



Admeira-Studie

Die Zeit 2020_21: Veränderungen im Einkaufsverhalten

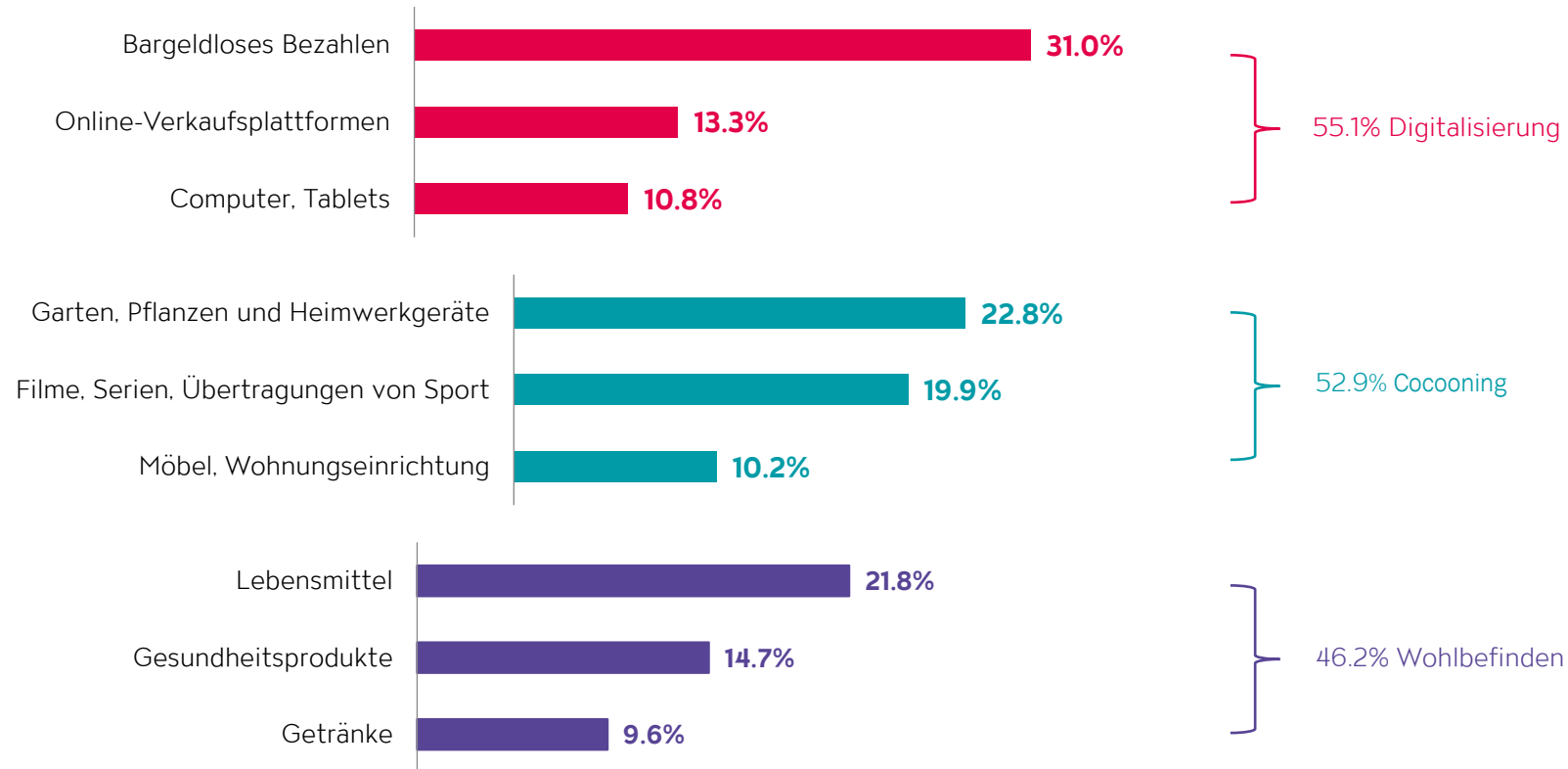
(in der D-CH)

Rückblick auf die Admeira Studie vom Mai 2020

2020

Die Pandemie löste verschiedene Trends aus

Interesse in Bezug auf «Digitalisierung», «Cocooning» und das «Wohlbefinden» hat sich verstärkt

