

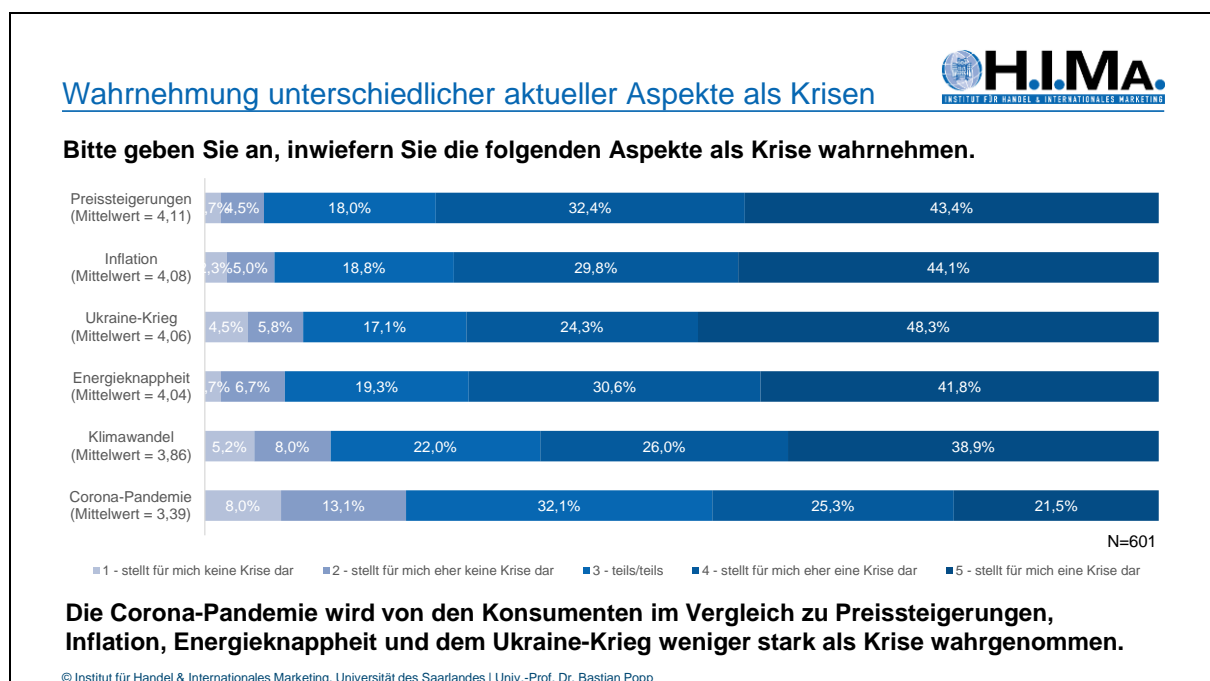
16.09.2022

Aktuelle Krisen beeinflussen Handel und Kunden: Ökonomische Aspekte für Konsumenten am relevantesten

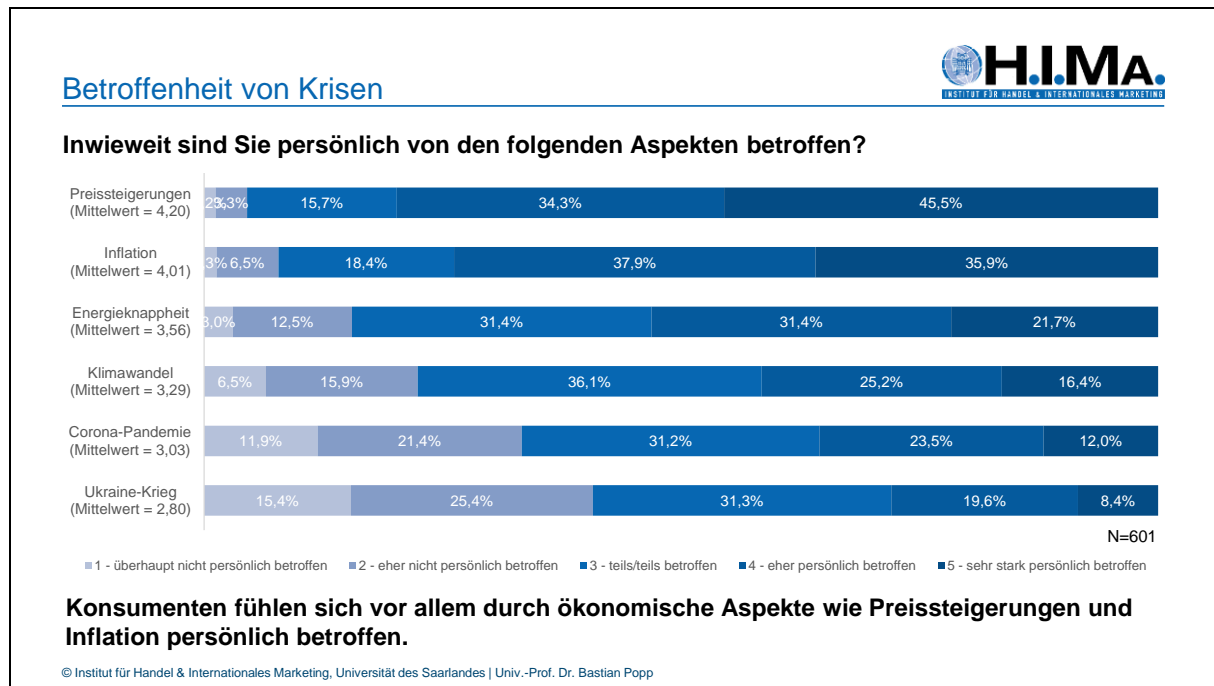
Das Wort „Krise“ prägt in den letzten Monaten die alltägliche Berichterstattung und die Wirtschaftsnachrichten. Allgemein versteht man darunter gemeinhin eine über einen gewissen (längeren) Zeitraum anhaltende massive Störung des gesellschaftlichen, politischen oder wirtschaftlichen Systems (vgl. Schubert & Klein, 2020). Die Ursachen und Manifestationen können vielfältig sein und lassen sich aufgrund der Verwobenheit meist nicht isoliert betrachten.

