Bitkom e.V. |

Geklickt, gekauft, gespart: Besonders Jüngere sind Preisfüchse im Netz

- Zwei Drittel der Shopper (65 Prozent) suchen vor Online-Kauf nach Rabattcodes
- Mehrheit nimmt an Bonus- und Treueprogrammen teil
- Zahlreiche Gutschein- und Rabattangebote machen Schnäppchen möglich

Berlin, 7. Februar 2017 – Die Deutschen sind Schnäppchenjäger beim Online-Shopping. Zwei Drittel (65 Prozent) haben vor dem Kauf eines Produkts schon einmal nach Gutscheinen und Rabattcodes auf entsprechenden Websites gesucht. 16 Prozent tun dies sogar regelmäßig, 23 Prozent manchmal. Das hat eine repräsentative Umfrage im Auftrag des Digitalverbands Bitkom unter 1.114 Online-Einkäufern ergeben. Bei den 14- bis 29-Jährigen hält sogar mehr als die Hälfte (51 Prozent) regelmäßig oder manchmal Ausschau nach Gutscheinen. Bei den 30- bis 49-Jährigen sind es 43 Prozent, bei den 50- bis 64-Jährigen 29 Prozent. In der Generation 65 Plus schaut dagegen nur rund jeder Zehnte (11 Prozent) regelmäßig oder manchmal nach Rabatten. „Gutscheine sind eine der erfolgreichsten Werbeformen im Internet. Viele Online-Shopper lassen sich sogar erst durch die Rabatte zum Kauf anregen“, sagt Bitkom-Handelsexpertin Julia Miosga.

In Deutschland gibt es mittlerweile eine Vielzahl an Gutscheinportalen. Schnäppchenjäger werden beispielsweise auf Seiten wie Groupon, gutscheinsammler.de, sparwelt.de oder gutscheinpony.de fündig. „Entsprechende Portale dienen als Brücke, indem sie Händler und Dienstleister mit potenziellen Kunden vernetzen. Die Händler können trotz der Preisabschläge von Rabattaktionen profitieren, indem sie etwa ihre Bekanntheit steigern oder Restbestände aus den Lagern schnell an den Kunden bringen“, so Miosga.

Auch Bonus- und Treueprogrammen wie Payback, Miles and More oder bahn.bonus mögen die Deutschen. Im Schnitt sammelt jeder Online-Einkäufer bei mehr als zwei Programmen Treuepunkte oder Treuemeilen. 57 Prozent nehmen an bis zu fünf Programmen teil. Jeder Zehnte (10 Prozent) hat sogar mehr als fünf entsprechende Bonuskarten in seinem Geldbeutel beziehungsweise Apps auf seinem Smartphone. Dabei sind Frauen engagierter: Während 62 Prozent der Männer bei Bonusprogrammen mitmachen, sind es bei den Frauen sogar 73 Prozent. 11 Prozent der Befragten verweigern sich den Treueprogrammen aber auch ganz.

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-Einkäufer. 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/Geklickt-gekauft-gespart-Besonders-Juengere-sind-Preisfuechse-im-Netz.html***