Wie ticken Online-Shopper heute?

Der Großteil der Konsumenten wünscht eine telefonische Beratung bei technischen Problemen, Beschwerden oder Reklamationen sowie bei Preisfragen. Dies und weitere interessante E-Commerce-Fakten, hat das IfH Köln in einer aktuellen Studie identifiziert.

Wie ticken Online-Shopper in Deutschland im Jahr 2015? Was sind Ihre Wünsche, Vorlieben und wie kaufen sie eigentlich im Web ein. Diese Fragen beantwortet das IfH Köln im Auftrag des Versandunternehmens Otto in der aktuellen Studie „E-Commerce 2015 – Wie wir wirklich online einkaufen“.

Ein großer Wunsch der Online-Shopper ist dabei der persönliche Kontakt mit einem Mitarbeiter des Shops, wenn es zu Problemen kommt. Und zwar über das gute alte Telefon. Dies wünschen sich fast 60 Prozent der befragten Verbraucher.

Live- und Videochats sind weit weniger gewünscht, um telefonische Beratung bei technischen Problemen, Beschwerden oder Reklamationen sowie bei Preisfragen abzurufen.

Mit diesen Warenkorbwerten können Sie rechnen

Im Durchschnitt geben die Deutschen pro Online-Kauf 66 Euro aus. Die Spreizung der Warenkorbwerte zwischen den Sortimentsgruppen ist enorm. Gibt der Nutzer für Produkte aus dem Bereich Wohnen & Einrichten pro Online-Kauf durchschnittlich 230 Euro aus, so sind es bei Büchern und Digitalen Medien gerade einmal 39 Euro.

Dabei geben Frauen pro Einkauf mehr Geld für Unterhaltungselektronik aus, Männer für Bekleidung. Verkehrte Welt? Nein, denn das Klischee wird durch die Studie nur auf den ersten Blick widerlegt:

Frauen geben pro Fashion-Bestellung zwar zwölf Euro weniger aus als Männer – dafür shoppen aber doppelt so viele Frauen wie Männer mindestens einmal im Monat Mode im Netz. “Mann” bestellt hingegen lieber einmal die Komplettausstattung als häufiger einzelne Outfitbestandteile.

Mobile-Commerce ein Jugend-Ding

Eigentlich nur eine Bestätigung, was einem der gesunde Menschenverstand ohnedies schon denken lässt: Es sind jungen Erwachsenen unter 29 Jahren, die das Smartphone oder Tablet auch für den Einkauf im Netz nutzen (21,6 Prozent). Bei Menschen der Altersgruppe 50+ beträgt der Anteil der Mobile-Shopper noch nicht einmal 5 Prozent.

Interessanter ist hingegen die Frage, was denn über das mobile Endgerät gekauft wird. Sind es tatsächlich physische Waren, wie Möbel, Kleidung, CE, etc. oder vielleicht eher Veranstaltungs-Tickets, Musik- und Film-Downloads oder Reisen? Leider wurden diese Daten im Rahmen der Studie nicht erhoben.