Es gibt viele Statistiken über die Veränderung der Einkaufs- und Alltagsgewohnheiten der Menschen und insbesondere der Deutschen. Hier einige Erkenntnisse aus aktuellen Studien:

Online im Wartezimmer

Was hat man früher im Wartezimmer beim Allgemeinarzt oder beim Zahnarzt gemacht: Die interessanten und aktuellen Zeitschriften vom Lesezirkel gelesen und sich damit das Warten versüßt. Das hat sich mittlerweile geändert: Eine aktuelle Kaspersky-Studie stellt fest: Heute wird mit Hilfe der Smartphones gesurft und sich die Zeit vertrieben. Nach 21 Sekunden greifen Männer im Wartezimmer bereits das erste Mal zum Mobiltelefon, Frauen haben etwas mehr Geduld, die Wartezeit beläuft sich auf 54 Sekunden.

Dann werden die Geburtstagsparty für die Kinder über WhatsApp organisiert oder die aktuellen Fußballnachrichten abgefragt: Wie sind die Ergebnisse, wer spielt demnächst wo, wie teuer war der Transfer und vieles mehr. Die Angst, den Weltuntergang zu verpassen, lässt viele binnen weniger Sekunden zum Mobiltelefon greifen.

So kauft Deutschland Online ein

Und wie ist das beim Einkaufen: Mehr als die Hälfte aller Deutschen kauft Kleidung heute online ein stellt eine [Studie von Netzshopping.de](#) fest. Basierend auf den Suchanfragen seiner Nutzer hat Netzshopping analysiert, wie wir in Deutschland online einkaufen, welche Produkte in den verschiedenen Kategorien besonders gefragt sind und welche Besonderheiten beim E-Commerce vorherrschen.

Frauen tätigen zwei Drittel aller Online-Käufe

Wie sollte es anders sein: Frauen tätigen zwei Drittel aller Online-Einkäufe. Damit liegen sie deutlich vor den Männern. Und wann wird eingekauft: Im wesentlichen abends zwischen 19 und 21 Uhr, am wenigsten wird zwischen 4 bis 5 Uhr gekauft.

Und was kaufen die Deutschen online ein und wieviel geben die Kunden durchschnittlich aus?

Mehr als fünfzig Prozent der Online-Einkäufer kauft heute Kleidung online ein. Dabei interessieren sich fast doppelt so viele Kunden für Hosen wie für Pullover. Der Durchschnittspreis liegt hier bei 39,99 Euro. Für Schuhe bezahlen die Surfer durchschnittlich 49,95 Euro - d.h. 10 Euro mehr. An erster Stelle bei den Ausgaben liegen allerdings Taschen: Ca. 69,99 Euro im Schnitt bezahlten die Kunden im Internet für eine Hand-, Reise- oder Fahrrad-Tasche.

Und wo kaufen die Deutschen im Internet ein?

Laut KaufDa werden in einer Minute insgesamt 73.630 Euro im Internet und 776.250 Euro im stationären Handel ausgegeben, also ein zehntel der Umsätze laufen heute über das Netz. Und davon entfallen ca. 14.840 Euro Umsatz je Minute auf Amazon.

Hierzulande ist Amazon sogar noch dominanter als weltweit: Während der US-Riese international rund ein Zwölftel der Online-Erlöse abgreift, ist es in Deutschland jeder fünfte Online-Euro. Es besteht also noch Nachholbedarf bei den stationären Händlern im Bereich mobile Shopping.

Wie sieht der durchschnittliche Kunde aus?

Die durchschnittliche Kundin ist weiblich, kauft zwischen 19 und 21 Uhr ein und sucht nach einem Cocktailkleid und nutzt einen Computer. Insgesamt wird der Computer fürs Online-Shopping zu 60 % genutzt, gefolgt von Mobiltelefonen (21%) und Tablets (19%).

Und was machen die Händler?

Klar: Sie treiben **die Digitalisierung ihres Geschäfts weiter voran. Die Firma Locafox bestätigt in ihrer Studie:** Die Händler haben im Bereich von Electronic Commerce und Mobile Commerce aufgerüstet. So betreiben fast 75 % aller Einzelhändler ihren eigenen Online-Shop.

Noch stärker bieten Handelskonzerne mobile Webseiten an, um Kunden auch über das Tablet oder Smartphone auf die E-Commerce Webseiten zugreifen zu lassen. Und: Immerhin die Hälfte aller Einzelhändler hat bereits eine eigene Mobil-App im Angebot. Über die können Kunden Informationen abrufen und teilweise auch bereits mobil einkaufen. Auch dieses Segment wird immer wichtiger: Fast 60 Prozent aller User nutzen ihr Smartphone bereits heute zum Einkaufen.

Allerdings haben die Händler bei der Datennutzung noch Nachholbedarf: Nur drei Prozent bringen personalisierte Inhalte auf ihre Shopping-Apps. Im Vergleich zu Großbritannien liegt Deutschland damit aber noch weit zurück: Dort setzt bereits fast jeder große E-Commerce-Anbieter auf eine mobile App (96 Prozent).

Fazit

Also insgesamt gesehen: Es tut sich etwas, Online wird immer beliebter und nimmt einen steigenden Anteil beim Einkaufen ein. Die deutschen Händler sollten aber noch nachholen bei den Einkaufs-Apps und den E-Commerce Sites.