

# BLACK-BOX ONLINE-SHOPPING

POTENZIALE ERKENNEN –  
KUNDEN GEWINNEN!

Konzept & Markt GmbH  
Bischof-Blum-Platz 2  
D-65366 Geisenheim / Wiesbaden

+ 49 (0) 6722 75034 12  
[www.konzept-und-markt.com](http://www.konzept-und-markt.com)



## Pressemitteilung

Eine Studie von:  
Konzept & Markt GmbH,  
Geisenheim / Wiesbaden

November 2014

KONZEPT & MARKT

PRESSEMITTEILUNG



## Vorwort

Der Kampf um die Gunst der Verbraucher hat nach den rasanten Fortschritten des Internets neue Dimensionen erreicht und sich in einigen Branchen schon zu einem der führenden Vertriebskanäle entwickelt. „Multi-Channel-Strategie“ ist ein aktuelles Schlagwort in diesem Zusammenhang. Die Frage lautet aber:

### **Wie gut funktioniert Online-Shopping in unterschiedlichen Branchen?**

Mit der vorliegenden Studie „Black-Box Online-Shopping: Potenziale erkennen – Kunden gewinnen“ erhalten Sie tiefgehende Erkenntnisse über die Wünsche der Online-Shopper und die Performance der Hauptwettbewerber. Mit den Sonderfragen zu den Themen

### **Click & Collect sowie Vermittlung von Dienstleistungen**

liefern wir neueste Erkenntnisse zur Akzeptanz und den Erwartungen seitens der potenziellen Kunden. Mit über **8.000 repräsentativ ausgewählten Befragten** bietet die Studie eine belastbare Basis für die Planung und Optimierung von webbezogenen Maßnahmen.

# Vorwort

Spezifische Fragestellungen der Studie sind u.a.:

- Welche **generellen Einstellungen** haben die Verbraucher zum Online-Shopping?
- Was sind die **Treiber** für den Online-Kauf?
- **Wie intensiv** wird das Internet genutzt: Relation der Ausgaben in Online-Shops zu denen in Ladengeschäften?
- **Auswahlkriterien** beim Online-Shopping: Wie sucht man und wie wählt man aus?
- **Wo kauft man** welche Warengruppen?
- Der Kaufprozess unter der Lupe: Was **erwartet** der Kunde vom Online-Anbieter?
- Wie bekannt ist „**Click & Collect**“? Wie hoch ist das **Interesse** daran? Wie sollte Click & Collect **ausgestaltet sein**?
- Welchen Stellenwert hat die **Vermittlung von Dienstleistungen** über das Internet? Wer nutzt solche Services? Für welche Dienstleistungen ist das Internet vielversprechend?

# Vorwort

Betrachtete Branchen:



**Do It Yourself**  
(Bauen, Garten,  
Heimwerken, Basteln)



**Elektro-Geräte**  
für Haushalt, Büro,  
Unterhaltung



**Kfz-Teile &  
Zubehör**  
(inkl. Motorrad)



**Lebensmittel**  
und andere Dinge des  
täglichen Bedarfs



**Medien**  
(Bücher, CDs, DVDs,  
Spiele etc.)



**Medikamente,  
Arzneimittel**



**Mode, Schuhe,  
Accessoires**



**Möbel, Wohn-  
accessoires**



**Reisen, Hotels,  
Flüge**



**Sport- &  
Outdoorartikel**



**Tiernahrung &  
Zubehör**



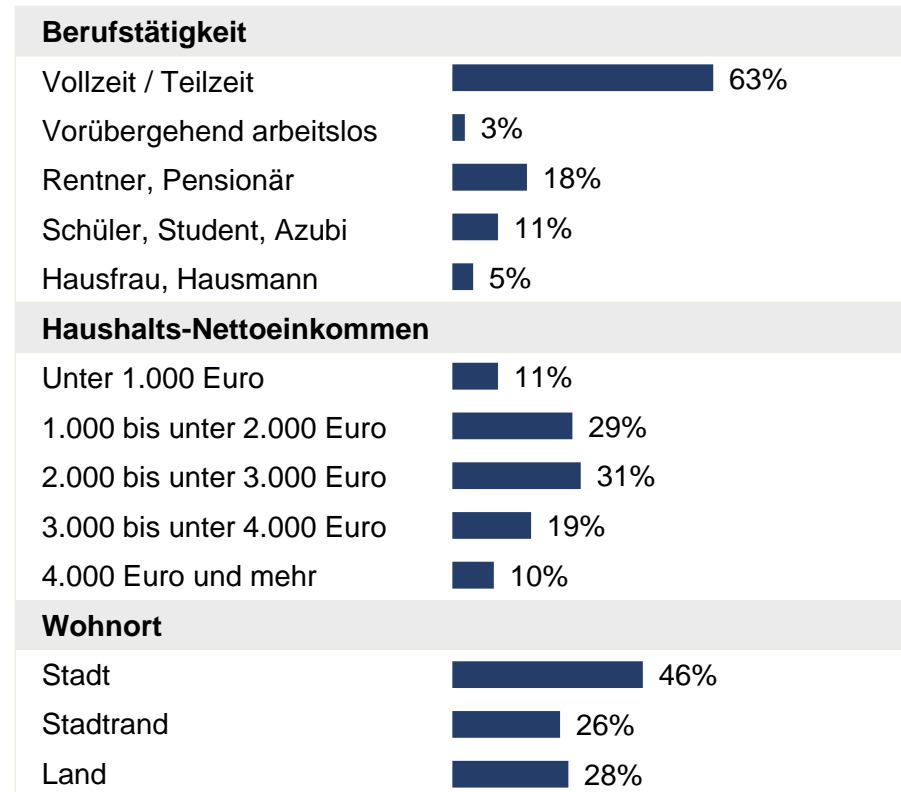
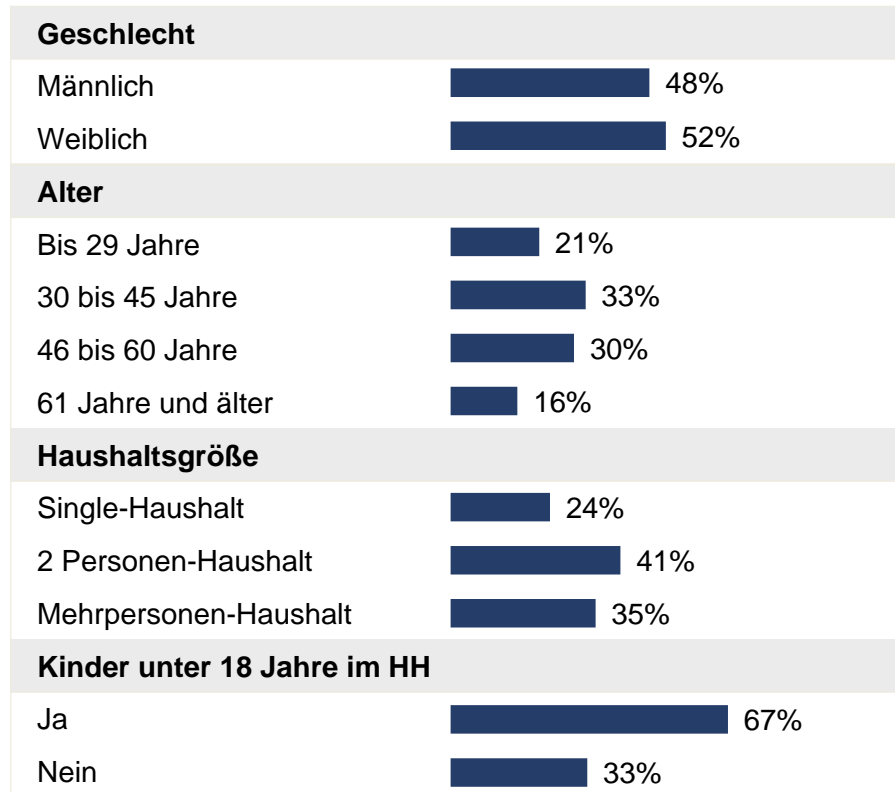
**Wein &  
Spirituosen**

Der vorliegende Gesamtbericht der Studie liefert einen übergreifenden Vergleich zwischen den einbezogenen Branchen und klärt die Frage, welche Branche die Benchmark beim Thema "Online-Shopping" setzt.

# Das Profil der Online-Shopper

## Soziodemographische Merkmale

BRANCHENÜBERGREIFEND



Basis: Onlineaffine Shopper (n=8.134)

