



Deutschland,
deine Einkaufstrends

Oktober 2024

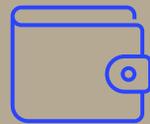


Studiensteckbrief

Methode	Repräsentative Online-Befragung für deutschsprachige Bevölkerung
Stichprobe	2.000 Befragte zwischen 16 und 69 Jahren
Zielgruppe	Leser*innen regionaler Tageszeitungen (RTZ-Leser*innen Print, E-Paper, Online, Paid Online)
Befragungszeitraum	23. Juli – 7. August 2024
Dienstleister	Reppublika Research & Analytics Germany (der neue Name der DCORE GmbH)

Agenda

Kaufverhalten &
Sparzwänge



Shopping-Trends &
Konsumbewusstsein

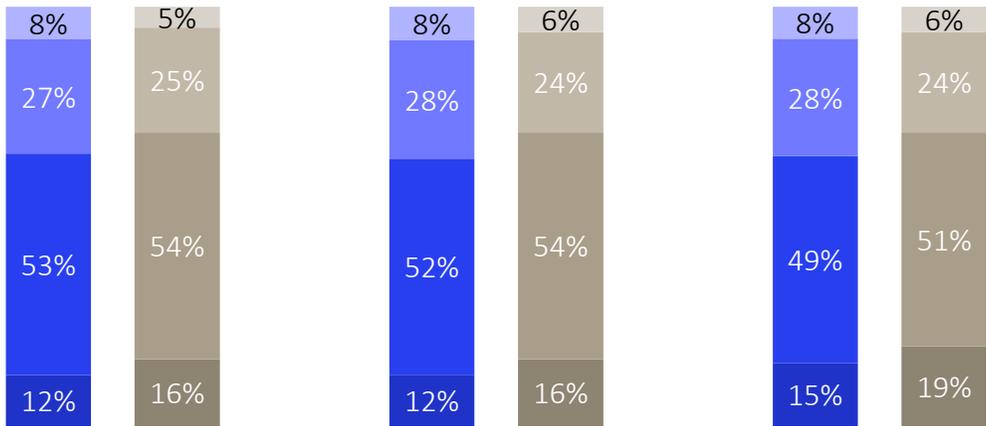


Informations-
verhalten &
Werbung



Viele blicken optimistisch auf ihre wirtschaftliche Lage

■ Gesamt ■ RTZ-Leser*innen



Meine eigene wirtschaftliche Lage im letzten Jahr würde ich als ... bewerten.

Meine eigene wirtschaftliche Lage würde ich aktuell als ... bewerten.

Ich denke, meine eigene wirtschaftliche Lage im nächsten Jahr wird ... sein.

■ überhaupt nicht gut ■ eher nicht gut ■ eher gut ■ sehr gut

Quelle: Score Media Studie. Deutschland, deine Einkaufstrends 2024

Frage: Wie schätzen Sie bezogen auf Ihre eigene, persönliche Situation Ihre wirtschaftliche Lage ein?

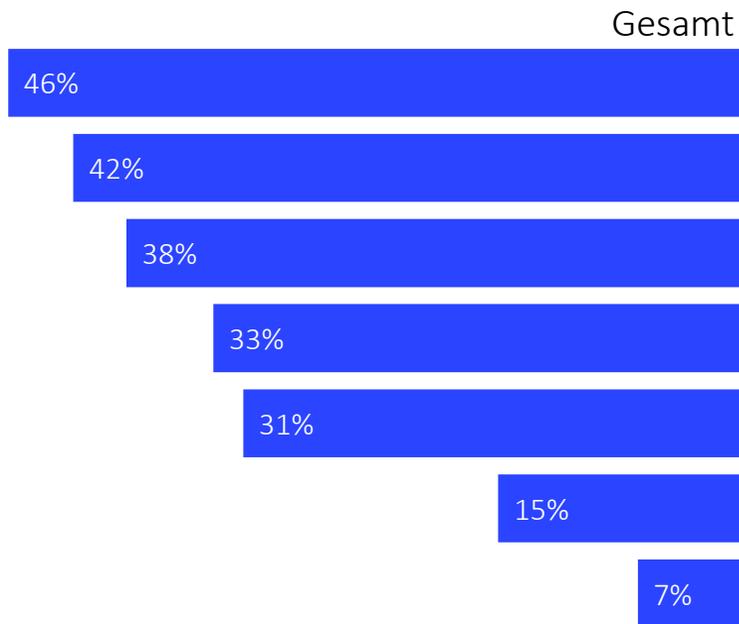
Basis: Gesamt n=2.000, RTZ-Leser*innen n=1.189

Bild: Pexels

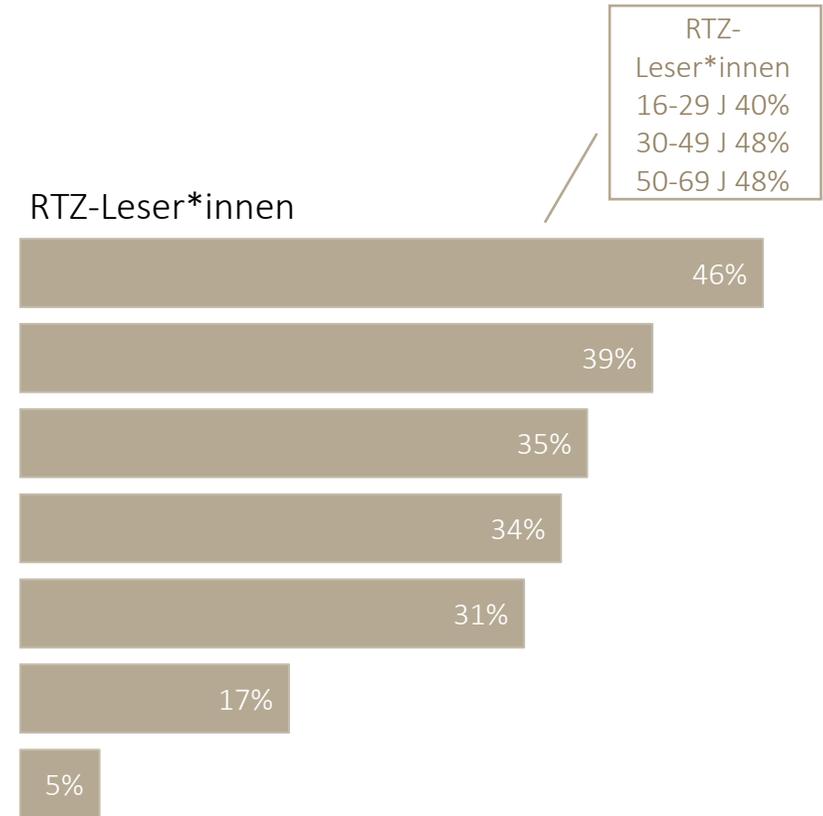


Knapp die Hälfte der Deutschen achtet mehr auf Angebote in der Werbung

Wie hat die Inflation Ihr Kaufverhalten verändert?



Ich achte mehr auf Angebote in der Werbung.
 Ich kaufe im Handel verstärkt die günstigere Eigenmarke.
 Ich kaufe nur das Wichtigste.
 Ich nehme häufiger an Treue-/Bonusprogrammen teil.
 Ich gönne mir weniger Spontankäufe.
 Die Inflation hat mein Kaufverhalten nicht verändert.
 Nichts davon



RTZ-Leser*innen
 16-29 J 40%
 30-49 J 48%
 50-69 J 48%

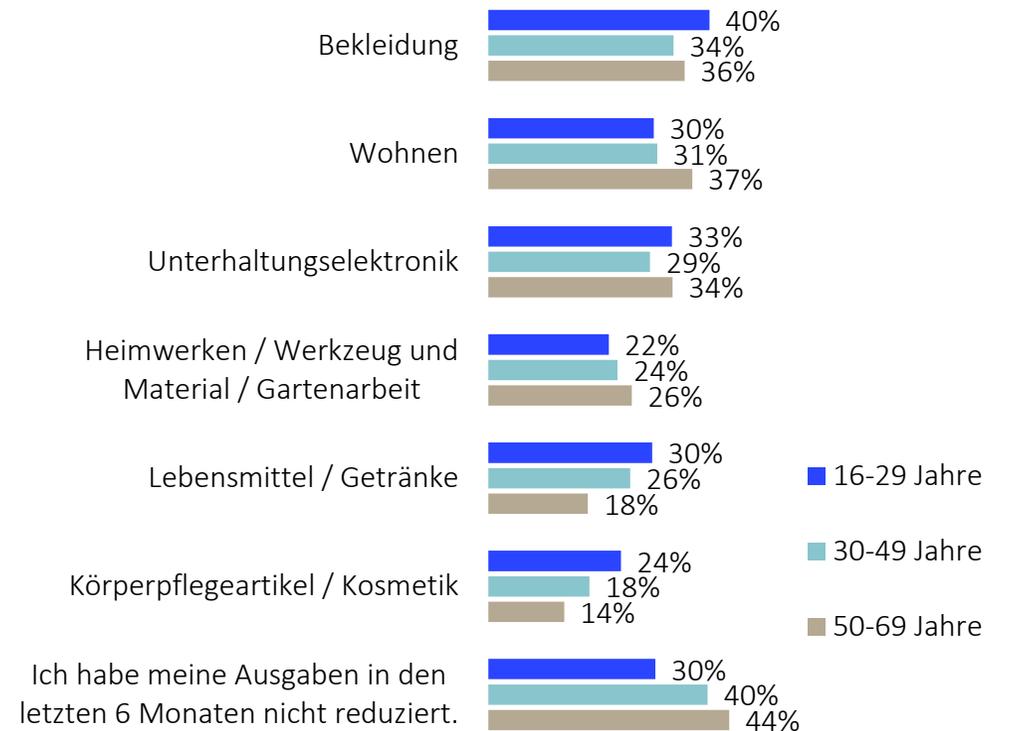
Quelle: Score Media Studie. Deutschland, deine Einkaufstrends 2024

Frage: Wie hat die Inflation Ihr Kaufverhalten verändert? Was trifft auf Sie persönlich zu?

Basis: Gesamt n=2.000, RTZ-Leser*innen n=1.189, RTZ-Leser*innen 16-29 J n=229, 30-49 J n=443, 50-69 J n=517



Die Älteren schränken sich am wenigsten ein



Quelle: Score Media Studie. Deutschland, deine Einkaufstrends 2024

Frage: Denken Sie bitte einmal an die letzten 6 Monate zurück. Haben Sie in einem der folgenden Bereiche im letzten halben Jahr Ihre Ausgaben reduziert?

