

Executive Summary

Der Ausbruch der COVID-19-Pandemie am 31.12.2019 in China führte bald zu den ersten Infektionen in der Schweiz und in der Folge am 16.03.2020 zum ersten Lockdown. Diese neue Lebensrealität hat das gesellschaftliche Leben plötzlich verändert. Insbesondere die mit dem Lockdown verbundene Homeoffice-Pflicht und die Schliessung der Verkaufsläden, mit Ausnahme des Verkaufs von Gütern des täglichen Bedarfs, haben das Konsumverhalten der Bevölkerung zwangsweise beeinflusst und verändert.

Der erste Lockdown veränderte, wo und wie Konsumenten ihr Geld ausgeben. Das Konsum- und Kaufverhalten hat sich nach dem ersten Lockdown wieder normalisiert. Die Auswirkungen der COVID-19-Pandemie auf die Wirtschaft (Homeoffice-Pflicht, Kurzarbeit, Entlassungen usw.) sind jedoch in nahezu allen Branchen greifbar und betreffen somit weite Teile der Bevölkerung (SwissVR, 2020). Der Konsum ist verständlicherweise in den Monaten nach dem ersten Lockdown in fast allen Wirtschaftsbereichen deutlich zurückgegangen (Staatssekretariat für Wirtschaft (SECO), 2021a). Zudem wird der Konsumstau aus dem stationären Handel langsam aber stetig im Onlinehandel kompensiert, insbesondere in Segmenten, in denen sich der Onlinehandel sich schon lange etabliert hat (Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften (ZHAW), 2020). Der stationäre Handel ist wider Erwarten und bei allen Zielgruppen Hauptumschlagplatz geblieben. Insbesondere die regionalen Geschäfte konnten nach dem ersten Lockdown wieder deutliche Zuwächse in allen Branchen verzeichnen (Kraenzlin, Meyer & Nellen, 2020).

Neben den gesundheitlichen Auswirkungen hat die COVID-19-Pandemie verheerende Folgen für die Weltwirtschaft. Die individuell erlebten negativen Auswirkungen der COVID-19-Pandemie wirkten sich sogleich pessimistisch auf die makroökonomischen Erwartungen der Haushalte und in der Folge auf den Konsum

aus (Coibion, Gorodnichenko & Weber, 2020). Zudem führten die Massnahmen zur Eindämmung der COVID-19-Pandemie, z. B. Lockdowns und Ausgangsbeschränkungen, in vielen Ländern zu Wirtschaftskrisen (Jaravel & O’Connell, 2020). Das Konsum- und Kaufverhalten hat sich in der Schweiz nach dem Ende des ersten Lockdowns am 26.04.2020 wieder normalisiert. Jedoch liess sich bereits im Juli 2020 eine gewisse Rückbewegung zum Konsumverhalten während des Lockdowns hin beobachten (SECO, 2021a).

Es existieren rasch wachsende Forschung und Literatur, welche darauf abzielen, die Folgen der COVID-19-Pandemie mittels Finanztransaktionen und anderen alternativen Datenquellen zu untersuchen und somit die Entwicklung der Wirtschaft in Echtzeit zu verfolgen (Baker, Farrokhnia, Meyer, Pagel & Yannelis, 2020; Chetty, Friedman, Hendren & Steppner, 2020); V. M. Carvalho et al., 2020). Dabei ist die Messung des transaktionsbasierten Verbrauchs, um die unmittelbaren Auswirkungen der COVID-19-Pandemie auf den Gesamtverbrauch zu dokumentieren und zu quantifizieren, besonders interessant. Insbesondere für Einzelhändler ist die Analyse des Verbraucherverhaltens von entscheidender Bedeutung, da dies ihnen ermöglicht, im Falle eines zukünftigen Lockdowns ein gezieltes Sortiment aufzubauen, Engpässe im Warenangebot zu vermeiden, Filialstandorte festzulegen und sich insbesondere auf hochfrequentierte Standorte zu konzentrieren.

Bisher fehlt jedoch ein nach demografischen Daten differenziertes Vorhersagemodell für die Veränderung des Konsums vor, während und nach einem Lockdown in der Schweiz. Das Hauptziel der vorliegenden Arbeit ist es daher, einen Einblick in die Veränderungen der Haushaltsausgaben während der ersten Wochen und Monate der COVID-19-Pandemie zu geben. Insbesondere soll dabei untersucht werden, wie sich das Konsumverhalten in Bezug auf die Einkaufsfrequenz, Beträge, Zeitpunkt, Onlinehandel oder stationärer Handel, differenziert nach Produktkategorien und demografischen Kriterien wie Geschlecht, Alter und Einkommen, verändert hat.