Im Rahmen einer Befragung, die Mitte August 2022 am Institut für Handel & Internationales Marketing (H.I.M.A.) durchgeführt wurde, konnten deutschlandweit 601 Probanden aus allen Altersgruppen und Bevölkerungsschichten zu aktuellen Krisen befragt werden. Dabei gaben 83 % an, dass sie die aktuelle Zeit als eine von Krisen geprägte Zeit empfinden. Als größte Krisen der aktuellen Zeit wurden der Ukraine-Krieg, die Inflation, Preissteigerungen, die Energie-Krise, der Klimawandel und die Corona-Pandemie genannt.

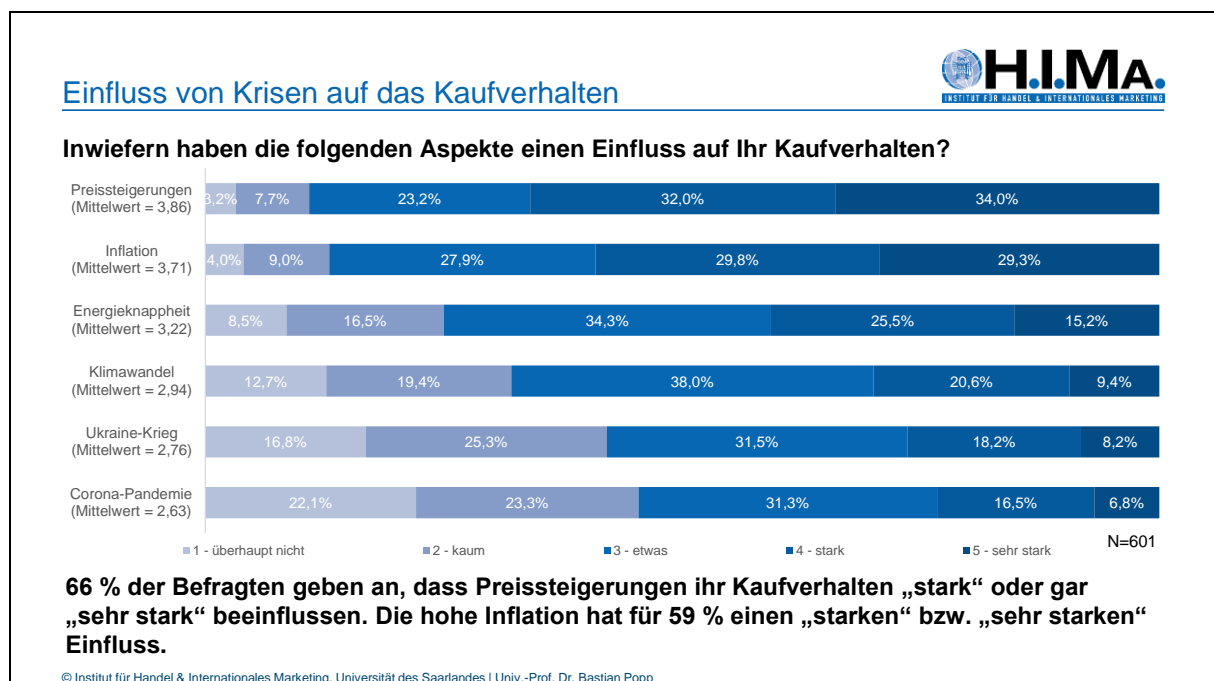
Bei der Frage, wie stark diese Aspekte als Krise wahrgenommen werden (auf einer Skala von „1 = stellt für mich keine Krise dar“ bis „5 = stellt für mich eine Krise dar“) zeigt sich, dass die Corona-Pandemie (MW = 3,39; 46,8 % der Antworten in den Top2-Boxen 4/5) von den Konsumenten im Vergleich zu Preissteigerungen (MW = 4,11; 5,8 %), Inflation (MW= 4,08; 73,9 %), Ukraine-Krieg (MW = 4,06; 72,6 %), Energieknappheit (MW = 4,04; 72,4 %) und dem Klimawandel (MW = 3,86; 64,9 %) gegenwärtig weniger stark als Krise wahrgenommen wird.



