

P R E S S E M I T T E I L U N G

Verbraucher kaufen abends und samstags gerne online ein

Berlin/Neuss, 31. Mai 2017. Die Mehrheit der deutschen Verbraucher gibt an, keine bestimmten Tageszeiten oder Wochentage für das Einkaufen im Internet zu bevorzugen. Jedoch lassen sich Nutzungsschwerpunkte erkennen: Die Befragten shoppen am liebsten abends und samstags im Internet. Dies ergab die aktuelle Verbraucherbefragung des Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e.V. (bevh) und der Creditreform Boniversum GmbH.

Das „digitale Einkaufen“ hat sich von den vorgegebenen festgelegten Zeitfenstern des „analogen Einkaufs“ befreit und eröffnet dem Verbraucher im Online- und Versandhandel neue zeitlich unabhängige Möglichkeiten für Konsum und spontane Bedürfnisbefriedigung. Und diese werden von den Verbrauchern genutzt. Rund 80 Prozent aller Befragten geben an, keine speziellen Wochentage für Online-Einkäufe zu bevorzugen, und auch nur knapp 44 Prozent nutzen bestimmte Zeitfenster für das Einkaufen im Internet.

Nutzungsschwerpunkte für Online-Einkäufe: abends und samstags

Der beliebteste Wochentag für Online-Shopping ist mit rund 30 Prozent der Samstag. Danach folgen mit Abstand der Freitag (16 Prozent) und der Sonntag (15 Prozent). Der Dienstag erreicht mit rund 7 Prozent Nutzungsanteil den letzten Rang. Bei Betrachtung der Verteilung der zwölf Warengruppen über die Wochentage fällt auf, dass „Lebensmittel“ und „Medikamente“ im Vergleich überdurchschnittlich häufig am Wochenanfang (montags: jeweils 16 Prozent; dienstags: jeweils 9 Prozent; summarisch 25 Prozent) online erworben werden. Dieser Nutzungstrend lässt sich augenscheinlich mit der Zugehörigkeit beider Warengruppen zur Grundversorgung der Verbraucher erklären. Besonders der Einkauf von Lebensmitteln erfolgt stärker als bei anderen Warengruppen nach Notwendigkeit und oft auch nach unterschiedlich fest gelegten Zeitfenstern.

Darüber hinaus zeigen sich erwartbare Nutzungsschwerpunkte, wenn man die tageszeit- und wochentagsbezogenen Angaben der Verbraucher zu ihren Online-Einkäufen nach den abgefragten zwölf Warengruppen differenziert. Die meisten Onlinekäufe werden am Abend, also zwischen 18 und 24 Uhr, getätigt. Auf dieses Zeitfenster entfallen nach Angaben der Verbraucher 61 Prozent der Online-Einkäufe. Danach folgen Einkäufe am Nachmittag, also zwischen 12 und 18 Uhr, mit rund 25 Prozent Anteil. Die Verbraucher nutzen die Zeitfenster am Vormittag, also von 6 bis 12 Uhr (9 Prozent), und in der Nacht, also von 0 bis 6 Uhr (5 Prozent), deutlich weniger stark.

Besonders gerne werden abends Artikel aus den Warengruppen „Bild- und Tonträger / Video- und Music-Files“ (67 Prozent), „Computer / Zubehör / Spiele / Software“ (66 Prozent) und „Elektronik-Artikel / Telekommunikation“ (65 Prozent) in den Warenkorb gelegt. „Medikamente“ und „Lebensmittel“ (46 Prozent) werden dagegen überdurchschnittlich stark am Vormittag und am Nachmittag gekauft.

Individuell vorhandene Zeitfenster und Notwendigkeiten bestimmen den Online-Einkauf

Die vorliegenden Ergebnisse zeigen, dass die Verbraucher offensichtlich in hohem Maße situativ und oft auch spontan Online-Einkäufe tätigen. Der „digitale Einkauf“ hat sich „entritualisiert“. Individuell vorhandene Zeitfenster und Notwendigkeiten bestimmen den Online-Einkauf und nicht die Öffnungszeiten der analogen Einkaufsangebote. Dennoch können mit den Ergebnissen der vorliegenden Umfrage Schwerpunkte des Online-Einkaufsverhalten aufgezeigt werden, die mit den vorhandenen Zeitfenstern der „arbeitenden“ Bevölkerung korrespondieren und zugleich spezifische Nachfragemuster abbilden.

Für die repräsentative Erhebung des Bundesverbandes E-Commerce und Versandhandel Deutschland (bevh) und der Creditreform Boniversum GmbH wurden über 1.000 Personen zwischen 18 bis 69 Jahre befragt.

Kontakt:**Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e.V. (bevh)**

Friedrichstraße 60 (Atrium Friedrichstraße), 10117 Berlin

Susan Saß, Presseabteilung

Tel. 030 20 61 385 16, 0162 252 52 68

susan.sasst@bevh.org, www.bevh.org, www.katalog.de

Creditreform Boniversum GmbH

Hellersbergstraße 11, 41460 Neuss

Aleksandra Gulba, Presseabteilung

Tel. 02131 109 5103

a.gulba@boniversum.de, www.boniversum.de

Über den bevh

Dank E-Commerce und Internet ist der Versandhandel so vital wie nie. Der Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e.V. (bevh) ist die Branchenvereinigung der Interaktiven Händler (d.h. der Online- und Versandhändler). Die Branche setzt aktuell jährlich im Privatkundengeschäft allein mit Waren rund 52,4 Mrd. Euro um, mehrheitlich durch Mitglieder des bevh. Der Online-Handel mit Waren hat daran aktuell einen Anteil von über 90 Prozent. Der jährliche Gesamtumsatz im Geschäft mit gewerblichen Kunden wird auf mindestens 8,1 Mrd. Euro geschätzt. Neben den Versendern sind dem bevh auch namhafte Dienstleister angeschlossen. Nach Fusionen mit dem Bundesverband Lebensmittel-Onlinehandel und dem Bundesverband der Deutschen Versandbuchhändler, repräsentiert der bevh die kleinen und großen Player der Branche. Der bevh vertritt die Brancheninteressen aller Mitglieder gegenüber dem Gesetzgeber sowie Institutionen aus Politik und Wirtschaft. Darüber hinaus gehören die Information der Mitglieder über aktuelle Entwicklungen und Trends, die Organisation des gegenseitigen Erfahrungsaustausches sowie fachliche Beratung zu den Aufgaben des Verbands.

Über Boniversum

Die Creditreform Boniversum GmbH (Boniversum) ist einer der größten Anbieter von Bonitätsinformationen über Privatpersonen in Deutschland. Regelmäßig veröffentlicht Boniversum in Zusammenarbeit mit renommierten Partnern und Instituten umfangreiche Studien wie den SchuldnerAtlas und Verbraucherumfragen, um Trends frühzeitig vorherzusehen und Veränderungen im Schuldnerverhalten oder in der Kreditaffinität sicher zu prognostizieren. Boniversum wurde 1997 gegründet und ist ein Unternehmen der Creditreform Gruppe.