

Frankfurt, 05. April 2023

## Pressemitteilung

### **Zielgruppen-Ansprache im Online-Handel: Mit einem Klick zum neuen Glück**

Die neueste Ausgabe der agof „facts & figures“ liefert datenbasierte Innenansichten des E-Commerce-Verhaltens der Bundesbürger mit branchenspezifischen Besonderheiten

Über den Boom, den der Online-Handel während der Pandemie erlebte, ist viel geschrieben worden. Rekordgewinne für die Flaggschiffe des E-Commerce, hohe Wachstumsraten im Lebensmittelbereich und der Trend, dass immer mehr Einzelhändler in den vergangenen zwei Jahren virtuelle Ladenlokale eröffneten, belegen: Online-Shopping entwickelt sich immer weiter – und beeinflusst zunehmend auch das Konsumverhalten der Verbraucher.

Die neueste und vorerst letzte Ausgabe der facts & figures, in denen die agof seit Jahren die digitalen Potenziale für einzelne Branchen beleuchtet und anhand detaillierter Datenauswertungen der Markt-Media-Studie daily digital facts aufzeigt, wie die Kundenansprache im Netz weiter optimiert werden kann, nimmt diesmal den Online-Handel insgesamt unter die Lupe. Spannend: Der Fokus liegt auf den Eigenheiten unterschiedlicher Konsumentengruppen. Was unterscheidet das virtuelle Kaufverhalten z.B. von Singles, Eltern von Kindern unter 13 Jahren oder regelmäßigen Social Media-Nutzern? In welchen Handels-Segmenten sind welche Altersgruppen bereits besonders aktiv und wo gibt es Ansatzpunkte, neue Konsumenten zu erreichen? Die Bandbreite der untersuchten Branchen ist groß: So liefert der agof Sonderbericht Daten und Fakten zu:

- Klassikern des Online-Handels, also Bücher, CDs, DVDs, Computer, Software, Elektronik
- Produkten des täglichen Bedarfs, nämlich Lebensmitteln, Möbel, Mode und Kosmetik
- Finanzen und Versicherungen
- Reisen und Events
- Online-Dating

Aufgeschlüsselt nach demografischen sowie lebensspezifischen (z.B. Beziehungsstatus oder Wohnsituation) Merkmalen werden die Shopping-Gewohnheiten und -Affinitäten herausgearbeitet und miteinander verglichen. Zudem untersucht der Bericht auch den potenziellen Einfluss von Influencer\*innen auf das Kaufverhalten.

Grundsätzlich ist festzustellen: Die Zahl der Bundesbürger, die mehr oder weniger regelmäßig im Internet einkaufen, ist enorm: 69,6 Prozent (42,53 Millionen) der Gesamtbevölkerung gaben im Untersuchungszeitraum (3. Quartal 2022) an, zumindest

gelegentlich Produkte und Dienstleistungen im Netz zu bestellen. Immerhin 17,8 Prozent (10,86 Millionen) zählten sich zu den intensiven Onliner-Shoppern und lediglich 12,7 Prozent (7,76 Millionen) kaufen eigenen Angaben zufolge nicht im Netz ein. Die Gruppe der Nicht-Käufer findet sich dabei – zumindest bei den meisten Produktgruppen – in den Altersgruppen über 60 Jahren. Die proportional wenigsten Online-Shopping-Verweigerer gab es mit einem Anteil von 6,5 Prozent in der Altersgruppe der 40- bis 49-jährigen. Social Media ist dabei inzwischen ein relevanter Einflussfaktor, über vier Millionen intensive Online-Shopper geben an, aufgrund von Social Media schon einmal oder sogar mehrmals einen Kauf getätigt zu haben (4,21 Mio.) bei den gelegentlichen Online-Shoppern sind es sogar 15,70 Millionen.

Der lesenswerte Report zum Thema E-Commerce beinhaltet auch diesmal wieder diverse Detail-Grafiken zu Einzelaspekten und Besonderheiten. Text und PPTX-Dateien sind ab sofort kostenlos auf der agof Website abrufbar unter <https://www.agof.de/newsroom/#factsandfigures>.

## Über die agof

Als Joint Industry Committee (JIC) aus den führenden deutschen Internet-Vermarktern, Agenturen und Werbungtreibenden setzt die agof Standards und Maßstäbe für digitales Marketing. Sie sichert damit die Professionalität, die Qualität und das Wachstum des Werbemediums Internet. Anforderungen des sich dynamisch verändernden Marktes integriert sie aktiv in ihr Leistungsangebot und richtet ihre Weiterentwicklung nachhaltig daran aus. Dabei agiert sie stets unabhängig von Individual-Interessen. Darüber hinaus engagiert sie sich für das digitale Medium in wichtigen Branchen-Organisationen, vor allem für einen vertretbaren Datenschutz für Online-Marketing, und setzt sich auch auf europäischer Ebene für länderübergreifende Forschungsstandards ein.

## Bei Rückfragen:

Katharina Metzger  
agof Pressesprecherin  
Mobil: 0151 / 1267 1388  
Mail: [katharina.metzger@agof.de](mailto:katharina.metzger@agof.de)