



© 19 Dezember 2019, 09:15 (CET)

# Jahresrückblick: Zehn Fakten zum Shopping-Jahr 2019

**Berlin, 19. Dezember 2019. Für 537,4 Milliarden Euro haben Konsumenten dieses Jahr eingekauft und damit 2,0 Prozent mehr ausgegeben als noch 2018. Online stiegen die Ausgaben zeitgleich sogar um 8,5 Prozent auf 57,8 Milliarden Euro. Hoch im Kurs standen dabei vor allem Elektronik, Mode und Reisen, die Verbraucher am liebsten Montag- und Dienstagsabends zwischen acht und zehn Uhr kauften – parallel zum Fernsehprogramm und bevorzugt über ihr Smartphone oder Tablet. Diese und andere Fakten zum Shopping-Jahr 2019 hat das Verbraucherforum mydealz zusammengetragen.**

## **1. Deutsche kaufen monatlich für 356,61 Euro ein**

Für 356,51 Euro haben wir Deutschen dieses Jahr im Monat eingekauft. Dies geht aus einer Studie hervor, die Statista Anfang September im Auftrag von mydealz durchgeführt hat. Besonders ausgabefreudig zeigten sich Männer und ältere Verbraucher. Im Schnitt kauften Männer für 401,13 Euro ein, Frauen hingegen nur für 315,09 Euro. Von allen Altersgruppen griffen die 45 bis 54-jährigen am tiefsten in die Tasche: Sie gaben durchschnittlich 404,32 Euro pro Monat aus und lagen damit knapp vor den 55 bis 64-jährigen, die monatlich für 402,12 Euro einkauften. Am wenigstens gaben Verbraucher im Alter von 16 bis 24 Jahren und 25 bis 34 Jahren aus – pro Monat nämlich nur 212,66 Euro beziehungsweise 328,87 Euro.

## **2. Gut jeder Fünfte gibt mehr aus als noch im Jahr zuvor**

Niedrigzinsen und ein – für Arbeitnehmer – dankbarer Arbeitsmarkt haben dieses Jahr für höhere Konsumausgaben gesorgt. 23,3 Prozent der von Statista für mydealz Befragten erklärten, dieses Jahr mehr Geld auszugeben als noch im Jahr 2018. 63,8 Prozent haben ihre Konsumausgaben nicht verändert und nur 12,9 Prozent zeigten sich in den letzten zwölf Monaten sparsamer als im Jahr zuvor. Vor allem bei jüngeren Verbrauchern ist die Konsumlust gestiegen: 44,1 Prozent der 16 bis 24-jährigen und immerhin noch 31,1 Prozent der 25 bis 34-jährigen haben 2019 mehr Geld ausgegeben als im Vorjahr.

### **3. Händler setzten 537,4 Milliarden Euro um**

Vom besseren Konsumklima haben vor allem Online-Händler profitiert. Sie durften sich dieses Jahr über ein Umsatzwachstum von satten 8,5 Prozent freuen während der Einzelhandelsumsatz insgesamt nur um 2,0 Prozent gewachsen ist. Insgesamt hinken Online-Händler ihren klassischen Pendanten aber noch klar hinterher. Im klassischen Handel kauften Verbraucher dieses Jahr für 537,4 Milliarden Euro ein. Dies zeigen Zahlen des Handelsverbands Deutschland (HDE). Wie hoch die Ausgaben im Online-Handel waren, ist umstritten. Der HDE spricht von 57,8 Milliarden Euro. Der Bundesverband E-Commerce und Versandhandel glaubt, dass Verbraucher dieses Jahr erstmals mehr als 70 Milliarden Euro im Online-Handel ausgegeben haben.

### **4. Im Internet kauften die meisten Verbraucher Elektronik, Mode und Reisen**

Elektronikprodukte wie Handys, Fernseher und Kopfhörer sowie Mode und Reisen zählten dieses Jahr zu den Produkten, die besonders viele Verbraucher online kauften. 28,3 Prozent aller von mydealz vermittelten Verkäufe entfielen in den letzten zwölf Monaten auf Elektronikprodukte, 11,7 Prozent auf Mode und Accessoires und 10,8 Prozent auf Dienstleistungen aus dem Reisebereich wie Flüge, Bahntickets oder Hotelübernachtungen. Videospiele (8,8 Prozent) sowie Telefon- und Internetverträge (5,4 Prozent) lagen auf Rang vier und fünf der Beliebtheitskala. In der zweiten Hälfte der Top-10 fanden sich Möbel und Dekoartikel (3,9 Prozent), Produkte für Babys und Kinder (3,9 Prozent), Lebensmittel (3,5 Prozent) sowie Gartenartikel (3,4 Prozent) und Autoteile (3,0 Prozent).

