

Consumer Eye Commerce Report

April 2025

Studiendesign

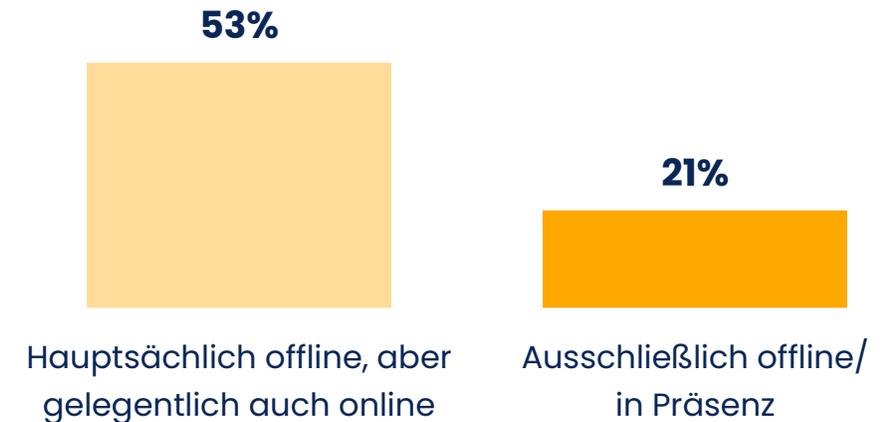
Der repräsentative „Consumer Eye Commerce Report“ ist Teil der umfangreichen „Consumer Eye“-Studie, in der neben Commerce die Bereiche Gaming & Esports, Werbung, Influencer, Künstliche Intelligenz, Daten & Identität, Nachhaltigkeit & Technologie, Media Streaming und Lifestyle untersucht werden. Ziel dieser Studie ist es, die Verschmelzung von Media, Daten und Technologie und ihre Auswirkungen auf das Konsumerlebnis umfassend zu beleuchten. Die Ergebnisse der jährlich erscheinenden Studie liefert den GroupM-Agenturen Mindshare, Wavemaker und EssenceMediacom wertvolle Insights, um die Werbemaßnahmen ihrer Kunden im Sinne der Mission „We make advertising work better for people by shaping the next era of media“ ebenso gezielt wie erfolgreich zu optimieren. Für die aktuelle Erhebung wurden deutschlandweit im Rahmen einer Online-Befragung 1.200 Konsumentinnen und Konsumenten zwischen 18 und 69 Jahren im Zeitraum von April bis Juni 2024 befragt.

Online-Shopping etabliert sich weiter bei den deutschen Verbraucher:innen.

Jede:r vierte Konsument:in kauft bereits primär online ein.



Auch die Hälfte der Offline-Käufer:innen ist prinzipiell zu gelegentlichen Online-Käufen bereit.



Consumer Eye

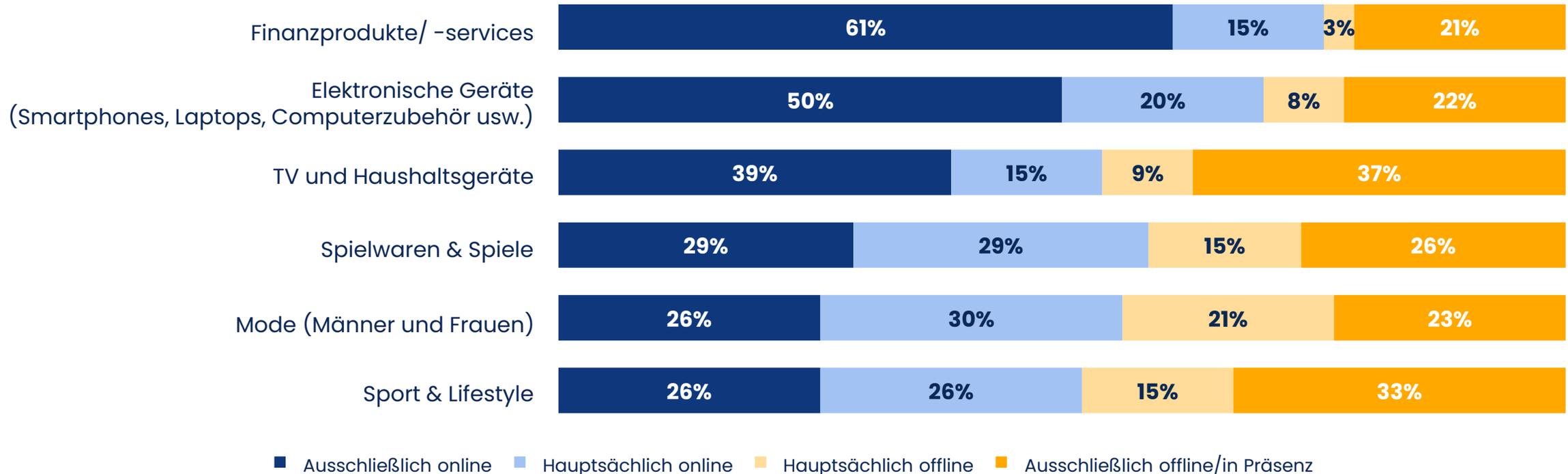
ist eine jährlich in Deutschland durchgeführte, repräsentative Studie von **GroupM**. Sie beleuchtet den Einfluss der Verschmelzung von Medien, Daten und Technologie auf das Konsumerlebnis. [groupm.de](https://www.groupm.de)

