



Capterra veröffentlicht E-Commerce Trend Report

Die entscheidenden Faktoren für die Kundengewinnung und Kundenbindung im E-Commerce 2024

München, 05. Dezember 2023 - Heute ist es einfacher denn je, online einzukaufen. Für Unternehmen ist es immer entscheidender, mit den neuesten E-Commerce-Trends Schritt zu halten, um sich gegen ihre Mitbewerber durchzusetzen.

Um Unternehmen dabei zu unterstützen, aktuelle Entwicklungen im Onlinehandel zu erkennen und in ihrer Einzelhandelsstrategie umzusetzen, analysierte Capterra insgesamt sechs Verbraucherstudien und identifizierte drei E-Commerce-Trends zu den Themen Datenschutz, Inflation und Entertainment im neuen E-Commerce Trend Report.

Highlights des Reports:

- 43 % der befragten Verbraucher würden aufhören, bei einem Unternehmen einzukaufen, das Opfer eines Datenlecks geworden ist.
- 82 % der Konsumenten finden es wichtig, dass Unternehmen Treueprogramme anbieten, um Kunden langfristig zu binden.
- 33 % der Deutschen haben Live-Commerce bereits ausprobiert und 38 % sind daran interessiert.

Die Bedeutung des Datenschutzes für deutsche Verbraucher

Das Sammeln von Kundendaten und damit die Bereitstellung eines soliden Datenschutzes ist für Unternehmen häufig mit Herausforderungen verbunden. Dazu zählen zum Beispiel Datenlecks aufgrund von menschlichen Fehlern oder Cyberangriffen, sowie die Abhängigkeit von Drittanbietern, die sich möglicherweise nicht an geltende Datenschutzregelungen halten.

Verbraucher sind sich dieser Gefahren bewusst und der Datenschutz kann ein entscheidender Faktor dafür sein, ob sie bei einem Unternehmen einkaufen oder nicht. So würden 43 % der Verbraucher aufhören, bei einem Unternehmen einzukaufen, das Opfer eines Datenlecks geworden ist.

Um das Vertrauen von Verbrauchern zu gewinnen, können Onlinehändler diese Maßnahmen umsetzen:

- **Für Transparenz sorgen:** 55 % der Verbraucher ist es sehr wichtig, dass ein Unternehmen eindeutig erklärt, wie es ihre Daten verwendet, damit es sie als Neukunde gewinnt. 54 % finden es sehr wichtig, dass das Unternehmen erklärt, wie es ihre Daten schützt.
- **Gast-Checkouts anbieten:** 47 % der Verbraucher ist es sehr wichtig, dass ein Unternehmen die Möglichkeit bietet, als Gast zu bezahlen, um ihr Vertrauen als Neukunde zu gewinnen. Tatsächlich bevorzugt mit 62 % die Mehrheit den Gast-Checkout, wenn sie zum ersten Mal bei einem Online-Händler einkaufen.
- **In Gütesiegel investieren:** 71 % der Verbraucher würden eher bei einem Unternehmen einkaufen, das Gütesiegel hat, als bei einem ohne.

8 von 10 Verbrauchern finden Treueprogramme für die Kundenbindung wichtig

Treueprogramme oder Loyalty Programs sind zwar kein neuer Trend, erleben aufgrund der Inflation derzeit jedoch neue Schubkraft. Unabhängig davon, ob sie selbst ein Treueprogramm nutzen, ist es für die große Mehrheit (83 %) der Verbraucher wichtig, dass Unternehmen solche Programme anbieten, um ihre Kunden langfristig zu binden. Tatsächlich nutzen 71 % aller Befragten dieser Studie aktuell Treueprogramme, und zwar vornehmlich für Supermärkte, Kleidung und Tankstellen.

Live-Commerce: Ein Shopping-Format mit hohem Unterhaltungsfaktor

Der Unterhaltungsfaktor wird ein immer wichtiger Antriebsmotor für den Onlinehandel. Live-Commerce gehört zu den E-Commerce-Trends, die einen besonderen Schwerpunkt auf das Entertainment legen.

Live-Commerce stammt ursprünglich aus China, hat aber das Potenzial, auch andere Teile der Welt zu erobern. So haben in Deutschland bereits 33 % Live-Shopping ausprobiert und 38 % sind daran interessiert.

Der Mehrheit (93 %) der Live-Commerce-Nutzer hat schon einmal etwas gekauft, das sie bei einem Live-Shopping-Event gesehen hat. Zudem sind 81 % der Live-Commerce-Nutzer mit ihrer Gesamterfahrung zufrieden.

Influencer-Marketing: 61 % kaufen eher bei einer Marke, wenn diese mit Influencern zusammen arbeiten

Influencer können in den sozialen Medien eine enorme Wirkung auf ihre Follower ausüben. Tatsächlich gaben 61 % der Befragten an, dass sie eher bei einer Marke einkaufen, wenn diese mit Influencern zusammenarbeiten.

Allerdings kommt es hier oft auch zu Enttäuschungen. Mehr als die Hälfte (57 %) war schon einmal enttäuscht von Produkten oder Dienstleistungen, die sie aufgrund von Influencern gekauft haben.

Metaverse-Shopping: 48 % wären daran interessiert, im Metaverse einzukaufen

Marken suchen immer nach neuen und ansprechenden Wegen, um mit ihrer Zielgruppe und Bestandskunden in Kontakt zu treten und mit ihnen Geschäfte zu machen. Das Metaverse mit seinem Schwerpunkt auf dem Kundenerlebnis und der Unterhaltung ist ein Kommunikationskanal mit erheblichem Marktpotenzial.

Das Interesse auf Verbraucherseite ist nicht unerheblich: 48 % würden gern im Metaverse virtuell in 3D einkaufen, vor allem Kleidung und Elektronikprodukte. 40 % glauben außerdem, dass das Metaverse das traditionelle Onlineshopping ersetzen könnte.

Für die am Metaverse interessierten Verbraucher liegt der größte Vorteil der Plattform mit 56 % im bequemen Shopping. Als größten Nachteil nannten 47 % dagegen die teure Ausrüstung für den Zugang zum Metaverse.

Methodik

Live-Commerce & Influencer-Umfrage 2023: Die Studie wurde im April 2023 unter 995 Teilnehmern aus Deutschland durchgeführt.

Studie zur Veränderung des Verbraucherverhaltens 2023: Die Studie wurde zwischen März und April 2023 unter 1002 Teilnehmern aus Deutschland durchgeführt.

Digital Trust & Digital Identity-Umfrage 2023: Die Studie wurde im März 2023 unter 1006 Verbrauchern in Deutschland durchgeführt.

Loyalty Programs-Umfrage 2022: Die Studie wurde im November 2022 unter 1003 Teilnehmern aus Deutschland durchgeführt.

Metaverse-Umfrage 2022: Die Studie wurde zwischen Oktober und November 2023 unter 1003 Teilnehmern aus Deutschland durchgeführt.

Datenschutzorientierte Verbraucher-Umfrage 2022: Die Studie wurde zwischen Juni und Juli 2022 unter 1049 Verbrauchern aus Deutschland durchgeführt.

Über Capterra: Capterra ist die erste Adresse, um die richtige Unternehmenssoftware zu finden. Unsere Plattform umfasst mehr als 95.000 Lösungen aus 900 Softwarekategorien und bietet über 1,8 Millionen verifizierte Nutzerbewertungen – so sparst du Zeit, und arbeitest effizienter und produktiver.

Pressekontakt: Kristina Dreiling, kristina.dreiling@gartner.com