

Akeneo B2C Survey 2022:

Deutschland ist Weltmeister – im Preisvergleich

Nirgendwo sonst vergleichen Verbraucher Preis und Produkt so häufig wie hierzulande

Düsseldorf – 20. Juni 2022_ [Akeneo](#), weltweit führend im Bereich Product Experience Management (PXM) und Product Information Management (PIM), fasst in seiner jährlich erscheinenden B2C-Umfrage zentrale Erkenntnisse und Kaufrends zusammen.

Weltklasse: Ein Drittel der Bundesbürger nutzt Preisvergleichsportale

Die aktuellen Studienergebnisse verdeutlichen: Qualität und Konsistenz von Produktinformationen spielen auch für deutsche Verbraucher vor allem beim Blick auf Preisvergleichsportale eine wichtige Rolle bei der Kaufentscheidung. Wie nirgendwo sonst auf der Welt greifen 33 % der befragten Personen aus der Bundesrepublik bei der Produkt-Recherche auf Preisvergleichsseiten zurück. Damit belegt Deutschland im internationalen Vergleich den ersten Platz und liegt überraschend deutlich vor Italien (23,5 %), China (21,2 %), England (18,5 %), den USA (18 %), Australien (16,4 %) Frankreich (14,5 %) und Canada (11,2 %).

Preisvergleich schlägt Marktplätze

In der Gesamtwertung der insgesamt 16 Verkaufskanäle erzielen Preisvergleichsportale in Europas stärkster Volkswirtschaft einen bemerkenswerten zweiten Platz. Davor liegen lediglich Suchmaschinen (40 %). Deutlich geschlagen geben müssen sich dagegen die im E-Commerce hoch gehandelten Online-Marktplätze. Sie belegen mit 28 % „nur“ den dritten Platz. Überraschend schlecht schneiden die sozialen Medien in Deutschland ab. Sie kommen auf lediglich 18 % der Stimmanteile und erreichen damit Platz vier, während dieser Marketing-Kanal international eine wesentlich bessere Reputation genießt (China 35 %, England 28 %).

Aussagekräftige Produktinformationen auch beim Preisvergleich erforderlich

Wie in keinem anderen Land kommen Preisvergleichsportalen im bundesdeutschen Omnichannel-Marketing-Mix eine elementare Bedeutung zu. Marken, Händler und Unternehmen, die sie vernachlässigen, verzichten auf potenziellen zusätzlichen Umsatz. Um dieses Volumen vollständig abzuschöpfen, gilt es, den Kundenerwartungen auch auf Preisvergleichsportalen mit aussagekräftigen, präzisen und konsistenten Produktinformationen zu begegnen. Für den Verkaufserfolg ist das entscheidend.

Komplexe Produktrecherche erfordert konsistente Produktinformationen

Es ist längst keine Überraschung mehr: Hinter erfolgreichen Kaufentscheidungen verbergen sich komplexe Produktrecherchen. Das heißt: Die digitale Suche führt nicht unbedingt auch zum digitalen Kauf. So erbringt die Akeneo-Studie 2022 den Beweis, dass 80 % der Deutschen online nach Produktinformationen suchen – u. a. auch verstärkt auf Preisvergleichsseiten –, dann aber im Laden kaufen. Folglich werden Unternehmen, die mit konsistenten und aussagekräftigen Produktinformationen in den Marketing-Kanälen beider „Welten“ die bestmögliche Product Experience bieten, von den Kunden bevorzugt.

B2C-Survey 2022 dokumentiert Veränderungen zu 2021

Bereits im abgelaufenen Jahr legte Akeneo seinen [erste globale B2C-Studie](#) vor. Mit dem B2C-Survey 2022 wiederholte das Unternehmen jetzt seine Befragung, um die Zufriedenheit der Verbraucher mit dem Produkterlebnis im Jahresvergleich zu bewerten und Veränderungen zu dokumentieren.

Die Umfrage wurden vom 28. Januar bis zum 8. Februar durchgeführt. Befragt wurden 1.800 Verbraucher ab 18 Jahren aus Australien, Kanada, China, Frankreich, Deutschland, Italien, England und den USA.

Der Global B2C Survey Report 2022 kann hier heruntergeladen werden:

<https://www.akeneo.com/white-paper/akeneo-2022-global-b2c-survey-results-report/>

Über Akeneo

Akeneo ist ein weltweit führendes Unternehmen im Bereich Product Experience Management (PXM), das Unternehmen dabei hilft, Wachstumschancen zu erschließen, indem es ein konsistentes und überzeugendes Produkterlebnis über alle Kanäle hinweg bietet, einschließlich E-Commerce, Mobile, Print, Point of Sale und darüber hinaus. Mit seiner offenen Plattform, dem führenden PIM, den Add-Ons, Konnektoren und dem Marktplatz verbessert Akeneo PXM Studio die Qualität und Präzision von Produktdaten, vereinfacht das Katalogmanagement und beschleunigt die gemeinsame Nutzung von Produktinformationen über alle Kanäle und Standorte hinweg.

Globale Marken, Hersteller, Distributoren und Einzelhändler wie Kneipp, KaDeWe, bergfreunde.de oder Liqui Moly vertrauen auf Akeneo, um ihre Omnichannel-Commerce-Initiativen zu skalieren und zu individualisieren. Mit Akeneo können Marken und Einzelhändler Produkterlebnisse über alle Kanäle hinweg aktivieren und somit die Customer Experience verbessern, den Umsatz steigern, die Markteinführungszeit verkürzen, global agieren sowie die Produktivität ihrer Teams steigern.

Weitere Informationen unter [akeneo.com](https://www.akeneo.com).