

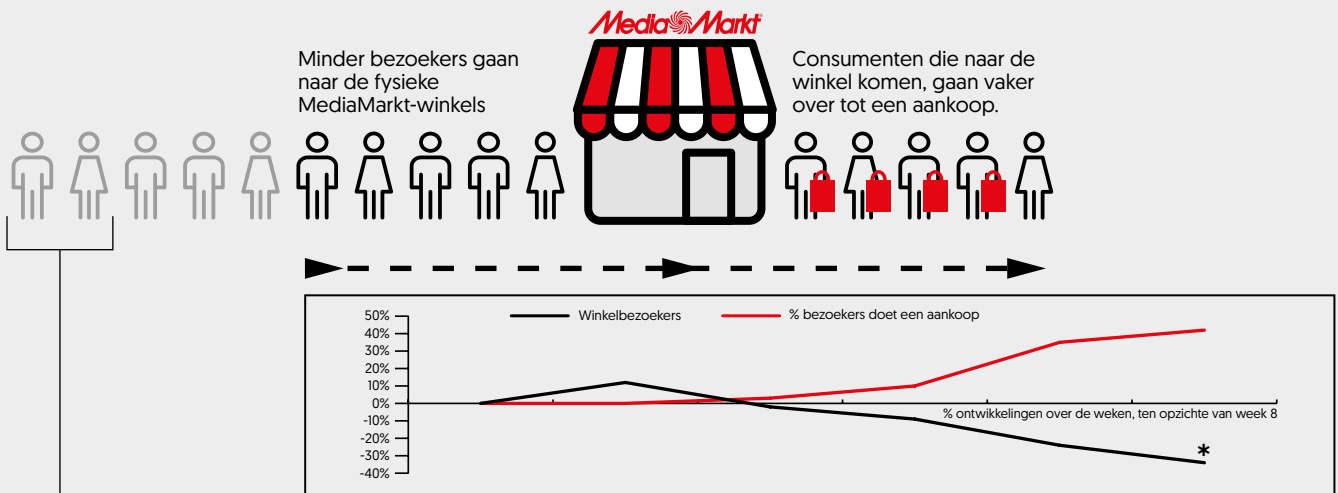
DE MEDIAMARKT CORONAMONITOR

Op 27 februari 2020 werd in Nederland voor het eerst een besmetting met het coronavirus (COVID-19) vastgesteld. Sindsdien heeft de overheid in lijn met het advies van het RIVM verschillende maatregelen genomen, die vanzelfsprekend invloed hebben gehad op het aankoopgedrag van consumenten. Ook MediaMarkt merkt dat het winkel- en aankoopgedrag van haar klanten is veranderd. Zij hebben zich aangepast aan de maatregelen van de overheid en die van MediaMarkt Nederland zelf. Deze MediaMarkt-coronamonitor geeft met een terugblik op de afgelopen periode inzicht in het veranderde consumentengedrag.

Klanten komen doelgerichter naar de winkels

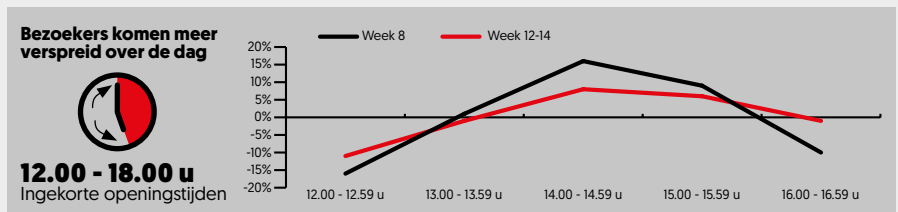
Er komen minder klanten naar de MediaMarkt-winkels. Tegelijkertijd is te zien dat winkelbezoekers met een duidelijk doel komen en vaker overgaan tot een aankoop. Dit kan betekenen dat klanten

minder vaak naar de winkels komen om te funshopen. Daarnaast kan het betekenen dat winkelbezoekers zich aanpassen aan de opgestelde winkelrichtlijnen, zoals zonder gezelschap komen.



