



Pressekontakt

Martin Moschek
Communications Manager, Central Europe
ADOBE SYSTEMS GmbH

Christina Euripides
FAKTOR 3 AG
Tel: (0)40-67 94 46-6310
Fax: (0)40-67 94 46-11
E-Mail: adobe_mc@faktor3.de
<http://www.adobe-newsroom.de>

NEWS

Auch nach dem Lockdown: Trend zum Online-Shopping hält in Deutschland weiter an

Aktuelle „Adobe Online Shopping Trends 2020“ zeigen:

- 58 Prozent der Deutschen kaufen auch nach dem Lockdown regelmäßig im Internet ein.
- Online-Marktplätze sind Deutschlands beliebteste Shopping-Destinationen im Netz.
- Produkte aus den Bereichen Heimwerken und Garten liegen im Staycation-Jahr 2020 voll im Trend.
- Die Mehrwertsteuersenkung zeigt laut Umfrage keinen sehr starken Effekt: Nur zehn Prozent der Befragten nehmen dies zum Anlass, um mehr Lebensmittel oder Elektronikartikel zu kaufen.

München — 5. August 2020 — Auch wenn es zunehmend Lockerungen gibt, der stationäre Handel wieder öffnet und der Lockdown zunächst überwunden ist: Die Deutschen kaufen weiter verstärkt online ein. 58 Prozent von ihnen shoppen derzeit regelmäßig im Internet – genauso viele wie während des Lockdowns (58 Prozent). Warum auch etwas daran ändern? Mehr als zwei Drittel der deutschen Konsumenten (67 Prozent) sind mit der Online-Shopping-Experience der vergangenen Monate durchaus zufrieden. Nur 3 Prozent von ihnen bemängeln ein negatives Einkaufserlebnis. Dennoch gibt es Potenzial für Verbesserungen: 30 Prozent beklagen sich über langsame oder fehlerhafte Produktseiten, 26 Prozent über zu lange Checkout-Prozesse und 26 Prozent über komplizierte Shop-Layouts während des Lockdowns. Insgesamt bevorzugt die große Mehrheit der deutschen Konsumenten in den vergangenen Monaten Online-Marktplätze wie Amazon oder eBay (57 Prozent) für den Internet-Einkauf. Die eigenen Websites der Händler (10 Prozent) und Marken (3 Prozent) haben das Nachsehen und werden deutlich seltener genutzt. Dies ist das Ergebnis der aktuellen „Adobe Online Shopping Trends 2020“, für die im Juli 2020 über 1.000 deutsche Konsumenten befragt wurden.

Urlaubsreisen fallen aus: Deutsche verschönern ihr Zuhause

Als beliebteste Produkte haben vor allem Kleidung (56 Prozent), Elektronikartikel (33 Prozent) und nicht verschreibungspflichtige Medikamente (30 Prozent) das deutsche Online-Shopping während des Lockdowns klar dominiert. Im Vergleich zu der Zeit vor COVID-19 sind während des Lockdowns vor allem die Online-Käufe in den

Auch nach dem Lockdown: Trend zum Online-Shopping hält in Deutschland weiter an

Bereichen Lebensmittel (+54 Prozent) und nicht verschreibungspflichtige Medikamente (+47 Prozent) stark angewachsen. Für die kommenden Monate planen die Deutschen den Kauf von Produkten aus den Bereichen Heimwerken (21 Prozent) und Garten (20 Prozent), um sich das Zuhause zu verschönern. Offensichtlich eine direkte Folge der gebremsten Reiselust: 52 Prozent der Deutschen werden in diesem Sommer nicht verreisen, sondern ihren Urlaub zuhause verbringen. Diejenigen, die trotz der Einschränkungen verreisen wollen, bleiben bevorzugt in Deutschland (29 Prozent) oder fahren mit dem eigenen Auto (68 Prozent). Nur 23 Prozent planen in diesem Jahr eine Flugreise.

„Der Online-Handel kann den Trend der vergangenen Monate bestätigen und wird zum Standard unserer neuen Normalität. Wer die Customer Journey der eigenen Kunden versteht und reibungslose Interaktion an jedem Touchpoint anbieten kann, ist somit eindeutig im Vorteil“, so Christoph Kull, Vice President und Managing Director Adobe Central Europe bei Adobe. „Für Unternehmen ist der Ausbau ihrer digitalen Kundenbeziehungen und Absatzkanäle daher eine direkte Investition in die eigene unternehmerische Resilienz und Zukunft.“

Mehrwertsteuersenkung zeigt kaum verkaufsfördernde Wirkung

Preis, Zeitersparnis und Abstand zu anderen sind die wesentlichen Gründe dafür, dass die Menschen weiterhin auf den Online-Handel setzen. Gleichzeitig wird das Konsumverhalten generell stärker reflektiert: 44 Prozent geben in der Adobe-Umfrage an, seit dem Lockdown wesentlich bewusster einzukaufen. Jeweils mehr als jeder Zweite (57 Prozent) möchte mit seinem Online-Einkauf vor allem Unternehmen aus Deutschland unterstützen bzw. einen Beitrag zum Umweltschutz leisten. Preis (54 Prozent), Zeitersparnis (52 Prozent) und Abstand zu anderen (50 Prozent) sind die wesentlichen Gründe dafür, dass die Menschen weiterhin auf den Online-Handel setzen. Die gesenkte Mehrwertsteuer hat nur wenig Einfluss auf die Einkaufsentscheidung: Aufgrund der aktuellen Preissenkungen kauft nur jeder zehnte Deutsche (10 Prozent) mehr Lebensmittel und Elektronikartikel ein. In allen anderen Produktkategorien bleibt die verkaufsfördernde Wirkung der Mehrwertsteuersenkung im einstelligen Prozentbereich.

Über Adobe

Adobe verändert die Welt durch digitale Experiences. Weitere Informationen erhalten Sie auch unter www.adobe.de, www.adobe.at oder www.adobe.ch.

###