### **5. Online kaufen die meisten Deutschen über ihr Smartphone ein**

Mobile Endgeräte sind die wichtigsten Einkaufsbegleiter beim Online-Shopping. Acht von zehn Verbrauchern (81,4 Prozent) greifen zu ihrem Smartphone oder Tablet, wenn sie etwas im Internet bestellen wollen. Dies zeigen Zahlen des Verbraucherforums mydealz. 459,8 Millionen Mal informierten sich Verbraucher dieses Jahr mithilfe von mydealz, der größten deutschen Shopping-Plattform, über aktuelle Angebote. Nur in knapp jedem fünften Fall (18,6 Prozent) nutzten sie ihr Notebook oder ihren PC. Verglichen mit dem Vorjahr stieg die Bedeutung mobiler Endgeräte damit um 6,9 Prozent.

## **6. Vor allem montags kaufen Verbraucher online ein**

„Das Wochenende gehört der Familie, die Woche dem Online-Shopping“ – nach diesem Motto haben viele Verbraucher scheinbar auch in den zurückliegenden Monaten gelebt. Besonders zu Wochenbeginn klingelten dieses Jahr die Kassen der Online-Shops. Dies zeigen Zahlen des Verbraucherforums mydealz: 14,8 Prozent der Verbraucher informierten sich montags und 14,7 Prozent dienstags über aktuelle Angebote. Vergleichsweise wenige Konsumenten kauften indes samstags (12,1 Prozent) online ein.

## **7. Abends zur Prime-Time und mittags um zwölf klingeln die Kassen**

Auch bei den Tageszeiten haben Verbraucher klare Präferenzen: Vor allem abends zwischen 20 Uhr und 22 Uhr und mittags zwischen 12 und 13 Uhr kauften in den zurückliegenden zwölf Monaten die meisten Verbraucher online ein. Abends zwischen acht und neun Uhr und neun und zehn Uhr kauften jeweils 6,3 Verbraucher im Internet ein, vermutlich von der Couch und parallel zum Fernsehprogramm. Ähnlich gerne nutzen Konsumenten die Mittagspause zum Online-Shopping: 6,0 Prozent der Verbraucher kauften dieses Jahr mittags zwischen zwölf und 13 Uhr im Netz ein.

## **8. Der November war der Monat mit der stärksten Nachfrage**

Jeder achte Verbraucher (12,1 Prozent), der dieses Jahr etwas im Internet bestellt hat, hat im November online eingekauft. Wie schon in den Vorjahren war der November damit der nachfragestärkste Monat – dicht gefolgt vom Dezember, in dem 11,8 Prozent der Verbraucher online eingekauft haben. Auf Rang drei folgte der Oktober, in dem immerhin noch 8,8 Prozent der Verbraucher etwas im Internet bestellt haben. Besonders nachfrageschwach waren indes der Juni (6,9 Prozent), Juli (7,2 Prozent) und August (6,8 Prozent), in denen jeweils nur rund jeder 14. Verbraucher online bestellt hat. Trotz der Abschaffung der Roaming-Gebühren vor zwei Jahren bescherte die Feriensaison im Sommer Händlern eine Flaute während das Weihnachtsgeschäft Geld in ihre Kassen spülte.

## **9. Shopping-Events gewinnen an Bedeutung**

Für 3,1 Milliarden Euro kauften Verbraucher dieses Jahr in den vier Tagen vom Black Friday bis zum Cyber Monday (29. November bis 2. Dezember) ein und gaben damit 29,2 Prozent mehr aus als letztes Jahr und so viel wie an keinem anderen Wochenende dieses Jahres. Die Zahlen des HDE zeigen, wie sehr Verbraucher Shopping-Events inzwischen annehmen. Dass dies nicht nur auf den Black Friday zutrifft, lässt sich an der Reichweite von mydealz ablesen. Verglichen mit dem Vorjahr, fiel die Nachfrage dieses Jahr auch rund um den Valentinstag (+ 55,9 Prozent), Muttertag (+26,9 Prozent) und im Weihnachtsgeschäft (+ 20,0 Prozent) deutlich stärker aus. Der Wirtschaftsberatung EY zufolge, gab jeder Deutsche dieses Jahr für Weihnachtsgeschenke im Schnitt 281 Euro aus. Die Umsätze summierten sich auf 18,4 Milliarden Euro.