\* Quelle: VA, Oktober 2014

# Das Profil der Online-Shopper

## Soziodemographische Merkmale (1/2)

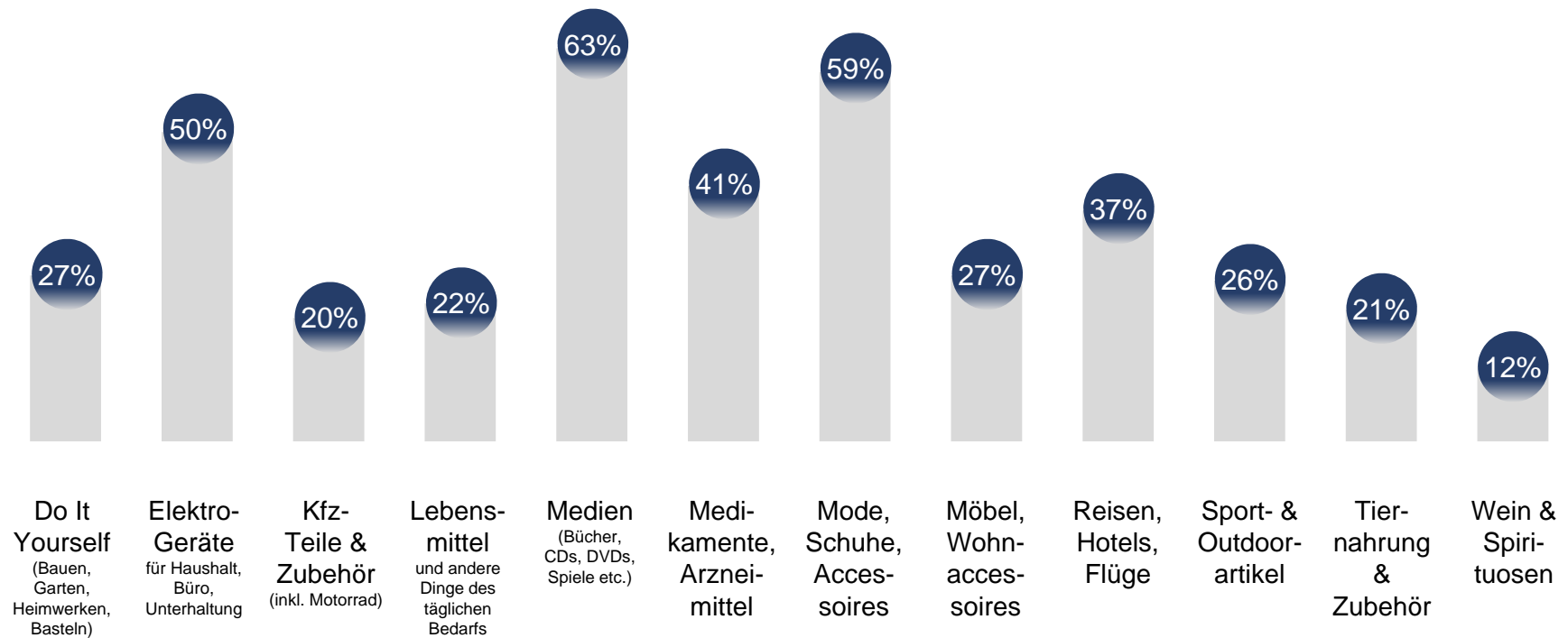
BRANCHENSPEZIFISCH

	<b>BENCHMARK</b>	<b>Do It Yourself</b> (Bauen, Garten, Heimwerken, Basteln)	<b>Elektro-Geräte</b> für Haushalt, Büro, Unterhaltung	<b>Kfz-Teile &amp; Zubehör</b> (inkl. Motorrad)	<b>Lebensmittel</b> und andere Dinge des täglichen Bedarfs	<b>Medien</b> (Bücher, CDs, DVDs, Spiele etc.)	<b>Medikamente, Arzneimittel</b>	<b>Mode, Schuhe, Accessoires</b>	<b>Möbel, Wohn-accessoires</b>	<b>Reisen, Hotels, Flüge</b>	<b>Sport- &amp; Outdoorartikel</b>	<b>Tiermahrung &amp; Zubehör</b>	<b>Wein &amp; Spirituosen</b>
<b>Geschlecht</b>													
Männlich	<b>48%</b>	59%	69%	77%	40%	47%	42%	26%	31%	53%	52%	32%	65%
Weiblich	<b>52%</b>	41%	31%	23%	60%	53%	58%	74%	69%	47%	48%	68%	35%
<b>Alter</b>													
Bis 29 Jahre	<b>21%</b>	16%	20%	20%	27%	23%	12%	28%	27%	18%	27%	16%	17%
30 bis 45 Jahre	<b>33%</b>	32%	29%	37%	37%	31%	32%	32%	35%	29%	40%	37%	32%
46 bis 60 Jahre	<b>30%</b>	31%	30%	30%	26%	29%	31%	28%	30%	31%	25%	36%	33%
61 Jahre und älter	<b>16%</b>	21%	21%	13%	10%	17%	25%	12%	8%	22%	8%	11%	18%
<b>Haushaltsgröße</b>													
Single-Haushalt	<b>24%</b>	19%	29%	19%	27%	27%	22%	27%	26%	23%	23%	20%	24%
2-Personen-Haushalt	<b>41%</b>	45%	38%	40%	39%	38%	47%	36%	36%	44%	34%	45%	44%
Mehrpersonen-Haushalt	<b>35%</b>	36%	33%	41%	34%	35%	31%	37%	38%	33%	43%	35%	32%
<b>Kinder unter 18 Jahre im HH</b>													
Ja	<b>33%</b>	34%	31%	39%	38%	33%	29%	36%	40%	30%	42%	36%	32%
Nein	<b>67%</b>	66%	69%	61%	62%	67%	71%	64%	60%	70%	58%	64%	68%

Basis: Onlineaffine Shopper der jeweiligen Branche

# Käuferreichweiten einbezogener Branchen

Online-Kauf in den letzten 12 Monaten



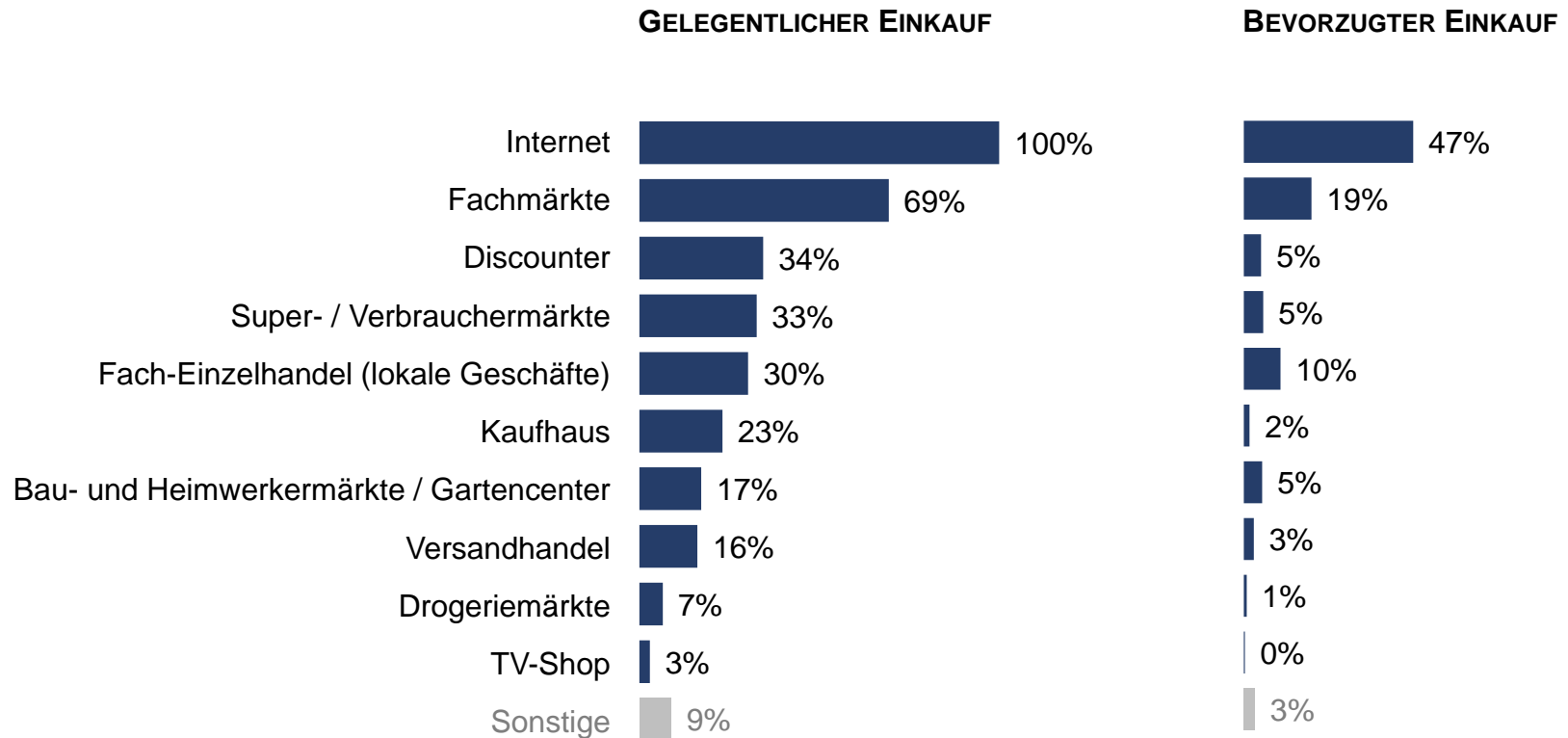
Basis: Bruttozählung (ca. 10.000 Befragte)

Mehrfachnennungen möglich

# Weitere Einkaufsquellen

## Gelegentlicher und bevorzugter Einkauf

BRANCHENÜBERGREIFEND



Basis: Onlineaffine Shopper (n=8.134)

Mehrfachnennungen möglich



# Weitere Einkaufsquellen

## Gelegentlicher Einkauf

BRANCHENSPEZIFISCH

	<b>BENCHMARK</b>	<b>Do It Yourself</b> (Bauen, Garten, Heimwerken, Basteln)	<b>Elektro-Geräte</b> für Haushalt, Büro, Unterhaltung	<b>Kfz-Teile &amp; Zubehör</b> (inkl. Motorrad)	<b>Lebensmittel</b> und andere Dinge des täglichen Bedarfs	<b>Medien</b> (Bücher, CDs, DVDs, Spiele etc.)	<b>Medikamente, Arzneimittel</b>	<b>Mode, Schuhe, Accessoires</b>	<b>Möbel, Wohn-accessoires</b>	<b>Reisen, Hotels, Flüge</b>	<b>Sport- &amp; Outdoorartikel</b>	<b>Tiernahrung &amp; Zubehör</b>	<b>Wein &amp; Spirituosen</b>
Internet	<b>100%</b>	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Fachmärkte	<b>69%</b>		96%	63%		100%		73%	100%		100%	70%	30%
Discounter	<b>34%</b>	56%	48%	26%	89%	25%		31%	46%		34%	38%	55%
Super- / Verbrauchermärkte	<b>33%</b>	40%	38%	21%	100%	32%		22%	35%		20%	35%	64%
Fach-Einzelhandel (lokal)	<b>30%</b>	30%	37%		70%		87%	53%		37%		12%	36%
Kaufhaus	<b>23%</b>	18%	24%		37%	29%		47%	30%		39%	3%	20%
Bau- und Heimwerkermärkte	<b>17%</b>	100%		44%					59%			23%	5%
Versandhandel	<b>16%</b>	20%	26%	12%				49%	40%		24%	3%	
Drogeriemärkte	<b>7%</b>						49%					34%	
TV-Shop	<b>3%</b>	5%	5%	5%		2%		4%	6%	3%	2%		
Sonstige	<b>9%</b>	3%	2%	24%	76%	3%	1%	1%	2%	1%	3%	3%	24%

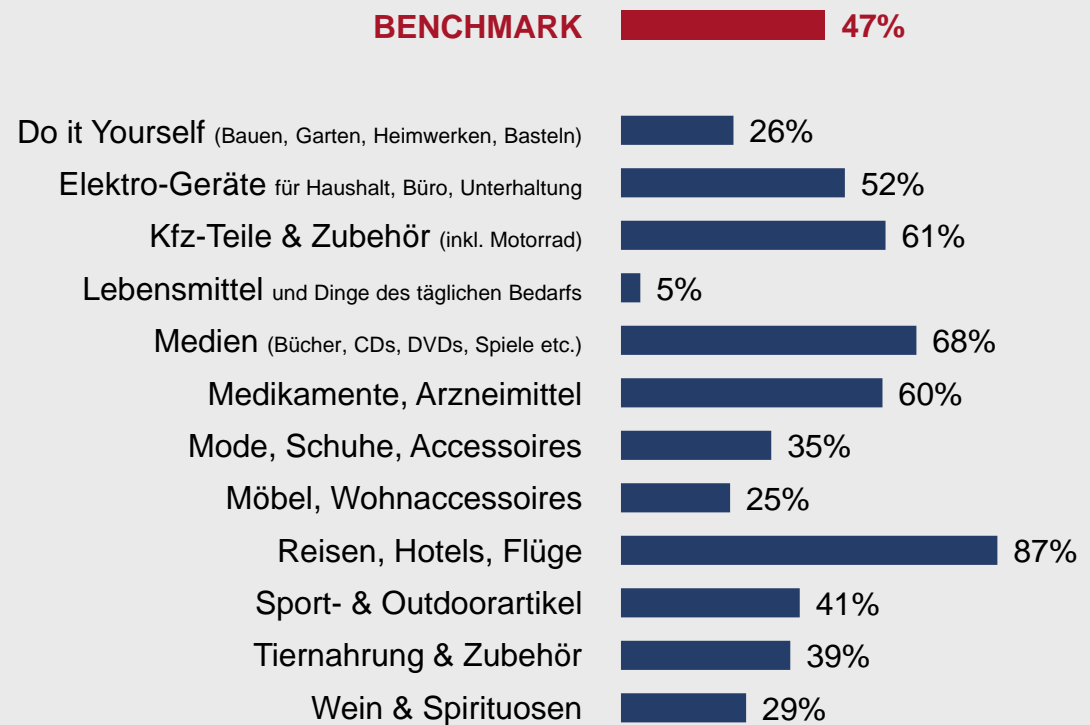
Basis: Onlineaffine Shopper der jeweiligen Branche

Mehrfachnennungen möglich

# Weitere Einkaufsquellen

## Das Internet als bevorzugte Einkaufsquelle

BRANCHENSPEZIFISCH



Basis: Onlineaffine Shopper der jeweiligen Branche

Mehrfachnennungen möglich

# Weitere Einkaufsquellen

## Bevorzugter Einkauf

BRANCHENSPEZIFISCH

	<b>BENCHMARK</b>	<b>Do It Yourself</b> (Bauen, Garten, Heimwerken, Basteln)	<b>Elektro-Geräte</b> für Haushalt, Büro, Unterhaltung	<b>Kfz-Teile &amp; Zubehör</b> (inkl. Motorrad)	<b>Lebensmittel</b> und andere Dinge des täglichen Bedarfs	<b>Medien</b> (Bücher, CDs, DVDs, Spiele etc.)	<b>Medikamente, Arzneimittel</b>	<b>Mode, Schuhe, Accessoires</b>	<b>Möbel, Wohn-accessoires</b>	<b>Reisen, Hotels, Flüge</b>	<b>Sport- &amp; Outdoorartikel</b>	<b>Tiernahrung &amp; Zubehör</b>	<b>Wein &amp; Spirituosen</b>
Internet	<b>47%</b>	26%	52%	61%	5%	68%	60%	35%	25%	87%	41%	39%	29%
Fachmärkte	<b>19%</b>		32%	24%		7%		31%	52%		42%	28%	8%
Fach-Einzelhandel (lokal)	<b>10%</b>	3%	6%		4%	19%	34%	12%		11%		3%	11%
Super- / Verbrauchermärkte	<b>5%</b>	2%	2%	1%	48%	1%		1%	1%		1%	8%	27%
Bau- und Heimwerkermärkte	<b>5%</b>	61%	0%	7%					4%			3%	1%
Discounter	<b>5%</b>	4%	2%	1%	39%	1%		1%	2%		3%	9%	16%
Versandhandel	<b>3%</b>	1%	4%	0%				11%	8%		4%	0%	
Kaufhaus	<b>2%</b>	1%	1%		2%	1%		5%	2%		5%	0%	2%
Drogeriemärkte	<b>1%</b>						4%					7%	
TV-Shop	<b>0%</b>		0%			0%		1%	1%	0%	0%		
Sonstige	<b>1%</b>	2%	1%	4%	2%	2%	0%	1%	1%	0%	2%	2%	4%
Kein bevorzugter Einkaufskanal	<b>2%</b>	1%	1%	2%	1%	1%	1%	2%	4%	2%	3%	2%	2%

