

Akeneo B2C Survey 2022:

Produktinformationen bleiben auch in Krisenzeiten entscheidendes

Kaufkriterium

Düsseldorf – 21. Juli 2022_ Akeneo, weltweit führend im Bereich Product Experience Management (PXM) und Product Information Management (PIM), fasst in seiner jährlich erscheinenden B2C-Umfrage zentrale Erkenntnisse und Kaufrends zusammen.

Gute Produktinformationen machen auch in der Krise den Unterschied

Globale Krisen sind nicht spurlos an der Weltwirtschaft vorbeigegangen. Das Konsumklima hat sich merklich abgekühlt, Verbraucher reagieren mit Kaufzurückhaltung, die Wachstumsrallye scheint an Dynamik zu verlieren. Gerade in dieser Phase ist es für Unternehmen von größter Bedeutung, auf die Wünsche und Erwartungen der Verbraucher einzugehen.

Keine Überversorgung mit Produktinformationen

Die Umfrageergebnisse des Akeneo B2C-Surveys zeigen: unabhängig von Krisen spielen Qualität und Konsistenz von Produktinformationen für deutsche Verbraucher über alle Marketing-Kanäle hinweg eine zentrale Rolle. Für die Mehrheit kann es gar nicht genug Produktinformationen geben. 54,5 % fühlen sich von Marken keinesfalls mit Produktinformationen überversorgt, so dass sich selbst ein Informations-Overload nicht negativ auf einen erfolgreichen Kauf auswirken würde.

„Auch in Krisenzeiten gilt: Marken sollten Kundenerwartungen möglichst erfüllen. Grundvoraussetzung dafür sind präzise und konsistente Produktinformationen. Sie bilden die Substanz für herausragende Kundenerlebnisse und können gerade in Krisenzeiten den Ausschlag geben, ob Verbraucher ein Produkt kaufen oder nicht. Marken, die darauf verzichten, berauben sich einer günstigen Ausgangsposition, die auch unter genereller Kaufzurückhaltung von strategischer Bedeutung ist“, weiß Tobias Schlotter, General Manager Central & Eastern Europe bei Akeneo.

Lieferkettenprobleme begünstigen Verkauf lokaler Produkte

So rückt unter dem Gesichtspunkt gegenwärtiger Lieferkettenprobleme die Nähe des Produktionsstandortes eines Produktes zum Lebensmittelpunkt des Verbrauchers unweigerlich in den Mittelpunkt. Eine mehr als nur deutliche Mehrheit bevorzugt lokale Produkte aus ihrer Nähe. Daher passen sich zum Beispiel Marken aus der Textilindustrie an diese Rahmenbedingungen an, differenzieren ihre Lieferketten und holen die Produktion wieder näher an den Heimatmarkt heran. Für über 66 % der Verbraucher stellt diese Produktinformation ein entscheidendes Kaufkriterium dar. Marken, die diese Kundenerwartung nicht erfüllen, werden in der Krise mit großer Wahrscheinlichkeit das Nachsehen haben.

Über die Studie

Bereits im vergangenen Jahr legte Akeneo seinen [erste globale B2C-Studie](#) vor. Mit dem B2C-Survey 2022 wiederholte das Unternehmen jetzt seine Befragung, um die Zufriedenheit der Verbraucher mit dem Produkterlebnis im Jahresvergleich zu bewerten und Veränderungen zu dokumentieren.

Die Umfrage wurden vom 28. Januar bis zum 8. Februar durchgeführt. Befragt wurden 1.800 Verbraucher ab 18 Jahren aus Australien, Kanada, China, Frankreich, Deutschland, Italien, England und den USA.

Der Global B2C Survey Report 2022 kann hier heruntergeladen werden:

<https://www.akeneo.com/white-paper/akeneo-2022-global-b2c-survey-results-report/>

Über Akeneo

Akeneo ist ein weltweit führendes Unternehmen im Bereich Product Experience Management (PXM), das Unternehmen dabei hilft, Wachstumschancen zu erschließen, indem es ein konsistentes und überzeugendes Produkterlebnis über alle Kanäle hinweg bietet, einschließlich E-Commerce, Mobile, Print, Point of Sale und darüber hinaus. Mit seiner offenen Plattform, dem führenden PIM, den Add-Ons, Konnektoren und dem Marktplatz verbessert Akeneo PXM Studio die Qualität und Präzision von Produktdaten, vereinfacht das Katalogmanagement und beschleunigt die gemeinsame Nutzung von Produktinformationen über alle Kanäle und Standorte hinweg.

Globale Marken, Hersteller, Distributoren und Einzelhändler wie Kneipp, KaDeWe, bergfreunde.de oder Liqui Moly vertrauen auf Akeneo, um ihre Omnichannel-Commerce-Initiativen zu skalieren und zu individualisieren. Mit Akeneo können Marken und Einzelhändler Produkterlebnisse über alle Kanäle hinweg aktivieren und somit die Customer Experience verbessern, den Umsatz steigern, die Markteinführungszeit verkürzen, global agieren sowie die Produktivität ihrer Teams steigern.

Weitere Informationen unter akeneo.com