Basis: Käufer der jeweiligen Kategorie: 16-29 Jahre n= 409 – 455, 30-49 Jahre n= 671 – 728, 50-69 Jahre n= 746 – 809

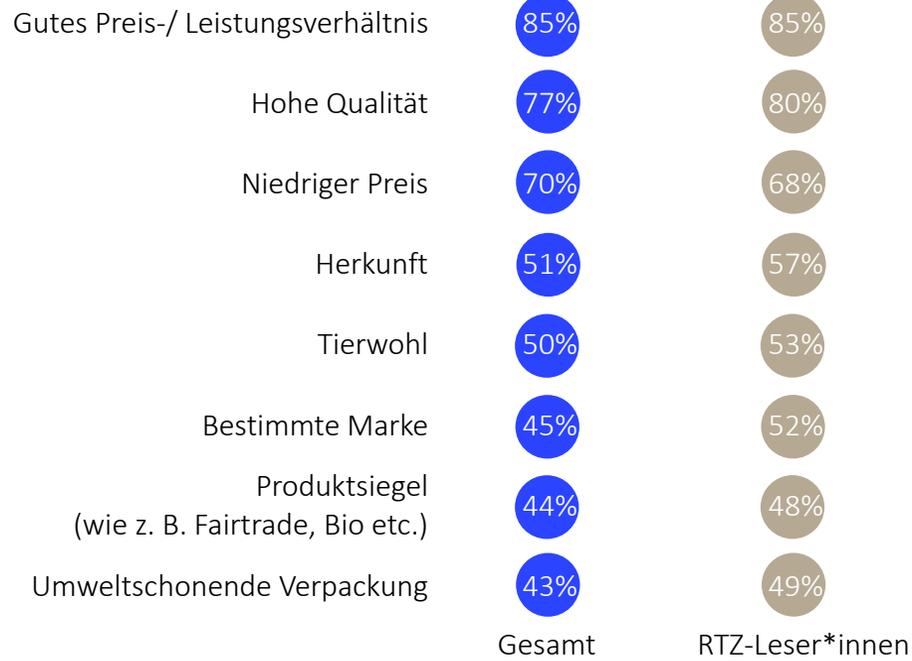
Bild: Pexels

Ein gutes Preis-Leistungsverhältnis ist DAS Kaufkriterium

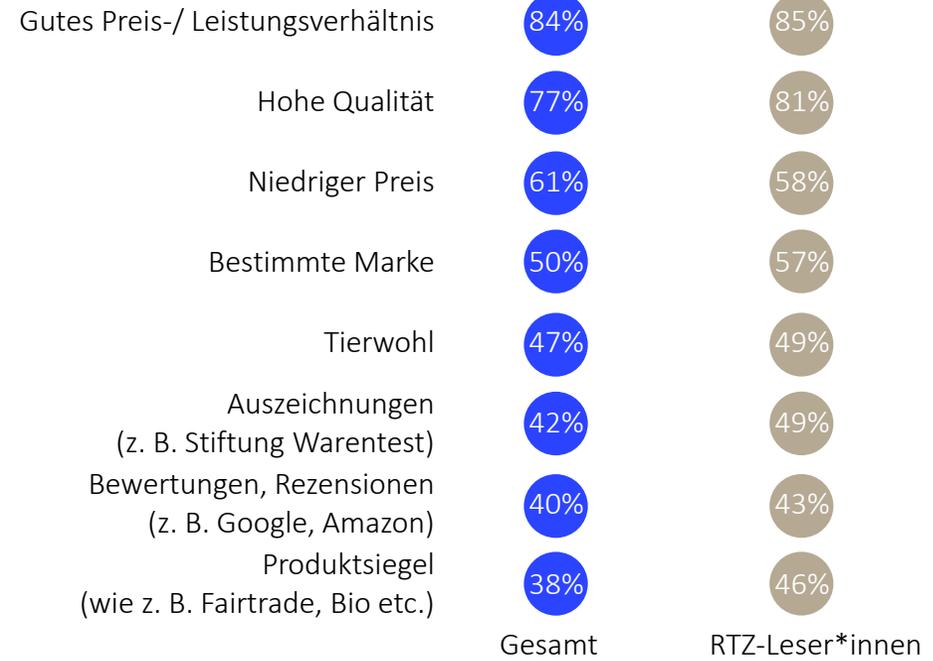
Kaufkriterien im Überblick



Lebensmittel/ Getränke



Körperpflegeartikel/ Kosmetik



Quelle: Score Media Studie. Deutschland, deine Einkaufstrends 2024

Frage: Wie stark achten Sie beim Kauf von Produkten der Kategorie ... auf die folgenden Kriterien? Top-2-Box | Top 8, absteigend sortiert

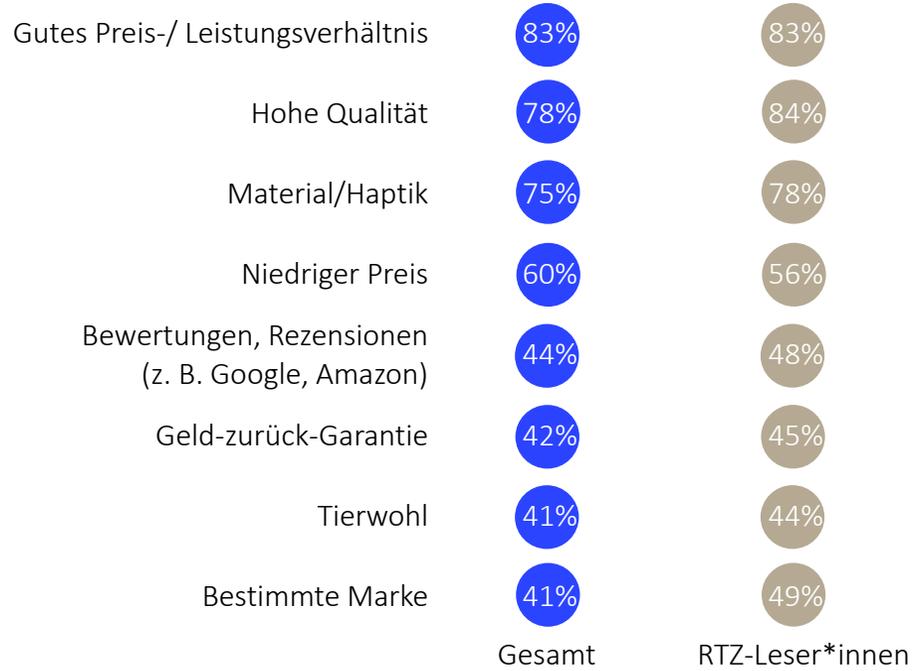
Basis (Zufallsauswahl an Käufern): Gesamt Kategorie Lebensmittel n=655, Körperpflege n=675, Bekleidung n=663, RTZ-Leser*innen Kategorie Lebensmittel n=394, Körperpflege n=387

RTZ-Leser*innen sind besonders qualitäts- und markenbewusst

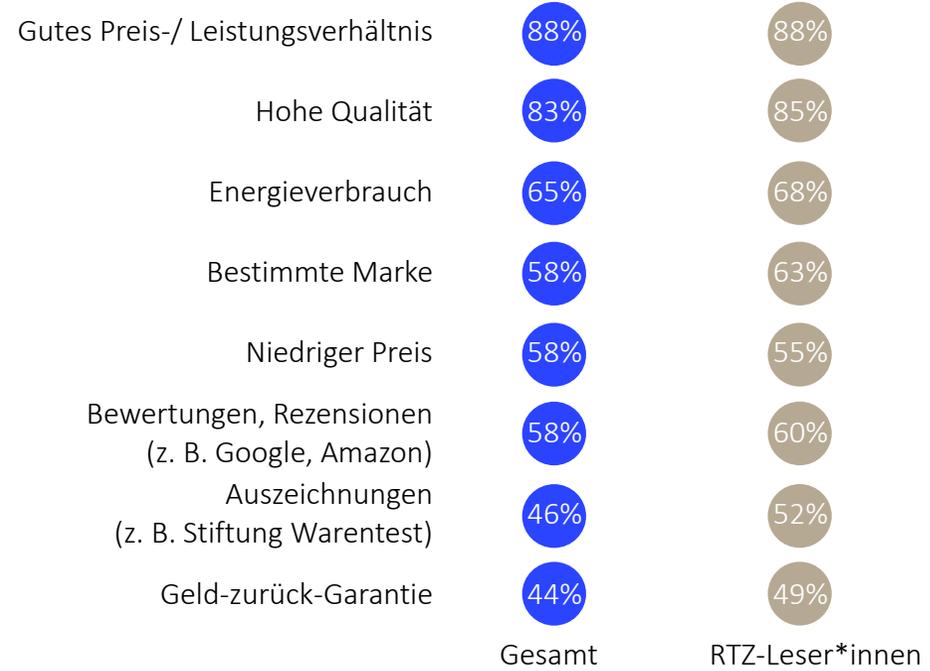
Kaufkriterien im Überblick



Bekleidung



Unterhaltungselektronik



Quelle: Score Media Studie. Deutschland, deine Einkaufstrends 2024

Frage: Wie stark achten Sie beim Kauf von Produkten der Kategorie ... auf die folgenden Kriterien? Top-2-Box | Top 8, absteigend sortiert

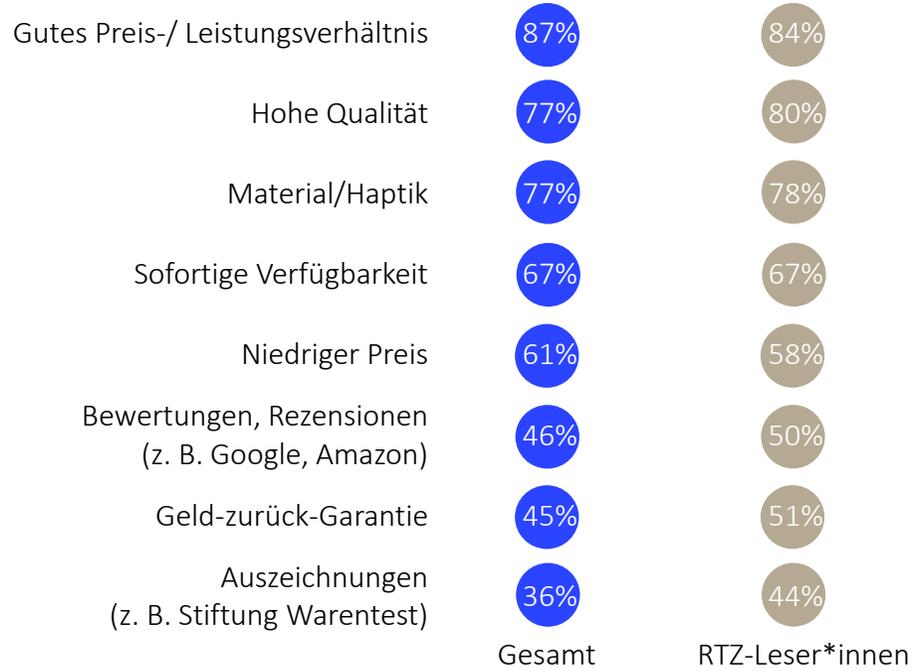
Basis (Zufallsauswahl an Käufern): Gesamt Kategorie, Bekleidung n=663, Unterhaltungselektronik n=675, RTZ-Leser*innen Kategorie, Bekleidung n=391, Unterhaltungselektronik n=399