Basis: Onlineaffine Shopper der jeweiligen Branche

Mehrfachnennungen möglich

# Kauftreiber für den Online-Handel

## Vorteile des Online-Shoppings gegenüber dem stationären Einkauf

BRANCHENÜBERGREIFEND



Basis: Onlineaffine Shopper, die bevorzugt im Internet einkaufen

Mehrfachnennungen möglich

# Kauftreiber für den Online-Handel

## Vorteile des Online-Shoppings gegenüber dem stationären Einkauf

BRANCHENSPEZIFISCH

	<b>BENCHMARK</b>	<b>Do It Yourself</b> (Bauen, Garten, Heimwerken, Basteln)	<b>Elektro-Geräte</b> für Haushalt, Büro, Unterhaltung	<b>Kfz-Teile &amp; Zubehör</b> (inkl. Motorrad)	<b>Lebensmittel</b> und andere Dinge des täglichen Bedarfs	<b>Medien</b> (Bücher, CDs, DVDs, Spiele etc.)	<b>Medikamente, Arzneimittel</b>	<b>Mode, Schuhe, Accessoires</b>	<b>Möbel, Wohn- accessoires</b>	<b>Reisen, Hotels, Flüge</b>	<b>Sport- &amp; Outdoorartikel</b>	<b>Tiernahrung &amp; Zubehör</b>	<b>Wein &amp; Spirituosens</b>
Günstige Preise	<b>56%</b>	51%	62%	70%	32%	47%	88%	42%	38%	56%	56%	49%	41%
Bequemes Einkaufen von zu Hause aus	<b>48%</b>	52%	44%	39%	40%	54%	49%	50%	49%	45%	43%	54%	41%
Lieferung nach Hause	<b>45%</b>	51%	46%	44%	61%	49%	60%	45%	53%	4%	42%	76%	68%
Große Auswahl	<b>43%</b>	46%	44%	43%	23%	51%	15%	47%	40%	47%	49%	30%	48%
Einkaufsmöglichkeit rund um die Uhr	<b>38%</b>	31%	30%	32%	36%	44%	33%	42%	39%	45%	34%	33%	29%
Gute Such- / Vergleichsmöglichkeiten	<b>35%</b>	41%	46%	41%	15%	29%	23%	23%	32%	67%	35%	11%	18%
Einfache Rückgabe / Umtausch	<b>7%</b>	9%	8%	5%	15%	6%	2%	21%	9%	1%	13%	2%	3%
Sicherheit beim Bezahlen	<b>4%</b>	6%	4%	4%	3%	3%	4%	4%	4%	6%	4%	5%	4%
Attraktive Teilzahlungsmöglichkeiten	<b>2%</b>	1%	3%	2%	4%	1%	1%	5%	8%	3%	2%	1%	2%
Sonstiges	<b>1%</b>	0%	1%	1%	3%	2%	1%	1%	1%	1%	0%	6%	2%

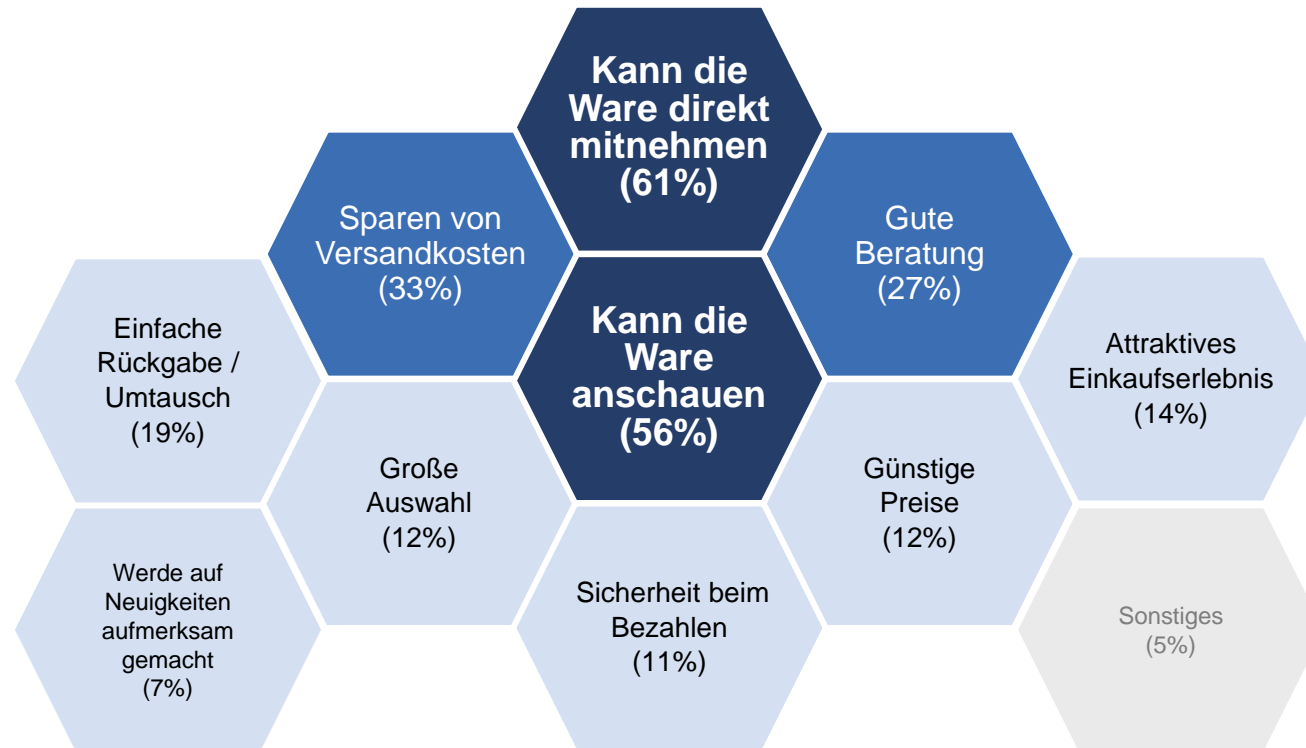
Basis: Onlineaffine Shopper der jeweiligen Branche, die bevorzugt im Internet einkaufen

Mehrfachnennungen möglich

# Kauftreiber für den Stationären Handel

## Vorteile des stationären Einkaufs gegenüber dem Online-Shopping

BRANCHENÜBERGREIFEND



Basis: Onlineaffine Shopper, die bevorzugt stationär einkaufen

Mehrfachnennungen möglich

# Kauftreiber für den Stationären Handel

## Vorteile des stationären Einkaufs gegenüber dem Online-Shopping

BRANCHENSPEZIFISCH

	<b>BENCHMARK</b>	<b>Do It Yourself</b> (Bauen, Garten, Heimwerken, Basteln)	<b>Elektro-Geräte</b> für Haushalt, Büro, Unterhaltung	<b>Kfz-Teile &amp; Zubehör</b> (inkl. Motorrad)	<b>Lebensmittel</b> und andere Dinge des täglichen Bedarfs	<b>Medien</b> (Bücher, CDs, DVDs, Spiele etc.)	<b>Medikamente, Arzneimittel</b>	<b>Mode, Schuhe, Accessoires</b>	<b>Möbel, Wohn- accessoires</b>	<b>Reisen, Hotels, Flüge</b>	<b>Sport- &amp; Outdoorartikel</b>	<b>Tiernahrung &amp; Zubehör</b>	<b>Wein &amp; Spirituosen</b>
Man kann die Ware direkt mitnehmen	<b>61%</b>	65%	56%	57%	74%	63%	68%	57%	56%	4%	55%	68%	54%
Man kann die Ware anschauen	<b>56%</b>	67%	60%	45%	69%	47%	17%	74%	71%	3%	68%	30%	32%
Sparen von Versandkosten	<b>33%</b>	31%	24%	28%	41%	36%	38%	35%	32%	7%	20%	45%	39%
Gute Beratung	<b>27%</b>	33%	39%	46%	8%	27%	58%	15%	18%	81%	40%	14%	23%
Einfache Rückgabe / Umtausch	<b>19%</b>	29%	34%	34%	11%	22%	11%	20%	20%	3%	19%	7%	6%
Attraktives Einkaufserlebnis	<b>14%</b>	10%	8%	7%	13%	20%	3%	18%	26%	13%	16%	8%	17%
Große Auswahl	<b>12%</b>	13%	11%	10%	17%	12%	3%	10%	14%	19%	12%	12%	19%
Günstige Preise	<b>12%</b>	9%	11%	10%	22%	9%	8%	7%	9%	15%	10%	22%	18%
Sicherheit beim Bezahlen	<b>11%</b>	7%	16%	10%	8%	15%	10%	11%	9%	34%	7%	9%	10%
Werde auf Neuigkeiten aufmerksam gemacht	<b>7%</b>	5%	7%	5%	6%	10%	9%	3%	7%	43%	7%	10%	8%
Sonstiges	<b>5%</b>	2%	3%	4%	4%	4%	8%	9%	2%	7%	4%	5%	7%

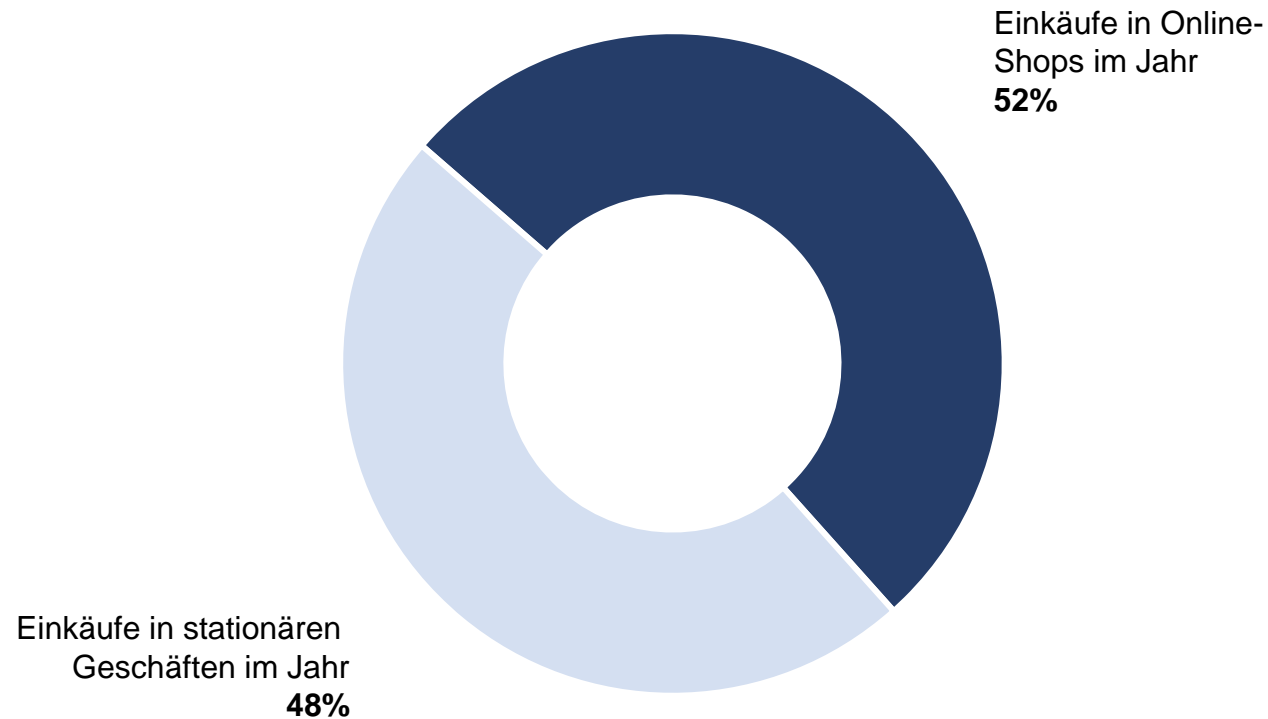
Basis: Onlineaffine Shopper der jeweiligen Branche, die bevorzugt stationär einkaufen

