

SAP Verbraucherstudie: Deutschland zählt zu den langsamsten Online-Käufern in Europa

Walldorf, 03. Dezember 2018 – Die deutschen Online-Shopper lassen sich gerne Zeit bei Ihren Einkäufen. Rund Dreiviertel der deutschen Konsumenten behalten Produkte bis zu 24 Stunden im digitalen Warenkorb, bis sie letztlich auf „Kaufen“ klicken. Damit ist Deutschland Schlusslicht im europäischen Vergleich. Zu diesem Ergebnis kommt eine aktuelle Verbraucherumfrage von **SAP SE (NYSE:SAP)**, die das Online-Shopping-Verhalten von insgesamt 20.000 Konsumenten in 24 Ländern untersucht hat – darunter auch 600 Verbraucher aus Deutschland.

„Die Studie zeigt, dass Käufer die Bequemlichkeit des Online-Shoppings schätzen. Insbesondere Fashion-Produkte, Konzerttickets und Lebensmittel werden bevorzugt digital bestellt“, erklärt **Chris Hauca, Head of Strategy and Go To Market, SAP Commerce Cloud**. „Verbraucher neigen jedoch häufig zum Kaufabbruch, wenn sie mit unerwartet hohen Versandkosten konfrontiert werden oder ein gewünschtes Produkt ausverkauft ist. Deshalb sollte sich der Einzelhandel Maßnahmen überlegen, die unangenehme Überraschungen für den Verbraucher vermeiden. Um ein positives Shopping-Erlebnis, das über den Kauf hinaus andauert, sicherzustellen, müssen Unternehmen kundenorientierte Prozesse mit der Backend-Lieferkette verbinden.“

Am liebsten kaufen Verbraucher Fashion-Produkte (Kleidung, Accessoires und Schuhe) online (84%), gefolgt von Technik (68%) und Reisen (61%). 40 Prozent der Deutschen würde den Kauf abbrechen, wenn die Versandkosten höher sind als erwartet. Weitere Gründe sind ein ausverkauftes Produkt (30%) sowie die Nutzung des Warenkorbs zum reinen Preis- und Markenvergleichs (31%). Ein einfacher und unkomplizierter Umtausch- und Rückgabeprozess ist für über die Hälfte (65%) ein wichtiges Kriterium bei der Kaufentscheidung. Rabatte haben ebenfalls einen sehr positiven Einfluss - 44 Prozent klicken insbesondere dann auf „Kaufen“.

Weitere Ergebnisse im Überblick:

- **Digitaler Warenkorb** 38 Prozent lassen Produkte nur selten im digitalen Warenkorb liegen – 21 Prozent sogar nie.
- **Automatisierte Empfehlungen:** Über ein Drittel interessiert sich für mindestens die Hälfte der vorgeschlagenen Kaufempfehlungen.
- **Kaufabbrüche:** Insbesondere bei Finanzprodukten (15%), Mode (14%) und Möbel (12%) wird der Kauf oft nicht abgeschlossen.

„Das Verhalten der Verbraucher im Zusammenhang mit ihrem digitalen Warenkorb ist ein Ausgangspunkt für Einzelhändler, um Stolpersteine in der Customer Journey zu identifizieren und so das gesamte Einkaufserlebnis für Kunden verbessern zu können“, erklärt **Hauca**. „Die Ergebnisse der Studie deuten auf eine stärkere Nachfrage der Verbraucher nach einer auf ihre individuellen Bedürfnisse und Lebensstile zugeschnittenen, aber dennoch vereinfachten Käuferfahrung hin. Sie erwarten ein nahtloses Erlebnis, das sich vom eigentlichen Kauf bis hin zum Service und Support erstreckt.“

Mit der Einführung von SAP C/4HANA, einer neuen Suite von Cloud-Anwendungen, bietet SAP ein erweitertes Portfolio an Customer Experience-Lösungen. Marken erhalten einen robusten und agilen Omnichannel-Ansatz, der ihnen zu jeder Zeit eine einheitliche Sicht auf den Kunden über alle Touchpoints ermöglicht. Das Verbraucherverhalten in der Checkout-Phase - einschließlich ausgewählter und verworffener Artikel, der Navigationsschritte, der Zeit für die Durchführung bestimmter Aktionen sowie des genauen Zeitpunkts des Abbruchs - liefert wertvolle Einblicke in die Art und Weise, wie Einzelhändler die Kundeninteraktion sowie die Konversion steigern können.

