

Pressemitteilung

Fashion-Apps: Smartphone statt Schaufenster – Kunden shoppen mehr, aber nicht in der Filiale

Von Produktauswahl hin zu Modebewusstsein, von Ausgaben bis Kauffrequenz – Fashion-Apps verändern laut der Simon-Kucher Fashion-App-Studie spürbar das Kaufverhalten. Demnach verlagert sich das Geschäft aber nicht nur von der Filiale aufs Smartphone. Die Interaktionen steigen, über ein Viertel shoppt per App häufiger, rund ein Fünftel gibt mehr Geld aus. Spannend: Wenn bei den Apps künstliche Intelligenz im Spiel ist, fallen die Effekte nochmals drastischer aus!

- 28 % kaufen durch Fashion-Apps häufiger ein; 31 % kaufen wegen Fashion-Apps seltener in Filialen
- 34 % sagen, dass ihre Einkäufe durch Fashion-Apps günstiger werden, 19 % sagen, sie geben mehr aus
- 25 % fühlen sich durch Fashion-Apps modischer gekleidet, 18 % wagen mutigere Stilexperimente
- 17 % wählen Produkte nach App-Vorschlägen aus, 27 % kaufen deswegen mehr Markenprodukte
- 35 % wählen Produkte nach Rabatten in der App, 42 % sagen, dass sie durch Rabatte mehr kaufen
- Wer KI-Funktionen der Mode-Apps nutzt, verändert sein Kaufverhalten noch drastischer

Bonn, 17. Juni 2025 – Vom Bummeln zum Scrollen: Wie drastisch der Einfluss von Mode-Apps auf das Kaufverhalten der Menschen in Deutschland ist, zeigt die Simon-Kucher Fashion-App-Studie. Mehr als ein Viertel der Befragten (28 Prozent) kauft durch die Apps in Summe häufiger Kleidung ein. Eine Belebung für die Filialen? Mitnichten! Denn rund ein Drittel (31 Prozent) kauft seit Nutzung der Apps seltener in Filialen ein.

Shopping-Frequenz und Ausgabenhöhe steigen

„Weniger Filialbesuche, aber höhere Shopping-Frequenz: Durch Mode-Apps verschiebt sich der Umsatz aufs Smartphone!“, resümiert Martin Mattes, Partner im Consumer Sektor von Simon-Kucher. „Mode-Apps sind keine Begleiter mehr – sie sind die treibende Kraft hinter dem Einkauf.“ Nicht nur in der Frequenz, sondern auch der Ausgabenhöhe. So gibt ein Fünftel der App-Nutzenden (19 Prozent) an, mehr Geld zu investieren.

„Der Impulskauf entsteht heute beim Scrollen“

Rabatte treiben zusätzlich: Mehr als ein Drittel (35 Prozent) lässt sich bei der Produktauswahl von Rabatten in der App leiten, 42 Prozent kaufen dadurch mehr. „Der Impuls zum Kauf entsteht heute nicht mehr vor dem Regal, sondern beim Scrollen!“, weiß Markus Goller, Partner bei Simon-Kucher. „Wer Fashion-Apps nutzt, wird viel öfter Kaufreizen ausgesetzt. Jedes noch so kleine Signal kann hier zum Kauf verleiten.“

Fashion-Apps schaffen das Gefühl zu sparen – selbst wenn der Warenkorb wächst

Wie tiefgreifend der Einfluss von Mode-Apps ist, zeigt sich auch am Preisempfinden. Denn obwohl App-Nutzende in der Regel mehr kaufen, sagt ein Drittel (34 Prozent), dass sie durch Fashion-Apps weniger Geld ausgeben. „Fashion-Apps schaffen das Gefühl zu sparen – selbst wenn der Warenkorb wächst“, resümiert Markus Goller. Das Ergebnis? Glückliche Kundschaft und volle Kassen bei Händlern und Markenherstellern.

„Wer im Feed erscheint, verkauft!“

Markenhersteller dürften die Ergebnisse der Simon-Kucher Fashion-App-Studie besonders freuen. Denn die Empfehlungs-Algorithmen wirken: Ganze 17 Prozent der Befragten sagen, dass sie gezielt Produkte wählen, die ihnen die App vorschlägt. Ein Viertel (27 Prozent) probiert dadurch mehr Marken aus. „Wer im Feed erscheint, verkauft!“, so Mattes. „Für Marken wird Sichtbarkeit zum wichtigen Kriterium bei Mode-Apps.“

KI als Kauf-Turbo: Mehr Ausgaben durch intelligente Größenberatung

Besonders stark verändern sich Verhaltensmuster, wenn künstliche Intelligenz ins Spiel kommt – etwa durch personalisierte Empfehlungen oder Größenberatung. „Künstliche Intelligenz ist der Kauf-Turbo der Mode-Apps. Wenn KI im Spiel ist, wird mehr und häufiger gekauft!“, weiß Markus Kröll, Senior Director bei Simon-Kucher. So ist unter den App-Nutzern der KI-Funktionen der Anteil derer, die mehr Geld ausgeben, mit 24 Prozent mehr als doppelt so hoch als bei den Nicht-KI-Funktions-Nutzern. Und auch die Zahl der Menschen, die häufiger einkaufen, steigt unter den KI-Funktions-Nutzern von 21 Prozent auf 32 Prozent.

Gewagter, auffälliger, modischer: Fashion-Apps prägen Kleidungsstil

Neben dem Kaufverhalten verändert sich auch das Selbstbild. Ein Viertel der Menschen, die Mode-Apps nutzen, fühlt sich laut der Simon-Kucher Fashion-App-Studie modischer gekleidet, 18 Prozent greifen häufiger zu auffälligeren oder gewagteren Styles. „Mode-Apps werden zur persönlichen Stil-Spielwiese und steigern das Selbstbewusstsein“, resümiert Kröll. „Gewagter, auffälliger, modischer: Fashion-Apps entscheiden längst mit, was im Kleiderschrank landet.“

**Über die Studie: Die repräsentative Simon-Kucher Fashion-App-Studie 2025 wurde im März 2025 von Simon-Kucher in Zusammenarbeit mit dem unabhängigen Marktforschungsinstitut Appinio durchgeführt. 1.000 Verbraucher*innen in Deutschland wurden hierfür zu Fashion-Apps und ihren Funktionen befragt.*

Vertiefende Informationen und Infografiken in Druckqualität (aktuell nur für Medien und Partnerunternehmen) sind auf Anfrage erhältlich. Teil 1 von 3 der Simon-Kucher Fashion-App Studie der Studienergebnisse steht bereits zum [Download](#) bereit. Die Ergebnisse zu dieser Pressemitteilung (Teil 2) stehen in Kürze ebenfalls auf simon-kucher.com zum Download bereit.

Über Simon-Kucher

Simon-Kucher ist eine globale Unternehmensberatung mit mehr als 2.000 Mitarbeitenden in über 30 Ländern. Unser Fokus: „Unlocking Better Growth“. Wir helfen unseren Kunden, „besser“ zu wachsen, indem wir jeden Aspekt ihrer Unternehmensstrategie optimieren, von Produkten und Preisen bis hin zu Innovation, Digitalisierung, Marketing und Vertrieb. Mit rund 40 Jahren Erfahrung in Monetarisierung und Pricing gelten wir als weltweit führend in den Bereichen Preisberatung und Unternehmenswachstum. [simon-kucher.com](https://www.simon-kucher.com)

Für Rückfragen und detaillierte Informationen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung:

Linda Katharina Klein (Communications & Marketing Manager)

Tel: +49 173 5381929

E-Mail: linda.klein@simon-kucher.com