Mehrfachnennungen möglich

# Bedeutung des Online-Kaufs nach Kaufhäufigkeiten

## Prozentualer Anteil der Einkäufe in Online-Shops vs. stationären Geschäften

BRANCHENÜBERGREIFEND



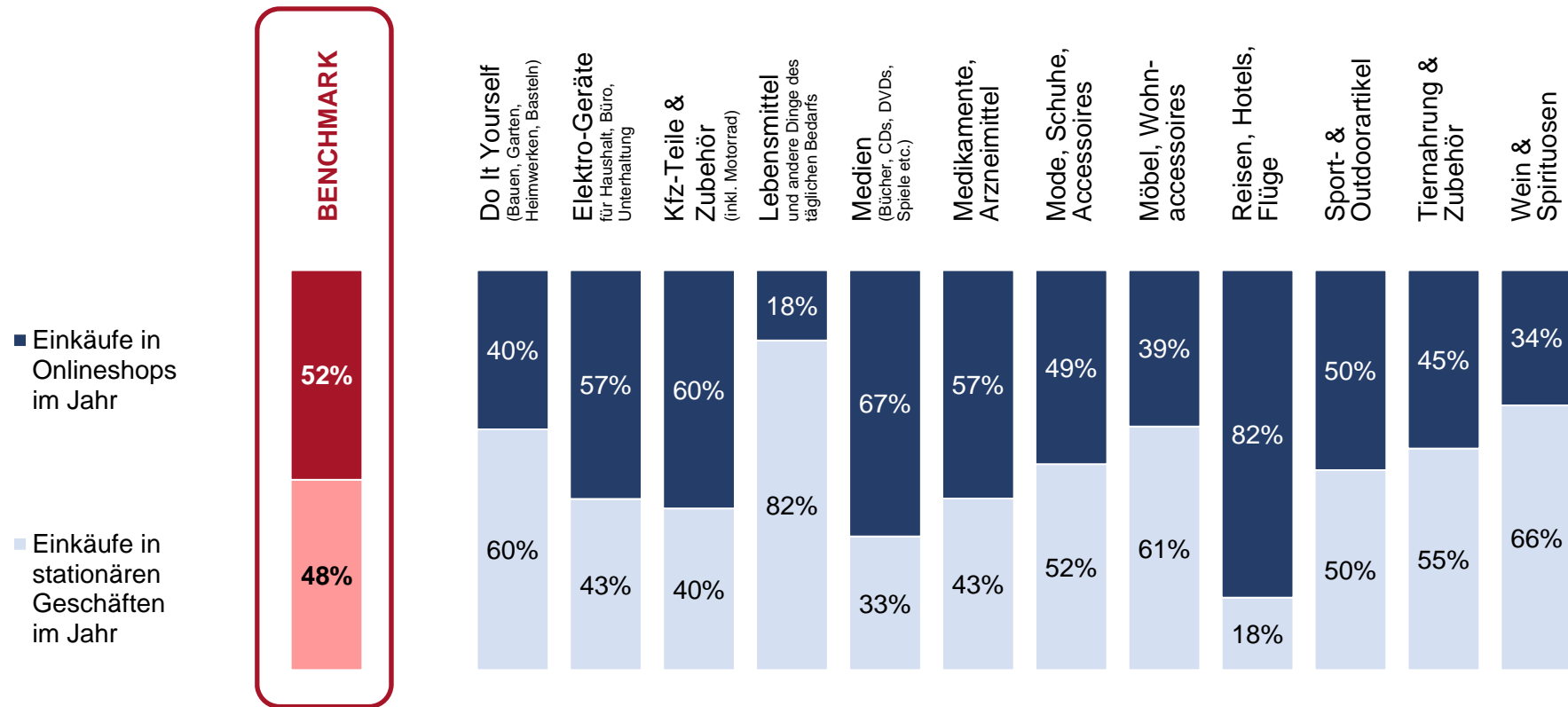
Basis: Onlineaffine Shopper (n=8.134)



# Bedeutung des Online-Kaufs nach Kaufhäufigkeiten

## Prozentualer Anteil der Einkäufe in Online-Shops vs. stationären Geschäften

BRANCHENSPEZIFISCH

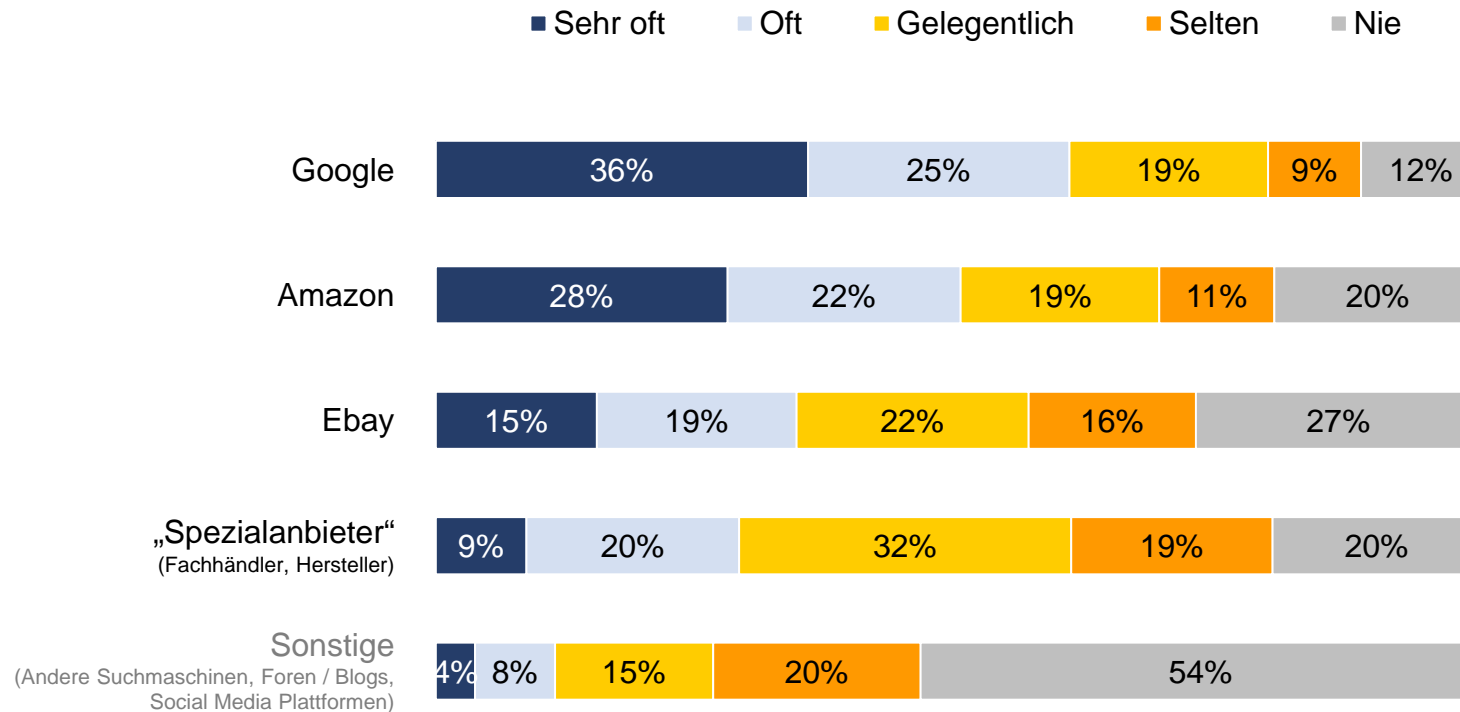


Basis: Onlineaffine Shopper der jeweiligen Branche

# Vorgehensweise bei der Anbieter-Auswahl

## Suche von Produkten über bestimmte Plattformen

BRANCHENÜBERGREIFEND



Basis: Onlineaffine Shopper (n=8.134)

# Vorgehensweise bei der Anbieter-Auswahl

## Suche von Produkten über bestimmte Plattformen

BRANCHENSPEZIFISCH

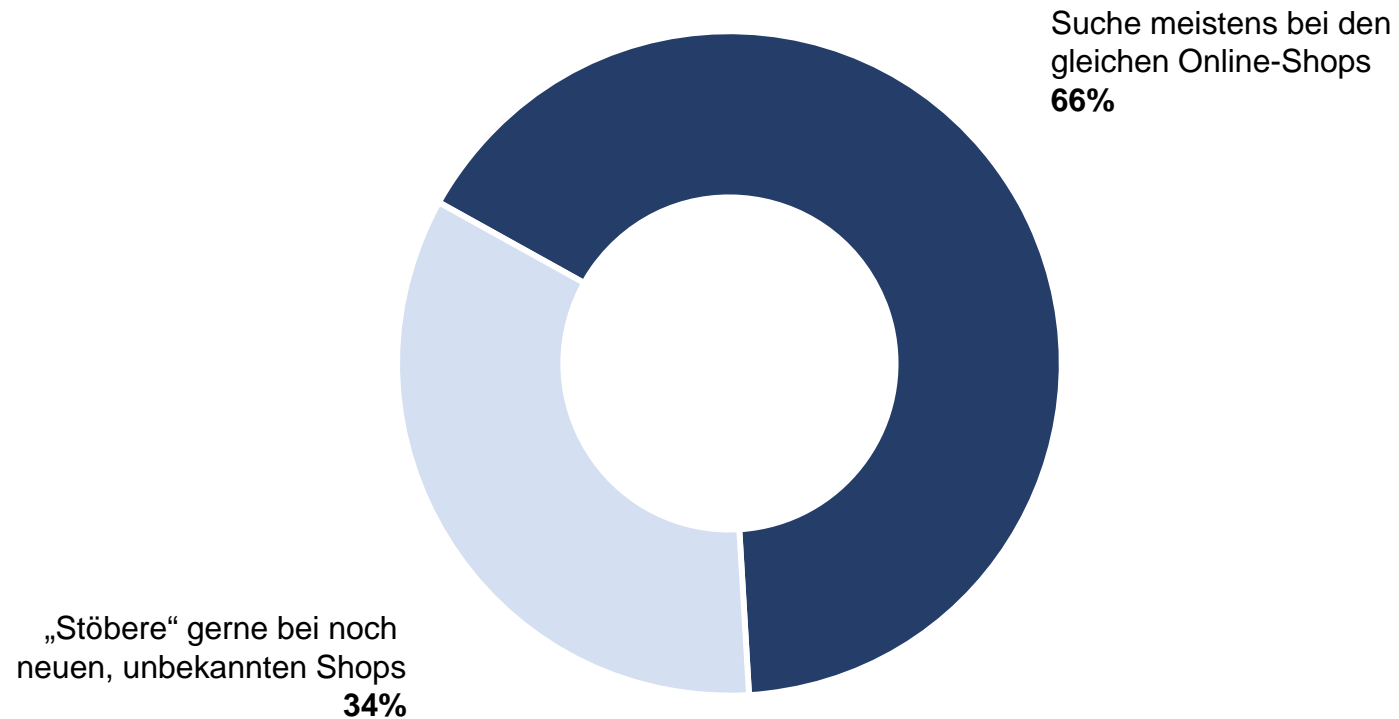
ANTEIL DER NENNUNG „NUTZE ICH SEHR OFT“	BENCHMARK	Do It Yourself (Bauen, Garten, Heimwerken, Basteln)	Elektro-Geräte für Haushalt, Büro, Unterhaltung	Kfz-Teile & Zubehör (inkl. Motorrad)	Lebensmittel und andere Dinge des täglichen Bedarfs	Medien (Bücher, CDs, DVDs, Spiele etc.)	Medikamente, Arzneimittel	Mode, Schuhe, Accessoires	Möbel, Wohn- accessoires	Reisen, Hotels, Flüge	Sport- & Outdoorartikel	Tiernahrung & Zubehör	Wein & Spirituosen
	Google	<b>36%</b>	47%	46%	43%	37%	32%	33%	28%	43%	39%	35%	26%
Amazon	<b>28%</b>	31%	46%	20%	26%	57%	6%	22%	28%	3%	26%	10%	8%
Ebay	<b>15%</b>	25%	22%	32%	10%	18%	4%	16%	22%	3%	16%	7%	6%
„Spezialanbieter“ (Fachhändler, Hersteller)	<b>9%</b>	8%	6%	9%	7%	5%	8%	12%	8%	12%	9%	13%	13%
Sonstige (andere Suchmaschinen, Foren / Blogs, Social Media Plattformen)	<b>4%</b>	5%	5%	6%	5%	3%	4%	3%	4%	4%	4%	3%	3%

