

NIELSEN IDENTIFIZIERT 6 PHASEN DER AUSWIRKUNGEN VON COVID-19 AUF DAS KONSUMENTENVERHALTEN

#1 Proactive Health-Minded Buying	#2 Reactive Health Management	#3 Pantry Preparation	#4 Quarantined Living Preparation	#5 Restricted Living	#6 Living a New Normal
ÄNDERUNGEN DES KONSUMENTENVERHALTENS					
Das Interesse an Produkten, die die allgemeine Erhaltung von Gesundheit und Wohlbefinden unterstützen, nimmt zu.	Konsumenten kaufen verstärkt Produkte, die für die Eindämmung von Viren, die Gesundheit und die öffentliche Sicherheit wichtig sind. z.B. Gesichtsmasken und Desinfektionsmittel	Vorratskäufe haltbarer Lebensmittel und Fokus auf gesundheitlich unbedenkliche Produkte; Einkaufsfrequenz steigt sprunghaft an; wachsende Warenkörbe.	Verstärktes Online-Shopping; Rückgang der Einkaufsfrequenz; steigende Out-of-Stocks; Belastungen für die Lieferkette.	Starker Rückgang der Einkaufsfrequenz; Zustellungen aus Onlineshops sind unter Druck; die Sorge vor Preiserhöhungen aufgrund begrenzter Verfügbarkeiten steigt.	Die Menschen kehren in den Alltag zurück (Arbeit, Schule usw.). Es zeigt sich erhöhte Vorsicht in Bezug auf die Gesundheit: gestiegene Nutzung von E-Commerce und Hygienepraktiken.
COVID-19 PHASE					
Wenige lokale Fälle von COVID-19, nur im Zusammenhang mit der Ankunft einer infizierten Person aus einem anderen Land.	Erste lokale Übertragung ohne Verbindung zu einem anderen Land & erste COVID-19-bezogene Todesfälle.	Häufung der Fälle von lokaler Übertragung und Todesfälle im Zusammenhang mit COVID-19.	Vereinzelte COVID-19-Notfallmaßnahmen. Die Anzahl der positiv getesteten Personen nimmt weiter zu.	Zahlreiche Fälle von COVID-19. Städte oder Regionen werden unter Quarantäne gesetzt.	Quarantänen werden bis auf die am stärksten betroffenen Städte/Regionen des Landes aufgehoben, das Leben beginnt sich zu normalisieren.

Quelle: Nielsen