

Umfrage // Pressemitteilung

16. September 2021

adesso E-Commerce-Studie: Das sind die Gewinner der Pandemie

Lebensmittel, Haushaltswaren und Drogerieartikel sowie Click & Collect verzeichnen die größten Zuwächse

Laut der aktuellen adesso-Studie zum E-Commerce „Was Online-Shopper wünschen und Unternehmen bieten“ haben 46 Prozent mehr Verbraucherinnen und Verbraucher in der Pandemie Lebensmittel online gekauft und jeweils 39 Prozent Haushaltswaren und Drogerieartikel. Damit sind das die E-Commerce-Gewinner der Pandemie. Auf die Frage, worüber sich Kundinnen und Kunden beim Online-Shopping ärgern, antworteten die meisten mit 38 Prozent über das „zwingende Kundenkonto“, auf Platz zwei „die umständliche Retoure“ (35 Prozent) und auf dem dritten Platz „unklare Lieferzeiten“.

Dass der Versand- und Internethandel seit der Pandemie einen Boom erlebt, ist offensichtlich. Die adesso-Studie blickt nun detailliert auf die Auswirkungen in einzelnen Branchen und die Einstellungen sowie das Verhalten von Verbraucherinnen und Verbrauchern. Dazu wurden bevölkerungsrepräsentativ 1.000 Online-Kundinnen und -Kunden zu ihrem Einkaufsverhalten sowie 373 Unternehmen zu ihren Customer-Experience-Management-Aktivitäten befragt. Die Gegenüberstellung der beiden Befragungen ergab spannende Ergebnisse.

Alles bleibt anders: 60 Prozent wollen geändertes Kaufverhalten beibehalten

Besonders interessant sind diese Ergebnisse vor dem Hintergrund, dass knapp 60 Prozent der Befragten davon ausgehen, dass sie ihr verändertes Kaufverhalten beibehalten und Lebensmittel, Haushaltswaren oder Drogerieartikel zu einem hohen Anteil auch nach der Pandemie online kaufen werden.

Click & Collect rennt offene Türen ein und macht Konsumierende zufrieden

Den wohl größten Erfolg der Pandemie feierte der Service „Click & Collect“. Über 40 Prozent der Befragten gaben an, dass sie in den letzten drei Monaten Produkte online bestellt und im Geschäft abgeholt haben. Mit 51 Prozent gehörten Haushaltswaren, Garten- und Baumarktartikel zu den beliebtesten Click & Collect-Produkten. Weit abgeschlagen folgten auf dem zweiten Platz mit 16 Prozent Elektronik-, wie Computer- und Handy-Produkte und auf Platz drei mit 10 Prozent erst Bekleidung & Schuhe. Die allgemeine Zufriedenheit wurde zudem als besonders hoch bewertet.

So gaben 96 Prozent der Befragten an, mit dem Click & Collect mindestens zufrieden bis vollkommen zufrieden zu sein. Eine gute Nachricht gibt es zudem für alle Ladengeschäfte: Kaum jemand (4 Prozent) lässt sich stationär umfanglich beraten und kauft dann online, sondern schließt den Kauf dann auch vor Ort ab (96 Prozent).

Werbung über Messaging-Dienstleister besonders unbeliebt

Vorsicht ist hingegen für Unternehmen bei der Verwendung von Messagingdiensten in Zusammenhang mit Marketingaktionen geboten. Bei der Frage, wie die Befragten beispielsweise über Rabattaktionen kontaktiert werden wollen, gaben 85 Prozent an, dass sie eine Kontaktaufnahme per SMS oder WhatsApp ablehnen. Überraschend hier: Je jünger die Verbraucherinnen und Verbraucher sind, desto höher ist sogar die Ablehnung. Bei den 18- bis 29-Jährigen beurteilen sogar 91 Prozent Werbung per SMS oder WhatsApp als negativ. Dem gegenüber feiert die E-Mail eine Renaissance. Sie ist bei Rabattcodes doppelt so beliebt wie Push-Nachrichten auf dem Smartphone.

Die meisten Unternehmen unterschätzen Social Media als Absatzkanal

Nur zwölf Prozent aller befragten Unternehmen nutzen aktuell Social Media als relevanten Absatzkanal. Dem gegenüber kauft ein Drittel der Verbraucherinnen und Verbraucher häufiger oder zumindest gelegentlich Produkte, die ihnen über Social Media vorgeschlagen wurden. Die Videoplattform Youtube verspricht dabei das größte Potenzial, da diese nur 44 Prozent der Unternehmen als Marketing-Kanal nutzen, jedoch mit 88 Prozent aller Befragten die meisten Endverbraucherinnen und Endverbraucher.

„Zusammenfassend lässt sich sagen, dass sich Unternehmen bei ihren Online-Marketingaktivitäten stärker an ihre Zielgruppe anpassen müssen. Dann sprechen sie diese dort an, wo sie sich auch aufhalten und die beworbenen Produkte und Dienstleistungen wahrnehmen. Dann können beide Seiten von diesem Prozess profitieren“, kommentiert Guido Ahle, Studienleiter, die Untersuchung.

Die gesamte Studie ist ab dem 16.09.2021 unter folgendem Link verfügbar:

<https://www.adesso.de/de/impulse/customer-experience/adesso-studie/index.jsp>

Über adesso

adesso ist einer der führenden IT-Dienstleister im deutschsprachigen Raum und konzentriert sich mit Beratung sowie individueller Softwareentwicklung auf die Kerngeschäftsprozesse von Unternehmen und öffentlichen Verwaltungen. Die Strategie von adesso beruht auf drei Säulen: einem umfassenden Branchen-Know-how der Mitarbeitenden, einer breiten, herstellerneutralen Technologiekompetenz und erprobten Methoden bei der Umsetzung von Softwareprojekten. Das Ergebnis sind IT-Lösungen, mit denen Unternehmen wettbewerbsfähiger werden. Zu den Kernbranchen von adesso zählen Versicherungen/Rückversicherungen, Banken und Finanzdienstleistung, Gesundheitswesen, Lotterie, Energieversorgung, Öffentliche Verwaltung, Automotive, Verkehrsbetriebe und Handel.

adesso wurde 1997 in Dortmund gegründet. Aktuell beschäftigt die adesso Group über 5.300 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter (nach Vollzeitäquivalent/FTE). Der Jahresumsatz 2020 belief sich auf über 523 Millionen Euro. Die adesso Group verfügt über zahlreiche Standorte in ganz Deutschland sowie Niederlassungen in Europa und der Türkei. Die Aktie des börsennotierten Unternehmens ist im regulierten Markt notiert. Zu den wichtigsten Kunden zählen im Bankensegment u.a. Commerzbank, KfW, DZ Bank, Helaba, Union Investment, BayernLB und DekaBank, im Versicherungsbereich u.a. Münchener Rück, Hannover Rück, DEVK, DAK, Zurich Versicherung, Medizinischer Dienst der Krankenversicherung (MDK-IT) sowie branchenübergreifend u.a. Daimler, Bosch, Westdeutsche Lotterie, Swisslos, DZR Deutsches Zahnärztliches Rechenzentrum, TÜV Rheinland, REWAG und Beschaffungsamt des Bundesministeriums des Innern.

www.adesso.de

Pressekontakte

adesso SE, Geschäftsstelle München
Eva Wiedemann
eva.wiedemann@adesso.de
Tel.: +49 (0) 162 2921282

ROTWAND Digitale PR GmbH
Anton Martic
anton.martic@rotwand.net
Tel.: +49 (0) 89 7167223-10