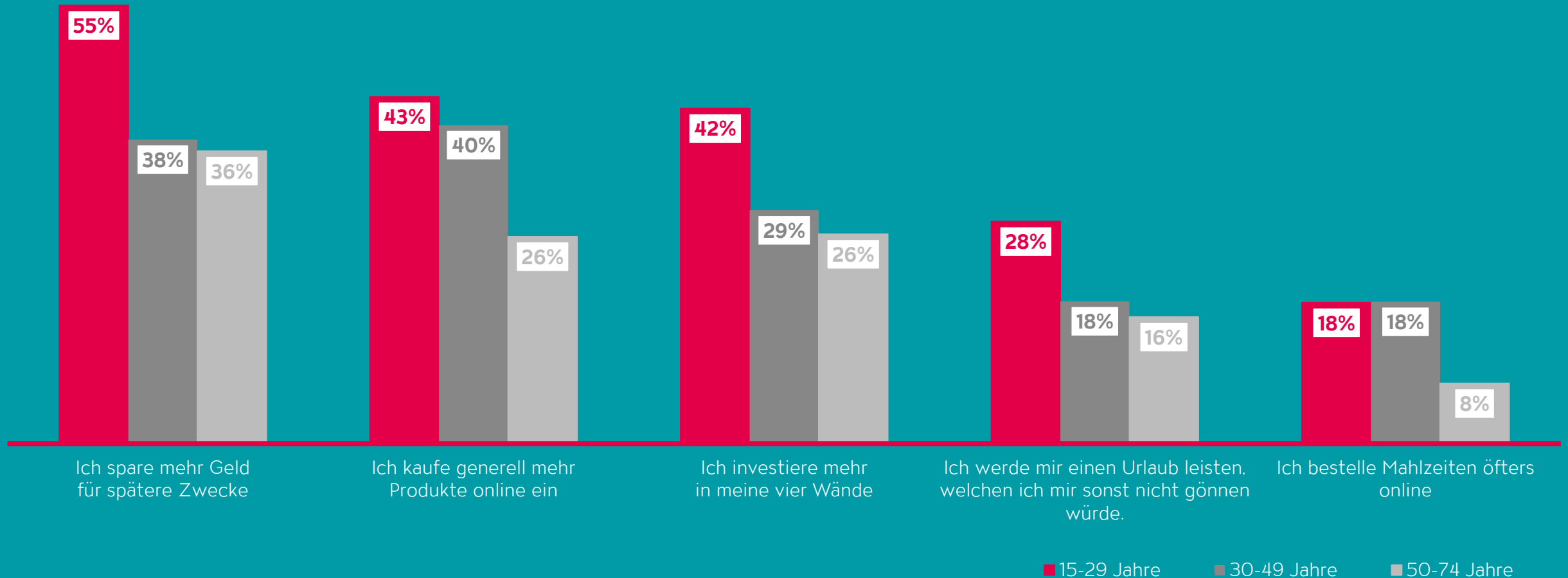


Angaben in %: höheres Produktinteresse | Auswahl der stärksten Ausprägung
Quelle: Admeira-Studie Mediennutzungsverhalten während der Corona Pandemie.

Wie sieht es heute aus?

Online Einkauf und Sparquote sind angestiegen

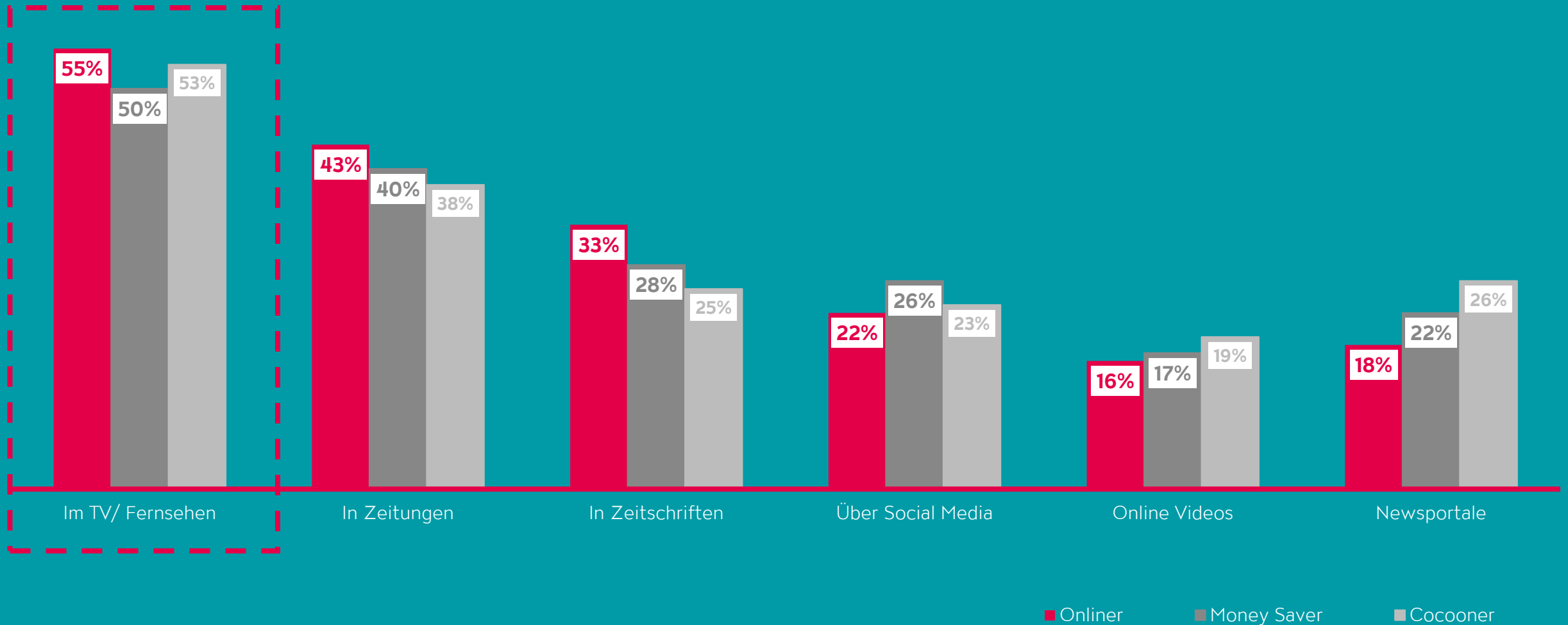
Die letzten 12 Monate haben Gewohnheiten verändert. Wie beurteilen Sie folgende Aussagen?



