

**„E-Commerce in Deutschland  
-  
privates Konsumverhalten im  
Online-Shopping “**

**Eine Studie der  
Software-Initiative Deutschland**



## Management Summary

- ∅ Die der Studie zugrunde liegende Umfrage wurde auf elektronischem Wege (per Online-Umfrage) unter mehr als 1.000 Internet-Usern anonym durchgeführt.
- ∅ Insgesamt 1.000 verwertbare Umfrageergebnisse konnten in die Studie einfließen.
- ∅ Durchgeführt wurde die Studie ausschließlich unter Internet-Usern im Alter zwischen 18 und 40 Jahren.
  - Das Userprofil hatte zur Voraussetzung, mindestens einmal monatlich einen Online-Kauf zu tätigen,
  - ebenso tägliche Nutzung des Internets, um die nötige Affinität zu gewährleisten.
- ∅ 43 Prozent der befragten Personen sind weiblich, 57 Prozent männlich.

### Ergebnisse der Studie:

- ∅ 72 Prozent der Befragten empfinden das Käuferlebnis im Bereich Online-Shopping als unspektakulär und langweilig.
  - Es bestand die Möglichkeit, hier explizite Portale zu nennen, folgend die Nennungen der Nutzer:
    - § Ebay – 28 Prozent
    - § Amazon – 34 Prozent
    - § Conrad.de – 8 Prozent
- ∅ 56 Prozent der befragten Internet-User wünschen sich ein Einkaufserlebnis mit mehr Entertainment
  - 18 Prozent sind zufrieden mit dem bisherigen Einkaufserlebnis
  - 26 Prozent enthalten sich der Stimme
- ∅ 45 Prozent der Nutzer vermissen eine interaktive Möglichkeit, in das Einkaufsgeschehen einzugreifen.
  - 15 Prozent möchten auf keinen Fall den Käufer interaktiv eingreifen lassen.
    - § 80 Prozent der Nutzer, die interaktiv eingreifen möchten, wünschen sich einen direkten Einfluss auf den Produktpreis.
- ∅ 68 Prozent der Nutzer sind bereits jetzt bereit, andere Portale mit höherem Spaßfaktor beim Online-Einkauf zu verwenden und die bisher bewährten Portale zu verlassen.
- ∅ User wurden aufgefordert, Portale zu nennen, die bereits jetzt Entertainment-Shopping abbilden:
  - 32 Prozent benannten rabattschlacht.de,
  - 21 Prozent benannten Gimahhot.de,
  - 16 Prozent benannten Swoopoo.de,
  - 12 Prozent benannten Hammerdeal.de.