

PRESSEINFORMATION

30. Juli 2020

Mehrwertsteuersenkung: statt frischem Konsum-Wind am Markt wohl eher laues Lüftchen

Preisvergleichsportall billiger.de-Studie: nach kurzem Nachfrage-Peak am 01.07. flaut Interesse in fast allen Kategorien merklich ab

Karlsruhe. Das Ziel der Mehrwertsteuersenkung war beziehungsweise ist es, den Markt wiederzubeleben, indem Kaufanreize geschaffen werden, um so der von der Corona-Krise gebeutelten Wirtschaft wieder auf die Beine zu helfen. Wie die Experten des Preisvergleichsportals billiger.de in einer Untersuchung vom 01.07. bis zum 26.07. herausfanden, war am 01.07., dem Tag der Einführung der Mehrwertsteuersenkung, ein eindeutiger Peak bei der Nachfrage zu erkennen. Im weiteren Untersuchungszeitraum jedoch flaute das Interesse in fast allen Kategorien merklich ab. billiger.de hat dazu die Top 500 nachgefragtesten Produkte in Augenschein genommen, deren Preisverhalten nach der Mehrwertsteuersenkung bereits untersucht wurde. Darunter befindet sich sowohl saisonale Ware wie Grills oder Sommerreifen als auch ganzjährig nachgefragte Produkte aus der Unterhaltungselektronik wie Fernseher, Konsolen und Handys, aber auch Haushaltsgeräte wie Frontlader und Kaffeevollautomaten.

„Im Untersuchungszeitraum vom 01.07. bis zum 26.07 ist im Vergleich zum Vormonat (03.06-28.06.) bei fast allen Kategorien zu erkennen, dass es am 01.07. eine erhöhte Nachfrage gab. Die Nutzer interessierten sich also offenbar für den Preis ihres Wunschprodukts nach der Mehrwertsteuersenkung. Nach dem 01.07. hingegen nahm das Interesse jedoch bei den meisten Kategorien wieder ab“, konstatiert Thilo Gans, Geschäftsführer der solute GmbH, die das Portal billiger.de betreibt. „Auch bei sonst sehr nachgefragten Produkten, wie Fernsehern, Handys oder Konsolen, war ein deutlicher Rückgang festzustellen – bei Fernsehern beispielsweise um 9,62 Prozent. Bei diesen Kategorien haben wir wider Erwarten ab dem 01.07. sogar einen Preisanstieg festgestellt, der das verminderte Interesse erklären würde“, ergänzt Gans.

PRESSEINFORMATION

Nachfrage nach saisonalen Produkten wie Grills sinkt, Frontlader und Kaffeevollautomaten hoch im Kurs

Bei der saisonalen Ware, zu denen Grills und Sommerreifen sowie E-Bikes gehören, zeigte sich eine sehr starke Abnahme der Nachfrage im Vergleich zum Vormonat Juni. Hier ist davon auszugehen, dass die Nutzer zu diesem Zeitpunkt bereits über die genannten Produkte verfügten, weswegen der Preisvorteil durch die Mehrwertsteuersenkung keine Rolle mehr spielte. Ein ganz anderes Bild zeigt sich hingegen im Bereich der Haushaltsgeräte – hier ist das Kaufinteresse im Vergleich zum Vormonat deutlich angestiegen. Die Preisexperten von billiger.de stellten beispielsweise bei Kühl- und Gefrierkombis einen leichten Anstieg um 6,71 Prozent zum Vorzeitraum fest. Bei den Kaffeevollautomaten schlug die erhöhte Nachfrage mit 15,18 Prozent noch deutlicher zu Buche. Im Bereich Frontlader stieg das Interesse der Nutzer sogar um satte 20,81 Prozent im Vergleich zum Vormonat an. In diesem Segment spielt der Preis offensichtlich eine entscheidende Rolle. „Ob die Mehrwertsteuersenkung ihr Ziel, den Markt zu stärken, nun tatsächlich erreicht, bleibt fraglich. Denn wie unsere Untersuchung verdeutlicht hat, bestimmen unterschiedliche Faktoren das Kaufverhalten der Nutzer und verleiten diese bei hochpreisigen Produkten offensichtlich nicht zu Spontankäufen“, resümiert Gans.

Medienkontakt

Sheva Khorassani // T +49 721 98993-208 // presse@solute.de // www.solute.de //

www.solute.de // www.billiger.de // www.shopping.de //

PRESSEINFORMATION

Über die solute GmbH

solute Smartes Online-Shopping ist seit rund 15 Jahren die Mission der solute GmbH. Das Unternehmen hat dabei das Ziel, innovative Produkte mit Mehrwert zu entwickeln und mit modernsten technologischen und nutzerfreundlichen Lösungen am Markt zu etablieren sowie das Angebotsportfolio für die User, Online-Shop-Kunden und Partner stetig zu erweitern und zu verbessern. So betreibt die solute GmbH das bekannte Preisvergleichsportal billiger.de und bietet weitere Leistungen im B2B-Bereich an, wie beispielsweise Product Listing Ads, E-Mail-Marketing-Kampagnen durch die eigene E-Mail-Versandsoftware von soluteMail sowie solutePush als clevere Lösung für Web Push, In-App Push und App Push Nachrichten.

billiger.de ist Deutschlands bekanntester Preisvergleich mit mehr als 2 Mio. Produkten, 70 Mio. Preisen, 22.500 Shops und 300.000 Besuchern täglich.