Anmerkung: Antwortmöglichkeiten Top2
Quelle: AdPanel Adhoc-Studie «Verändertes Einkaufsverhalten» 2021, 754 Personen

Trends kommen, Werbebeachtung bleibt stabil

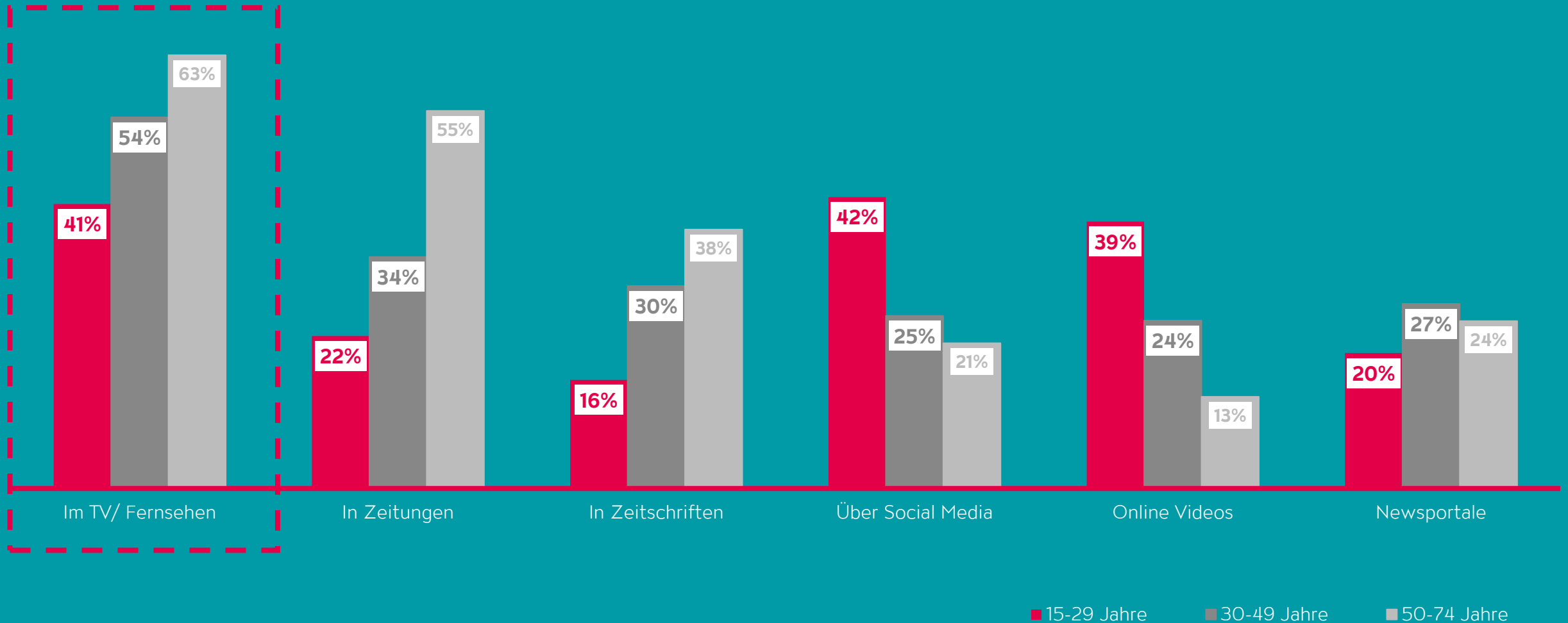
Wie werden Sie während der Corona-Pandemie vornehmlich auf für Sie interessante Produkte/ Dienstleistungen aufmerksam?



Quelle: AdPanel Adhoc-Studie «Verändertes Einkaufsverhalten» 2021, 754 Personen

Hohe Werbebeachtung von TV in allen Zielgruppen

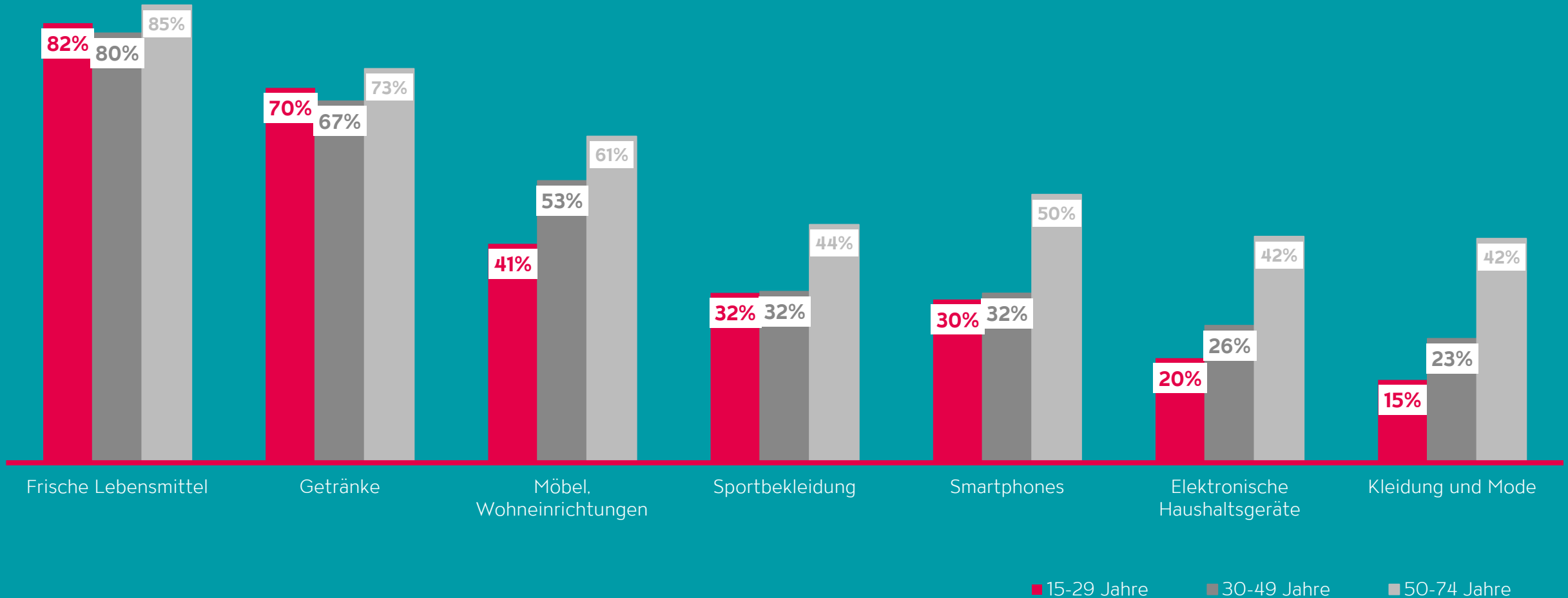
Wie werden Sie während der Corona-Pandemie vornehmlich auf für Sie interessante Produkte/ Dienstleistungen aufmerksam?