Weiter zeigt sich, dass Konsumenten vor allem durch ökonomische Aspekte wie Preissteigerungen (MW = 4,20 auf einer Skala von 1 bis 5; 79,8 % fühlen sich „eher persönlich betroffen“ oder gar „sehr stark persönlich betroffen“) und Inflation (MW = 4,01; 73,8 %) persönlich betroffen sind. Es folgen die Energieknappheit (MW = 3,56; 53,1 %), Klimawandel (MW = 3,29; 41,6 %), Corona-Pandemie (MW = 3,03; 35,5 %) und Ukraine-Krieg (MW = 2,80; 28,0 %).



Eine ähnliche Reihung zeigt sich hinsichtlich des Einflusses auf das Kaufverhalten: So gaben 66 % der Befragten auf einer Skala von 1 bis 5 an, dass Preissteigerungen ihr Kaufverhalten „stark“ (4) oder gar „sehr stark“ (5) beeinflussen (MW = 3,86). Die hohe Inflation hat für 59 % einen „starken“ bzw. „sehr starken“ Einfluss (MW = 3,71). Es folgen Energieknappheit (MW = 3,22; 40,7 %), Klimawandel (MW = 2,94; 30 %), Ukraine-Krieg (MW = 2,76; 26,4 %) und Corona-Pandemie (MW = 2,63; 23,3 %).



Für Handelsunternehmen, die sich neben der in Teilen rückläufigen Nachfrage ihrerseits großen Herausforderungen wie z. B. dem Fachkräftemangel, Problemen in der Lieferkette, hohen Inflationsraten, der Energiekrise und hohen Betriebskosten ausgesetzt sehen, gilt es zusammen mit der Politik und anderen Akteuren geeignete Lösungsmöglichkeiten zu identifizieren. Dies wird im Rahmen [Handelsforums 2022](#) durch eine Podiumsdiskussion, an Prof. Popp und weitere renommierte Vertreter aus Wissenschaft, Praxis und Politik teilnehmen, versucht. Das Leitthema der Veranstaltung lautet dementsprechend „Der Handel im Saarland im Krisenmodus: Wie wirken sich Krisen auf Unternehmen und Konsumenten aus und wie lassen sich diese bewältigen?“ Die vom [Institut für empirische Wirtschaftsforschung](#), der IHK Saarland und dem Ministerium für Wirtschaft, Innovation, Digitales und Energie ausgerichtete Veranstaltung findet am Montag, den 10.10.2022 ab 18:30 Uhr im Saarbazar Saarbrücken statt.

 <p>Institut für empirische Wirtschaftsforschung an der Universität des Saarlandes</p>	 <p>IHK Saarland</p>	 <p>Ministerium für Wirtschaft, Innovation, Digitales und Energie SAARLAND</p>	PROGRAMM EINLASS MIT CATERING (ab 18.30 Uhr) OFFIZIELLES PROGRAMM (ab 19.30 Uhr) Grußworte Dr. Dieter Scheid, Vorsitzender der Gesellschaft der Förderer des IfeW Jürgen Barke, Minister für Wirtschaft, Innovation, Digitales und Energie Impulsreferat „Konsumentenverhalten in der Krise“: Univ.-Prof. Dr. Andrea Gröppel-Klein Teilnehmer/innen der Podiumsdiskussion: Minister Jürgen Barke Univ.-Prof. Dr. Andrea Gröppel-Klein Guido Koch Stephan Köhler Klaus Körner Maximilian Ludwig Univ.-Prof. Dr. Bastian Popp Moderation: Eberhard Schilling Verleihung des Paul H. Repplinger-Ehrenpreis GET-TOGETHER UND AUSKLANG MIT BUFFET
<h2>HANDELSFORUM 2022</h2> <h3>DER HANDEL IM SAARLAND IM KRISENMODUS: WIE WIRKEN SICH KRISEN AUF UNTERNEHMEN UND KONSUMENTEN AUS UND WIE LASSEN SICH DIESE BEWÄLTIGEN?</h3> <p>Montag, 10. Oktober 2022 Empfang ab 18:30 Uhr, Beginn Offizielles Programm ab 19.30 Uhr Im saarbazar Saarbrücken, Saarland-Marktplatz Breslauer Str. 1A, 66121 Saarbrücken</p> <p>Teilnahme kostenlos. Weitere Informationen und Anmeldung: https://www.uni-saarland.de/institut/ifew.html</p> 			

Für weitere Informationen und detailliertere Einblicke in die Erkenntnisse der obigen Untersuchung stehen Prof. Popp (hima@mx.uni-saarland.de) und das Team des Instituts für Handel & Internationales Marketing gerne zur Verfügung. Prof. Popp und alle ausrichtenden Organisationen freuen sich zudem auf die Diskussion dieses wichtigen Themas auf dem Handelsforum 2022 am 10.10.2022!