

Vom Einkaufswagen zum Algorithmus

25.11.2025, 09:51 | Handel, Wirtschaft, Finanzen, Banken & Versicherungen

Pressemitteilung von: ARAG



Quelle: ARAG, Sora Shimazaki

ARAG IT-Experten zur zunehmenden Digitalisierung des Shoppings

Mit einem Umsatz von knapp sechs Milliarden Euro wächst die Bedeutung von Aktionstagen wie den Black Fridays und Cyber Mondays. Dabei verändert die Digitalisierung den Einkauf grundlegend. Wo früher der Weg in die Stadt oder ins Einkaufszentrum führte, genügt heute ein Klick oder sogar ein Sprachkommando. Personalisierte Angebote, ständige Verfügbarkeit und eine globalisierte Produktauswahl auf zahlreichen digitalen Plattformen treiben den Online-Handel auf Rekordniveau. Zudem könnte Künstliche Intelligenz (KI) künftig Einkaufsentscheidungen vorbereiten, Angebote vergleichen und Waren automatisch nachbestellen. Diese Entwicklung klingt zwar nach Komfort, stellt Verbraucher jedoch vor neue Fragen zu Datensouveränität, Markttransparenz und Sicherheit vor Betrug. Die ARAG IT-Experten mit einem Überblick über das Shopping 4.0.

Online-Shopping beliebter denn je

Das Internet dient den meisten Deutschen nicht nur als Informationsquelle vor größeren Anschaffungen, sondern als bequemer Einkaufsort. So verzeichnet das Online-Geschäft laut Statista einen Umsatz mit Waren in Höhe von gut 85 Milliarden Euro. Zudem halten die Prognosen des Handelsverbands Deutschlands (HDE) jedes Jahr Rekordumsätze fest.

Zu den beliebtesten Warengruppen im Online-Handel gehören laut ARAG IT-Experten Bekleidung, bei der der Umsatz bei rund 25 Prozent liegt, und Elektroartikel, mit denen ein Umsatz von gut 22 Prozent erwirtschaftet wurde.

Die meisten Online-Plattformen mit Sicherheitslücken

Für eine Studie des Bundesamtes für Sicherheit in der Informationstechnik (BSI) wurden insgesamt 34 Online-Shopping-Plattformen in Deutschland untersucht. Dabei fand die oberste Cybersicherheitsbehörde heraus, dass nur ein Viertel der Plattformen vollständig verschlüsselt ist und somit einen sicheren Datentransfer gewährleistet. Zudem wurden rund 60 Prozent der Plattformen von mindestens einem Drittanbieter genutzt, der keine ausreichenden Sicherheitsvorkehrungen auf Produktseiten traf. Die ARAG IT-Experten raten deshalb, nur auf etablierte Onlineshopping-Plattformen mit hohen Sicherheitsstandards zu vertrauen.

Wie KI den Konsum prägt

Im digitalen Handel stehen Algorithmen im Zentrum der Verkaufsstrategien. Sie analysieren Klickverhalten, frühere Käufe und persönliche Vorlieben, um passgenaue Empfehlungen auszusprechen und Preise dynamisch anzupassen. In Zukunft könnten virtuelle Einkaufsassistenten eigenständig Angebote auswählen und Bestellungen auslösen, die möglichst optimal zu Budget, Bedarf und Lebensstil passen. Doch die ARAG IT-Experten warnen: Damit verbunden ist die Herausforderung, dass Verbraucher die Entscheidungsprozesse nachvollziehen können müssen. Es geht um die Wahrung der Kontrolle über das eigene Konsumverhalten und darum, dass KI nicht ausschließlich im Interesse der Anbieterseite agiert. Transparenz bleibt daher ein zentrales Gebot.

Wenn Shopping zur Falle wird

Technische Innovationen werden im Online-Handel häufig mit psychologischen Mechanismen verknüpft, die Menschen zu unüberlegten Entscheidungen verleiten können. So genannte Dark Patterns erzeugen künstliche Dringlichkeit, verschleiern Zusatzkosten oder setzen voreingestellte Häkchen, die zu unbeabsichtigten Vertragsabschlüssen führen. Eine permanente Reizüberflutung durch Rabatte, Meldungen über angeblich knappe Bestände oder spielerische Belohnungssysteme kann dazu beitragen, dass aus gelegentlichem Online-Shopping ein Impulsverhalten wird. Daher raten die ARAG IT-Experten, sich bewusst Zeit für Kaufentscheidungen zu nehmen.

