

PRESSEMITTEILUNG

9. Juli 2019

Fast drei Viertel der deutschen Verbraucher wollen am Prime Day auf Schnäppchenjagd gehen

- *Verbraucherumfrage von Periscope By McKinsey zeigt: Knapp die Hälfte der Deutschen wünscht sich weitere ähnliche Shopping-Events wie bei Amazon.*
- *Fast ein Drittel der deutschen Konsumenten kauft überwiegend online ein.*
- *45% nutzen dabei regelmäßig Smartphones oder Tablets, 20% sogar fast immer.*

DÜSSELDORF. Mehr als 70% der deutschen Verbraucher wollen in diesem Jahr beim Amazon Prime Day am 15. Juli einkaufen. Das ist eines der Kernergebnisse einer aktuellen Verbraucherumfrage von [Periscope[®] By McKinsey](#). Die Studie mit dem Titel „*The Amazon Prime Day Effect: Consumer Anticipation and Excitement Grows in 2019*“ ergab, dass Verbraucher in den USA, Großbritannien, Frankreich und Deutschland in diesem Jahr in mehr Kategorien Geld ausgeben und beim Einkaufen Technologien wie Sprachassistenzsysteme nutzen wollen. Für die Studie wurden 2.587 Verbraucher befragt.

Auch jenseits des Prime Day sind laut Studie viele Kunden an Shopping-Events interessiert. 70% der befragten Konsumenten in allen Märkten gaben an, dass sie regelmäßig an Events wie Black Friday und Cyber Monday teilnehmen und nach Angeboten Ausschau halten. Laut Studie würde sich knapp die Hälfte der deutschen Kunden über mehr Online-Shopping-Events freuen. „Die Begeisterung für Online-Verkaufsevents nimmt zu und befeuert die Nachfrage nach weiteren ähnlichen Gelegenheiten“, sagt Brian Elliott, Partner und Head of Innovation von Periscope By McKinsey. „Mit der großen Begeisterung der Verbraucher für Online-Shopping-Events ergeben sich auch für andere Einzelhändler große Chancen. Einzelhändler sollten darüber nachdenken, eigene Events einzuführen.“

Sprachassistenzsysteme immer beliebter

Laut der Umfrage kauft fast jeder dritte Befragte in Deutschland (27%) ausschließlich oder überwiegend online ein. 45% nutzen dabei regelmäßig, 20% sogar fast immer mobile Endgeräte. 80% der Deutschen kaufen regelmäßig bei Amazon ein, knapp 40% nutzen dabei den Sprachassistenten. Zwei Drittel sind Mitglied bei Amazon Prime. „Für E-Commerce-Organisationen sind eine optimierte Customer Journey, ein nahtloses Kundenerlebnis in Online-, mobilen und Sprachassistenzkanälen wichtig,“ so Brian Elliott.

Vorabrecherche gewinnt für Kunden an Bedeutung

Beim diesjährigen Amazon Prime Day wollen die meisten Kunden bereits vorher überlegen, in welchen Produktkategorien sie einkaufen werden, und sich entsprechend informieren – nur 23% der deutschen Verbraucher denken, dass sie am Prime Day spontan einkaufen



werden. Die große Mehrheit der Befragten, 77%, gab an, dass sie bis zu einen Monat im Vorfeld anfangen zu recherchieren und Informationen zu potenziellen Einkäufen zu sammeln. Auf die Frage, ob sie dieses Jahr mehr Geld ausgeben wollen als 2018, gab ein Drittel der deutschen Verbraucher an, ein wenig mehr ausgeben zu wollen, fast jeder Zehnte will deutlich mehr Geld ausgeben. 15% haben ihr Budget für den Prime Day noch nicht festgelegt. Am häufigsten wollen die Kunden weltweit Unterhaltungselektronik shoppen. In Deutschland wollen das 60%, gefolgt von Kleidung und Accessoires (51%) und Büchern, Filmen, Musik (46%).

Untersuchungsmethode

Im Mai 2019 führte Periscope By McKinsey eine Online-Umfrage unter Verbrauchern in Frankreich (530 Personen), Deutschland (529), Großbritannien (511) und den USA (1.017) durch. Die Teilnehmer waren zwischen 18 und 69 Jahren alt.

Über Periscope® By McKinsey

Periscope® By McKinsey wurde 2007 gegründet und bietet Analytics-Lösungen für Marketing und Vertrieb an, um Unternehmen zu nachhaltigem Umsatzwachstum zu verhelfen. Die "Periscope® By McKinsey"-Plattform verbindet weltweit führendes proprietäres Wissen, präskriptive Analysen und Cloud-basierte Tools mit Expertenunterstützung und Trainings – eine einzigartige Kombination, um Umsatzwachstum kurzfristig wie langfristig zu ermöglichen. Mit ihren Marketing- und Vertriebslösungen beschleunigt die Plattform kommerzielle Transformationsvorhaben von Unternehmen und macht sie nachhaltig. Periscope® By McKinsey hat eine globale Reichweite und das Portfolio umfasst Insight-, Marketing-, Customer-Experience-, Kategorie-, Pricing-, Performance- und Vertriebslösungen. Diese werden durch kontinuierlichen Klientenservice und maßgeschneiderte Programme zum Kompetenzaufbau ergänzt.

Den vollständigen Report können Sie hier [downloaden](#).

Bei Rückfragen kontaktieren Sie bitte:

Medienkontakt: Mirona Kraljic, [Mirona Kraljic@mckinsey.com](mailto:Mirona.Kraljic@mckinsey.com), Tel: 030/8845-2152

Für allgemeine Informationen zu Periscope: Yagmur Anis, Yagmur.Anis@periscope-solutions.com, Tel: +43-660-2630405