Basis: Onlineaffine Shopper der jeweiligen Branche

# Vorgehensweise bei der Anbieter-Auswahl

„Stamm“-Online-Shops vs. Stöbern bei neuen, unbekannten Shops

BRANCHENÜBERGREIFEND



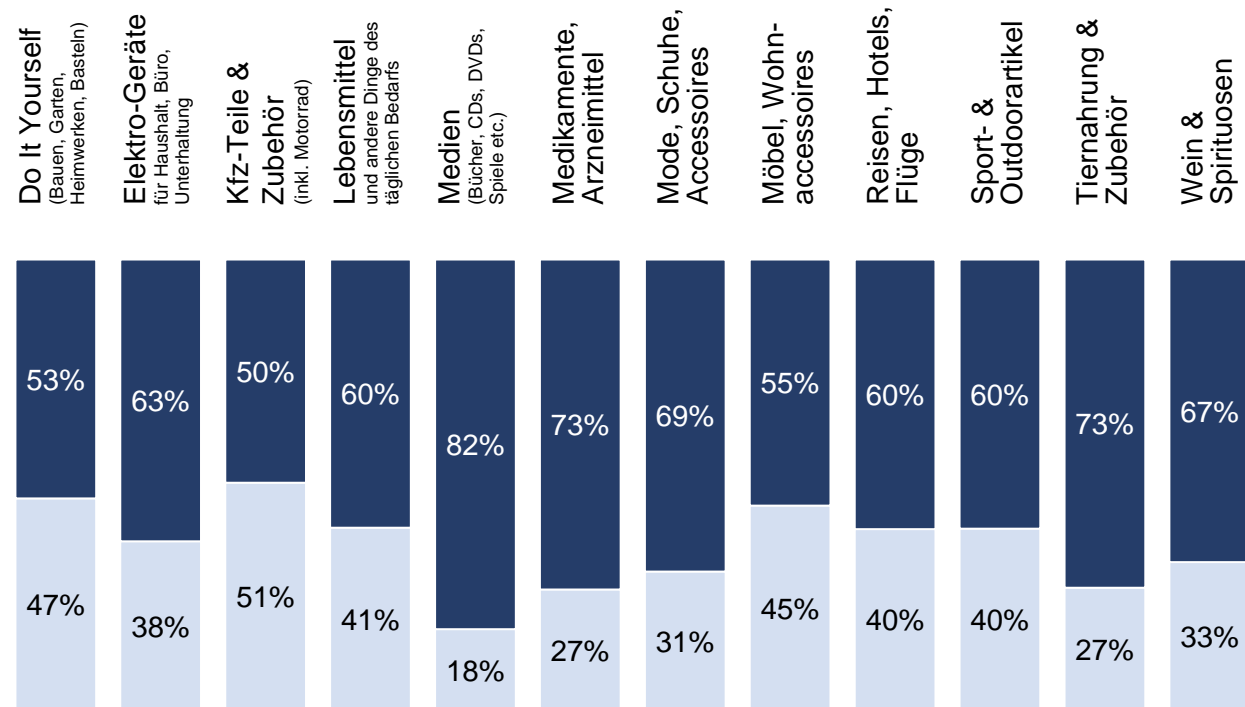
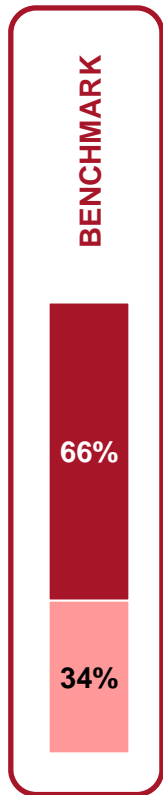
Basis: Onlineaffine Shopper (n=8.134)

# Vorgehensweise bei der Anbieter-Auswahl

## „Stamm“-Online-Shops vs. Stöbern bei neuen, unbekannten Shops

BRANCHENSPEZIFISCH

- Suche meistens in den gleichen Online-Shops
- "Stöbere" gerne bei noch neuen, unbekannten Shops

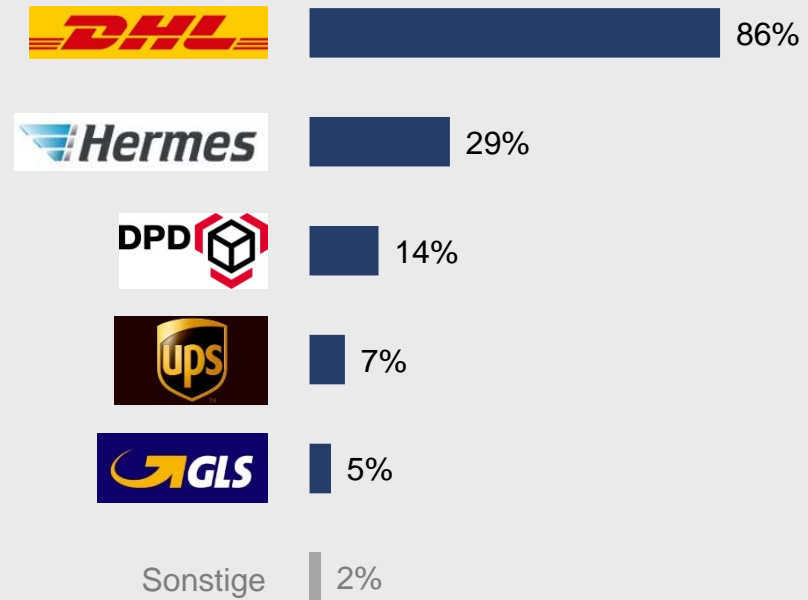


Basis: Onlineaffine Shopper der jeweiligen Branche

# Logistik

## Bevorzugter Paketzustelldienst

BRANCHENÜBERGREIFEND








Basis: Onlineaffine Shopper (Ausnahme: Käufer der Branche „Reisen, Hotels, Flüge“)

Mehrfachnennungen möglich

# Logistik

## Bevorzugter Paketzustelldienst

BRANCHENSPEZIFISCH

	BENCHMARK	Do It Yourself (Bauen, Gärten, Heimwerken, Basteln)	Elektro-Geräte für Haushalt, Büro, Unterhaltung	Kfz-Teile & Zubehör (inkl. Motorrad)	Lebensmittel und andere Dinge des täglichen Bedarfs	Medien (Bücher, CDs, DVDs, Spiele etc.)	Medikamente, Arzneimittel	Mode, Schuhe, Accessoires	Möbel, Wohn- accessoires	Sport- & Outdoorartikel	Tiernahrung & Zubehör	Wein & Spirituosen
	<b>86%</b>	86%	87%	87%	85%	88%	87%	84%	81%	87%	85%	81%
	<b>29%</b>	29%	31%	26%	27%	27%	24%	37%	36%	30%	25%	19%
	<b>14%</b>	17%	16%	23%	12%	13%	13%	13%	16%	14%	15%	14%
	<b>7%</b>	9%	8%	13%	8%	6%	5%	7%	9%	7%	6%	13%
	<b>5%</b>	6%	5%	8%	5%	3%	3%	3%	8%	4%	5%	4%
Sonstige	<b>2%</b>	3%	1%	3%	4%	3%	2%	2%	2%	2%	2%	4%

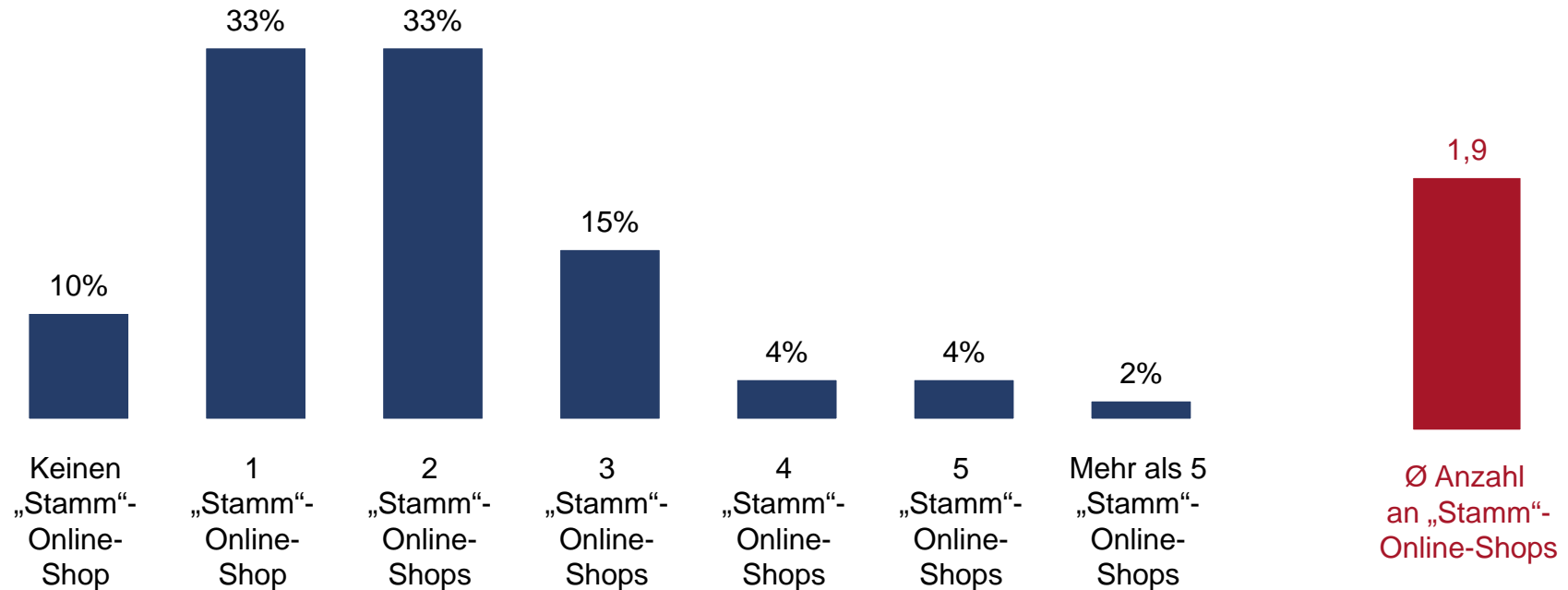
Basis: Onlineaffine Shopper der jeweiligen Branche (Ausnahme: Käufer der Branche „Reisen, Hotels, Flüge“)

Mehrfachnennungen möglich

# Bevorzugte Anbieter

## Anzahl „Stamm“-Online-Shops

BRANCHENÜBERGREIFEND



Basis: Onlineaffine Shopper (n=8.134)