Bei elektrischen Geräten zählt auch der Energieverbrauch

Kaufkriterien im Überblick



Wohnen



Heimwerken, Werkzeug, Material, Gartenarbeit



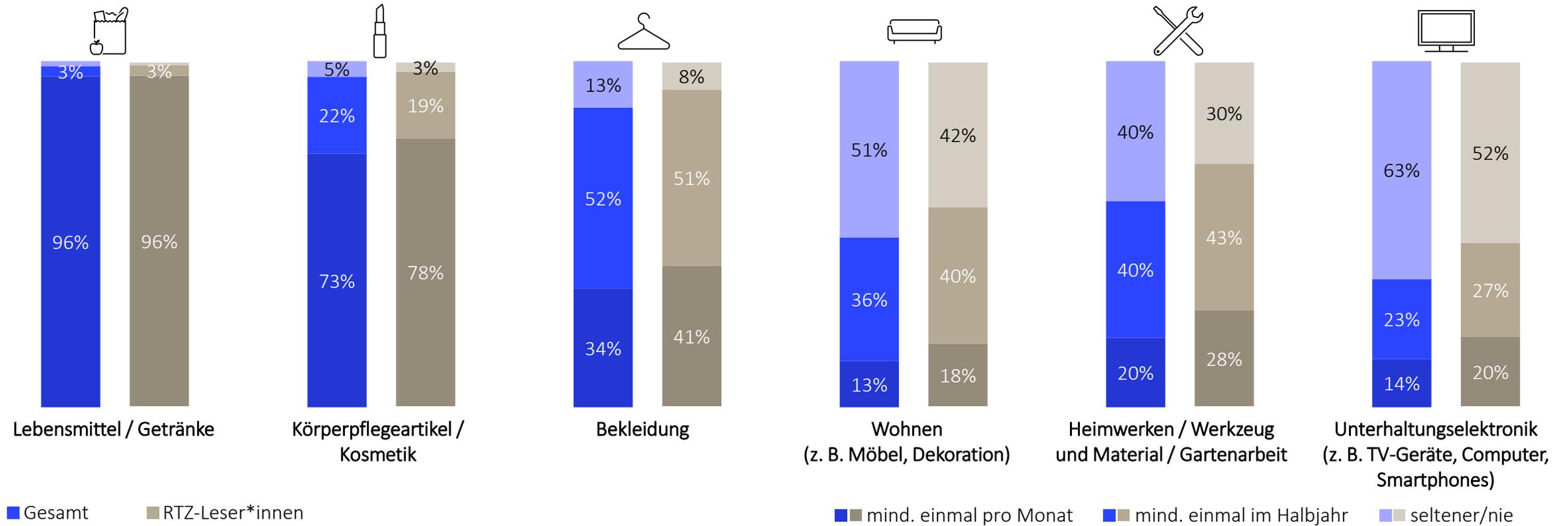
Quelle: Score Media Studie. Deutschland, deine Einkaufstrends 2024

Frage: Wie stark achten Sie beim Kauf von Produkten der Kategorie ... auf die folgenden Kriterien? Top-2-Box | Top 8, absteigend sortiert

Basis (Zufallsauswahl an Käufern): Gesamt Kategorie Wohnen n=662, Heimwerken n=667, RTZ-Leser*innen Kategorie, Wohnen n=407, Heimwerken n=399

RTZ-Leser*innen kaufen häufiger

Kaufhäufigkeit je Produktkategorie



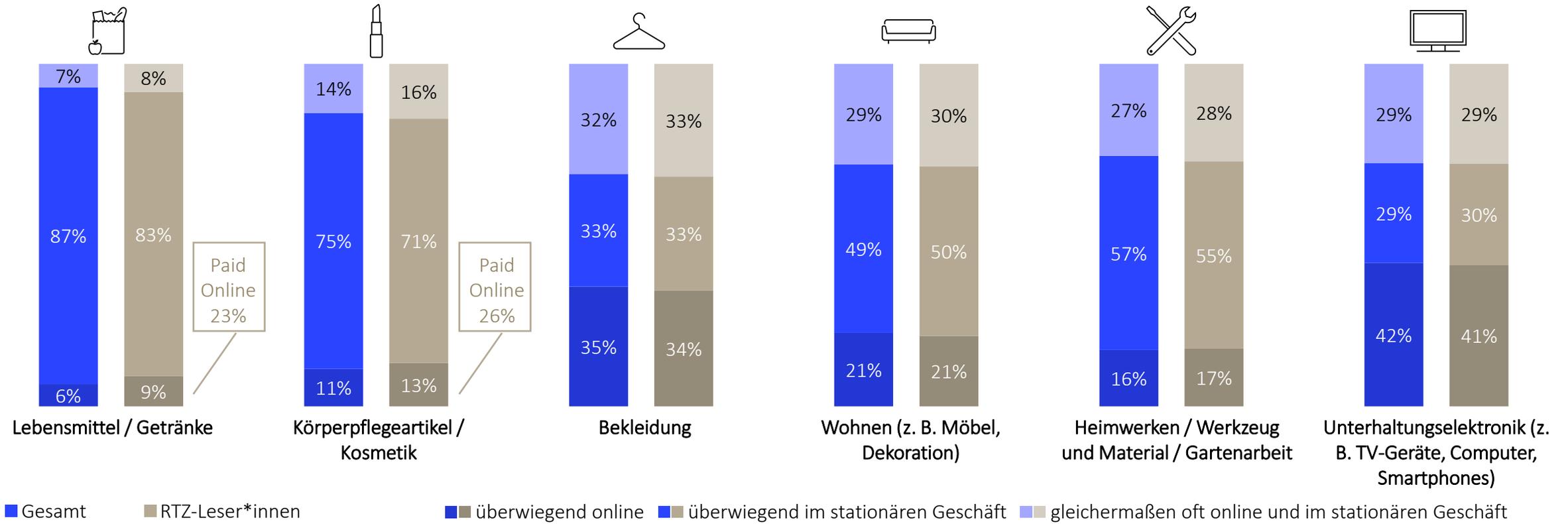
Quelle: Score Media Studie. Deutschland, deine Einkaufstrends 2024

Frage: Im Folgenden sehen Sie verschiedene Produktkategorien. Bitte geben Sie je Kategorie an, wie häufig Sie Produkte der Kategorie kaufen.

Basis: Gesamt n=2.000, RTZ-Leser*innen n=1.189

Vor allem Unterhaltungselektronik kaufen die Deutschen online

Kaufort (online vs offline) je Produktkategorie



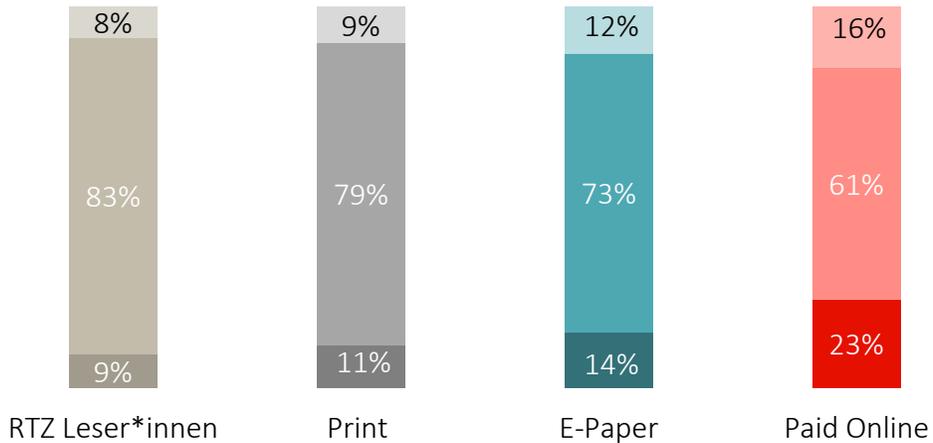
Quelle: Score Media Studie. Deutschland, deine Einkaufstrends 2024

Frage: Bitte geben Sie je Kategorie an, ob Sie Produkte dieser Kategorie überwiegend online und/oder im stationären Geschäft kaufen.

Basis: Käufer der jeweiligen Kategorie: Gesamt n=1.826 – 1.990, RTZ-Leser*innen n= 1.129 – 1.186, Paid Online n=350

Paid Online-Leser*innen kaufen Lebensmittel häufig online

Kaufort Lebensmittel / Getränke (online vs offline)



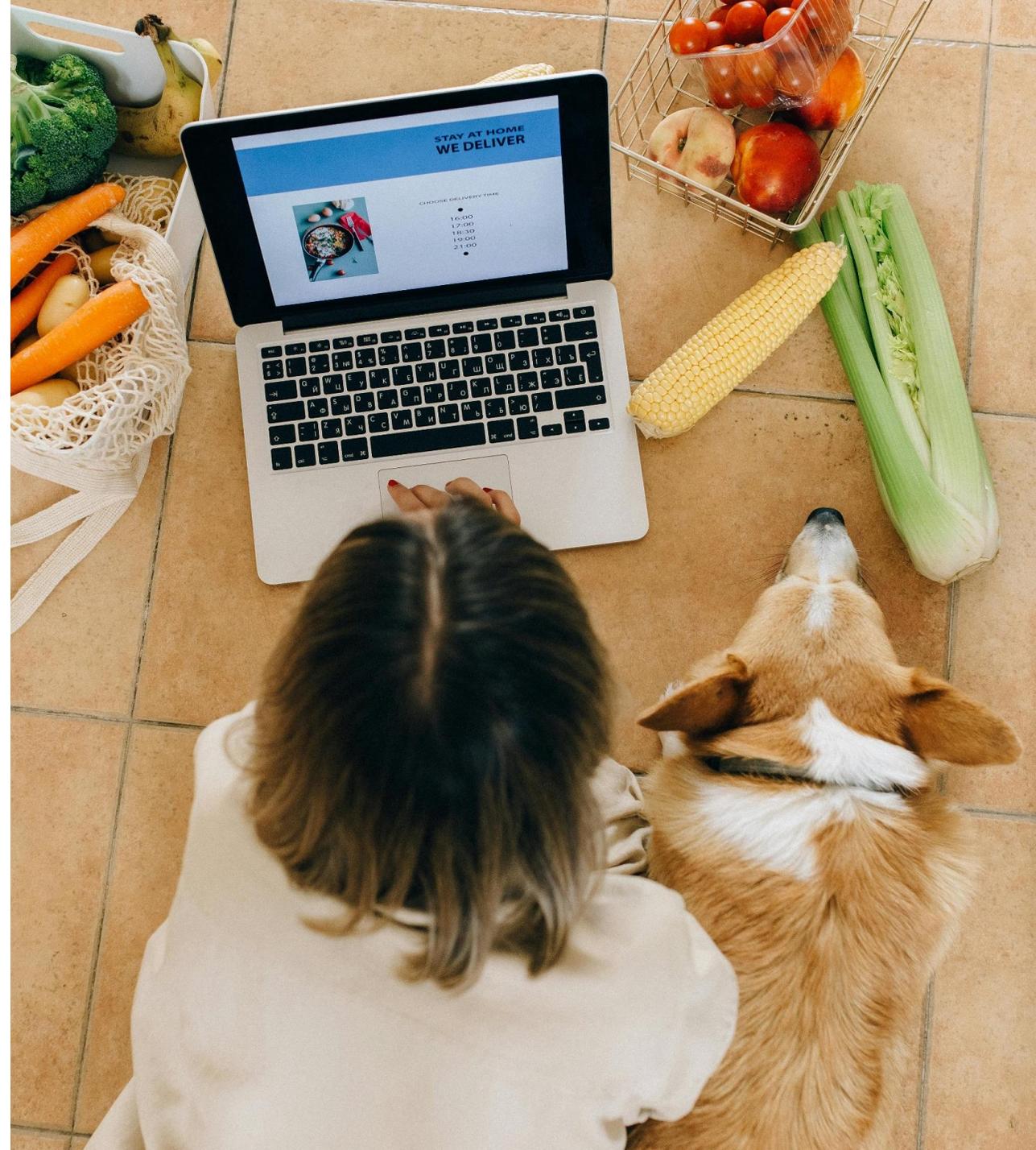
- ■ ■ gleichermaßen oft online und im stationären Geschäft
- ■ ■ überwiegend im stationären Geschäft
- ■ ■ überwiegend online

Quelle: Score Media Studie. Deutschland, deine Einkaufstrends 2024

Frage: Bitte geben Sie je Kategorie an, ob Sie Produkte dieser Kategorie überwiegend online und/oder im stationären Geschäft kaufen.

