Bitkom e.V. |

Online-Shopping: Preis und Auswahl schlagen persönlichen Kontakt

- Rund die Hälfte der Online-Shopper schätzt Anonymität im Netz
- Große Mehrheit hält Preise im Internet für günstiger und Angebot für größer
- Jeder Dritte findet den Service online besser als im stationären Handel

Berlin, 19. Juli 2017 – Der Obsthändler, der einem die Lieblingsäpfel zurücklegt, und die Boutique, die anruft, wenn das Kleid in der richtigen Größe angekommen ist: Etwa jedem Dritten (32 Prozent), der in den vergangenen 12 Monaten etwas im Internet gekauft hat, ist der persönliche Kontakt zum Händler so wichtig, dass er bevorzugt im stationären Handel einkauft. Zwei von drei Käufern (65 Prozent) zieht der persönliche Kontakt dagegen nicht ins Ladengeschäft. Im Gegenteil: Beim Online-Shopping schätzt die Mehrheit (54 Prozent) die Anonymität. Das zeigt eine repräsentative Umfrage im Auftrag des Digitalverbands Bitkom unter 1.166 Internetnutzern ab 14 Jahren, darunter 1.114 Online-Shopper. „Viele Verbraucher schätzen beispielsweise die unkomplizierte und unbürokratische Beratung zu individuellen Fragen via Messenger“, sagt Bitkom-Expertin Julia Miosga. „Im Netz erfolgt die Beratung diskret, was etwa für Kunden von Online-Apotheken von Vorteil sein kann.“ Allerdings sagen auch 60 Prozent der Online-Käufer, dass man sich mit dem Kauf im Internet zum gläsernen Kunden macht. Diese Meinung wird speziell von den 65-Jährigen und Älteren mit 67 Prozent vertreten.

86 Prozent empfinden die Preise im Internet als günstiger als im stationären Handel. 85 Prozent bevorzugen den Kauf im Internet außerdem, weil dort ihrer Meinung nach die Auswahl größer ist. Etwa jeder Dritte (32 Prozent) sagt, dass Online-Shops einen besseren Service haben als der stationäre Handel. „Die Vernetzung verändert auch nachhaltig die Erwartungshaltung der Kunden, denn ihnen steht heute eine nie da gewesene Preistransparenz und Informationsvielfalt zur Verfügung“, so Miosga. Dazu komme die Erwartung der Shopper, dass auch die Warenverfügbarkeit und Lieferung flexibel, kurzfristig und preisgünstig ist. „Die Chance des Handels liegt nun darin, diesen neuen Ansprüchen und Wünschen mit innovativen Angeboten und Lösungen zu begegnen. Hierbei spielen ganz besonders neue Technologien wie Robotics, Virtual Reality und andere digitale Services eine immer größere Rolle und sollten in die modernen Handelsprozesse mit einbezogen werden.“

Hinweis zur Methodik: Grundlage der Angaben ist eine Umfrage, die Bitkom Research im Auftrag des Digitalverbands Bitkom durchgeführt hat. Dabei wurden 1.166 Internetnutzer ab 14 Jahren befragt, darunter 1.114 Online-Shopper. Die Umfrage ist repräsentativ.

Kontakt

Marie Kreß
Pressereferentin
Telefon: +49 30 27576-432
E-Mail: m.kress@bitkom.org

Nastassja Hofmann
Bereichsleiterin Retail & Proptech
Download Pressefoto
Nachricht senden

Direktlink: ***https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/Online-Shopping-Preis-und-Auswahl-schlagen-persoenlichen-Kontakt.html***