Besuchen Sie das [SAP News Center](#). Folgen Sie SAP auf Twitter unter [@sapnews](#) und SAP Customer Experience unter [@sap_cx](#).

Hinweis an die Redaktion:

Die vollständige Studie sowie weitere Informationen sind auf Anfrage per E-Mail an sapcustomerexperience@eloquenza.de oder telefonisch unter 089 242 038 0 erhältlich.

Informationen zu SAP

Als Marktführer für Unternehmenssoftware unterstützt die SAP SE Firmen jeder Größe und Branche, ihr Geschäft profitabel zu betreiben, sich kontinuierlich anzupassen und nachhaltig zu wachsen. Vom Back Office bis zur Vorstandsetage, vom Warenlager bis ins Regal, vom Desktop bis hin zum mobilen Endgerät – SAP versetzt Menschen und Organisationen in die Lage, effizienter zusammenzuarbeiten und Geschäftsinformationen effektiver zu nutzen als die Konkurrenz. Über 404.000 Kunden aus der privaten Wirtschaft und der öffentlichen Verwaltung setzen auf SAP-Anwendungen und Dienstleistungen, um ihre Ziele besser zu erreichen. Weitere Informationen unter www.sap.de.

#

Sämtliche in diesem Dokument enthaltenen Aussagen, die keine vergangenheitsbezogenen Tatsachen darstellen, sind vorausschauende Aussagen wie im US-amerikanischen „Private Securities Litigation ReformAct“ von 1995 festgelegt. Wörter wie „vorhersagen“, „glauben“, „schätzen“, „erwarten“, „voraussagen“, „beabsichtigen“, „planen“, „davon ausgehen“, „können“, „sollten“, „werden“ sowie ähnliche Begriffe in Bezug auf SAP sollen solche vorausschauenden Aussagen kennzeichnen. SAP übernimmt keine Verpflichtung gegenüber der Öffentlichkeit, vorausschauende Aussagen zu aktualisieren oder zu korrigieren. Sämtliche vorausschauenden Aussagen unterliegen unterschiedlichen Risiken und Unsicherheiten, durch die die tatsächlichen Ergebnisse wesentlich von den Erwartungen abweichen können. Auf die Faktoren, die das zukünftige finanzielle Abschneiden von SAP beeinflussen könnten, wird ausführlicher in den bei der US-amerikanischen „Securities and Exchange Commission“ (SEC) hinterlegten Unterlagen eingegangen, unter anderem im letzten Jahresbericht Form 20-F. Die vorausschauenden Aussagen geben die Sicht zu dem Zeitpunkt wieder, zu dem sie getätigten wurden. Dem Leser wird empfohlen, diesen Aussagen kein unangemessenes hohes Vertrauen zu schenken.

© 2018 SAP SE. Alle Rechte vorbehalten.

SAP und andere in diesem Dokument erwähnte Produkte und Dienstleistungen von SAP sowie die dazugehörigen Logos sind Marken oder eingetragene Marken der SAP SE in Deutschland und anderen Ländern. Zusätzliche Informationen zur Marke und Vermerke finden Sie auf der Seite <http://www.sap.de/copyright>.

Hinweis an die Redaktionen

Für Pressefotos und Fernsehmateriale in hoher Auflösung besuchen Sie bitte unsere Plattform www.sap.com/photos. Dort finden Sie aktuelles sendefähiges TV-Footage-Material sowie Bilder zu Themen rund um SAP zum direkten Download. Videos zu SAP-Themen aus der ganzen Welt finden Sie

unter www.sap-tv.com. Sie können die Filme von dieser Seite auch in Ihren eigenen Publikationen und Webseiten einbinden.

Ansprechpartner für die Presse:

Michael Baxter, SAP, +49 151 1719 6185, m.baxter@sap.com, CET

eloquenza pr gmbh, Ina Rohe, +49 89 2420380, sapcustomerexperience@eloquenza.de, CET

Pressebereich im SAP News Center; press@sap.com

Bitte beachten Sie unsere Datenschutzbestimmungen. Sie möchten keine Pressemeldungen mehr von uns bekommen? Senden Sie dazu bitte eine E-Mail an press@sap.com mit dem Begriff „Unsubscribe“ in der Betreffzeile.