Basis: Käufer der jeweiligen Kategorie: Gesamt n=1.826 – 1.990, RTZ-Leser*innen n= 1.129 – 1.186, Paid Online n=350

Bild: Pexels

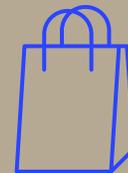


Agenda

Kaufverhalten &
Sparzwänge



Shopping-Trends &
Konsumbewusstsein

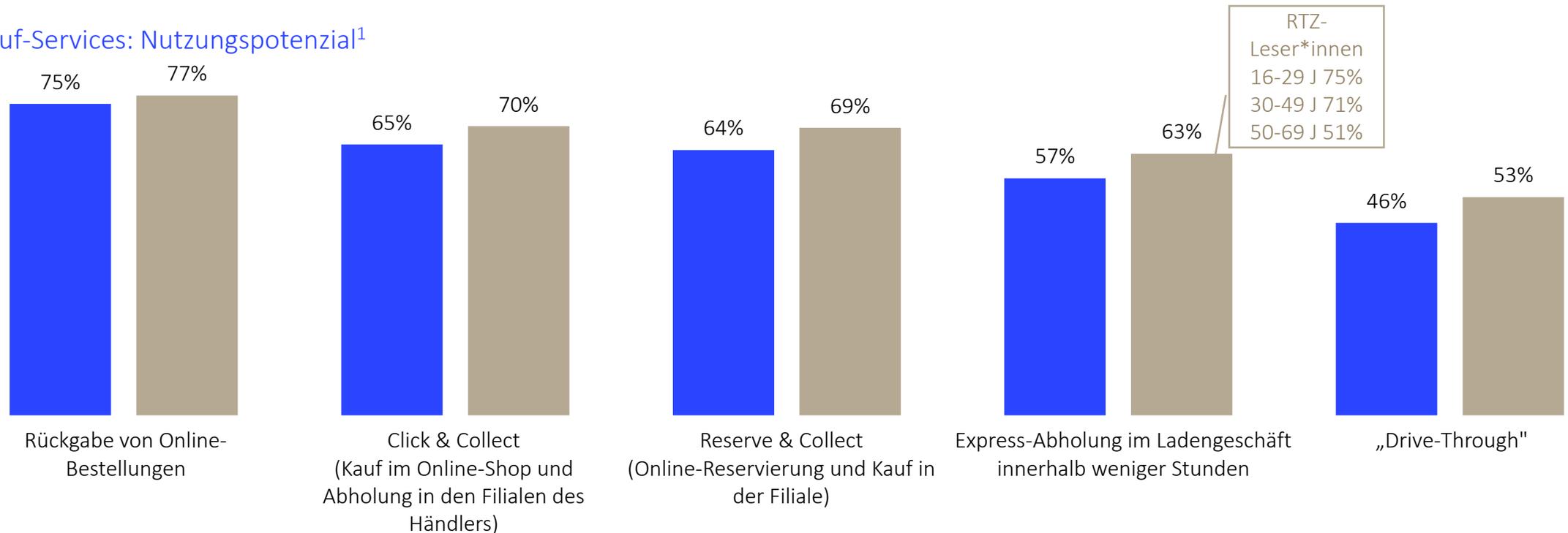


Informations-
verhalten & Werbung



Click & Collect und Reserve & Collect finden große Akzeptanz

Einkauf-Services: Nutzungspotenzial¹



Quelle: Score Media Studie. Deutschland, deine Einkaufstrends 2024

Frage: Nachfolgend finden Sie verschiedene Einkauf-Services. Bitte geben Sie je Service an, ob Sie diesen bereits nutzen oder Interesse an einer Nutzung haben.

¹Nutzungspotenzial = nutze ich; habe ich bereits ausprobiert und kann mir vorstellen, es wieder zu nutzen; habe ich noch nicht ausprobiert, kann ich mir aber vorstellen

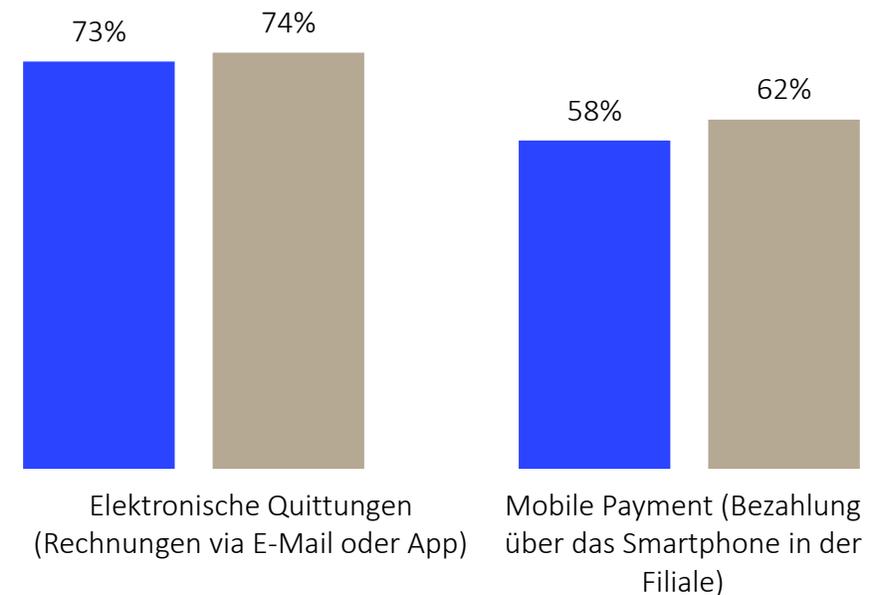
Basis: Gesamt n=2.000, RTZ-Leser*innen n=1.189; RTZ-Leser*innen 16-29 J n=229, 30-49 J n=443, 50-69 J n=517, E-Paper n=536, Paid Online n=353

■ Gesamt ■ RTZ-Leser*innen

Bezahlen über das Smartphone – viele sind aufgeschlossen

Einkauf-Services: Nutzungspotenzial¹

■ Gesamt ■ RTZ-Leser*innen



Quelle: Score Media Studie. Deutschland, deine Einkaufstrends 2024

Frage: Nachfolgend finden Sie verschiedene Einkauf-Services. Bitte geben Sie je Service an, ob Sie diesen bereits nutzen oder Interesse an einer Nutzung haben.

¹Nutzungspotenzial = nutze ich; habe ich bereits ausprobiert und kann mir vorstellen, es wieder zu nutzen; habe ich noch nicht ausprobiert, kann ich mir aber vorstellen

Basis: Gesamt n=2.000, RTZ-Leser*innen n=1.189



Mehr als die Hälfte der RTZ-Leser*innen
(56%, Gesamt: 56%) nutzen
bereits Self-Service-Kassen.

Quelle: Score Media Studie, Deutschland, deine Einkaufstrends 2024

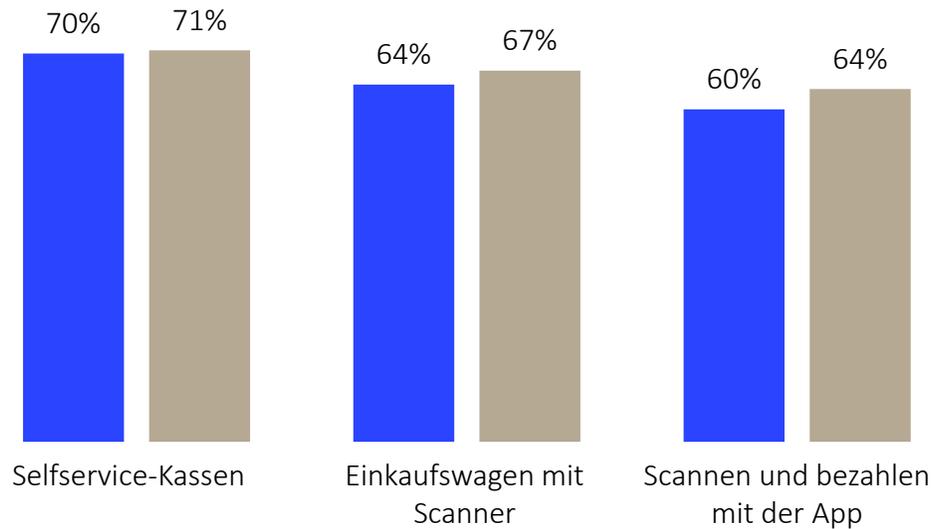
Frage: Nachfolgend finden Sie verschiedene Einkauf-Services. Bitte geben Sie je Service an, ob Sie diesen bereits nutzen oder Interesse an einer Nutzung haben. Antworten: nutze ich; habe ich bereits ausprobiert und kann mir vorstellen, es wieder zu nutzen

Basis: RTZ-Leser*innen n=1.189; Bild: Pexels

Selber scannen, selber kassieren – für die meisten keine Hürde

Einkauf-Services: Nutzungspotenzial¹

■ Gesamt ■ RTZ-Leser*innen



Quelle: Score Media Studie. Deutschland, deine Einkaufstrends 2024

Frage: Nachfolgend finden Sie verschiedene Einkauf-Services. Bitte geben Sie je Service an, ob Sie diesen bereits nutzen oder Interesse an einer Nutzung haben.