Klanten gaan op andere tijden naar de winkels

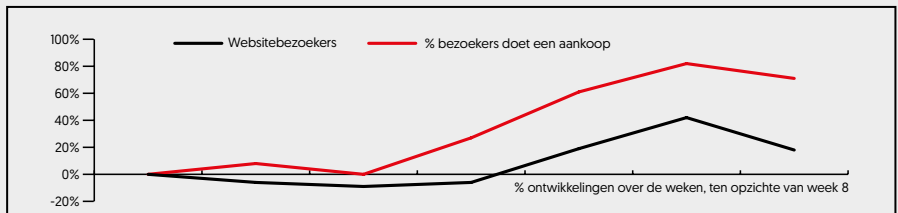
Al vrij snel na de aankondigingen van de verschillende maatregelen was te zien dat klanten meer verspreid over de dag komen, en dat de piek van het aantal bezoekers in de middag ligt. Dit is een belangrijke reden geweest voor het besluit om de openingstijden aan te passen.



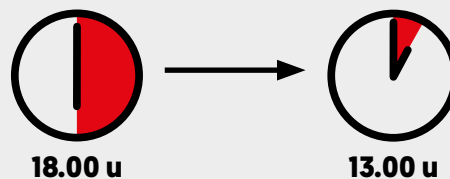
Om de bezoekersstroom goed te kunnen begeleiden, paste MediaMarkt de openingstijden aan. Het aantal bezoekers in de fysieke winkels is meer verspreid over de dag.

Ondertussen neemt het aantal websitebezoekers flink toe

Net als in de winkels zien we ook online verschuivingen in het consumentengedrag. Zo is het aantal bezoekers dat overgaat tot een aankoop gestegen en zijn de drukste bezoekomomenten verschoven.



Het drukste moment van de dag op de website verschoof:

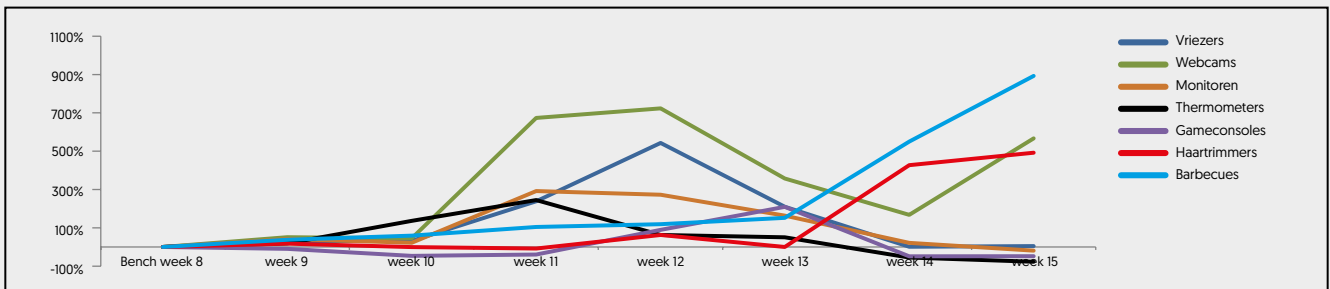
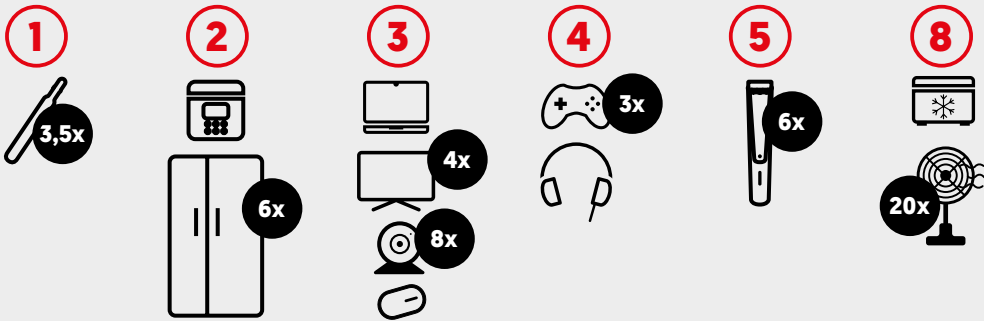


