Europäische Online-Shopper kaufen am liebsten konservativ

Auf welchem Weg finden die Europäer für gewöhnlich den Weg in einen Online-Shop? Antworten auf diese Frage gibt eine Verbraucherumfrage, die in fünf Ländern der Europäischen Union durchgeführt worden ist. Social Media spielt zur Zeit kaum eine Rolle.

Diese Ergebnisse sollten Sie kennen.

20 Prozent der Kunden bringen 80 Prozent des Umsatzes. Diese alte Direktmarketing-Regel hat eine Umfrage des Marktforschungsinstituts Infas im Auftrag von Trusted Shops unter mehr als 5.000 Verbrauchern in Deutschland, UK, Frankreich, Spanien und Polen bestätigt. Denn fast 65 Prozent der Online-Shopper wählen vor allem diejenigen Shops, die sie bereits von früheren Einkäufen her kennen. Gestützt wird diese Zahl dadurch, dass 40 Prozent der Befragten die Shop-URL per Hand eingeben, also den Online-Shop bereits kennen.

Die Häufigkeit, mit der die Europäer als Shopeinstieg auf Preisvergleichsdienste zurückgreifen, lässt Rückschlüsse darauf zu, dass ein günstiger Preis für viele Verbraucher nach wie vor ein wichtiges Entscheidungskriterium ist. Online-Werbung und Social Media dagegen haben nur einen geringen Einfluss auf die Wahl des Online-Shops.

Deutsche lieben das Bekannte, Spanier und Polen vergleichen gerne

Spitzenreiter der konservativen Online-Shopper sind mit 69 Prozent die Deutschen. Aber auch Briten und Franzosen setzen gerne auf Bewährtes (beide je 60 Prozent) und kaufen am liebsten in Shops die sie schon kennen.

Ein wenig flexibler sind dagegen die Polen (55 Prozent) und Spanier (55 Prozent). Sie schauen sich am liebsten auf Preisvergleichsportalen um und vergleichen. Davon halten allerdings die Briten und Franzosen nicht eben viel. Einen Preisvergleichsservice nutzen gerade einmal 26 Prozent (UK) und 33 Prozent (Frankreich)

Überhaupt scheinen die Verbraucher der iberischen Halbinsel gerne Neues zu versuchen. So sind sie mit 34 Prozent im Ländervergleich bei den Empfehlungen mit den Polen (33 Prozent) gleichauf. Und 12 Prozent der Shopper verlassen sich wie auch in UK auf Social Media, um den Online-Shop ihrer Wahl zu finden.