¹Nutzungspotenzial = nutze ich; habe ich bereits ausprobiert und kann mir vorstellen, es wieder zu nutzen; habe ich noch nicht ausprobiert, kann ich mir aber vorstellen

Basis: Gesamt n=2.000, RTZ-Leser*innen n=1.189; RTZ-Leser*innen 16-29 J n=229, 30-49 J n=443, 50-69 J n=517

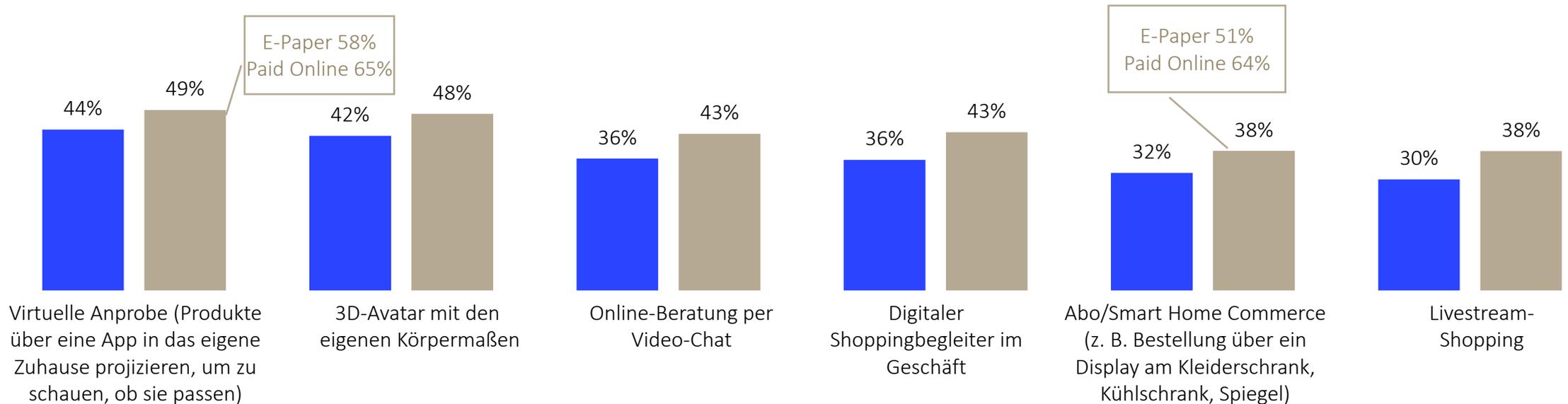
Bild: Pexels



RTZ-Leser*innen aufgeschlossener gegenüber Shopping-Innovationen

■ Gesamt ■ RTZ-Leser*innen

Einkauf-Services: Nutzungspotenzial¹



Quelle: Score Media Studie. Deutschland, deine Einkaufstrends 2024

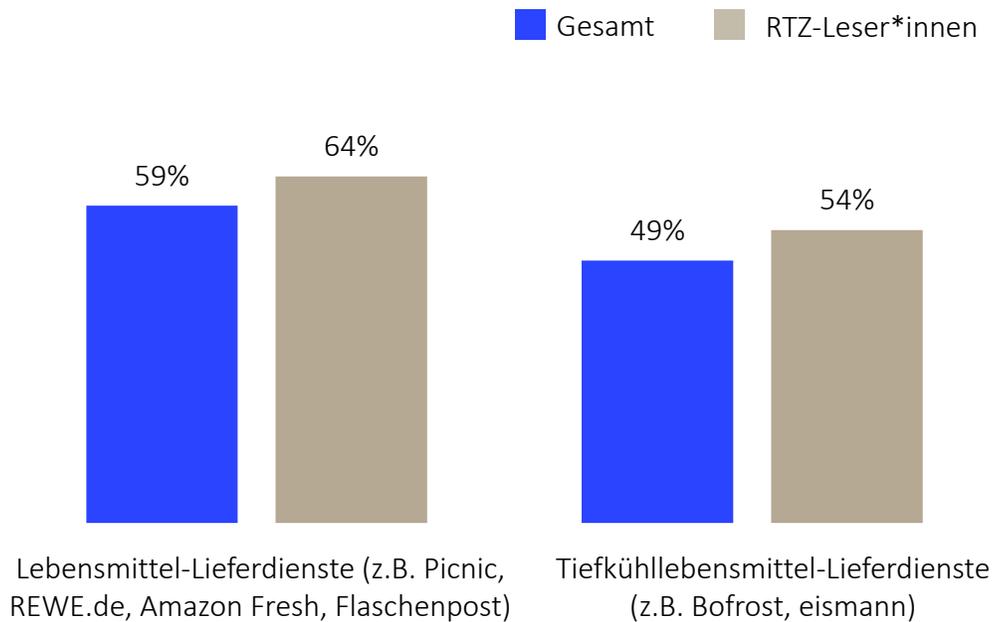
Frage: Nachfolgend finden Sie verschiedene Einkauf-Services. Bitte geben Sie je Service an, ob Sie diesen bereits nutzen oder Interesse an einer Nutzung haben.

¹Nutzungspotenzial = nutze ich; habe ich bereits ausprobiert und kann mir vorstellen, es wieder zu nutzen; habe ich noch nicht ausprobiert, kann ich mir aber vorstellen

Basis: Gesamt n=2.000, RTZ-Leser*innen n=1.189; E-Paper n=536, Paid Online n=353

Lebensmittel-Lieferservices erfreuen sich großer Beliebtheit

Lieferdienste: Nutzungspotenzial¹



Quelle: Score Media Studie. Deutschland, deine Einkaufstrends 2024

Frage: Nachfolgend finden Sie verschiedene Einkauf-Services. Bitte geben Sie je Service an, ob Sie diesen bereits nutzen oder Interesse an einer Nutzung haben.

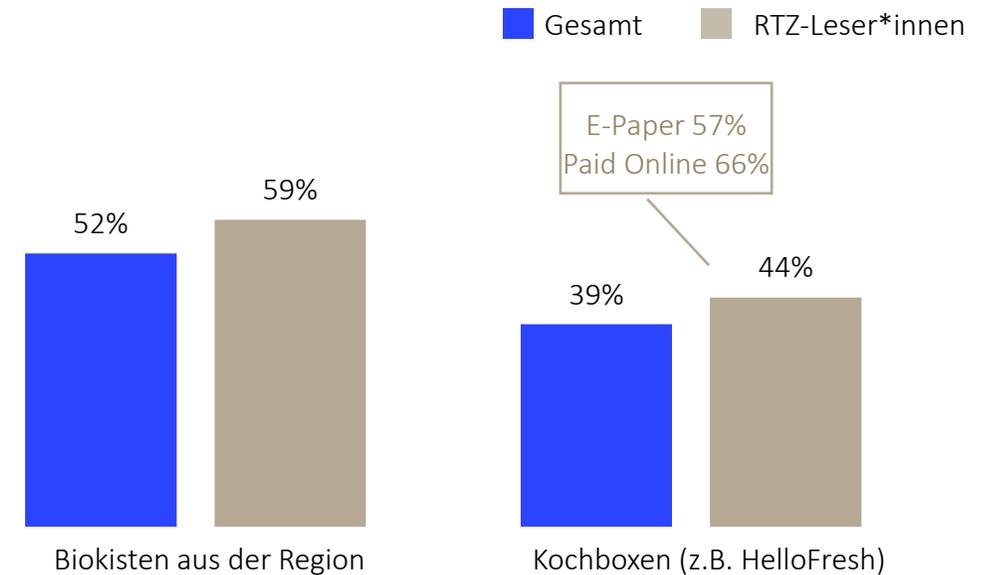
¹Nutzungspotenzial = nutze ich; habe ich bereits ausprobiert und kann mir vorstellen, es wieder zu nutzen; habe ich noch nicht ausprobiert, kann ich mir aber vorstellen

Gesamt n=2.000, RTZ-Leser*innen n=1.189, Bild: Pexels



Convenience ja, aber gesund

Lieferdienste: Nutzungspotenzial¹



Quelle: Score Media Studie. Deutschland, deine Einkaufstrends 2024

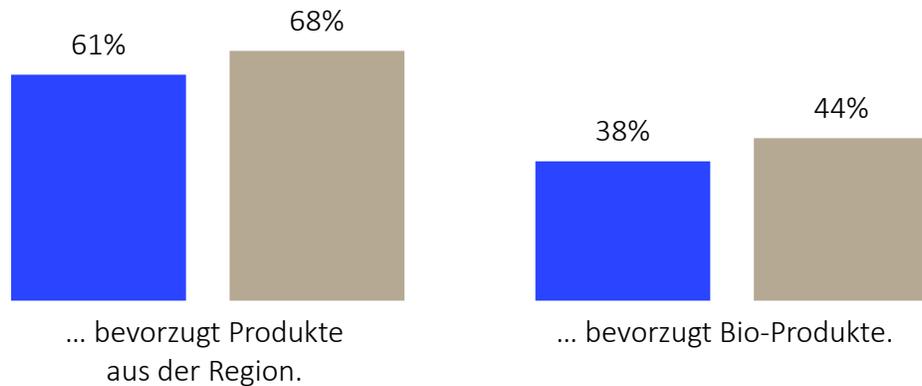
Frage: Nachfolgend finden Sie verschiedene Einkauf-Services. Bitte geben Sie je Service an, ob Sie diesen bereits nutzen oder Interesse an einer Nutzung haben.

¹Nutzungspotenzial = nutze ich; habe ich bereits ausprobiert und kann mir vorstellen, es wieder zu nutzen; habe ich noch nicht ausprobiert, kann ich mir aber vorstellen

Basis: Gesamt n=2.000, RTZ-Leser*innen n=1.189; E-Paper n=536, Paid Online n=353; Bild: Pexels

Regionalität schlägt Bio

Ich kaufe ...



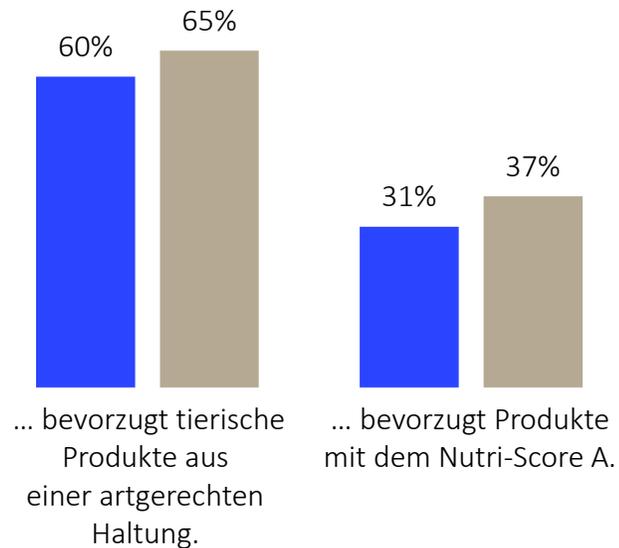
■ Gesamt ■ RTZ-Leser*innen

Quelle: Score Media Studie. Deutschland, deine Einkaufstrends 2024
Frage: Inwiefern stimmen Sie (den) folgenden Aussagen zu? Top-2-Box
Basis: Gesamt n=2.000, RTZ-Leser*innen n=1.189
Bild: Pexels

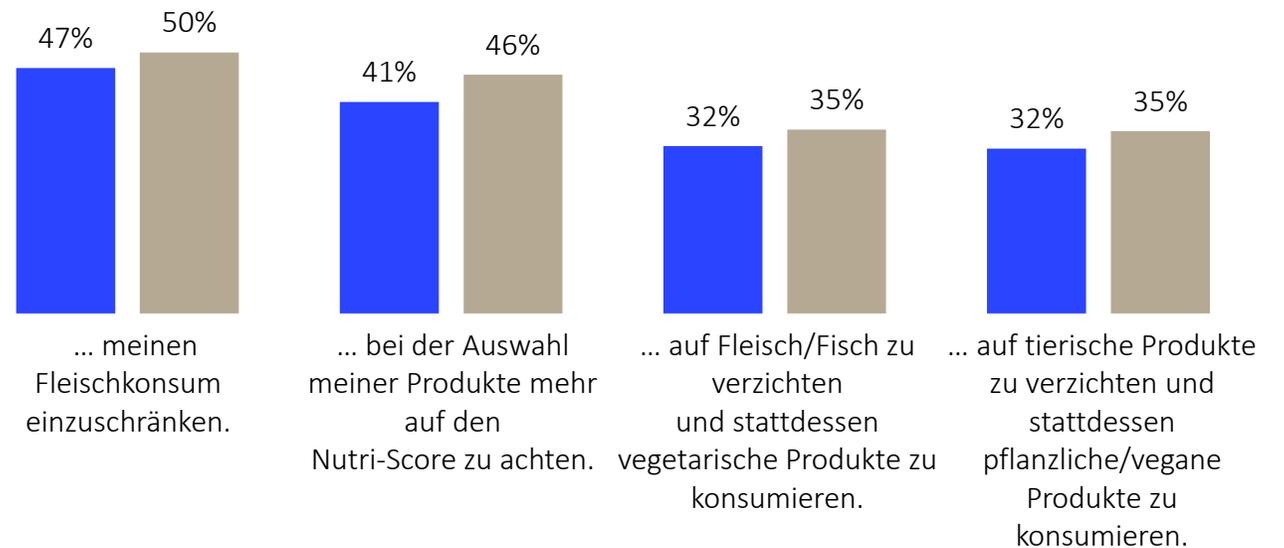


RTZ-Leser*innen ernähren sich bewusster und gesünder

Ich kaufe ...



