

MEDIENINFORMATION

E-Commerce-Ländervergleich: So kaufen Deutsche, Schweizer und Österreicher Kleidung und Schuhe online

Das Affiliate-Marketing-Netzwerk Admitad vergleicht, über welche Geräte, in welchen Monaten, zu welchen Uhrzeiten und in welchen Shops die Verbraucher aus der DACH-Region shoppen

Heilbronn, 25. Juli 2018_ Kleidung und Schuhe sind die beliebtesten E-Commerce-Produkte. Laut Bundesverband E-Commerce und Versandhandel (bevh) wird in Deutschland online ungefähr jeder dritte Euro in dem Mode-Segment ausgegeben. Der generierte Umsatz liegt bei ungefähr 16 Milliarden Euro im Jahr. Admitad zeigt in seiner Shopping-Analyse, wie und wann die Verbraucher Schuhe und Kleidung im Netz kaufen. Dafür vergleicht das Affiliate-Marketing-Netzwerk die Märkte der DACH-Region miteinander und wertet die 2017 erfolgten Verkäufe über sein Netzwerk aus.

Rund-um-die-Uhr-Shopping

Bei den aktivsten Tageszeiten zeigen sich die größten Unterschiede unter den DACH-Ländern: Die Umsätze in Deutschland im Fashion-Bereich beginnen ab 8 Uhr zu steigen und erreichen mittags ihre Flughöhe. Bis spätabends bleiben sie relativ konstant, bevor sie kurz vor der Schlafenszeit, um 22 und 23 Uhr, nochmal ein wenig steigen auf den höchsten Tageswert. Danach sinken sie schnell, allerdings wird bis zwei Uhr morgens noch relativ viel Mode eingekauft.

Österreicher kaufen unregelmäßiger über den Tag verteilt. Wie bei einer Bergtour: Den ersten Peak im Umsatz bei Kleidung und Schuhen erreichen die Österreicher bereits um 10 Uhr. Dann steigen sie wieder ins Umsatz-Tal ab, um dann um 15 Uhr schnell den zweiten Gipfel zu stürmen. Die Umsätze sinken daraufhin wieder. Lust auf Mode bekommen die Verbraucher aus Österreich erst wieder ab 20 Uhr und wie in Deutschland besonders, wenn sie schon im Bett liegen, um 22 und 23 Uhr. Auch hier wird zu diesen Uhrzeiten der Tageshöchstwert erreicht.

Die Schweizer fangen ebenfalls am Morgen langsam an, Schuhe und Kleidung online zu kaufen. Den Tageshöhepunkt erreichen sie aber schon um 14 und 15 Uhr. Danach kaufen sie zwar immer noch relativ viel, aber weniger als nachmittags.

Die beliebtesten Online-Shops im Modebereich

Die umsatzstärksten Online-Shops bei Käufen über das Admitad-Netzwerk waren 2017 in Deutschland in absteigender Reihenfolge: SheIn.com, Dresslily.com und ASOS. In Österreich: Zaful.com, Dresslily.com und ASOS. In der Schweiz: Zaful.com, ASOS und Farfetch. Hier sind die DACH-Länder also relativ nah beieinander.

Devices: Nachbarschaftliche Einigkeit

So unterschiedlich die DACH-Märkte in einigen Bereichen auch sind: Bei der Device-Nutzung liegen sie beim Fashion-Shopping sehr nah beieinander. 69,6 Prozent der Mode-Käufe erfolgten 2017 in Deutschland über Desktop. In Österreich waren es 67,3 Prozent und in der Schweiz 66 Prozent.

Lediglich bei der näheren Betrachtung der Mobile-Käufe gibt es nennenswerte Unterschiede, wie viele Verbraucher über iOS- und wie viele über Android-Geräte kaufen. In der Schweiz und in Österreich liegen beim Mobile-Shopping Apple-Geräte (Österreich: 17,7 Prozent, Schweiz: 24,2 Prozent) vor den Android-Geräten (Österreich: 14,9 Prozent, Schweiz: 9,7 Prozent). Deutsche Verbraucher setzen hingegen lieber auf die Apple-Konkurrenten: 18,6 Prozent der Mode-Käufe erfolgten im vergangenen Jahr über diese Devices, nur 11,7 Prozent über iOS-Geräte.

Kleidung wird in DACH vor allem im Herbst gekauft

Alle DACH-Verbraucher kauften Kleidung und Schuhe 2017 gerne in den Herbstmonaten ein: In Deutschland und der Schweiz waren der September, Oktober und November die umsatzstärksten Monate 2017. Österreich ist zwar ähnlich, aber mit dem August verdrängt ein Sommermonat den Oktober aus den Top3. Die Schweiz bietet außerdem mit dem Juni ebenfalls einen starken Sommermonat für den Kleidungskauf.

„Der Markt für Kleidung und Schuhe gehört zu den lukrativsten im E-Commerce und damit auch zu den am härtesten umkämpften“, sagt Alexander Bachmann, Gründer und CEO von Admitad. „Auffällig ist, dass sich 2017 jeweils ungefähr die gleichen Player in den DACH-Ländern durchsetzen konnten. Auch ansonsten ist die DACH-Region beim Fashion-Shopping in weiten Teilen sehr homogen. Etailer, die die kleinen, aber feinen Unterschiede berücksichtigen, können sich von der Konkurrenz abheben.“

Zur Analyse:

In der Übersicht ist ausgewertet, zu welchen Uhrzeiten, bei welchen Shops, über welche Devices und in welchen Monaten DACH-Verbraucher 2017 Schuhe und Kleidung über das Admitad-Netzwerk kauften.

Über Admitad

Admitad zählt weltweit zu den größten Affiliate-Marketing-Netzwerken und verbindet Advertiser und Publisher für die effiziente Vermarktung von Produkten und Dienstleistungen im Internet. Mehr als 1.600 Advertiser und knapp 700.000 Publisher, die täglich mehr als sechs Millionen Visits generieren, profitieren von der innovativen Affiliate-Marketing-Plattform von Admitad.

Das international agierende Unternehmen wurde 2010 in Heilbronn von Alexander Bachmann gegründet und beschäftigt aktuell mehr als 300 Mitarbeiter an Standorten in Deutschland, Russland, der Schweiz, Weißrussland, der Ukraine, China, den Vereinigten Arabischen Emiraten und Indien. Admitad legt dabei größten Wert auf Transparenz, Qualität und Sicherheit. Auf Admitad vertrauen zahlreiche internationale Top-Unternehmen – darunter AliExpress, Booking.com, Emirates, Qatar Airlines, ASOS, Quelle, OTTO und Decathlon.

Weitere Informationen unter: <http://www.admitad.com/en>