



Pressemitteilung

23. Juni 2021

Corina Kirchner
Communications Manager
Europe | Regional Marketing
Europe
T +49 911 395 4570
Corina.kirchner@gfk.com

GfK-Daten zeigen: Corona-Geimpfte blicken positiver in die Zukunft und planen mehr Ausgaben als Nicht-Geimpfte

Nürnberg, 23. Juni 2021 – Die sinkenden Inzidenzzahlen und die steigende Impfquote führen nachweislich zu einer Trendwende: Erstmals seit Beginn der Pandemie nehmen weniger als die Hälfte der deutschen Konsument:innen (42 Prozent) Covid-19 als große Bedrohung war. Das hat Auswirkungen auf die Ausgabebereitschaft, wie Daten einer aktuellen GfK eBus-Umfrage sowie des GfK Covid-19 Barometers zeigen. Zwischen geimpften und nicht geimpften Personen gibt es dabei deutliche Unterschiede.

Verbraucher schätzen die eigene ökonomische Zukunft immer positiver ein. 62 Prozent der Befragten machen sich Mitte Juni nur noch wenig oder gar keine Sorgen mehr – das ist der höchste Wert seit Beginn der Krise. Der persönliche Impfstatus spielt dabei eine große Rolle: Nur 28 Prozent der vollständig Geimpften machen sich ökonomische Sorgen. Bei Impfwilligen ohne Impfung sind es dagegen 40 Prozent. Diese Daten stammen aus dem wöchentlichen GfK Covid-19 Barometer.

Verbraucher holen 2020 nach: Ausgaben vor allem für Freizeit und Außer-Haus-Aktivitäten geplant

Insgesamt steigen Konjunkturerwartung und Einkommenserwartung. Dabei zeigt sich ein Konsumtrend hin zu Waren und Aktivitäten, auf die im vergangenen Jahr viel verzichtet werden musste: Restaurantbesuche, Reisen und Veranstaltungen, aber auch Bekleidung oder Dienstleistungen wie Friseur und Kosmetik.

Gastro, Reisen und Outfits: Die Impfung macht den Unterschied

Die GfK-Daten zeigen, dass vor allem Konsumenten unter 30 Jahren Mehrausgaben für Gastronomie, Reisen, Veranstaltungen, Bekleidung sowie Beauty, Fitness und Wellness planen. Ältere Konsumenten über 60 geben ebenfalls an, in bestimmten Bereichen mehr ausgeben zu wollen.

GfK SE
Sophie-Germain-Straße 3 – 5
90433 Nürnberg
Deutschland

T +49 911 395 0

Vorstand:
Peter Feld (CEO)
Lars Nordmark (CFO)

Vorsitzender des Aufsichtsrats:
Thomas Ebeling

Handelsregister:
Nürnberg HRB 25014

Bei ihnen stehen neben Restaurantbesuchen und Urlaubsreisen vor allem Veranstaltungen wieder auf der Wunschliste. Die von GfK erhobenen Daten zeigen auffällige Unterschiede zwischen Personen mit und ohne Impfung. Aufgrund der Impfreihefolge sowie unterschiedlicher Konsumneigungen der einzelnen Altersklassen müssen die jeweiligen Kohorten dabei separat betrachtet werden.

- Im Bereich **Gastronomie & Ausgehen** zeigt sich, dass deutlich mehr Geimpfte als Nicht-Geimpfte Ausgaben in diesem Bereich planen – ein Indikator für größere Zurückhaltung, wenn noch kein Impf-Schutz besteht.
- Gerade junge Menschen zieht es in die Ferne. Deshalb plant fast die Hälfte der geimpften Unter-30-Jährigen, künftig wieder mehr in **Urlaubsreisen** zu investieren. Bei Personen ohne Impfung sind es im Vergleich nur 28 Prozent. Bei Über-60-Jährigen steigert die Impfung die Reisebereitschaft um 14 Prozentpunkte. In der Gruppe der 30- bis 59-Jährigen plant ein Drittel der Geimpften, mehr für Reisen auszugeben; allerdings auch ein Viertel der noch nicht geimpften Personen.
- Nur 7 Prozent der Nicht-Geimpften 60-74-Jährigen wollen in Zukunft **Veranstaltungen besuchen**, dafür aber 22 Prozent der Geimpften – ein deutlicher Unterschied.
- In der Altersgruppe der 18-29-Jährigen plant über die Hälfte der Geimpften, mehr für **Bekleidung, Schuhe & Accessoires** auszugeben. Im Vergleich: Nur 23 Prozent der Nicht-Geimpften dieser Altersgruppe rechnen mit größere Budgets für Anschaffungen dieser Art.
- Die Ausgabebereitschaft für **Beauty und Fitness** steigt vor allem bei der jungen Generation, wenn sie geimpft sind. 38 Prozent der Geimpften zwischen 18 und 29 Jahren wollen mehr Geld ausgeben, allerdings nur 16 Prozent der Nicht-Geimpften. Die Nähe zu anderen Personen könnte für Nicht-Geimpfte ein wichtiger Faktor sein, diesen Sektor vorerst zu meiden.