Ich könnte mir vorstellen ...



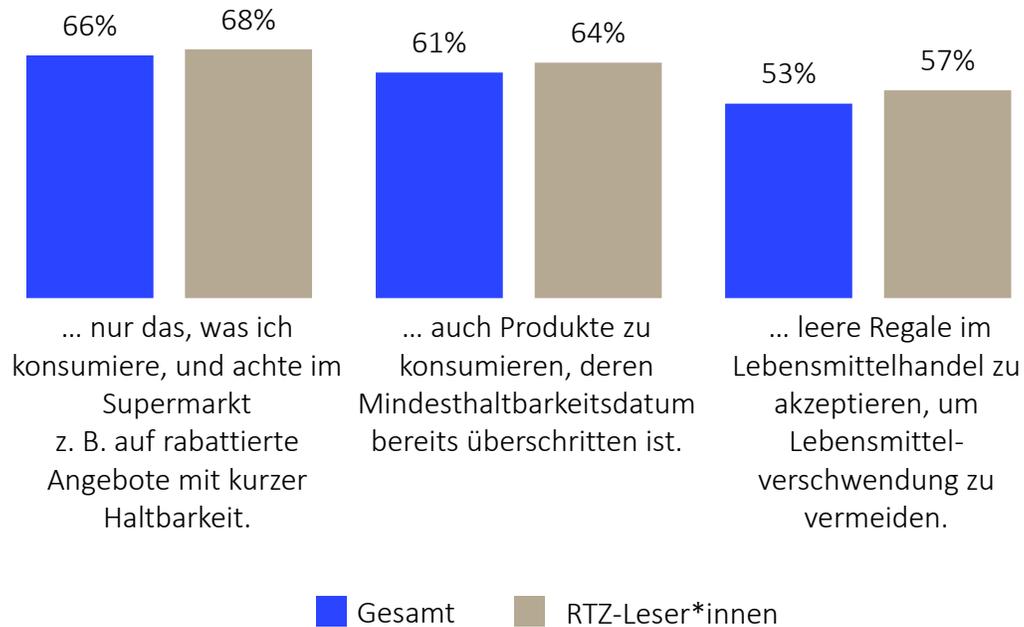
■ Gesamt ■ RTZ-Leser*innen

Quelle: Score Media Studie. Deutschland, deine Einkaufstrends 2024
 Frage: Inwiefern stimmen Sie (den) folgenden Aussagen zu? Top-2-Box
 Basis: Gesamt n=2.000, RTZ-Leser*innen n=1.189

Food Waste: Mehrheit tut bereits etwas

Ich kaufe ...

Ich könnte mir vorstellen ...



Quelle: Score Media Studie. Deutschland, deine Einkaufstrends 2024
Frage: Inwiefern stimmen Sie (den) folgenden Aussagen zu? Top-2-Box
Basis: Gesamt n=2.000, RTZ-Leser*innen n=1.189
Bild: Pexels

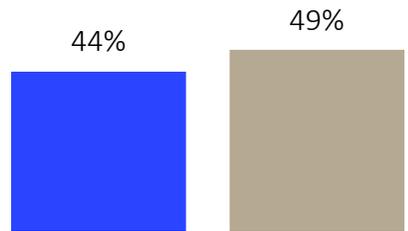


Mehr als die Hälfte der RTZ-Leser*innen (58%, Gesamt: 53%) könnte sich vorstellen, auf Fast Fashion zu verzichten und stattdessen nachhaltigere Kleidung zu kaufen.



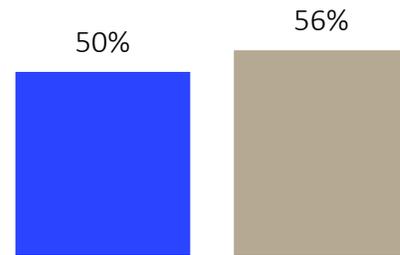
Asiatische Online-Shops polarisieren

Ich kaufe ...



... nicht bei außer-europäischen Online-Shops.

Ich könnte mir vorstellen ...



... bewusster im Internet einzukaufen, indem ich auf den Einkauf bei asiatischen Händlern oder internationalen Online-Marktplätzen verzichte.

■ Gesamt ■ RTZ-Leser*innen

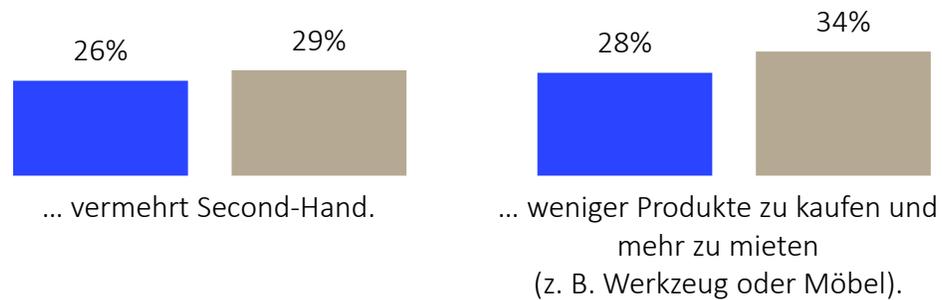
Quelle: Score Media Studie. Deutschland, deine Einkaufstrends 2024
 Frage: Inwiefern stimmen Sie (den) folgenden Aussagen zu? Top-2-Box
 Basis: Gesamt n=2.000, RTZ-Leser*innen n=1.189
 Bild: Pexels



Gebraucht kaufen oder leihen ist für viele eine Alternative

Ich kaufe ...

Ich könnte mir vorstellen ...

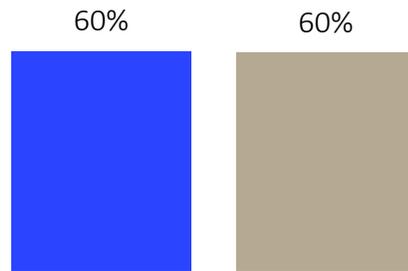


■ Gesamt ■ RTZ-Leser*innen



Nachhaltigkeit für viele auch eine Frage des Portemonnaies

Ich kaufe ...



... nicht immer so nachhaltig, wie das möglich wäre, weil nachhaltige Produkte meist teurer sind.