Quelle: AdPanel Adhoc-Studie «Verändertes Einkaufsverhalten» 2021, 754 Personen

Stationärer Handel bleibt wichtiger Kontaktpunkt

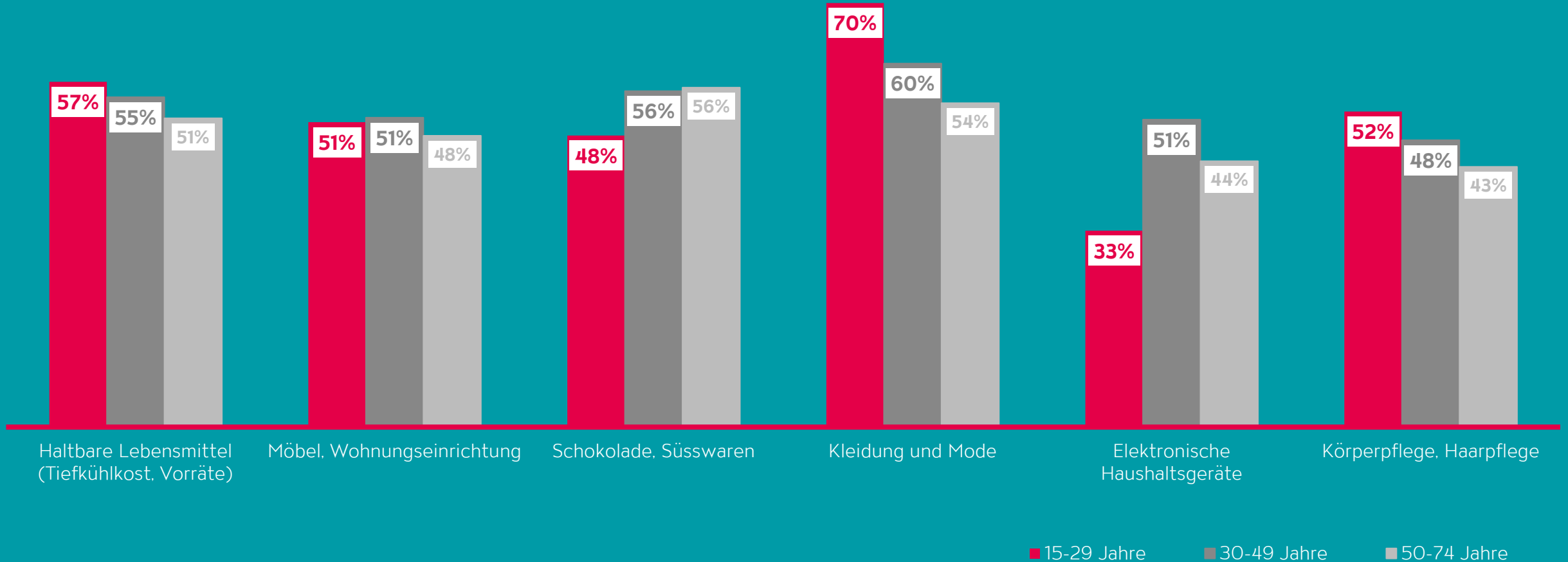
Wie werden Sie künftig folgende Produkte/Dienstleistungen einkaufen? (Angaben in % im stationären Handel)



Angaben in %: im stationären Handel
Quelle: AdPanel Adhoc-Studie «Verändertes Einkaufsverhalten» 2021, 754 Personen