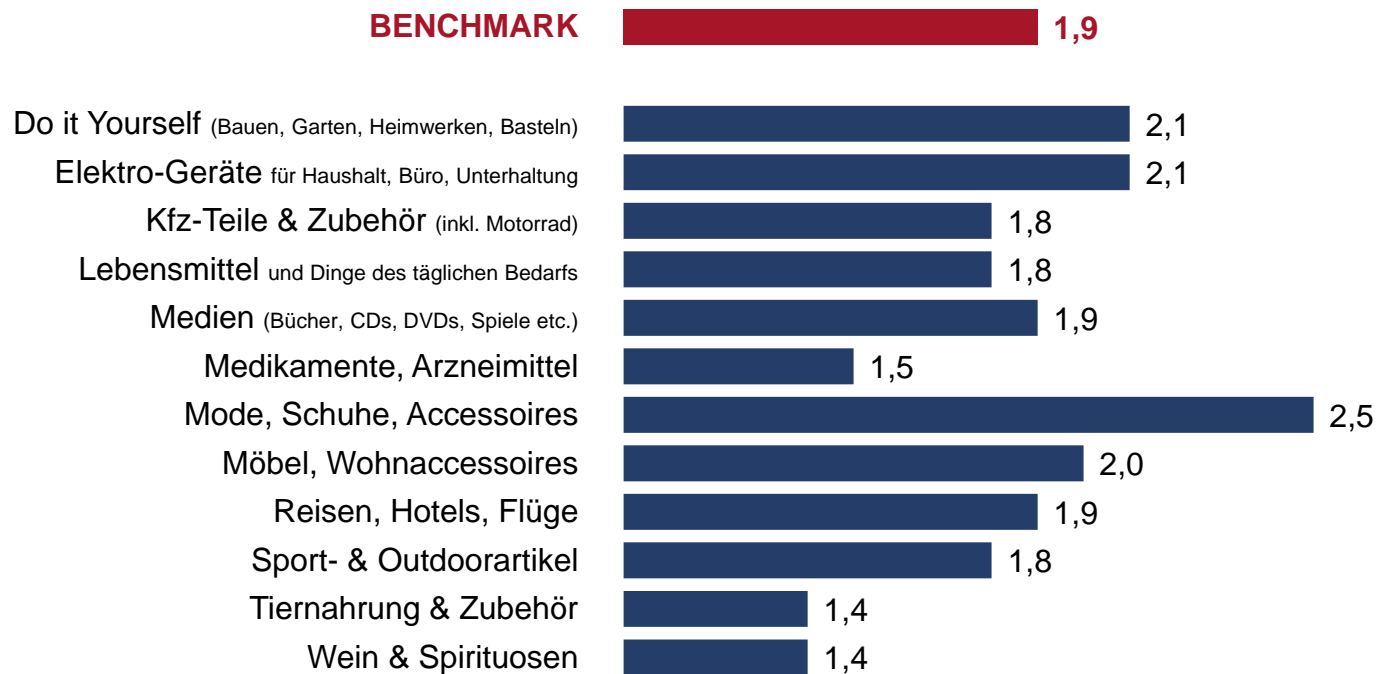
Mehrfachnennungen möglich



# Bevorzugte Anbieter

## Anzahl „Stamm“-Online-Shops

BRANCHENSPEZIFISCH



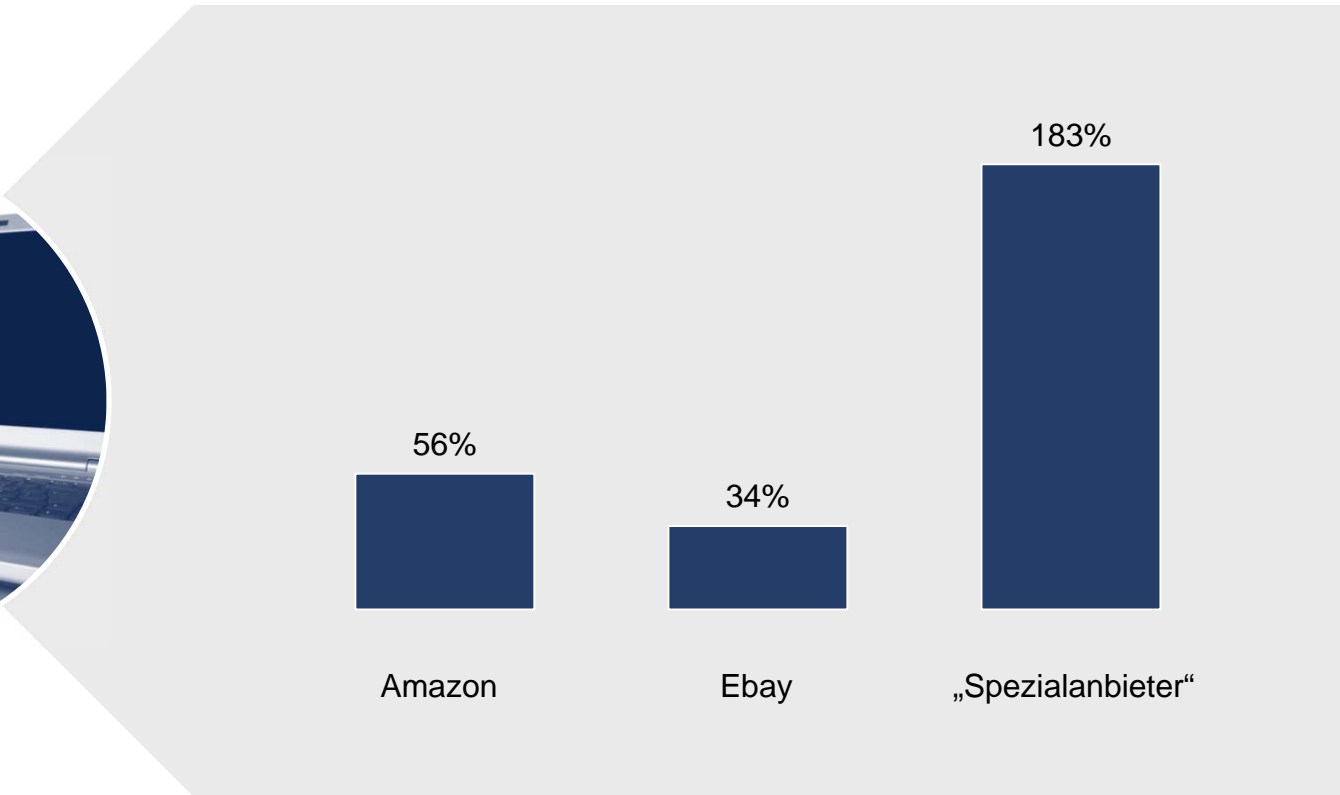
Basis: Onlineaffine Shopper der jeweiligen Branche

Durchschnittliche Anzahl an „Stamm“-Online-Shops

# Bevorzugte Anbieter

## Online-Shops mit Kauf in den letzten 12 Monaten

BRANCHENÜBERGREIFEND



Basis: Onlineaffine Shopper (n=8.134)

Mehrfachnennungen möglich

# Bevorzugte Anbieter

## Online-Shops mit Kauf in den letzten 12 Monaten

BRANCHENSPEZIFISCH

	<b>BENCHMARK</b>	<b>Do It Yourself</b> (Bauen, Garten, Heimwerken, Basteln)	<b>Elektro-Geräte</b> für Haushalt, Büro, Unterhaltung	<b>Kfz-Teile &amp; Zubehör</b> (inkl. Motorrad)	<b>Lebensmittel</b> und andere Dinge des täglichen Bedarfs	<b>Medien</b> (Bücher, CDs, DVDs, Spiele etc.)	<b>Medikamente, Arzneimittel</b>	<b>Mode, Schuhe, Accessoires</b>	<b>Möbel, Wohnaccessoires</b>	<b>Reisen, Hotels, Flüge</b>	<b>Sport- &amp; Outdoorartikel</b>	<b>Tiernahrung &amp; Zubehör</b>	<b>Wein &amp; Spirituosen</b>
Amazon	<b>56%</b>	76%	83%	49%	66%	90%	13%	56%	58%		60%	27%	27%
Ebay	<b>34%</b>	60%	51%	57%	32%	43%	5%	37%	43%		35%	14%	13%
„Spezialanbieter“	<b>183%</b>	209%	161%	139%	151%	155%	187%	253%	183%	253%	164%	155%	119%

Basis: Onlineaffine Shopper der jeweiligen Branche

Mehrfachnennungen möglich

# Idealprofil eines Online-Shops

## Wichtigkeit abgefragter Imageitems (1/2)

BRANCHENÜBERGREIFEND



- |   |     |
|---|-----|
| 1. Liefert die richtige Ware                            | 8,9 |
| 2. Liefert pünktlich, schnell                           | 8,6 |
| 3. Bietet ein gutes Preis-Leistungsverhältnis           | 8,5 |
| 4. Bietet angemessene Versand- und Retourekosten        | 8,5 |
| 5. Ist übersichtlich, man findet schnell, was man sucht | 8,4 |
| 6. Bietet informative Produktbeschreibungen             | 8,3 |
| 7. Wirkt vertrauenserweckend                            | 8,3 |
| 8. Bietet generell ein umfassendes Warenangebot         | 8,2 |
| 9. Hat ein schnell auffindbares Suchfeld                | 8,2 |
| 10. Führt qualitativ hochwertige Produkte               | 8,1 |

Basis: Onlineaffine Shopper (n=8.134)

Durchschnittswerte einer Skala von „1=überhaupt nicht wichtig“ bis „10=sehr wichtig“

# Idealprofil eines Online-Shops

## Wichtigkeit abgefragter Imageitems (1/3)

BRANCHENSPEZIFISCH

### TOP 10

	BENCHMARK	Do It Yourself (Bauen, Gärten, Heimwerken, Basteln)	Elektro-Geräte für Haushalt, Büro, Unterhaltung	Kfz-Teile & Zubehör (inkl. Motorrad)	Lebensmittel und andere Dinge des täglichen Bedarfs	Medien (Bücher, CDs, DVDs, Spiele etc.)	Medikamente, Arzneimittel	Mode, Schuhe, Accessoires	Möbel, Wohn- accessoires	Reisen, Hotels, Flüge	Sport- & Outdoorartikel	Tiernahrung & Zubehör	Wein & Spirituosen
Liefert die richtige Ware	<b>8,9</b>	9,0	9,0	8,7	8,6	9,2	9,1	9,0	8,8		8,8	8,9	8,2
Liefert pünktlich, schnell	<b>8,6</b>	8,5	8,6	8,4	8,3	8,7	8,9	8,6	8,5		8,4	8,6	8,0
Gutes Preis-Leistungsverhältnis	<b>8,5</b>	8,5	8,6	8,3	8,1	8,5	8,8	8,5	8,3	8,5	8,4	8,4	7,9
Angemessene Versand- und Retourekosten	<b>8,5</b>	8,4	8,5	8,2	8,1	8,6	8,7	8,6	8,4		8,4	8,5	7,9
Übersichtlich, man findet schnell, was man sucht	<b>8,4</b>	8,4	8,5	8,2	8,1	8,6	8,6	8,5	8,4	8,3	8,3	8,4	7,8
Informative Produktbeschreibungen	<b>8,3</b>	8,4	8,5	8,2	7,9	8,3	8,4	8,3	8,3	8,0	8,2	8,2	7,7
Wirkt vertrauenserweckend	<b>8,3</b>	8,3	8,4	8,0	8,0	8,4	8,5	8,4	8,3	8,2	8,2	8,3	7,7
Generell ein umfassendes Warenangebot	<b>8,2</b>	8,1	8,2	8,0	7,6	8,5	8,4	8,1	8,0	8,2	8,2	8,3	7,5
Schnell auffindbares Suchfeld	<b>8,2</b>	8,3	8,3	8,1	7,9	8,4	8,5	8,2	8,1	8,1	8,1	8,2	7,6
Führt qualitativ hochwertige Produkte	<b>8,1</b>	8,1	8,3	8,1	7,8	8,0	8,5	8,0	7,9	7,8	8,3	8,4	7,9