■ Gesamt ■ RTZ-Leser*innen



Agenda

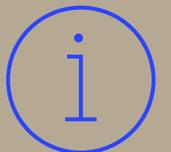
Kaufverhalten &
Sparzwänge



Shopping-Trends &
Konsumbewusstsein



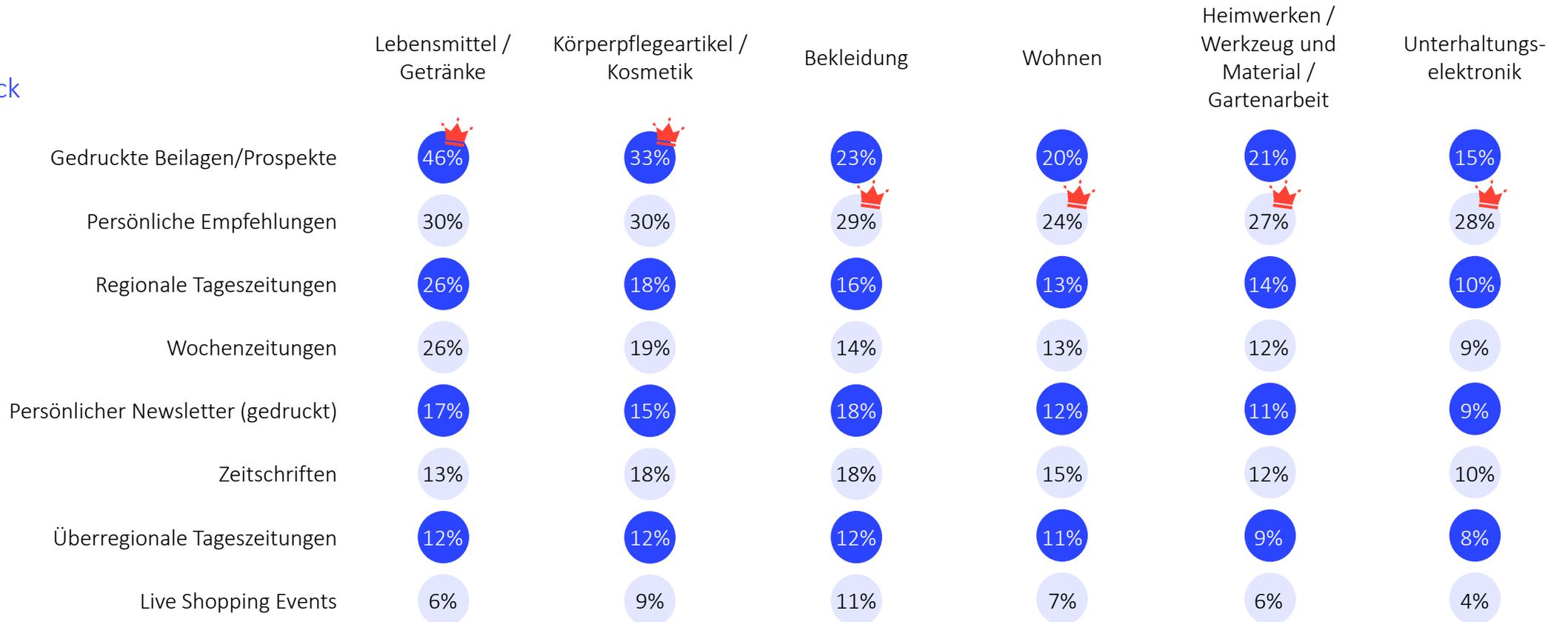
Informations-
verhalten & Werbung





Offline-Informationsquelle vor dem Kauf

... im Überblick



Quelle: Score Media Studie. Deutschland, deine Einkaufstrends 2024

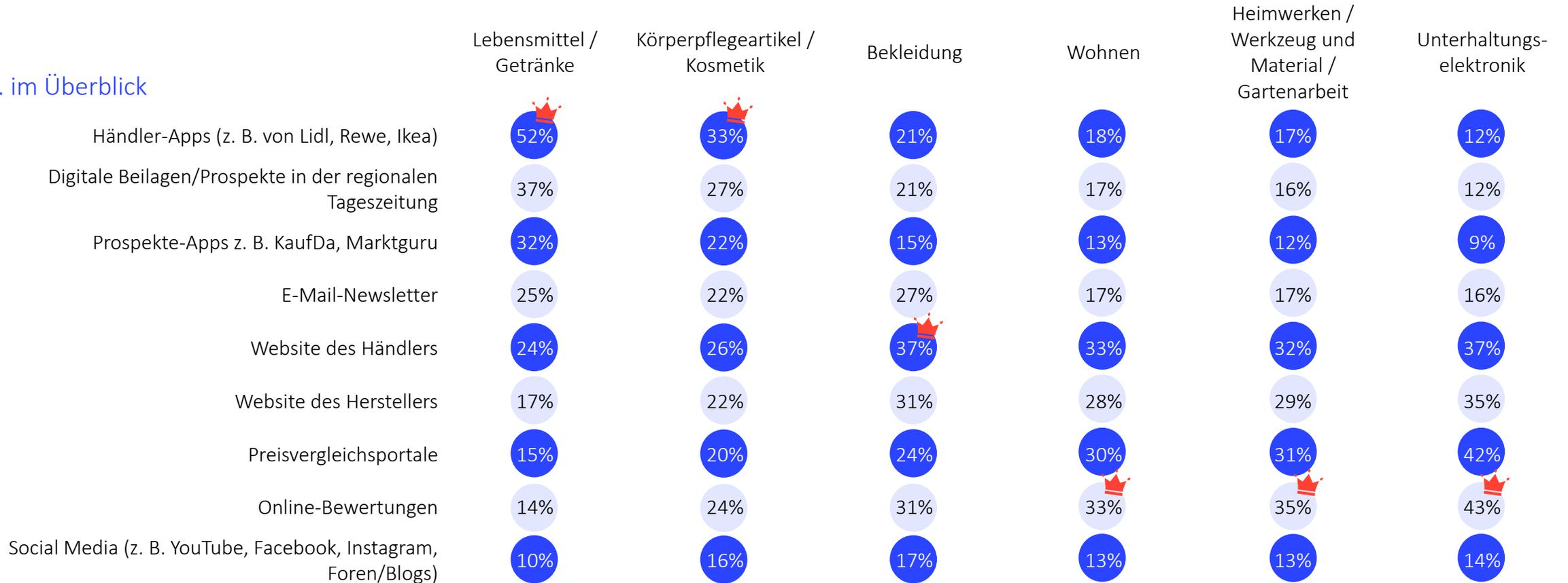
Frage: Welche der folgenden Informationsquellen nutzen Sie, um sich vor dem Kauf von Produkten der jeweiligen Kategorien zu informieren? | absteigend sortiert nach der Kategorie Lebensmittel / Getränke

Basis (Zufallsauswahl an Käufern): Gesamt Kategorie Lebensmittel n=1.990, Körperpflege n=1.982, Bekleidung n=1.988, Wohnen n=1.929, Heimwerken n=1.826, Unterhaltungselektronik n=1.968



Online-Informationsquelle vor dem Kauf

... im Überblick

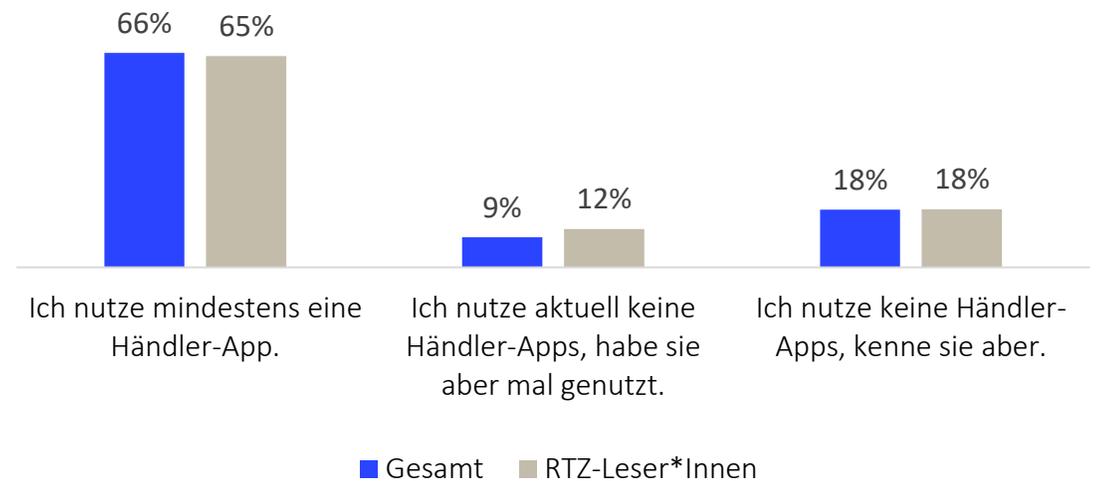


Quelle: Score Media Studie. Deutschland, deine Einkaufstrends 2024

Frage: Welche der folgenden Informationsquellen nutzen Sie, um sich vor dem Kauf von Produkten der jeweiligen Kategorien zu informieren? | absteigend sortiert nach der Kategorie Lebensmittel / Getränke

Basis (Zufallsauswahl an Käufern): Gesamt Kategorie Lebensmittel n=1.990, Körperpflege n=1.982, Bekleidung n=1.988, Wohnen n=1.929, Heimwerken n=1.826, Unterhaltungselektronik n=1.968

Händler-Apps hoch im Kurs



Ø Anzahl installierte
Händler-Apps: 4
Ø Davon regelmäßig genutzt: 3



Ø Anzahl installierte
Händler-Apps: 4
Ø Davon regelmäßig genutzt: 3

Quelle: Score Media Studie. Deutschland, deine Einkaufstrends 2024

Frage: Mittlerweile haben einige Geschäfte ihre eigene App (z. B. Lidl, Rewe, Ikea, ...), in der aktuelle Angebote, Prospekte, digitale Kundenkarten und Rabattaktionen zu finden sind. Nutzen Sie diese Art von Händler-App? Was trifft auf Sie zu?

Basis: Gesamt n=2.000, RTZ-Leser*innen n=1.189

Bild: Pexels

A person is sitting in a hammock, reading a newspaper. The hammock is strung between two points and is filled with white pillows and a blanket. The person's hands are visible holding the newspaper open. The background is a plain, light-colored wall. The overall atmosphere is calm and relaxed.

Werbung in der regionalen Tageszeitung
genießt das größte Vertrauen bei den Menschen
in Deutschland.

Quelle: Score Media Studie, Deutschland, deine Einkaufstrends 2024

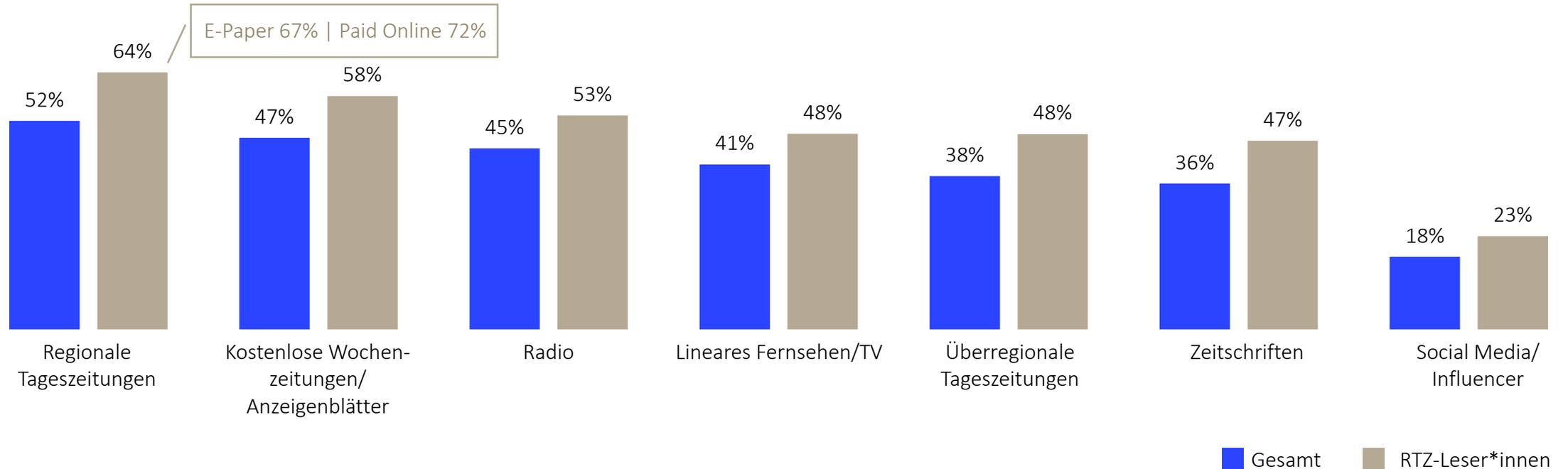
Frage: Für wie vertrauensvoll schätzen Sie allgemein die Werbung auf den folgenden Medienkanälen ein? Top-2-Box

Basis: RTZ-Leser*innen n=1.189

Bild: Pexels

Die Werbung in der regionalen Tageszeitung genießt unter den Deutschen und den RTZ-Leser*innen das größte Vertrauen

Für wie vertrauensvoll schätzen Sie allgemein die Werbung auf den folgenden Medienkanälen ein?



Quelle: Score Media Studie. Deutschland, deine Einkaufstrends 2024

Frage: Für wie vertrauensvoll schätzen Sie allgemein die Werbung auf den folgenden Medienkanälen ein? Top-2-Box

Basis: Gesamt n=2.000, RTZ-Leser*innen n=1.189, E-Paper n=536, Paid Online n=353

Zwei Drittel der RTZ-Leser*innen (67%)
nutzen gezielt Prospekte/Beilagen ihrer
regionalen Tageszeitung für die Planung
des Lebensmitteleinkaufs.