Die Erkenntnisse sollen insbesondere einen Beitrag dazu leisten, ein nach demografischen Daten differenziertes Vorhersagemodell zum Konsumverhaltens während einer Pandemie in der Schweiz zu entwickeln.

Die Analyse erfolgte mittels deskriptiver Statistik und statistischen Tests auf Basis von Einzeltransaktionsdaten eines Finanzdienstleisters im Zeitraum vom 07.01.2020 und 31.05.2020. Die Ergebnisse der Untersuchung zeigen auf, dass der Konsum der Haushalte sich erst mit dem Lockdown wesentlich abgeschwächt hat. Die Konsumausgaben sind während des Lockdowns stark gesunken und haben sich in der darauffolgenden Zeit nur langsam wieder an die vorherige Zyklizität angenähert. Der Rückgang der Konsumausgaben der Haushalte um 51 % über alle Händlerkategorien und um 21 % bei den Händlerkategorien, die nicht von den Massnahmen zur Bekämpfung der COVID-19-Pandemie betroffen waren, wurden jedoch nicht unmittelbar nach dem Lockdown kompensiert. So sanken in den Wochen nach dem Lockdown die Konsumausgaben der Haushalte über alle Händlerkategorien hinweg um 31 % und bei den Händlerkategorien, die nicht von den Massnahmen zur Bekämpfung der COVID-19-Pandemie während des Lockdowns betroffen waren, um 1 %. Es ist anzunehmen, dass der Rückgang der Konsumausgaben während des Lockdowns noch um einiges grösser war, aber durch die Verlagerung von Barzahlungen hin zu Debit- und Kreditkarten in der Datenbasis kompensiert wurde. Nichtsdestotrotz hat sich das Konsumverhalten der Haushalte eher vom Onlinehandel weg als zu ihm hin verschoben. Es ist jedoch davon auszugehen, dass die Konsumausgaben im E-Commerce und im stationären Handel gleichermassen zurückgegangen sind. Allerdings wird dieser Rückgang in der analysierten Datenbasis verzerrt, da sich einerseits der Konsum durch den Lockdown vom stationären Handel zum E-Commerce und andererseits der Konsum im stationären Handel von Bargeld zu Debit- und Kreditkarten verlagert hat.

In den Wochen nach dem Lockdown lässt sich jedoch eine markante Verschiebung

des Konsums weg vom stationären Handel hin zum Onlinehandel beobachten. Zudem stiegen die Konsumausgaben im Bereich Retail im Vergleich zum Vorjahr um 8.5 %. In allen anderen Händlerkategorien waren die Verbraucherausgaben im Vergleich zum Vorjahr weiterhin deutlich rückläufig.

Hinsichtlich des Konsumverhaltens einzelner demo- und soziografischer Gruppen zeigen die Ergebnisse, dass unabhängig von der COVID-19-Pandemie ein signifikanter negativer Zusammenhang zwischen Alter (56 Jahre und älter) und Konsumausgaben besteht. Darüber hinaus gibt es einen signifikanten Unterschied in der Veränderung der Konsumausgaben zwischen Konsumenten bis 55 Jahren und solchen ab 56 Jahren während des Lockdowns. Den stärksten Konsumrückgang zeigen die Konsumenten ab einem Alter von 56 Jahren. Zusätzlich und ebenfalls unabhängig von der COVID-19-Pandemie besteht eine signifikante positive Korrelation zwischen Einkommen und Konsumausgaben. Die Konsumenten mit den höchsten Einkommen ($> 150'000.-$ / Jahr) geben während des Lockdowns weiterhin am meisten aus, haben aber auch die grössten prozentualen Einbussen zu verzeichnen. Die Einzeltransaktionsdaten zeigen eine leichte Tendenz zum Onlinehandel, da Kreditkarten im stationären Handel seltener als Debitkarten oder Bargeld eingesetzt werden. Zudem ist eine Verschiebung weg vom Bargeld hin zu Debit- und Kreditkarten zu beobachten, da der Einzelhandel das kontaktlose Bezahlen förderte. Die Forschungsergebnisse lassen deshalb nur teilweise Rückschlüsse auf die Allgemeinheit zu und sollten in nachfolgenden Studien mit zusätzlichen Datenquellen überprüft werden. Nichtsdestotrotz identifiziert die aktuelle Forschung mehrere Trends, die bei der Entwicklung eines Vorhersagemodells für Änderungen des Verbraucherverhaltens im Falle einer zukünftigen Pandemie oder eines Lockdowns helfen können. Die Ergebnisse sind insbesondere auch für die Finanzbranche hinsichtlich Innovationen und der Entwicklung neuer Produkte im Bereich der Zahlungsabwicklung interessant.