

# Was unterscheidet deutsche und englische Online-Käufer?

✘ Der jährliche Pago-Report hat sich als eine wichtige E-Commerce-Studie in Europa etabliert. Die umfassende Erhebung basiert auf Daten aus Millionen von E-Commerce Transaktionen, die über die Zahlungsplattform von Pago durchgeführt wurden. Gerade die länderspezifischen Unterschiede treten deutlich zu Tage.

**Jede Menge interessante Fakten zum europäischen Online-Handel.**

Der Pago Report basiert auf wirklichen Online-Transaktionen und vergleicht die verschiedenen Kaufgewohnheiten im europäischen E-Commerce.

## UK Shops für internationale Kunden interessanter

Dem Report zufolge sind die UK Online-Shops für internationale Kunden attraktiver als die ihrer deutschen Konkurrenten. In Deutschland werden weniger als 5 % der Käufe in Online Shops durch internationale Kunden getätigt, was ein Resultat der Sprachbarriere sein könnte.

Englisch ist bekanntermaßen mit 340 Millionen Muttersprachlern die meistverbreitete Sprache der Welt und wird von der Mehrheit der Online-Kunden verstanden. Im europäischen Vergleich sind die deutschen und britischen E-Commerce Kunden die aktivsten, aber auch die irischen Kunden holen auf und belegen zur Zeit den vierten Rang hinter den Franzosen.

Englische Online-Händler locken eine steigende Anzahl von internationalen Kunden an. In UK kommen nur 45 % der Kunden aus den UK während ca. 30 % der internationalen Kunden aus Ländern außerhalb von Europa kommen, wie beispielsweise USA oder Asien.

## Keine Weihnachtssaison im UK E-Commerce

Im Pago Report wird auch das Konsumentenverhalten nach einzelnen Ländern aufgeschlüsselt. Dabei kam heraus, dass deutsche Konsumenten ca. 30 % ihrer Online Käufe zwischen Oktober und Dezember tätigen. In UK sind es nur 10 %. Dem Bericht zufolge findet da Onlinegeschäft in UK hauptsächlich zwischen Mai und September statt.

## Die britischen Verbraucher kaufen nicht so viel an Wochenenden

Während das Online Shopping im Rest von Europa zu einer attraktiven Beschäftigung für das Wochenende geworden ist, gab es in UK einen Umsatzeinbruch bei den Wochenendverkäufen. Nur ca. 20% der wöchentlichen Transaktionen finden in UK am Wochenende statt. Im Vergleich dazu sind es im restlichen Europa ca. 26 % der Transaktionen, die am Wochenende stattfinden.

## UK-Shopping während der Arbeitszeit aktiv

Deutsche Kunden bevorzugen die Zeit zwischen 20:00 und 22:00 Uhr, wobei in UK die Spitzen-Shoppingzeiten zwischen 14:00 und 16:00 Uhr, also eher in der Arbeitszeit liegen.

# Kreditkarte dominiert als Zahlungsweise

Bisher war die Analyse des Konsumentenverhaltens durch Pago auf europäische Länder beschränkt. Der Pago Report 2008 hat seine Analyse nun auch auf Nicht-Eu Staaten und andere Kontinente ausgedehnt. Neben Maestro geht es in diesem Bericht auch verstärkt um giropay, das von deutschen Banken eingeführte Online Zahlungssystem. Nicht zuletzt die Beschäftigung mit diesen Methoden bestätigt ihre wachsende Bedeutung für den Online Handel.

## Statistische Auswertung von 30 Millionen Transaktionen

Der Pago Report 2008 basiert auf einer Auswertung von ca. 30 Millionen E-Commerce Transaktionen, die von Oktober 2006 bis September 2007 über die Pago-Plattform durchgeführt wurden. Der Bericht analysiert u.a. Herkunftsland des Kunden, Herkunftsland des Verkäufers, Kaufzeit, Geschlecht des Kunden, Zahlungsweise - inklusive der neuen Zahlungsweisen Giropay und Maestro. Hier finden Sie mehr Informationen zum [Pago Report](#).