Quelle: Score Media Studie. Deutschland, deine Einkaufstrends 2024

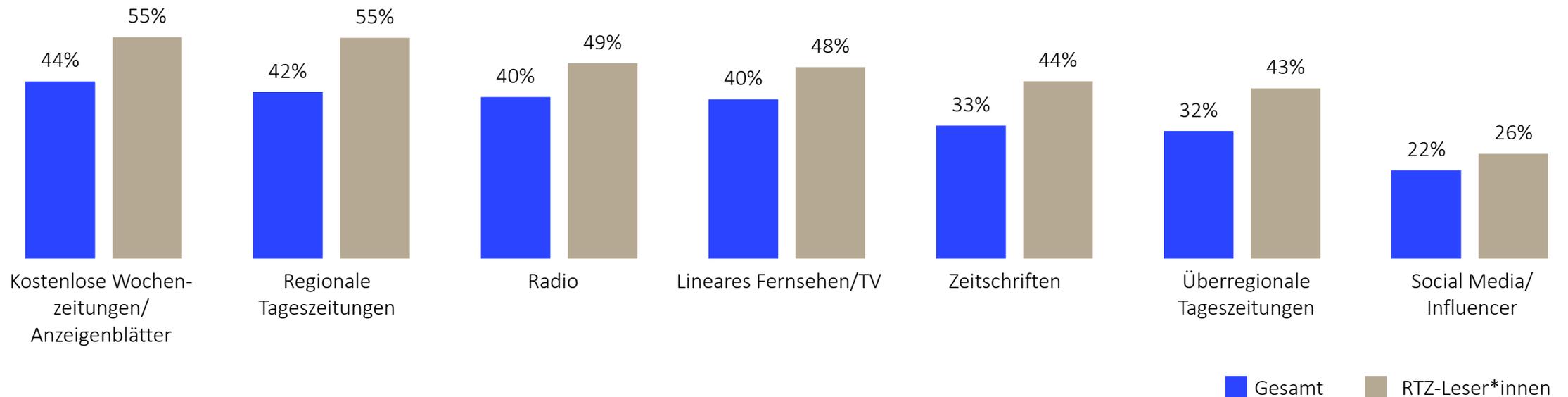
Frage: Inwiefern stimmen Sie den folgenden Aussagen zum Thema Einkaufen zu? Top-2-Box

Basis: RTZ-Leser*innen n=1.189

Bild: Pexels

Als besonders informativ bewerten RTZ-Leser*innen Werbung in ihrer regionalen Tageszeitung und in kostenlosen Anzeigenblättern

Und für wie informativ halten Sie die Werbung auf den Medienkanälen?



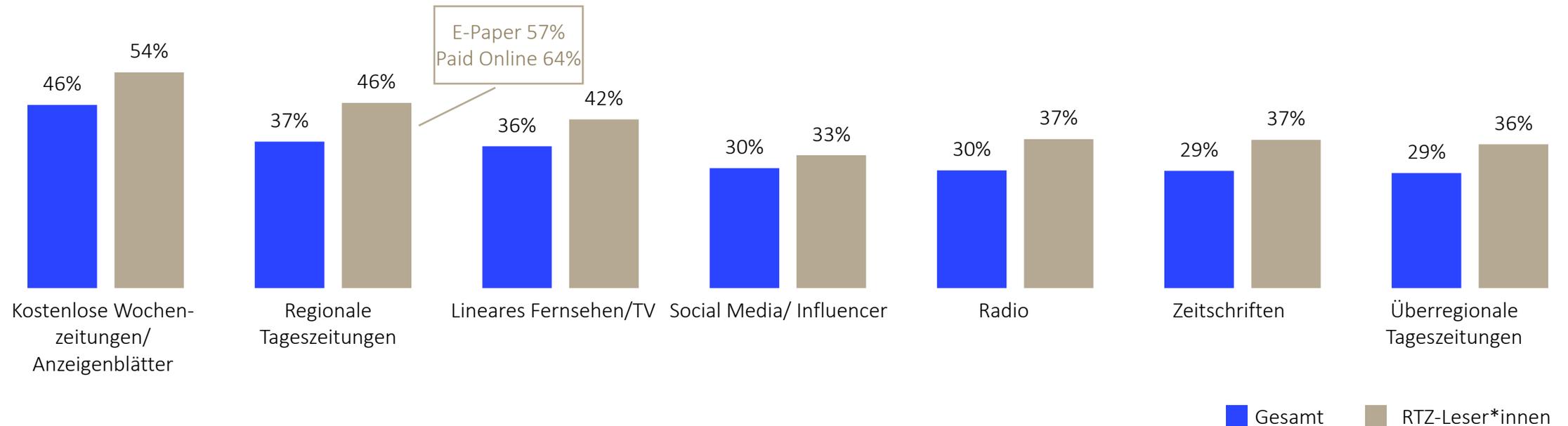
Quelle: Score Media Studie. Deutschland, deine Einkaufstrends 2024

Frage: Und für wie informativ halten Sie die Werbung auf den Medienkanälen? Top-2-Box

Basis: Gesamt n=2.000, RTZ-Leser*innen n=1.189

Werbung in der regionalen Tageszeitung weckt Produktinteresse und aktiviert – besonders die Paid Online-Leser*innen – zum Kauf

Ich habe schon öfter ein Produkt gekauft, nachdem ich auf diesem Medienkanal dafür Werbung gesehen habe.



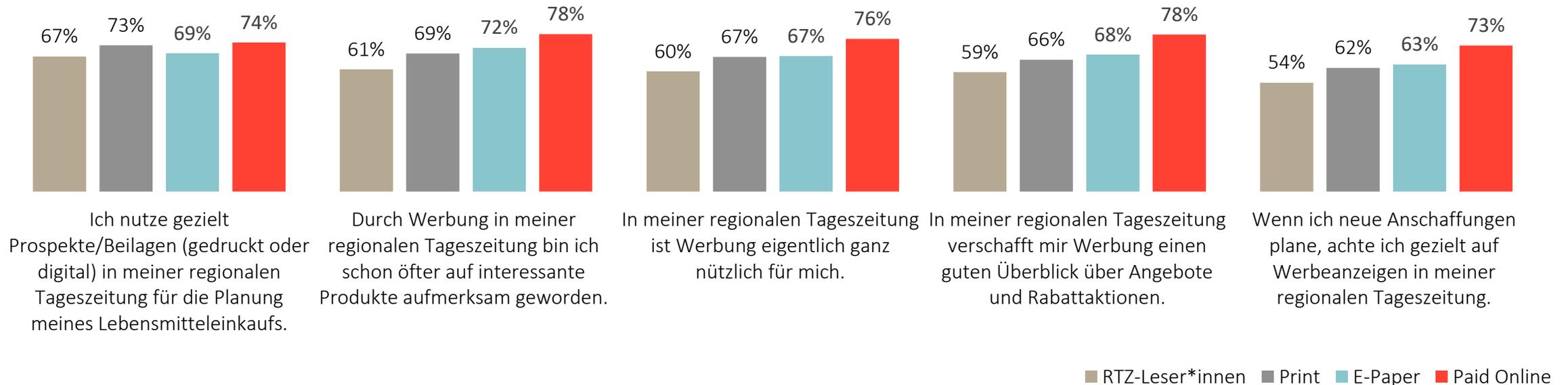
Quelle: Score Media Studie. Deutschland, deine Einkaufstrends 2024

Frage: Inwiefern stimmen Sie der folgenden Aussage für die verschiedenen Medienkanäle zu? Durch Werbung auf diesem Medienkanal bin ich schon öfter auf interessante Produkte aufmerksam geworden ...Top-2-Box

Basis: Nutzer der jeweiligen Gattung: Gesamt n=1.419 – 1.826, RTZ-Leser*innen n= 925 – 1.149, E-Paper n=526, Paid Online n=353

Ein Großteil der Leser*innen plant den Lebensmitteleinkauf mit Prospekten und Beilagen

Inwiefern stimmen Sie den folgenden Aussagen zum Thema Einkaufen zu?



Quelle: Score Media Studie. Deutschland, deine Einkaufstrends 2024

Frage: Inwiefern stimmen Sie den folgenden Aussagen zum Thema Einkaufen zu? Top-2-Box

Basis: RTZ-Leser*innen n=1.189, Print n=792, E-Paper n=536, Paid Online n=353

Management Summary

Optimismus trotz Krisen

- / 64% der Deutschen bewerten ihre **wirtschaftliche Lage** als **gut**, mit ähnlich positiven Aussichten für das kommende Jahr.
- / Bei Leser*innen der regionalen Tageszeitungen sind es sogar 70%, die sowohl ihre derzeitige Situation als auch die Zukunft **optimistisch** einschätzen.

Inflation beeinflusst nach wie vor das Konsumverhalten

- / Die Deutschen achten aufgrund der Inflation verstärkt auf **Angebote in der Werbung** und greifen häufiger zu günstigeren Eigenmarken, das gilt auch für die RTZ-Leser*innen.
- / Insgesamt zeigen sich die **RTZ-Leser*innen** überdurchschnittlich **marken- und qualitätsbewusst**.

Shopping zwischen digital und stationär

- / **Lebensmittel** werden noch überwiegend **stationär** gekauft, **Unterhaltungselektronik** landet häufiger im **digitalen Warenkorb**.
- / Interessant: Fast ein Viertel der Paid Online-Nutzer*innen kauft Lebensmittel bereits vornehmlich online.

Services im Handel: Neuere Einkaufsformen im Trend

- / Services im Handel, die On- und Offline-Welt verbinden, wie z.B. **Click & Collect** oder **Reserve & Collect**, finden **breite Akzeptanz** in der Bevölkerung.
- / **Self-Service-Kassen** werden gut angenommen: Mehr als die Hälfte der Deutschen ist mit dem Angebot **vertraut** und scannt und zahlt regelmäßig an Selbstbedienungskassen.

Management Summary

RTZ-Leser*innen überdurchschnittlich innovationsfreudig

- / Die RTZ-Leser*innen zeigen sich insgesamt deutlich **aufgeschlossener gegenüber neuen Shopping-Trends** als der Durchschnitt der Deutschen.
- / **Digitale RTZ-Leser*innen** (E-Paper, Paid Online) gehören zu den **Early-Adoptern von digitalen Neuerungen** im E-Commerce.

Regional, bio oder bewusst: Nachhaltigkeit längst nicht out

- / Die **RTZ-Leser*innen achten stärker auf Regionalität** und Bio-Produkte als die Gesamtbevölkerung.
- / Beim Kauf von tierischen Produkten bevorzugen die Deutschen und noch häufiger die RTZ-Leser*innen **artgerechte Haltung**.
- / Mehr als die Hälfte der Bevölkerung lehnt **Fast Fashion-Mode** ab und steht asiatischen Online-Shops **kritisch** gegenüber.

Vertrauen verkauft: Werbung, der man glaubt

- / **Werbung in der regionalen Tageszeitung** genießt im Medienvergleich die **höchste Glaubwürdigkeit** und das größte Vertrauen in der Bevölkerung und bei den RTZ-Leser*innen.
- / Die Deutschen bewerten Werbung in der regionalen Tageszeitung, zusammen mit Werbung in kostenlosen Wochenzeitungen/Anzeigeblättern, als am **informativsten**.
- / Dies zeigt sich auch mit Blick auf die **Kaufaktivierung**.

Prospekte und Apps: die smarten Einkaufshelfer

- / Die Mehrheit der RTZ-Leser*innen findet Werbung in der regionalen Tageszeitung **hilfreich** und nutzt die Prospekte und Beilagen gezielt, um den **Lebensmitteleinkauf** zu **planen**.
- / **Händler-Apps** sind **fest im Alltag** der Deutschen **integriert** und informieren laufend über Rabatte und Aktionen.