Fakeshops: Täuschend echt und trotzdem kriminell

Mit dem wachsenden E-Commerce steigt auch die Zahl betrügerischer Händler. Professionell gestaltete Websites suggerieren Seriosität, locken jedoch mit unrealistischen Preisen und liefern nach Zahlungseingang minderwertige Ware oder überhaupt nichts. Fehlende oder unvollständige Impressumsangaben, ausschließlich angebotene Vorkasse, schlecht übersetzte Texte oder stark reduzierte Markenware ohne erkennbaren Anlass sind deutliche Warnsignale für solche Fakeshops. Die ARAG IT-Experten empfehlen vor jedem Kauf eine kurze Recherche zur Reputation des Anbieters, etwa über Verbraucherwarnungen, Gütesiegel oder unabhängige Erfahrungsberichte. Misstrauen ist insbesondere bei neu auftretenden Shops ratsam, die mit allzu auffälligen Schnäppchen werben. Wer unsicher ist, sollte keine sensiblen Daten eingeben und auf keinen Fall Zahlungen vornehmen.

„Buy now, pay later“

Innovative Zahlungsmethoden wie „Jetzt kaufen, später bezahlen“ senken die Zugangshürden beim Einkauf erheblich. Sie verleiten dazu, Anschaffungen zu tätigen, die eigentlich nicht ins Budget passen. Der finanzielle Überblick geht schnell verloren, da die Belastung zeitlich verzögert auftritt. Werden dabei Fristen versäumt, drohen laut ARAG IT-Experten hohe Gebühren und negative Einträge bei Auskunfteien. Der rechtliche Charakter solcher Angebote variiert. Manchmal handelt es sich um reine Zahlungsaufschübe, oft jedoch um Kreditverträge mit zusätzlichen Kosten. Wer verantwortungsvoll shoppen möchte, sollte vor Abschluss die eigenen finanziellen Möglichkeiten realistisch einschätzen und Konditionen wie Zinssätze, Laufzeiten und Zahlungsfristen aufmerksam prüfen.

Rechtliche Ansprüche im Online-Handel

Die ARAG IT-Experten weisen darauf hin, dass trotz digitaler Veränderungen auch im Online-Handel das Verbraucherschutzrecht gilt. Für die meisten Bestellungen steht Kunden ein gesetzliches Widerrufsrecht von 14 Tagen nach Erhalt der Ware zu, das ohne Begründung ausgeübt werden kann. Zudem müssen Unternehmen über Preise, Versandkosten, Lieferzeiten und Vertragsbedingungen klar und verständlich informieren. Auch im Internet greift die zweijährige Gewährleistungspflicht für mangelfreie Produkte. Beim Datenschutz verpflichtet die Datenschutz-Grundverordnung Anbieter dazu, persönliche Informationen sicher, zweckgebunden und in transparenter Weise zu verarbeiten. Wer sich dennoch mit unlauteren Methoden konfrontiert sieht, kann rechtliche Unterstützung suchen oder sich an Verbraucherzentralen wenden.

Sie wollen mehr von den ARAG Experten lesen oder hören? Dann schauen Sie im ARAG newsroom vorbei.

ARAG SE

ARAG Platz 1
40472 Düsseldorf
Deutschland

JenniferKallweit (Fachreferentin Kommunikation/Verbraucher-PR)

02119633115

Jennifer.Kallweit@ARAG.de

www.ARAG.de

Portrait

Die ARAG ist das größte Familienunternehmen in der deutschen Assekuranz und versteht sich als vielseitiger Qualitätsversicherer. Sie ist der weltweit größte Rechtsschutzversicherer. Aktiv in insgesamt 19 Ländern – inklusive den USA und Kanada – nimmt die ARAG über ihre internationalen Niederlassungen, Gesellschaften und Beteiligungen in vielen internationalen Märkten mit ihren Rechtsschutzversicherungen und Rechtsdienstleistungen eine führende Position ein. Ihren Kunden in Deutschland bietet die ARAG neben ihrem Schwerpunkt im Rechtsschutzgeschäft auch eigene einzigartige, bedarfsorientierte Produkte und Services in den Bereichen Komposit und Gesundheit. Mit mehr als 6.100 Mitarbeitenden erwirtschaftet der Konzern ein Umsatz- und Beitragsvolumen von über 2,8 Milliarden €.

News-ID: 1297254 • Views: 465 (Stand: 25.07.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/1297254/Vom-Einkaufswagen-zum-Algorithmus.html>