Methode: Onlinebefragung

Frage: Einkaufen bevorzuge ich...

Basis: Befragte, die den Deep Dive zu Commerce beantwortet haben (n=600).

Zu den bevorzugt online gekauften Kategorien zählen insbesondere Finanzprodukte und elektronische Geräte.



Consumer Eye

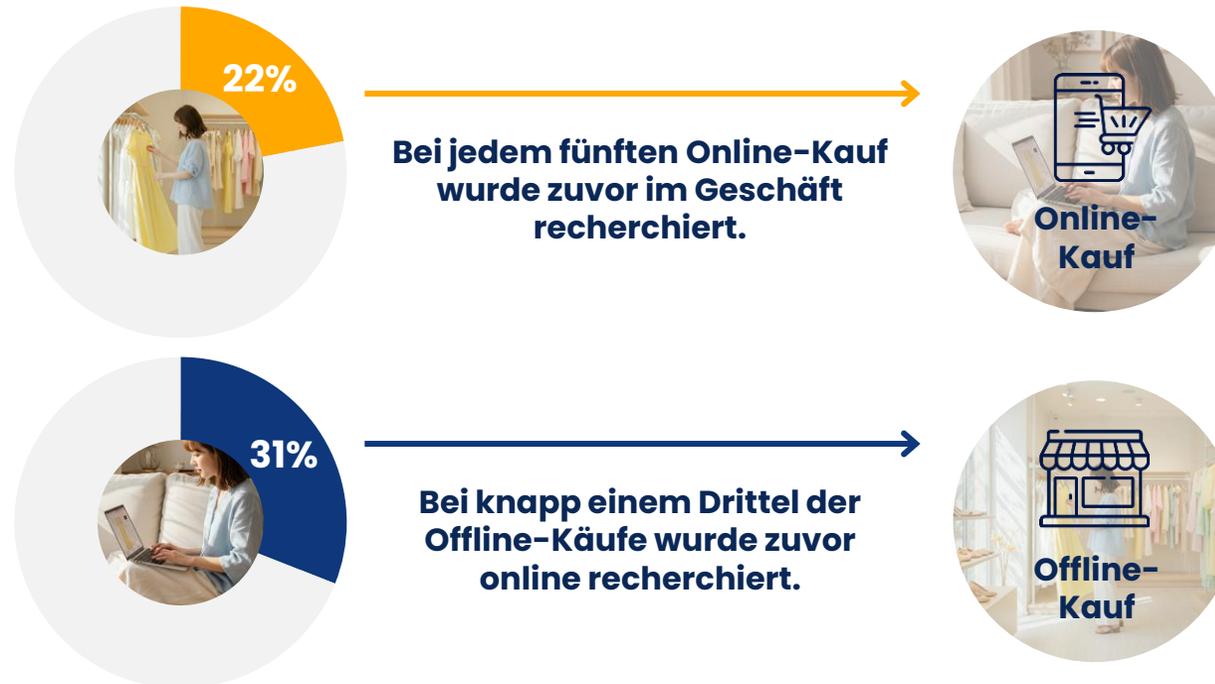
ist eine jährlich in Deutschland durchgeführte, repräsentative Studie von **GroupM**. Sie beleuchtet den Einfluss der Verschmelzung von Medien, Daten und Technologie auf das Konsumerlebnis. [groupm.de](https://www.groupm.de)

Methode: Onlinebefragung

Frage: Wo tätigen Sie in der Regel den Großteil Ihrer Einkäufe für die folgenden Kategorien?

Basis: Consumer Eye Studie gesamt – Befragte, die die jeweilige Produktkategorie gekauft haben (n=226-1.081).

Die Einkaufsgewohnheiten der Deutschen werden zunehmend hybrid.



