13%	Wein

Home-Office und Home-Schooling

Die Konzepte Home-Office und Home-Schooling stellen viele Konsument*innen auf eine harte Probe. So richtig gut läuft es in beiden Fällen nur, wenn die Ausstattung zuhause stimmt. Die Nachfrage nach passendem Equipment ist entsprechend hoch.

Anstieg der Suchen im Vorjahresvergleich:

+752%	Webcams
+206%	Headsets
+57%	Monitore
+53%	Drucker
+44%	Schreibtische & Computermöbel

Körperpflege und Wellness

Den kleinen Luxus für Zuhause gönnen sich immer mehr Deutsche beim heimischen Wellnessprogramm. Nach der Schließung der Friseurgeschäfte sind vor allem Haarschneider extrem gefragt.

Anstieg der Suchen im Vorjahresvergleich:

+1.508%	Haarschneider
+180%	Badekristalle
+73%	Massageprodukte
+55%	Sauna
+53%	Feuchtigkeitscremes

Für weitere Informationen kontaktieren Sie uns gerne über sales-advertising@ebay.de

Sport und Fitness

Da die Fitnessstudios und Sportplätze im Lockdown geschlossen bleiben, halten sich die Deutschen mit Gewichten und Sportgeräten fit. Die obligatorische Jogginghose kommt bei vielen von ihnen vermutlich auch auf dem Sofa zum Einsatz.

Anstieg der Suchen im Vorjahresvergleich:

+295%	Hanteln
+211%	Kettlebells
+112%	Ergometer
+67%	Jogginghosen
+40%	Inliner

Spiele und Unterhaltung

Für die viele Freizeit in Corona-Zeiten setzen die meisten Deutschen auf technische Geräte. Aber auch klassische Spiele, Holzspielzeug und Bastelmaterial erleben während der Pandemie eine wahre Renaissance.

Anstieg der Suchen im Vorjahresvergleich:

+123%	Bauklötze
+106%	Puzzles und Geduldspiele
+77%	Spielekonsolen
+57%	Schach
+41%	PC- und Videospiele

