



## Entspannt nebenher: 86 Prozent der Deutschen shoppen am liebsten vom Sofa aus

*Der jährliche Benchmark-Report „Reimagining Commerce“ von Episerver zeigt, wie Marken und Händler auch in schwierigen Zeiten Kunden für sich begeistern*

**Berlin, 1. April 2020\_** 37,6 Prozent der Deutschen nutzen am liebsten ihr Smartphone zum Online-Shopping. Damit zeichnet sich im Vergleich zu 2019 eine deutliche Steigerung ab, denn knapp 31 Prozent der Befragten gaben an, dank nutzerfreundlicher Shopping-Apps und Funktionen wie dem One-Click-Checkout deutlich häufiger auf ihr Mobiltelefon zurückzugreifen. Das ergab die inzwischen vierte, jährlich erscheinende Studie „Reimagining Commerce“ von Episerver, dem Anbieter für smarte CMS-, E-Commerce- und Omnichannel-Marketing-Lösungen.

Der bevorzugte Online-Shopping-Hotspot der Deutschen ist das Sofa: 86,4 Prozent stöbern bevorzugt dort in ihren Lieblingsshops. Auf Platz zwei folgt mit einigem Abstand der Arbeitsplatz mit nur 8,5 Prozent. Für Retailer und Marken bedeutet das, aus Gelegenheitsbrowsern gezielte Käufer zu machen: 23,4 Prozent der Befragten kehren meist erst dann auf eine Webseite zurück, wenn sie das Produkt, das sie zuvor angesehen oder bereits in den Warenkorb gelegt haben, erneut in einer Anzeige wiedersehen. Weitere 34,6 Prozent lassen sich mit Gutscheincodes ködern.

### **Der Amazon-Effekt**

42,2 Prozent der deutschen Online-Shopper holen sich im Netz Inspiration zu verschiedenen Produkten oder Dienstleistungen – am liebsten bei Amazon. Sie schätzen dort vor allem die große Produktauswahl (34,5 Prozent) sowie die Preisgestaltung (29,6). Kein Wunder, dass knapp 76 Prozent Produkte anderer Shops mit dem Angebot auf Amazon vergleichen.

Amazon ist auch einer der Gründe, warum die Erwartungen der Kunden an Marken und Retailer steigen. Diese erwarten auch in anderen Shops einen kostenlosen Standardversand (65,8 Prozent), eine Sendungsverfolgung (48 Prozent), kostenlose Rücksendungen (44,7 Prozent) und eine nutzerfreundliche Produktsuche (36 Prozent).

### **Personalisierung und Datenschutz**

Wenn es um personalisierte Werbung geht, zeigen sich die Deutschen im weltweiten Vergleich als sehr zufrieden: Nur acht Prozent gaben an, dass Marken und Retailer 2020 ihre Prioritäten in diesem Bereich höher setzen sollten. Für 27,9 Prozent wäre sogar eine geringere Personalisierung in Ordnung. Auch wenn es um den Schutz ihrer Online-Anonymität geht, machen sich die Deutschen weniger Sorgen als andere Länder. Lediglich 33 Prozent der Befragten glauben, dass Marken und Retailer diese besser schützen sollten – Großbritannien liegt im Vergleich bei 49 Prozent, die Vereinigten Staaten sogar bei 53 Prozent.

### **Methodik**

Die Studie basiert auf einer Befragung von 4.050 Kunden in Deutschland, den USA, dem Vereinigten Königreich, Schweden und Australien, die im vergangenen Jahr online eingekauft haben, und zeigt, welche Verhaltensweisen und Trends die Zukunft des E-Commerce prägen.

Die vollständige Studie „Reimagining Commerce“ steht unter folgendem Link zum Download bereit:  
<https://www.episerver.de/lernen/handbuecher/Reimagining-Commerce-Report/>



## **Über Episerver**

Episerver unterstützt die digitale Wachstumsstrategie von Unternehmen durch einen maximal kundenorientierten Ansatz. Die Customer-Centric Digital Experience Platform erschafft durch Content Management, Commerce und Marketing Automation in Kombination mit intuitiver, datengestützter Personalisierung eine umfassende Digital Experience. Die Plattform wird seit Jahren für ihre Vision, ihre Funktionalität und das Kunden-Commitment bei Branchen-Experten und Analysten geschätzt. Mehr als 825 Mitarbeiter und 900 Partner weltweit unterstützen Kunden bei ihrem Wachstum und dabei ihren Kundenwert sowie ihren Umsatz zu steigern. Zu den über 8.000 Kunden des 1994 gegründeten Unternehmen gehören namhafte Marken wie Bosch, Deutsche Bahn, Pizza Hut, Rossmann und Mazda.

Weitere Informationen unter: [www.episerver.de](http://www.episerver.de)