Consumer Eye

ist eine jährlich in Deutschland durchgeführte, repräsentative Studie von **GroupM**. Sie beleuchtet den Einfluss der Verschmelzung von Medien, Daten und Technologie auf das Konsumerlebnis. [groupm.de](https://www.groupm.de)

Bilder mit KI generiert (Google Imagen 3)

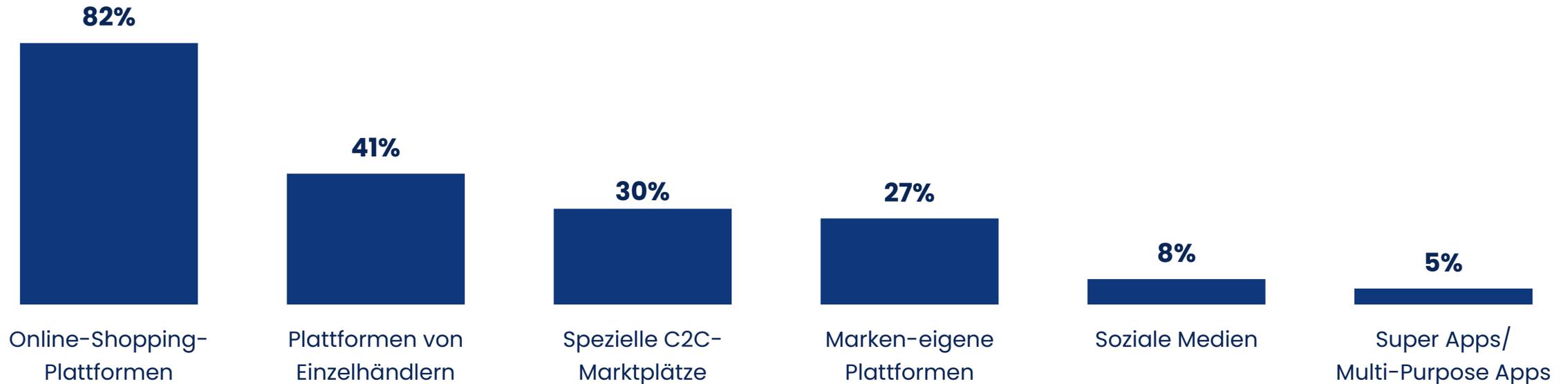
Methode: Onlinebefragung

Frage I: Bezogen auf Ihre Online-Einkäufe der letzten 3 Monate: Bei wie viel Prozent Ihrer Online-Ausgaben haben Sie das gekaufte Produkt zuvor im Geschäft angesehen? **Frage II:** Bezogen auf Ihre Einkäufe der letzten 3 Monate in stationären Geschäften: Bei wie viel Prozent Ihrer Ausgaben in Geschäften haben Sie das gekaufte Produkt zuvor online angesehen?

Basis: Befragte, die den Deep Dive zu Commerce beantwortet haben (Frage 1: Online-Käufer: n=531, Frage 2: Alle Befragten, n=600).

Online-Shopping-Plattformen dominieren den E-Commerce-Sektor.