Overheidsmaatregelen direct terug te zien in klantaankopen

De verkoop van kooftthermometers steeg enorm nadat het RIVM adviseerde om bij koortsklachten thuis te blijven. Toen de media veel berichtten over mensen die boodschappen gingen hamsteren, was er een enorme stijging te zien in de verkoop van vrieskasten en koelkasten. Ook was het advies dat mensen zoveel mogelijk thuis

moesten blijven en werken, waardoor een grotere vraag onstond naar producten die thuiswerken en thuisblijven aangenamer maken. En omdat kappers moesten sluiten, werden er direct meer haarverzorgings- en beautyproducten verkocht.

TOEGENOMEN VRAAG NAAR PRODUCTGROEPEN



1. Gezondheid: tot 3,5x zoveel klinische thermometers

Een verhoogde lichaamstemperatuur is een van de symptomen van het coronavirus. In de eerste weken verkocht MediaMarkt tot 3,5 keer zoveel klinische thermometers. De vraag naar dit product is na de piek in de eerste weken weer afgenomen.

2. Hamsteren

In de periode dat er veel berichtgeving in het nieuws was over hamsterende consumenten in supermarkten was er bij MediaMarkt een verhoogde vraag naar vriezers en koelkasten. Ook de broodbakmachines verkochten goed.

3. Thuiswerken

Toen het duidelijk werd dat mensen voorlopig vanuit huis moesten gaan werken, steeg de verkoop van webcams, headsets, monitoren, toetsenborden, muizen en laptops.

4. Vermaak

Thuis (met de kinderen) te vermaken.

5. Kappers dicht

Toen op 24 maart bekend werd dat alle kappers verplicht moesten sluiten, schoot de verkoop van haartrimmers omhoog. Krultangen en stijltangen verkochten juist minder goed. Dit heeft er mogelijk mee te maken dat veel feestelijkheden zijn afgelast.

6. Vakantie cancelen

Ook producten zoals autonavigatie, actioncamera's en fotografie-apparatuur verkopen duidelijk minder goed. Dit zijn producten die normaal veel worden gebruikt als mensen op vakantie gaan. Veel mensen hebben hun vakantie moeten cancelen.

7. Meer online streamen

Dvd's en cd's worden ook minder verkocht. Mogelijk kiest men in de huidige situatie vaker om online te streamen of voor cd's en dvd's die zij al in huis hebben.

8. Seizoensinvloeden: mooi weer + paasweekend

Met het warme weer en de paasdagen voor de deur zag MediaMarkt ook de vraag naar een aantal seizoensproducten stijgen. Er werden bijvoorbeeld veel ventilatoren, barbecues en ijsmachines verkocht.

VERMINDERDE VRAAG NAAR PRODUCTGROEPEN

Natuurlijk werden er ook bepaalde producten minder verkocht, zoals fotocamera's en navigatieapparatuur. Een mogelijke verklaring hiervoor is dat mensen op dit moment minder bezig zijn met het plannen van een

vakantie, waarvoor ze anders fotoapparatuur zouden kunnen kopen. Ook is er minder vraag naar navigatiesystemen, waarschijnlijk omdat mensen minder gebruikmaken van bijvoorbeeld een auto of fiets.



De afbeeldingen uit deze MediaMarkt-coronamonitor zijn rechtstreeks met bronvermelding over te nemen. Vragen of meer informatie? Voor meer informatie over de actuele openingstijden, bezorging en services: www.mediamarkt.nl/nl/shop/coronavirus.html Of neem contact op met het team mediarelaties MediaMarkt Nederland. E-mail: persnl@mediamarkt.nl. Telefoon: 010 207 6900

MediaMarkt