Wechselbereitschaft bleibt mit Alter bestehen

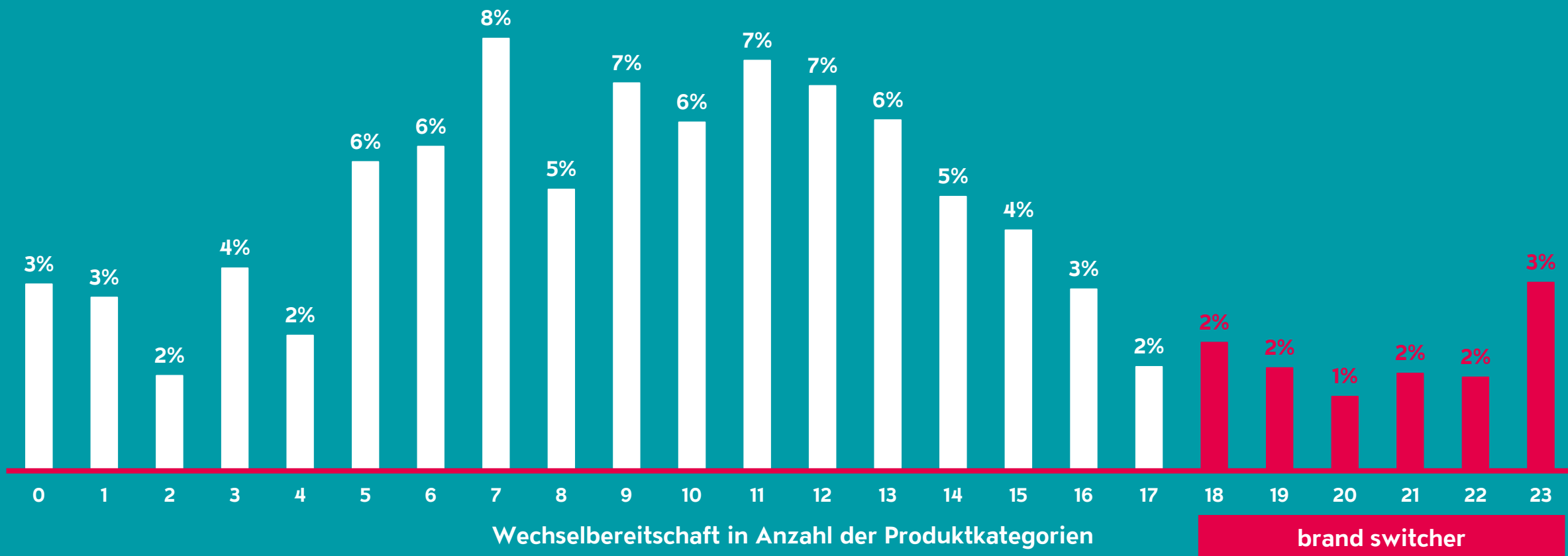
In folgenden Produktbereichen wechsele ich gerne häufiger mal die Marke, statt immer das gleiche zu kaufen.



Anmerkung: Antwortmöglichkeiten Top2
Quelle: AdPanel Adhoc-Studie «Verändertes Einkaufsverhalten» 2021, 754 Personen

Marken-Illoyalität bishin zu «brand switchern»

Verteilung der Markenwechselbereitschaft von Personen in 23 unterschiedlichen Produktkategorien