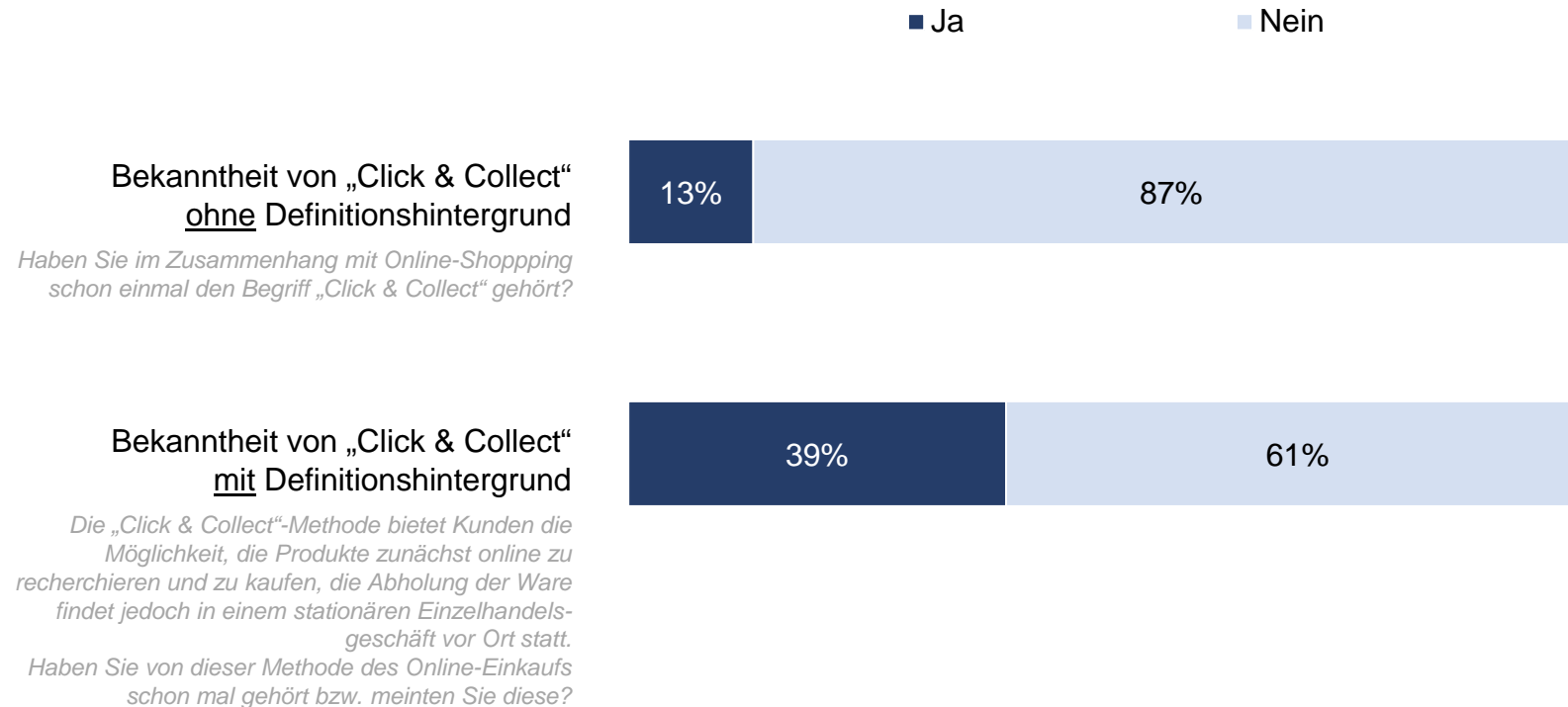
Basis: Onlineaffine Shopper der jeweiligen Branche

Durchschnittswerte einer Skala von „1=überhaupt nicht wichtig“ bis „10=sehr wichtig“

# Bekanntheit von „Click & Collect“

## Zweifache Abfrage der Bekanntheit von „Click & Collect“

BRANCHENÜBERGREIFEND

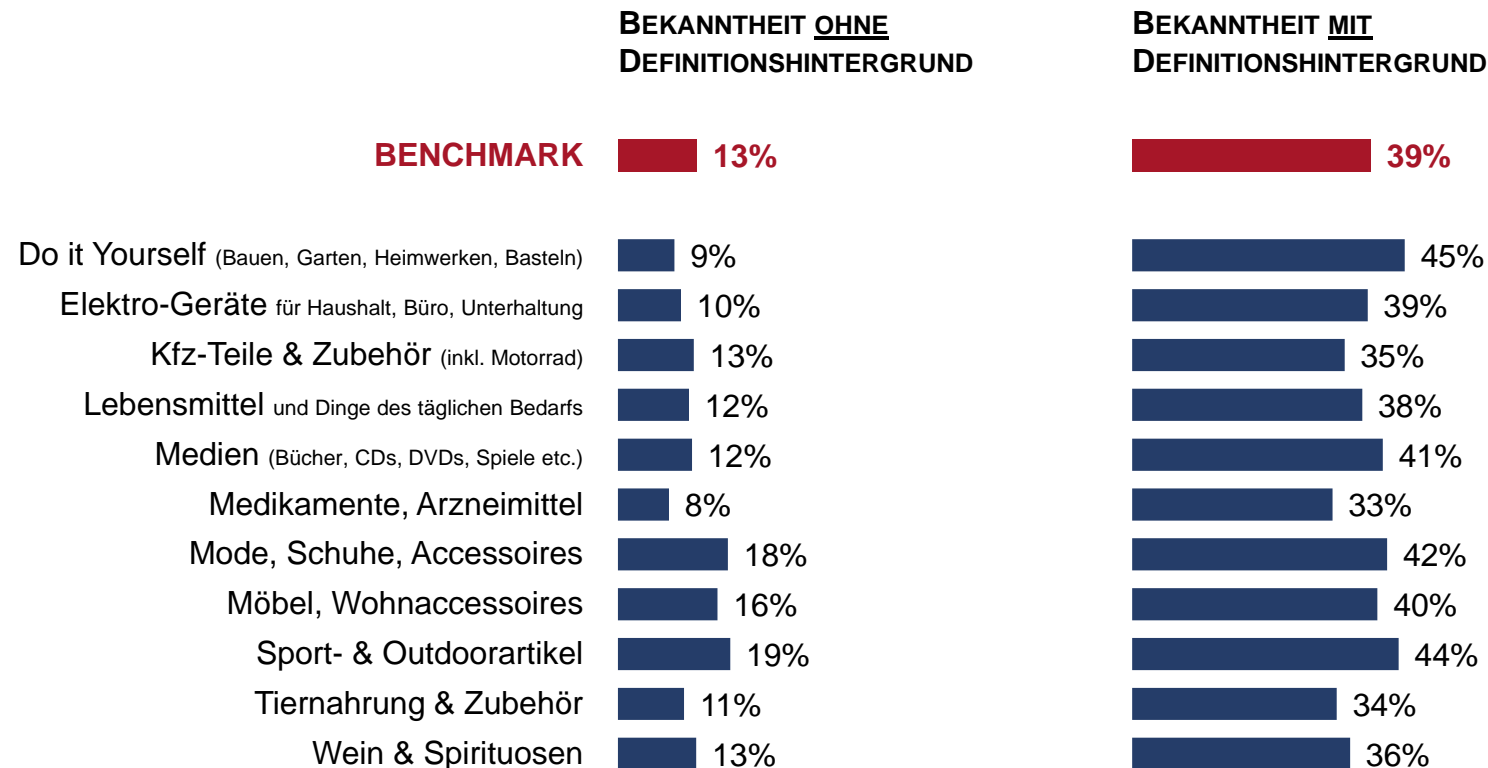


Basis: Onlineaffine Shopper (Ausnahme: Käufer der Branche „Reisen, Hotels, Flüge“)

# Bekanntheit von „Click & Collect“

## Zweifache Abfrage der Bekanntheit von „Click & Collect“

BRANCHENSPEZIFISCH

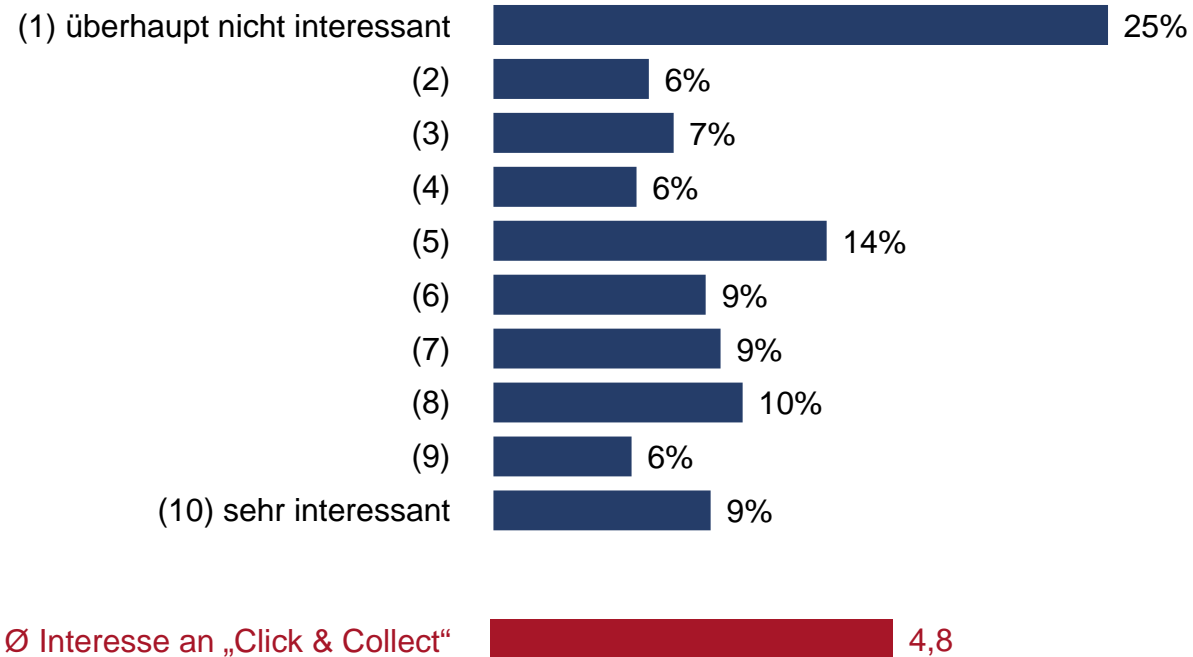


Basis: Onlineaffine Shopper der jeweiligen Branche (Ausnahme: Käufer der Branche „Reisen, Hotels, Flüge“)

# Interesse an „Click & Collect“

„Click & Collect“ wäre für mich bei Onlinebestellungen ...