GfK eBUS® zeigt Unterschiede in den geplanten Ausgaben von Konsument:innen in verschiedenen Kategorien und Altersgruppen. Bildquelle: GfK SE.

Können Impfungen die Konjunktur ankurbeln?

Für den Handel kann die gesteigerte Konjunkturerwartung eine Erholung nach dem Lockdown bedeuten. Doch aktuell gehen nur 18 Prozent der Befragten gerne in stationären Geschäften einkaufen – unabhängig vom bestehenden Impfschutz. Unklare Regeln sind für knapp ein Drittel der Verbraucher ein Hindernis; auch neue Konzepte wie Click & Collect und Click & Meet werden nur von 13 Prozent beziehungsweise 11 Prozent genutzt. Ein Lichtblick für lokale Geschäfte: 48 Prozent der Befragten wollen diese auch in Zukunft durch ihren Einkauf unterstützen.

„Die aktuellen Befragungsdaten zeigen, dass deutsche Verbraucher mit vollständigem Impfschutz positiver in ihre Zukunft blicken – auch wirtschaftlich“, erläutert Petra Süptitz, Expertin im Bereich Consumer Intelligence bei GfK. „Ob Impfungen allein die Konjunktur ankurbeln können, lässt sich

nicht einfach mit Ja oder Nein beantworten. Wir sehen, dass Personen mit Impfschutz mehr Ausgaben in Bereichen wie Bekleidung, Gastronomie oder Reisen planen. Das ist ein positives Signal für die Wirtschaft in diesen Segmenten, da dieser Trend mit der Zunahme des geimpften Bevölkerungsteils weiter gehen dürfte. Gleichzeitig planen Verbraucher in anderen Kategorien, zum Beispiel bei technischen Konsumgütern, keine erhöhten Ausgaben.“

Auf Basis dieser Informationen können Unternehmen oder Händler ihre Marketingstrategien anpassen und so zum Beispiel auf die richtigen Zielgruppen oder Altersklassen anpassen. Damit können sie den Impf-Aufschwung bestmöglich nutzen.

Zur Studie

GfK Covid-19 Barometer: GfK befragt wöchentlich mindestens 1.000 Verbraucher mit GfK eBUS®, wie sich ihr Einkaufsverhalten vor dem Hintergrund der Corona-Lockerungen in den nächsten Monaten voraussichtlich verändern wird. Die hier zitierten Daten wurden in der 23. Kalenderwoche 2021 erhoben.

Mit dem GfK eBUS® werden wöchentlich 1.000 Personen im Alter von 18-74 Jahren befragt, die die deutschsprachige Bevölkerung repräsentieren. Die Befragung zum Ausgabeverhalten von geimpften und nicht geimpften Konsument:innen wurde in der 22. Kalenderwoche 2021 durchgeführt.

Pressekontakt: Corina Kirchner, T +49 911 395 4570, corina.kirchner@gfk.com

GfK. Growth from Knowledge.

Seit über 85 Jahren vertrauen uns Kunden weltweit, indem wir sie bei geschäftskritischen Entscheidungsprozessen rund um Verbraucher, Märkte, Marken und Medien unterstützen. Mit unseren verlässlichen Daten und Erkenntnissen, kombiniert mit fortschrittlicher künstlicher Intelligenz, haben wir den Zugang zu umsetzbaren Handlungsempfehlungen in Echtzeit revolutioniert, die die Marketing-, Vertriebs-, und Organisations-Effektivität unserer Kunden und Partner steigern. Auf diese Weise versprechen und liefern wir Wachstum durch Wissen – **Growth from Knowledge.**