

## PRESSEMITTEILUNG

# E-Commerce-Studie: 92 % der Online-Shopper kaufen nicht sofort beim ersten Besuch einer Website

Irvine (Kalifornien) / Berlin, 24. Januar 2017 – Die Studie „Reimagining Commerce“ vom globalen Anbieter für das Management von Content, E-Commerce und Marketing Episerver und dem E-Mail- und Omnichannel-Marketing-Spezialisten Optivo beleuchtet das Online-Shopping-Verhalten sowie die Erwartungen der Konsumenten an die Händler. Die zentrale Erkenntnis: 92 Prozent aller Shopper bestellen nicht sofort beim erstmaligen Besuch eines Online-Shops. Vielmehr erwarten sie ein personalisiertes Einkaufserlebnis.

Weitere Ergebnisse der Studie: 45 Prozent der Shopper, die eine Webseite zum ersten Mal besuchen, sind auf der Suche nach einem Produkt oder einer Dienstleistung; ein Viertel vergleicht Preise oder Angebotsunterschiede zwischen den verschiedenen Marken und jeder zehnte Konsument ist auf der Suche nach Filialinformationen.

Die Umfrage, an der sich mehr als 1.100 US-Konsumenten beteiligten, hebt hervor, wie wichtig relevanter und ansprechender Content für den Kaufprozess ist. Dies ist nicht zuletzt dem Umstand geschuldet, dass Webseiten-Besuche oder App-Aufrufe meist zu keiner unmittelbaren Konversion führen. Ganze 98 Prozent der Befragten brechen ihren Kauf wegen unvollständiger oder unklarer Inhalte ab. Dieser Wert unterstreicht, die Notwendigkeit von aussagekräftigen und genauen Produktinformationen.

„Die Inhalte, die Kunden sehen, und die Erfahrungen, die sie bei der Interaktion mit einem Händler online machen, sind entscheidend für ihr Kaufverhalten“, erläutert **James Norwood**, Chief Marketing Officer und Executive Vice President of Strategy bei Episerver. „Auch wenn nicht jeder Konsument einen Online-Shop mit einer klaren Kaufabsicht besucht, sollten Händler immer bedenken, wie die Benutzererfahrung ihrer Webseiten – von der Navigation bis hin zum Checkout – die Kundenakquise unterstützt.“

60 Prozent der Käufe im Online-Shop oder via App erfolgen direkt auf einer entsprechenden Produktseite. Weitere 18 Prozent der Shopper sehen sich zunächst Angebote an, während 7 Prozent zuvor Rezensionen von anderen Käufern zu Rate ziehen.

Der neue Report betrachtet auch die wachsende Bedeutung des Online-Handels für die Konsumenten. Zwei Drittel aller Käufer gaben an, dass sie planen, im Jahr 2017 mehr Käufe online zu tätigen als noch im zurückliegenden Jahr. Und 91 Prozent der Käufer, die häufig online shoppen, gehen davon aus, im neuen Jahr noch mehr online zu kaufen. Dies belegt, wie zentral eine integrierte Customer Journey für nahtloses Einkaufserlebnis ist.

„Konversionsstarke Maßnahmen hängen vom Content und von der Aufbereitung im Online-Shop und per App ab“, kommentiert **Benjamin Walther**, Chief Sales Officer bei Optivo. „Die Konsumenten erwarten Inhalte, die relevant und maßgeschneidert auf ihre persönlichen

Interessen zugeschnitten sind. Erfolgreiche Unternehmen bieten deshalb ihren Kontakten hochgradig individuelle Einkaufserlebnisse in den gewünschten Kanälen.“

Für weitere Einblicke in das Verhalten und die Erwartungen von Online-Shoppern steht der „Reimagining Commerce“-Report hier zum Download bereit:  
<http://www.episerver.com/resources/research--reports/experience-driven-commerce-2017/>

## Über Episerver

Als Episerver verbindet Digital Commerce und Digital Marketing, um Unternehmen dabei zu helfen, ein einzigartiges Online-Erlebnis für ihre Kunden zu schaffen. Die Episerver Digital Experience Cloud™ verbindet Content, Commerce, Multichannel-Marketing, und Predictive Analytics in einer einzigen Plattform für Ihr Unternehmen online – von intelligenter Echtzeit-Personalisierung und Lead-Generierung durch Kundenakquise und Folgegeschäfte – mit beispielloser Benutzerfreundlichkeit und einfacher Anwendung. Im Zentrum des digitalen Ökosystems, befähigt Episerver Marktführer im Onlinhandel, durchschlagende Veränderungsstrategien anzuwenden, um Ihren Kunden herausragende Erlebnisse zu bieten – egal wo. Episerver wurde 1994 gegründet und hat Niederlassungen in Australien, Dänemark, Finnland, den Niederlanden, Norwegen, Singapur, Südafrika, Spanien, Schweden, den Vereinigten Arabischen Emiraten, Großbritannien und den USA. Für weitere Informationen, besuchen Sie [www.Episerver.com](http://www.Episerver.com).

## Über Optivo

Als marktführender Anbieter für Omnichannel- und E-Mail-Marketing-Kampagnen schafft Optivo die Voraussetzung für kanalübergreifende One-to-One-Dialoge in Echtzeit. Die Omnichannel-Lösungen und -Dienstleistungen unterstützen die Unternehmen dabei, Kampagnen zu erstellen, zu orchestrieren, auszuführen und zu analysieren. Für einen regelmäßigen und effektiven Kunden-Dialog werden E-Mail, Print, Push, SMS, Fax sowie weitere Marketing-Kanäle unterstützt. Die Unternehmen profitieren von kontextrelevanten Kundenerlebnissen durch multidimensionale Segmentierungsmöglichkeiten. Der Angebotsfokus liegt hierbei auf konversionsstarken und optimierten Kampagnen für den Abverkauf und langfristige Kundenloyalität. Auf das Episerver Unternehmen Optivo vertrauen weltweit zahlreiche Top-Unternehmen – darunter Accor, Air Berlin, Babel, Best Western, Bosch, Deutsche Bahn, Henkel, HolidayCheck, InnoGames, Jack Wolfskin, Olympus, PAYBACK, QVC, TUI, WWF und Zooplus. Weitere Informationen unter: [www.optivo.de](http://www.optivo.de)

## Ansprechpartner für die Medien

### optivo GmbH

Harald Oberhofer  
Leiter Corporate Communications & PR  
Wallstraße 16  
D-10179 Berlin

**Telefon** +49 (0)30.76 80 78-117

**Telefax** +49 (0)30.76 80 78-499

**E-Mail** [presse@optivo.de](mailto:presse@optivo.de)

**Internet** [www.optivo.de](http://www.optivo.de)

### ELEMENT C GmbH

Christoph Hausel  
CEO & Founder  
Aberlestraße 18  
D-81371 München

**Telefon** +49 (0)89.720 137-20

**Telefax** +49 (0)89.720 137-10

**E-Mail** [c.hausel@elementc.de](mailto:c.hausel@elementc.de)

**Internet** [www.elementc.de](http://www.elementc.de)