Genutzte Online-Einkaufskanäle
in den letzten 12 Monaten



Consumer Eye

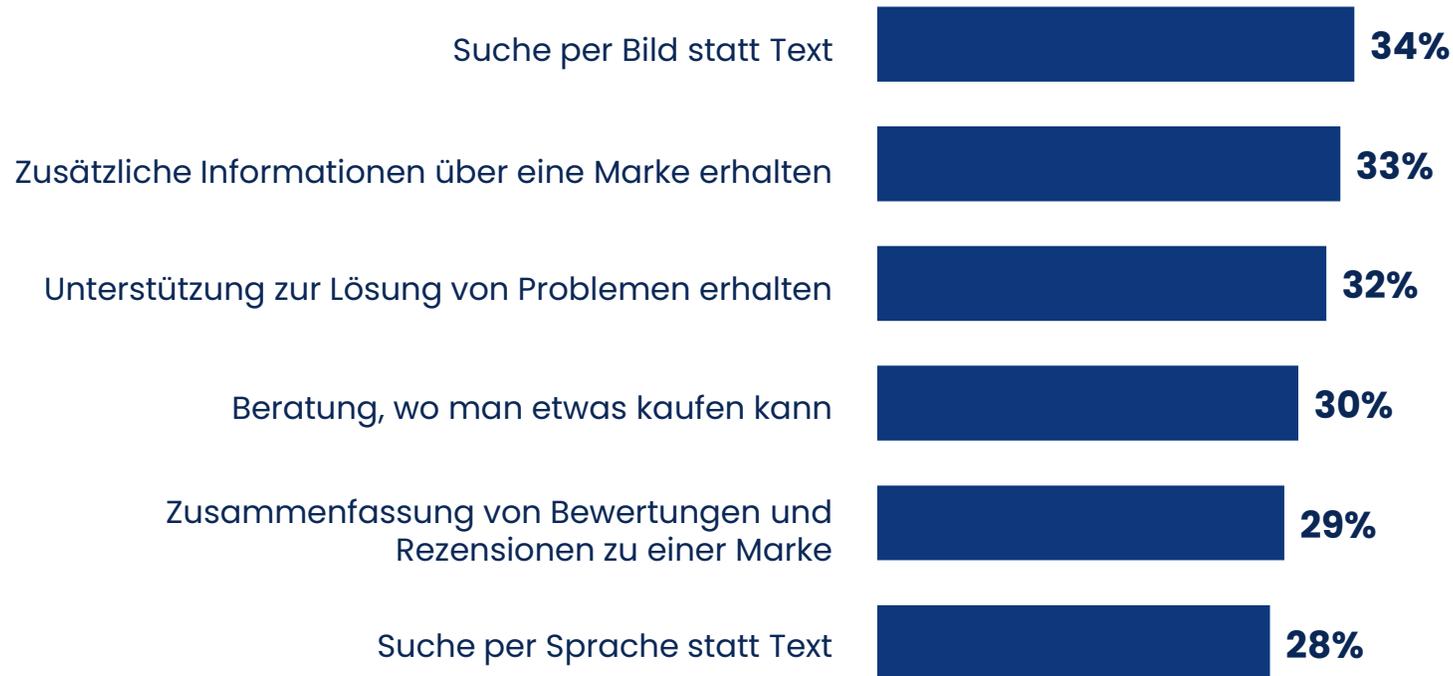
ist eine jährlich in Deutschland durchgeführte, repräsentative Studie von **GroupM**. Sie beleuchtet den Einfluss der Verschmelzung von Medien, Daten und Technologie auf das Konsumerlebnis. [groupm.de](https://www.groupm.de)

Methode: Onlinebefragung

Frage: Innerhalb der letzten 12 Monate habe ich einen Online-Kauf getätigt auf...

Basis: Befragte, die den Deep Dive zu Commerce beantwortet haben (Online-Käufer: n=531).

KI kommt beim Shopping aktuell vor allem bei der Suche per Bild, für Zusatzinfos und für Problemlösungen zum Einsatz.



Consumer Eye

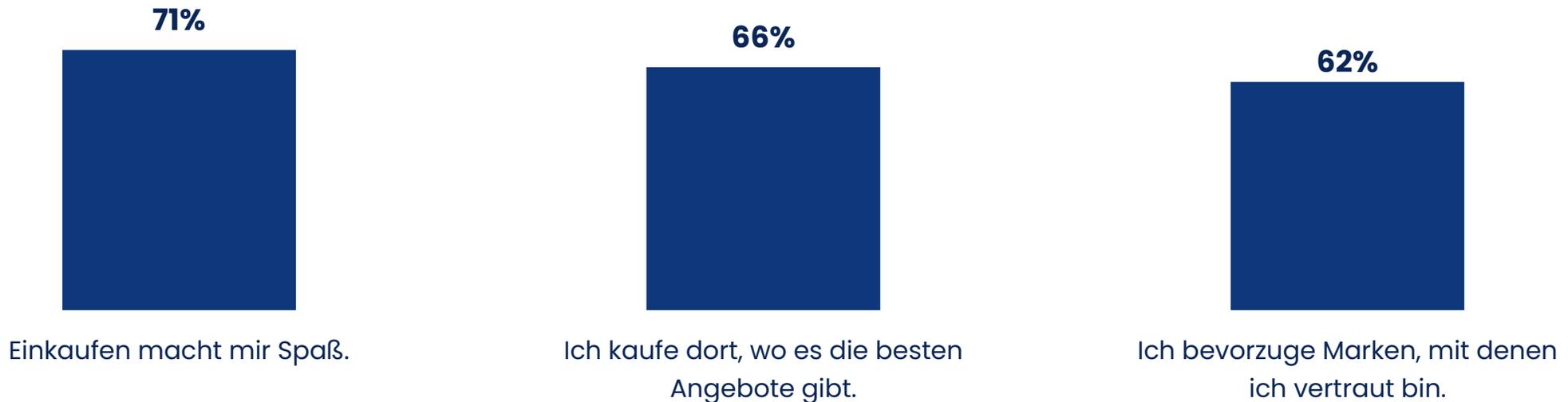
ist eine jährlich in Deutschland durchgeführte, repräsentative Studie von **GroupM**. Sie beleuchtet den Einfluss der Verschmelzung von Medien, Daten und Technologie auf das Konsumerlebnis. [groupm.de](https://www.groupm.de)

Methode: Onlinebefragung

Frage: Welche der folgenden KI-Funktionen halten Sie für hilfreich beim Einkaufen?

