

Andrea Gröppel-Klein und Kenya-Maria Kirsch

„Nous sommes en guerre.“ – Auswirkungen der Corona-Pandemie auf das Konsumentenverhalten in Deutschland und Frankreich nach zwei Krisenjahren

In diesem Artikel beschäftigen wir uns mit den Auswirkungen der Covid-19-Pandemie auf ausgewählte Aspekte des Konsumverhaltens und gehen den Fragen nach: Hat sich das Konsumverhalten durch die Krise grundlegend verändert? Haben sich zuvor manifestierte Ausprägungen des Konsumverhaltens aufgelöst bzw. sich neue Verhaltensmuster eingestellt oder kehren Konsument*innen nach der Pandemie zu alten Gewohnheiten zurück? Im Fokus stehen dabei Untersuchungen, wie sich insbesondere das hedonistische und das utilitaristische Einkaufsverhalten sowie das Online-Einkaufsverhalten im Verlauf der Pandemie verändert haben. Außerdem wird der Wunsch nach Nachhaltigkeit, Qualitäts- und Preisorientierung betrachtet. Die im Einzelhandel eingeführten Corona-Schutzmaßnahmen werden ebenfalls hinsichtlich ihrer Akzeptanz auf den Prüfstand gestellt. Der Vergleich zwischen Deutschland und Frankreich steht dabei stets im Mittelpunkt des Beitrags. Als Grundlage hierfür dient eine im April 2022 durchgeführte Online-Umfrage, an der 1 238 Personen (613 Personen aus Deutschland und 625 aus Frankreich) teilgenommen haben.