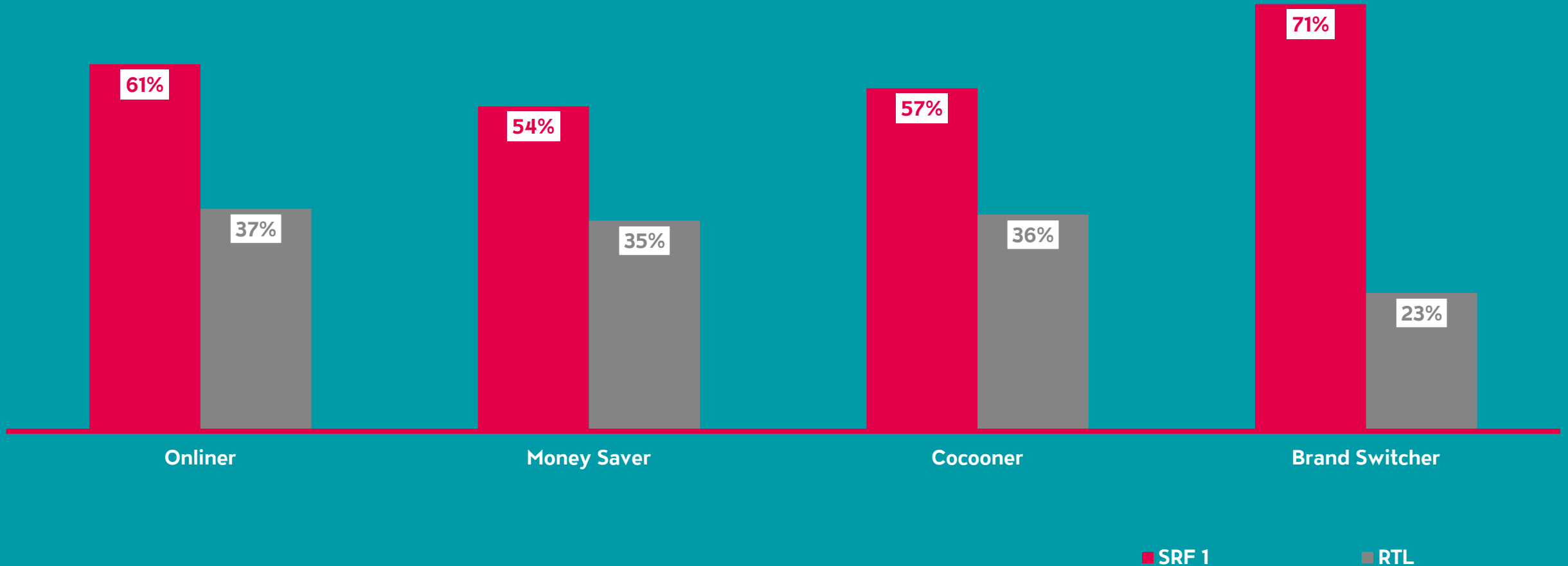


Anmerkung: Antwortmöglichkeiten Top2

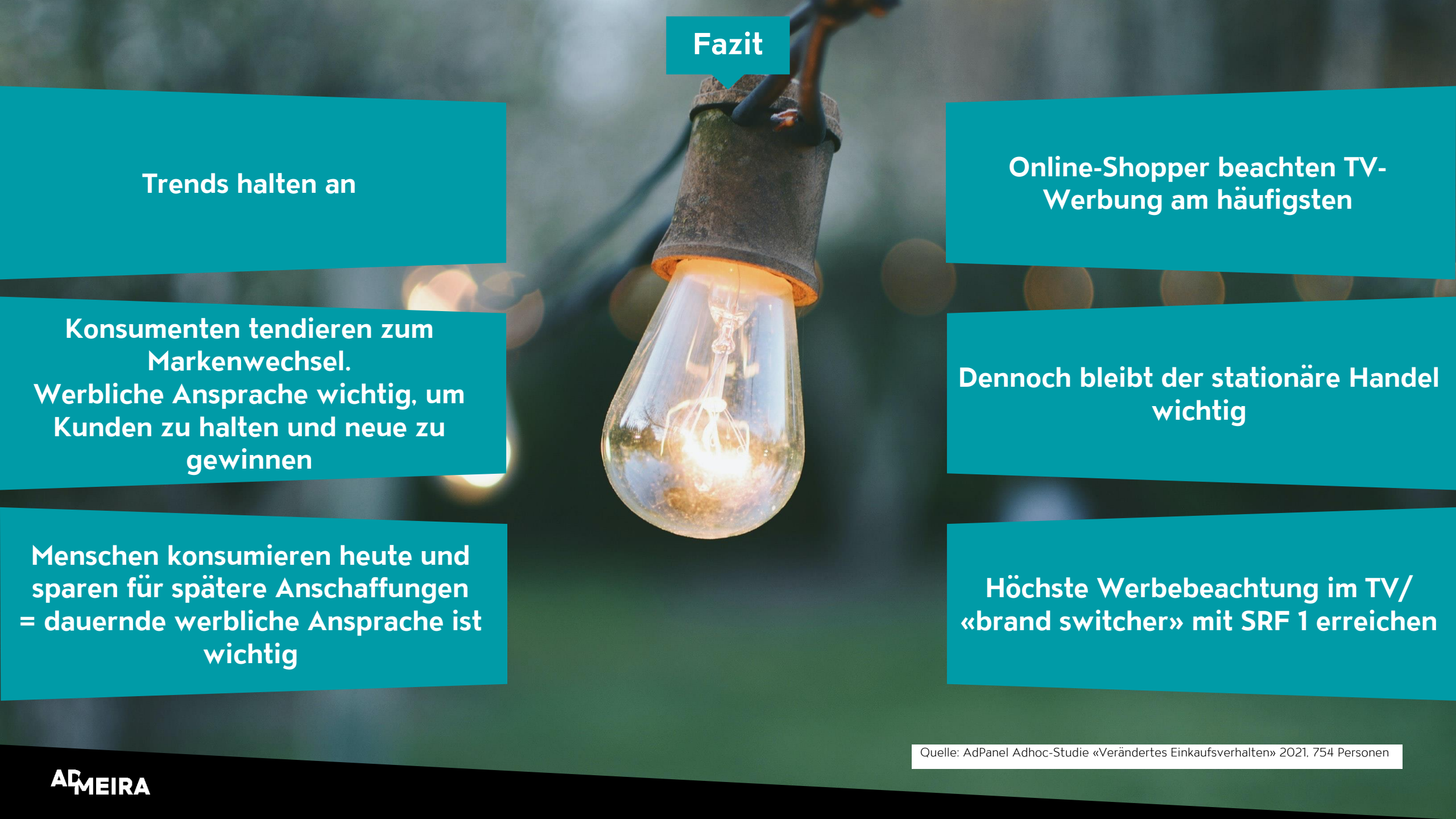
Quelle: AdPanel Adhoc-Studie «Verändertes Einkaufsverhalten» 2021, 754 Personen

Nutzen Sie die Marktchance mit SRF 1

Erreichen Sie spannende Zielgruppenpotentiale, die Sie für Ihre Produkte begeistern können
(tägliche Mediennutzung)



Angaben in %: mind. mehrmalige wöchentliche Nutzung
Quelle: AdPanel Adhoc-Studie «Verändertes Einkaufsverhalten» 2021, 754 Personen



Fazit

Trends halten an

**Konsumenten tendieren zum
Markenwechsel.
Werbliche Ansprache wichtig, um
Kunden zu halten und neue zu
gewinnen**

**Menschen konsumieren heute und
sparen für spätere Anschaffungen
= dauernde werbliche Ansprache ist
wichtig**

**Online-Shopper beachten TV-
Werbung am häufigsten**

**Dennoch bleibt der stationäre Handel
wichtig**

**Höchste Werbebeachtung im TV/
«brand switcher» mit SRF 1 erreichen**

Steckbrief der AdPanel-Studie

Untersuchungsart: GfK-Online-Bus

Ziel: Im Rahmen der AdPanel-Studie wurde das veränderte Einkaufsverhalten sowie die Werbebeachtung von spezifischen Produktkategorien abgetestet.

Stichprobenverfahren: Bevölkerungs-repräsentativ nach soziodemographischen Merkmalen, Random-Quota-Verfahren

Quoten: Geschlecht, Alter (3 Gruppen)

