

## **Akeneo-B2C-Survey: Deutscher E-Commerce landet bei wertebasierten Produktinformationen auf letztem Platz**

Mehr als ein Drittel der deutschen Verbraucher bewerten die Qualität wertebasierter Produktinformationen als schlecht

**Düsseldorf – 19. Juli 2023** Die Bedeutung von Produktinformationen wächst von Jahr zu Jahr. Insbesondere das steigende Umwelt- und Nachhaltigkeitsbewusstsein der deutschen Verbraucher sollte sich in der Qualität der Produktinformationen widerspiegeln. Die aktuelle B2C-Umfrage der Product Experience Company Akeneo zeigt jedoch, dass gerade wertebasierte Produktinformationen deutscher E-Commerce-Händler im Ländervergleich besonders schlecht abschneiden.

### **Informationen zu Nachhaltigkeit und Markenwerten lassen hierzulande zu wünschen übrig**

Wertebasierte Produktinformationen umfassen sowohl Umwelt- und Nachhaltigkeitskriterien, Markenwerte als auch Informationen zur Einhaltung gesetzlicher Vorschriften. In Bezug auf die Qualität der wertebasierten Produktinformationen bildet der deutsche E-Commerce das Schlusslicht im Ländervergleich: Im Durchschnitt bewerten mehr als ein Drittel, genauer 35 Prozent, der Verbraucher die Produktinformationen zu Umwelt- und Nachhaltigkeitskriterien als explizit schlecht. Vergleicht man diesen Wert mit den europäischen Nachbarn, wird deutlich, dass der deutsche E-Commerce Nachholbedarf hat. Nur 24 Prozent der Italiener, 23 Prozent der Großbritannien und 18 Prozent der Franzosen bewerten die wertebasierten Produktinformationen als schlecht.

### **Noch schlechter schneiden die Produktinformationen zur Compliance ab**

Beim Blick auf die einzelnen Werte zeigen die Ergebnisse der B2C-Umfrage, dass die Produktinformationen deutscher E-Commerce Händler in jeder Hinsicht schlecht abschneiden. Neben den 35 Prozent, die Umwelt- und Nachhaltigkeitskriterien ungenügend bewerten, folgen die Produktinformationen zu den Werten einer Marke (Brand Values): 22 Prozent der deutschen Verbraucher sehen bei den Markenwerten einen minderwertigen Qualitätsgehalt. Am weitaus schlechtesten schneiden in den Augen deutscher Konsumenten jedoch Produktinformationen zur Einhaltung gesetzlicher Bestimmungen (Compliance) ab. Beachtliche 40 Prozent der Befragten finden den Informationsgehalt unzureichend.

### **USA und China im internationalen Vergleich vorne**

Im internationalen Vergleich schneidet Deutschland mit den genannten Zahlen ebenfalls denkbar schlecht ab. Die Umfrageergebnisse der B2C-Umfrage zeigen, dass die Nord-amerikanischen Verbraucher (USA, Kanada) dort mit den wertebasierten Produktinformationen zufrieden sind. Nur 17 Prozent sind mit deren Qualität unzufrieden. Im Vergleich dazu scheinen europäische Verbraucher etwas wählerischer zu sein. Dort kritisiert etwas mehr als ein Fünftel die Qualität wertebasierter Produktinformationen. Unangefochtener Spitzenreiter bei der Zufriedenheit mit wertebasierten Produktinformationen ist jedoch China. Gerade einmal sieben Prozent empfinden die Produktinformationen dort als minderwertig.

### **Wertebasierte Produktinformationen sind für Konversion relevant**

Die Qualität wertebasierter Produktinformationen zeichnet durch eine hohe Relevanz aus. Denn sie spielen im Produktinformationsmix eine ganz entscheidende Rolle für erfolgreiche Kaufabschlüsse. Denn Verbraucher erwarten qualitativ hochwertige und konsistente Produktinformationen heute von Marken, Unternehmen und Online-Händlern. Liegen sie jedoch in unzureichender Qualität vor, entscheiden sich immerhin 54 Prozent der deutschen Verbraucher sogar gegen den Kauf eines Produktes. Hier besteht aus Konsumentensicht offensichtlich ein enormer Nachholbedarf. Insofern

birgt die Optimierung wertebasierter Produktinformationen ein enormes Potenzial, das es aus Sicht des E-Commerce zu erschließen gilt.

#### **Über die Studie**

Die Akeneo B2C-Survey 2023 basiert auf Befragungen von insgesamt 1.800 Verbrauchern ab 18 Jahren in Frankreich, Deutschland, Italien, Großbritannien, den USA, Kanada, Australien und China. Die Interviews wurden zwischen dem 22. Februar und dem 8. März durchgeführt.

Die Akeneo B2C-Survey 2023 kann [hier](#) heruntergeladen werden

#### **Über Akeneo**

Akeneo bietet eine komplette und kompatible SaaS-basierte Lösung für die Verwaltung, Orchestrierung, Aktivierung und Optimierung des gesamten Produktdatensatzes. Somit lassen sich überzeugende und konsistente Produkterlebnisse über alle eigenen und fremden Kanäle und Vermarktungswege hinweg schaffen. Mit einer offenen Plattform, dem führenden PIM für das Produktdaten- und Asset-Management, den Add-Ons, Konnektoren und dem Akeneo App Store ermöglicht Akeneo Product Cloud Handelsunternehmen, erstklassige Produkterlebnisse zu liefern, die Wachstum fördern.

Führende 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 der Akeneo Product Cloud können Marken und Händler Produkterlebnisse über alle Kanäle hinweg aktivieren und somit die Customer Experience verbessern, den Umsatz steigern, die Time-to-Market verkürzen, global agieren sowie die Produktivität ihrer Teams steigern.

Weitere Informationen unter [akeneo.com](https://akeneo.com).