

solute GmbH
Zeppelinstraße 15
76185 Karlsruhe

Veröffentlicht am: 07.04.2020

https://myconvento.com/public/newsroom/data/plugin/news/run/show_news/news_id/3408941/lang/22/id/620/c/33

Mundschutz und Hanteln - Die Deutschen richten sich in der Corona-Krise ein

Der Online-Handel zeigt, was die Deutschen jetzt brauchen und wie sie sich zuhause auf die Corona-Pandemie einstellen

Karlsruhe. Die Deutschen richten sich offensichtlich in der Corona-Krise auf die neuen Rahmenbedingungen mit geschlossenen Geschäften und einer länger andauernden Kontaktsperre ein. Dabei stehen keineswegs nur Toilettenpapier, Mundschutz und Desinfektionsmittel auf dem digitalen Einkaufszettel der Bundesbürger. Das hat eine Analyse des Suchverhaltens der Online-Kunden durch die Experten des Preisvergleichsportals billiger.de ergeben. In der Analyse wurden die im März am meisten nachgefragten Produkte mit der Nachfrage des Vormonats verglichen.

Ausstattung mit Toilettenpapier, Desinfektionsmittel und Mundschutz ist stark gefragt

Im Mittelpunkt des Kaufinteresses standen mit großem Abstand die Mundschutzmasken, gefolgt von Desinfektionsmitteln und Toilettenpapier. Diese Produkte bilden zusammen mit Fieberthermometern die gesundheitliche Grundversorgung der Deutschen während der Corona-Pandemie. Die weiteren Ergebnisse machen jedoch deutlich, dass sich die Bundesbürger darüber hinaus auf die Kontaktsperre, das Homeoffice und häusliche Kinderbetreuung einrichten.

Die Deutschen chatten, spielen und halten sich zuhause fit

Für den beruflichen oder privaten Video-Chat wurden viele Haushalte nun mit einem Monitor mit Webcam oder zumindest einer Webcam ausgestattet. Um über fast 700 Prozent ist die Nachfrage danach im Vergleich zum Vormonat gestiegen. Zerstreung und Freizeitgestaltung konzentrieren sich während der Kontaktsperre auf den verstärkten Einsatz von Unterhaltungselektronik in den heimischen vier Wänden. Die Nachfrage nach Spielekonsolen wie Nintendo Switch, Playstation 4 oder Sony PS 4 stieg je nach Produkt zwischen 193 und 345 Prozent.

Die körperliche Ertüchtigung wird dabei trotz geschlossener Fitnessstudios nicht vernachlässigt. Das zeigt die um über 1.200 Prozent angestiegene Nachfrage nach Hanteln und Gewichten. Ausreichend Bewegung können sich viele Familien offensichtlich auch auf einem neuen Trampolin verschaffen. Die Nachfrage nach den schon bisher beliebten Sportgeräten schnellte um über 900

Prozent in die Höhe. Swimmingpools und Sandkästen, bei denen sich das Kaufinteresse ebenfalls massiv erhöhte, sollen das Freizeitangebot für die Kids nicht nur während der Kontaktsperre abrunden.

Draußen ist für viele Bürger vor allem der heimische Garten

Wie die Analyse zeigt, wollen sich die Bürger bei besserem Wetter statt auf öffentlichen Plätzen wenigstens in einem schönen Garten bequem und komfortabel aufhalten können. Also werden die Gärten auf Vordermann gebracht und entsprechend ausgestattet. Dies zeigt sich an der massiv gestiegenen Nachfrage nach Gartenmöbeln, Grills und Gartengeräten. Sie geht deutlich über den um diese Jahreszeit ohnehin höheren Bedarf in diesem Bereich hinaus. Gartenmöbelsets beispielsweise erfuhren einen Anstieg in der Nachfrage um 172 Prozent im Vergleich zum Vormonat.

Smartes Online-Shopping ist die Mission der solute GmbH mit ihren Kernmarken billiger.de und shopping.de. Online-Shopping ist seit 15 Jahren die Leidenschaft der rund 170 Mitarbeiter. Das innovative Unternehmen steckt sein Know-how auch in die vier Eigenmarken. Bei der solute GmbH arbeiten alle gemeinsam daran, innovative Produkte mit Mehrwert zu entwickeln und mit modernsten technologischen und nutzerfreundlichen Lösungen am Markt zu etablieren. Ziel ist es, das Angebotsportfolio für die User, Online-Shop-Kunden und Partner stetig zu erweitern und zu verbessern. billiger.de ist Deutschlands bekanntester Preisvergleich mit mehr als 50 Mio. Angeboten, 1 Mio. Produkte, 22.500 Shops und 300.000 Besuchern täglich. shopping.de bietet exklusive Markenprodukte bis zu 70 % günstiger und präsentiert über 1,5 Millionen Artikel von mehr als 11.000 Marken.