Basis: Befragte, die den Deep Dive zu Commerce beantwortet haben (n=600).

Shoppern macht Verbraucher:innen Spaß – Angebote und Markenvertrautheit sind dabei besonders relevant.



Consumer Eye

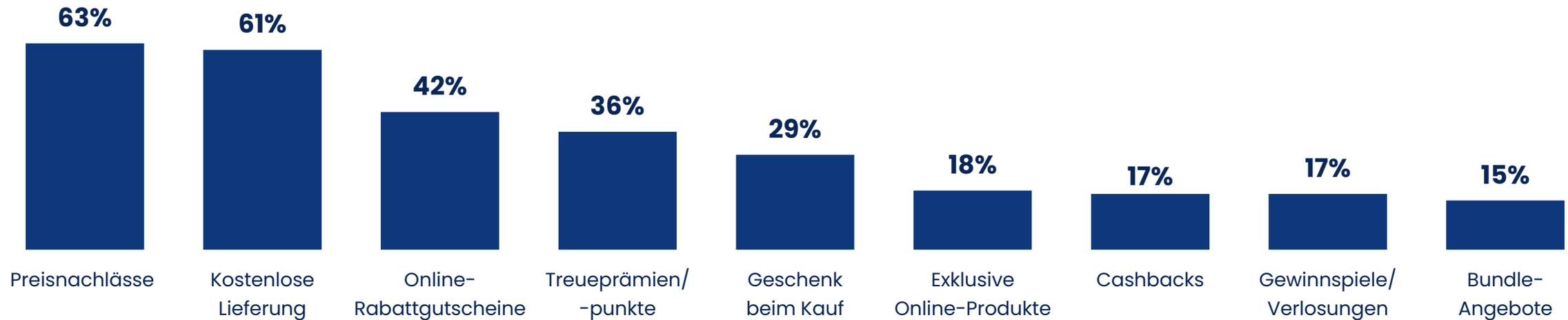
ist eine jährlich in Deutschland durchgeführte, repräsentative Studie von **GroupM**. Sie beleuchtet den Einfluss der Verschmelzung von Medien, Daten und Technologie auf das Konsumerlebnis. [groupm.de](https://www.groupm.de)

Methode: Onlinebefragung

Frage: Welche der folgenden Aussagen beschreiben Sie beim Einkaufen am besten?

Basis: Befragte, die den Deep Dive zu Commerce beantwortet haben (n=600).

Beliebt sind beim Online-Shopping vor allem Preisnachlässe und kostenloser Versand.



Consumer Eye

ist eine jährlich in Deutschland durchgeführte, repräsentative Studie von **GroupM**. Sie beleuchtet den Einfluss der Verschmelzung von Medien, Daten und Technologie auf das Konsumerlebnis. [groupm.de](https://www.groupm.de)

Methode: Onlinebefragung

Frage: Welche der folgenden Angebotsarten sprechen Sie beim Online-Einkauf an?

Basis: Befragte, die den Deep Dive zu Commerce beantwortet haben (Online-Käufer: n=531).

DISCLAIMER / LEGAL NOTICE

The intellectual and industrial property rights (copyrights, trademark rights, patent rights, all other property rights or rights of use, etc.) which result from the work, services and conditions (presentations, concepts, etc.) proposed or presented by GroupM Germany remain the property of GroupM Germany. The client is not entitled to rent, loan, lease, sell or otherwise make such accessible to third parties in any form whatsoever, in whole or in part, whether for payment or gratuitously, without the express written consent of GroupM Germany.

Each and every, even partial, use of the work, services and conditions (presentations, concepts, etc.) proposed or presented by GroupM with the aim of the conclusion of a contract, whether protected by copyright or not, shall require the prior consent of GroupM. This shall also apply for use in a modified or processed form as well as for the use of the ideas underlying the work and services of GroupM Germany.

Insofar as data/information from The Nielsen Company is made available to the client by the agency, the client warrants that it will treat this data/information confidentially, use it only internally and not pass it on for its part. Attention: The right of use exists only in Germany!