Stichprobe: Interviews in D-CH n=754

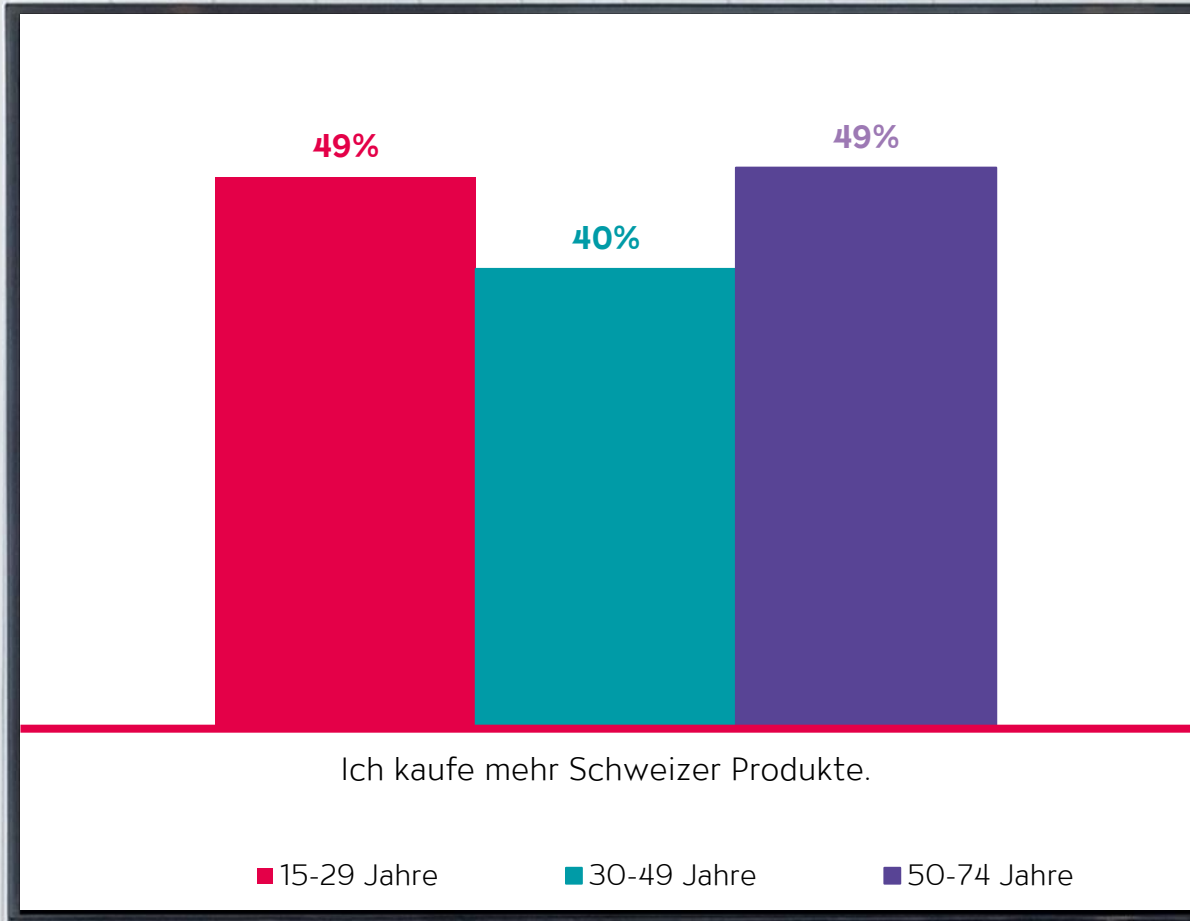
Befragungszeitraum: Befragung in der Woche 12, 2021

Gewichtung: Die Daten wurden nach folgenden Kriterien gewichtet: Geschlecht x Alter (4 Gruppen), Erwerbstätigkeit (4 Gruppen), Schulbildung (2 Gruppen), Super WG (7 Gruppen in DS), Siedlungsart (2 Gruppen). Mit der Gewichtung werden die Daten optimal an die Strukturen der Grundgesamtheit angepasst..

Durchführendes Institut: GfK Switzerland AG, Rotkreuz

Schweizer Produkte werden mehr gekauft

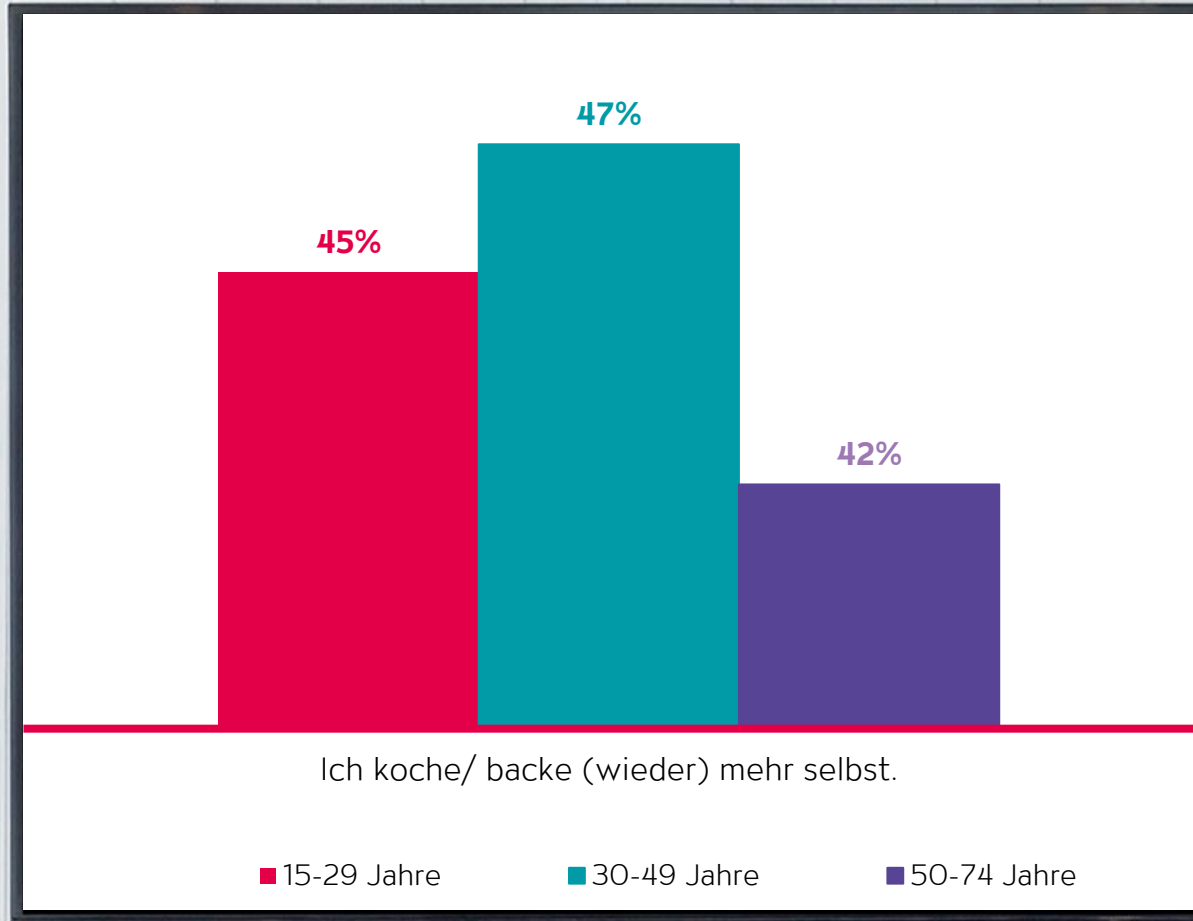
Die letzten 12 Monate haben Gewohnheiten verändert. Wie beurteilen Sie folgende Aussagen?