## **10. Berliner und Hamburger kaufen am liebsten online ein**

Die meisten Online-Käufer kamen dies Jahr – wenig überraschend – aus den beiden bevölkerungsstärksten Bundesländern Nordrhein-Westfalen (23,4 Prozent) und Bayern (13,8 Prozent) und die wenigstens aus den bevölkerungsarmen Bundesländern Mecklenburg-Vorpommern und Saarland (beide: 0,8 Prozent). Und doch ist Online-Shopping eher ein urbanes Phänomen. Berliner und Hamburger entpuppten sich dieses Jahr als wahre Fans des Online-Shoppings. Obwohl nur 4,4 Prozent der 83 Millionen Deutschen in Berlin leben, kamen dieses Jahr 11,9 Prozent der Online-Shopper aus der Hauptstadt. Aus Hamburg kamen 5,9 Prozent der Online-Käufer, obwohl nur jeder fünfzigste Deutsche (2,2 Prozent) an der Alster lebt.

--

## Quellen

- Statista & mydealz, „Umfrage zum Konsumverhalten“: <https://mdz.me/konsumumfrage>
- Handelsverband Deutschland, „HDE -Zahlenspiegel 2019“: <https://einzelhandel.de/publikationen-hde/zahlenspiegel>
- Handelsverband Deutschland, „HDE-Online-Monitor 2019“: <https://einzelhandel.de/online-monitor>
- Handelsverband Deutschland, „Black Friday & Cyber Monday – hohe Bekanntheit und zunehmende Nutzung“: <https://einzelhandel.de/blackfriday>
- Bundesverband E-Commerce und Versandhandel, „Stärkster Auftritt zum Weihnachtsgeschäft seit 5 Jahren: E-Commerce Wachstumsprognose schon jetzt übertroffen“
- EY, „Deutsche bleiben zu Weihnachten spendabel: Geschenkbudgets fast auf dem Rekordniveau des Vorjahres“: [https://www.ey.com/de\\_de/news/2019/11/deutsche-bleiben-zu-weihnachten-spendabel](https://www.ey.com/de_de/news/2019/11/deutsche-bleiben-zu-weihnachten-spendabel)

--

## Über mydealz

mydealz ([www.mydealz.de](http://www.mydealz.de)) wurde im April 2007 von Fabian Spielberger als Blog gegründet und ist heute mit 50,9 Millionen Kontakten pro Monat die größte Social-Shopping-Plattform. 6,7 Millionen Konsumenten (Unique User) nutzen mydealz jeden Monat, um Angebote einzustellen, zu diskutieren und zu bewerten und so Produkte zu den besten Konditionen am Markt zu finden. Seit 2014 ist mydealz Teil der Pepper.com-Gruppe, die als weltweit größte Shopping-Community neben Deutschland auch in Brasilien, Frankreich, Großbritannien, Indien, Mexiko, den Niederlanden, Österreich, Polen, Russland und Spanien betreibt. Monatliche nutzen 25 Millionen Verbraucher die zwölf Pepper-Plattformen, um sich über aktuelle Angebote auszutauschen und 12.000 Kaufentscheidungen pro Minute zu treffen.

--

## Eine kurze Bitte zum Schluss

Wir freuen uns immer sehr, wenn die von uns geteilten Informationen auch für Sie relevant sind, möchten Sie jedoch höflich bitten, auf die richtige Schreibweise unseres Namens zu achten. Schreibweisen wie „myDealz“ oder „MyDealz“ sind veraltet. Wir selber schreiben unseren Namen seit mehreren Monaten komplett in Kleinbuchstaben: „mydealz“. Vielen Dank für Ihr Verständnis.

---

## Pressekontakt



### **Austria, Germany**

Michael Hensch

Public Relations Manager

[pr\\_de@pepper.com](mailto:pr_de@pepper.com)

+49 176 633 47 407

---

### ÜBER PEPPER MEDIA HOLDING

Pepper.com, the world's largest shopping community, was founded in 2014 by Fabian Spielberger and Paul Nikkel. Through international partnerships and conversations, Pepper.com gives smart shoppers around the world a voice to share deals, tips and ideas, connecting members in eleven countries on four continents. The Pepper.com group is headquartered in Berlin/Germany with offices in Belo Horizonte, Guadalajara, London, Lyon, Mumbai and Winnipeg and consists of market-leading platforms such as **Dealabs** (France), **DesiDime** (India), **hotukdeals** (United Kingdom), **mydealz** (Germany), **Pelando.com.br** (Brazil), **Pepper.com** (The Netherlands), **Pepper.pl** (Poland), **Pepper.ru** (Russia), **Preisjaeger** (Austria) and **PromoDescuentos** (Mexico). 25 million consumers use these platforms every month to make 12,000 purchasing decisions per minute.

---

 [pr.co](https://pr.co)



# Pepper Media Holding