NACHRICHTEN
Österreich

17. Juni 2025

Fashion-Apps revolutionieren das Einkaufserlebnis: Zahlen enthüllt!

Fashion-Apps beeinflussen das Kaufverhalten: Nutzer kaufen häufiger und geben mehr aus, KI verstärkt diese Trends.

Nachrichten AG

Deutschland - Die aktuelle Studie der Unternehmensberatung Simon-Kucher zeigt auf, wie sehr Fashion-Apps das Kaufverhalten der Verbraucher verändern. Laut der Untersuchung haben viele Nutzer begonnen, ihre Kleidung überwiegend über Apps zu kaufen. Über ein Viertel der Befragten (28%) gibt an, häufiger Kleidung über Fashion-Apps zu erwerben. Ein bemerkenswerter Aspekt ist, dass rund 19% der Befragten mehr Geld ausgeben, seit sie diese Technologien nutzen. Die Studie, die im März 2025 mit 1.000 Verbrauchern in Deutschland durchgeführt wurde, beleuchtet auch die abnehmende Bedeutung stationärer Geschäfte: 31% der Nutzer shoppen seltener in Filialen.

Ein zusätzliches Ergebnis der Studie zeigt, dass 34% der Befragten ihre Käufe durch Apps als günstiger empfinden, während 25% sich durch die Mode-Apps modischer kleiden. Diese Entwicklungen können von den Einzelhändlern nicht ignoriert werden, da die Studie auch auf die Herausforderung hinweist, dass 27% mehr Markenprodukte aufgrund von App-Empfehlungen kaufen. Gleichzeitig beeinflussen Rabatte die Kaufentscheidungen entscheidend: 35% der Nutzer lassen sich davon leiten, und 42% kaufen mehr, wenn Rabatte angeboten werden.

Einfluss der Künstlichen Intelligenz

Die Integration von Künstlicher Intelligenz (KI) in Mode-Apps hat diesen Trend verstärkt. 24% der Nutzer von KI-gestützten Anwendungen geben mehr Geld aus, was doppelt so hoch ist wie bei Nicht-KI-Nutzern. Zudem kaufen 32% dieser Nutzer häufiger ein. Interessanterweise haben 34% der App-Nutzer das Gefühl, weniger Geld auszugeben, obwohl sie tatsächlich mehr Käufe tätigen. Diese Erkenntnisse stellen den klassischen Einzelhandel vor neue Herausforderungen.

Laut einer Übersicht über die Trends im Einkaufsverhalten in Deutschland sind die E-Commerce-Umsätze generell schneller gewachsen als im stationären Einzelhandel. Dies legt nahe, dass die Digitalisierung auch im Bereich der Mode eine immense Bedeutung einnimmt. Konsumenten bevorzugen mittlerweile Online-Shopping für viele Produkte, insbesondere Kleidungsstücke, während klassische Einzelhändler ihre Stärken wie Beratung und die Kuratierung komplexer Sortimente in den Vordergrund rücken sollten.

Die Zukunft des stationären Handels

Der stationäre Handel sieht sich zunehmend im Wettbewerb mit internationalen Ketten und preisgünstiger Online-Konkurrenz. Verbraucher zeigen eine spezifische Präferenz für klassischen Einzelhandel bei Lebensmitteln, Heimwerkerbedarf und Möbeln,

wo Faktoren wie Qualität und hohe Kauffrequenz entscheidend sind. Die zunehmende Digitalisierung des stationären Handels zeigt sich in verstärkten Angeboten wie Multi-, Omni- und Crosschannel-Services sowie in der Popularität von Click & Collect, die während der Corona-Krise entscheidend zulegte.

Für den stationären Einzelhandel bleibt eine erfolgreiche Zukunft also nur dann realistisch, wenn er auf die Herausforderungen der modernen Digitalisierung reagiert. Dabei spielen auch innovative Bezahlmethoden wie Self-Checkout-Kassen und bargeldlose Zahlungen – etwa per Smartphone – eine immer bedeutendere Rolle. Als Beispiel der fortschreitenden Digitalisierung im Einzelhandel geben rund 80% der Geschäfte im Lebensmitteleinzelhandel mittlerweile elektronische Preisschilder aus.

Details	
Ort	Deutschland
Quellen	• **www.ots.at** • **retail-news.de** • **de.statista.com**

Besuchen Sie uns auf: die-nachrichten.at