Anmerkung: Antwortmöglichkeiten Top2
Quelle: AdPanel Adhoc-Studie «Verändertes Einkaufsverhalten» 2021, 754 Personen

Die Menschen kochen/ backen mehr selber

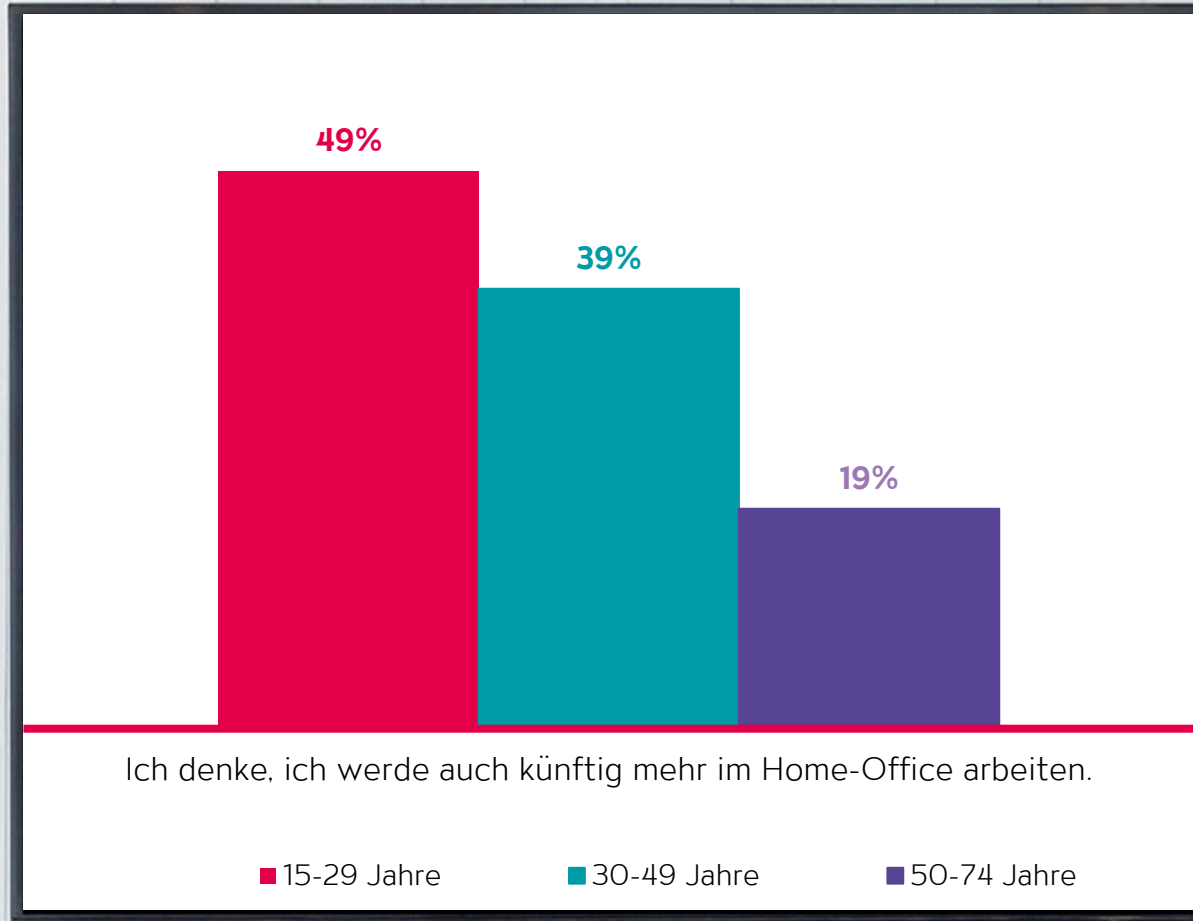
Die letzten 12 Monate haben Gewohnheiten verändert. Wie beurteilen Sie folgende Aussagen?



Anmerkung: Antwortmöglichkeiten Top2
Quelle: AdPanel Adhoc-Studie «Verändertes Einkaufsverhalten» 2021, 754 Personen

Homeoffice wird mehrheitlich bestehen bleiben

Die letzten 12 Monate haben Gewohnheiten verändert. Wie beurteilen Sie folgende Aussagen?



Anmerkung: Antwortmöglichkeiten Top2
Quelle: AdPanel Adhoc-Studie «Verändertes Einkaufsverhalten» 2021, 754 Personen