BRANCHENÜBERGREIFEND



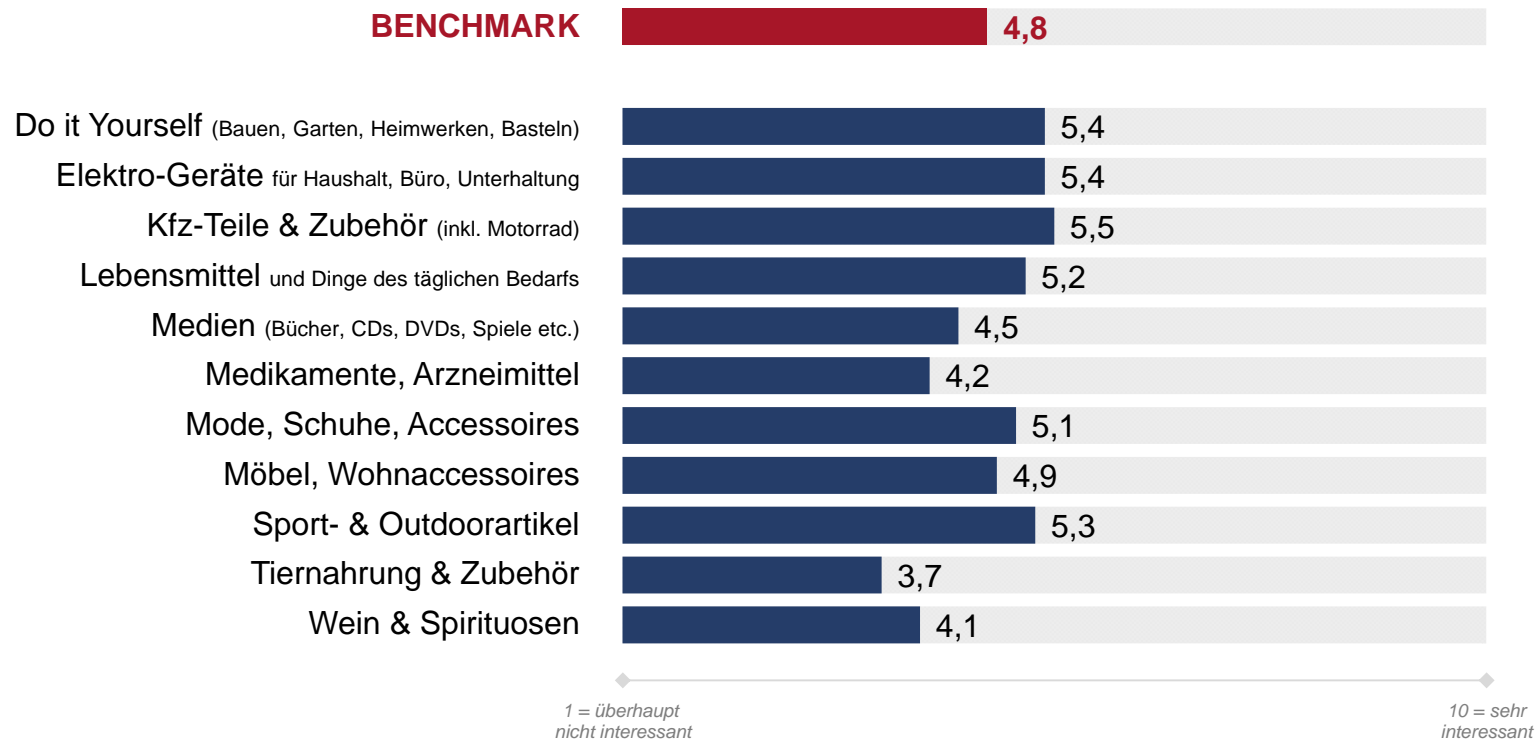
Basis: Onlineaffine Shopper (Ausnahme: Käufer der Branche „Reisen, Hotels, Flüge“)



# Interesse an „Click & Collect“

„Click & Collect“ wäre für mich bei Onlinebestellungen ...

BRANCHENSPEZIFISCH



Basis: Onlineaffine Shopper der jeweiligen Branche (Ausnahme: Käufer der Branche „Reisen, Hotels, Flüge“)

# Dienstleistungen im eCommerce: Bekanntheit

Bekanntheit von Online-Portalen, Webseiten zur Vermittlung von Dienstleistungen



**Ja 23%**

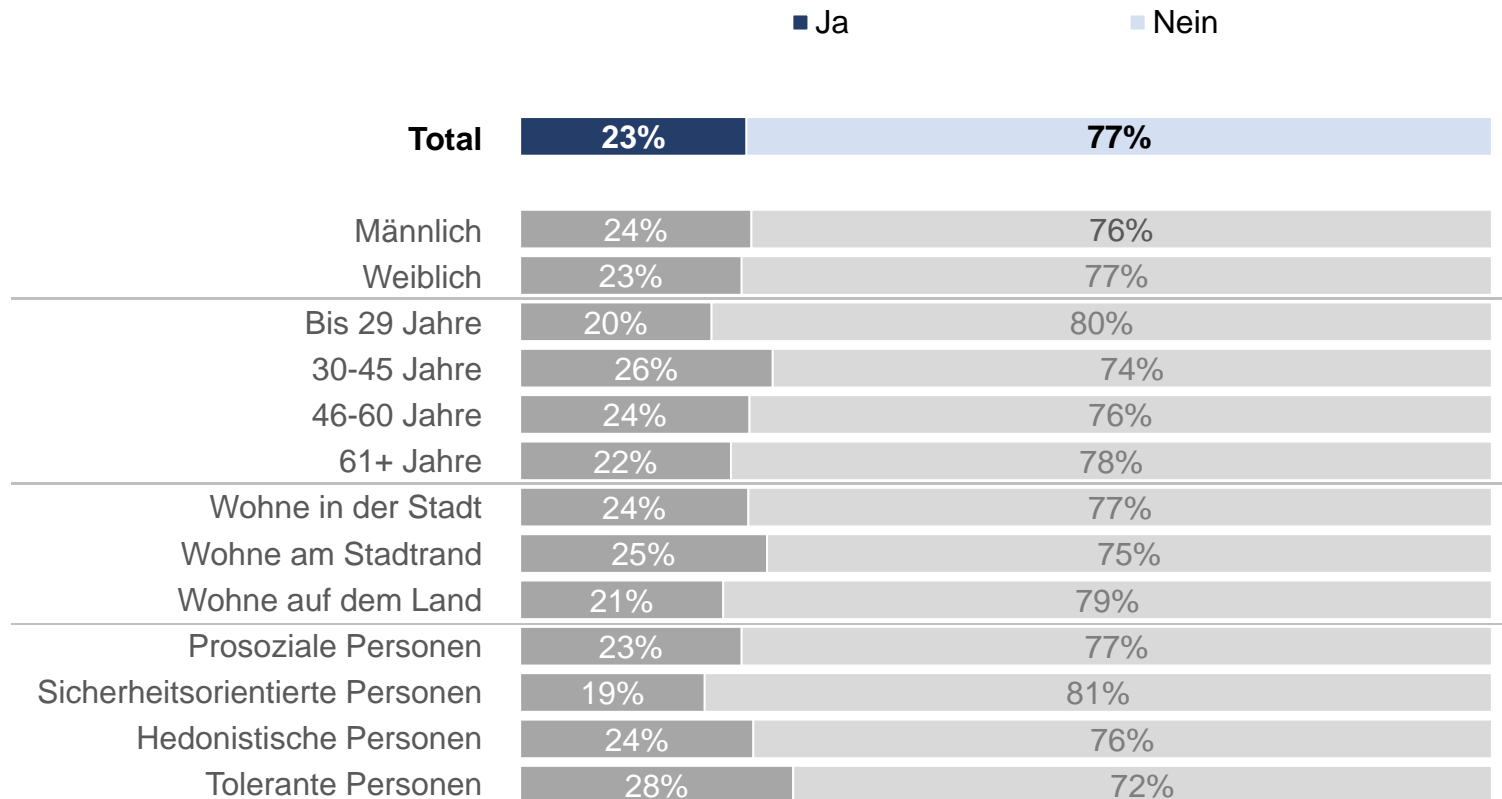
**Nein 77%**

Basis: Onlineaffine Shopper (n=8.134)

# Dienstleistungen im eCommerce: Bekanntheit

## Bekanntheit von Online-Portalen, Webseiten zur Vermittlung von Dienstleistungen

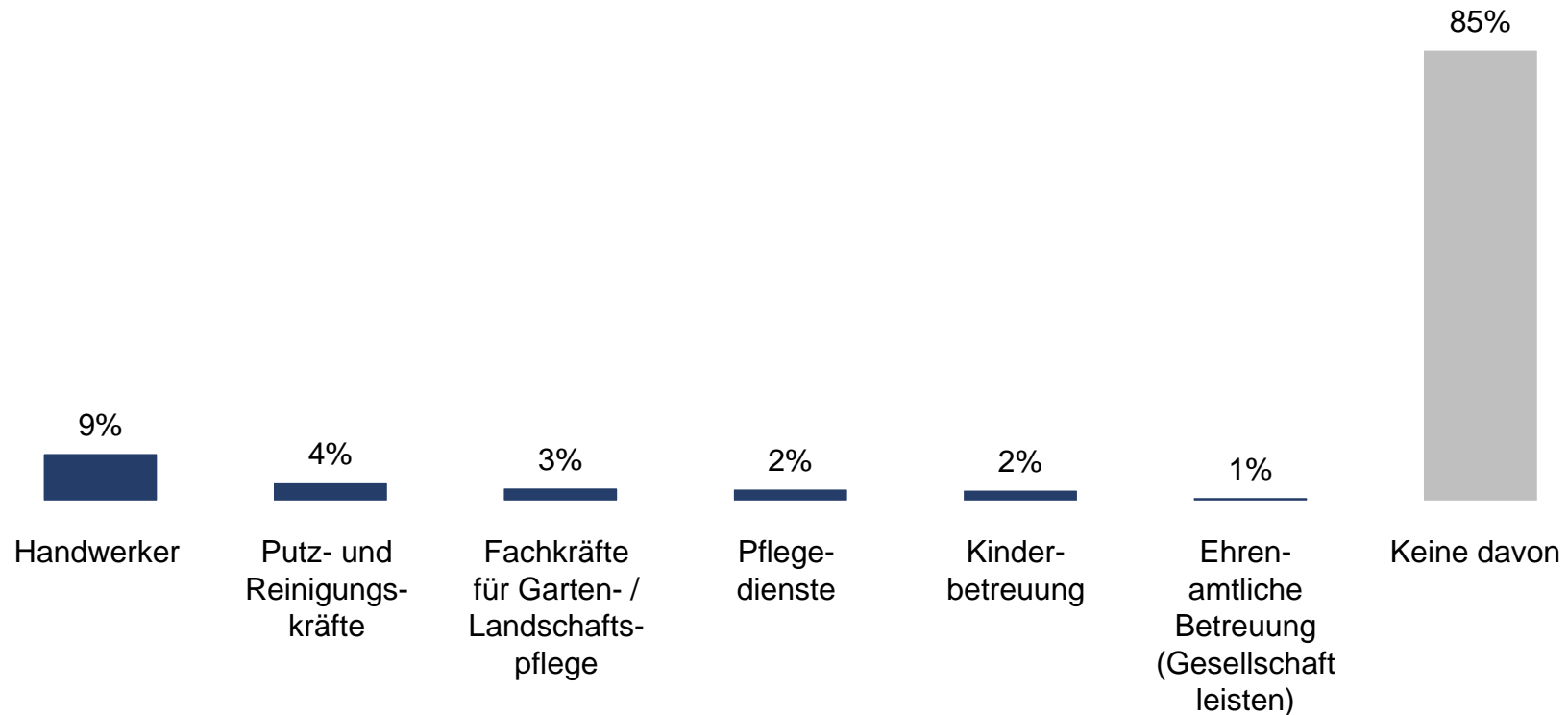
NACH SOZIODEMOGRAPHISCHEN MERKMALEN



Basis: Onlineaffine Shopper (n=8.134)

# Dienstleistungen im eCommerce: Nutzung

Dienstleistungen, die schon einmal über das Internet in Anspruch genommen wurden



Basis: Onlineaffine Shopper (n=8.134)

# Dienstleistungen im eCommerce: Nutzung

## Dienstleistungen, die schon einmal über das Internet in Anspruch genommen wurden

NACH SOZIODEMOGRAPHISCHEN MERKMALEN

	Total	Männlich	Weiblich	Bis 29 Jahre	30-45 Jahre	46-60 Jahre	61+ Jahre	Wohne in der Stadt	Wohne am Stadtrand	Wohne auf dem Land	Prosoziale Personen	Sicherheitsorientierte Personen	Hedonistische Personen	Tolerante Personen
Handwerker	<b>9%</b>	10%	8%	8%	10%	8%	9%	10%	10%	7%	7%	7%	11%	12%
Putz- und Reinigungskräfte	<b>4%</b>	4%	4%	6%	4%	2%	2%	5%	4%	2%	2%	3%	5%	4%
Fachkräfte für Garten- / Landschaftspflege	<b>3%</b>	3%	2%	4%	2%	2%	2%	3%	3%	2%	2%	2%	4%	3%
Pflegedienste	<b>2%</b>	3%	2%	5%	2%	1%	2%	3%	2%	1%	1%	2%	4%	3%
Kinderbetreuung	<b>2%</b>	2%	3%	5%	3%	1%	0%	3%	2%	1%	1%	2%	3%	3%
Ehrenamtliche Betreuung (Gesellschaft leisten)	<b>1%</b>	1%	1%	1%	1%	0%	1%	1%	1%	0%	1%	1%	1%	2%
Keine davon	<b>85%</b>	84%	87%	82%	84%	88%	87%	84%	83%	89%	89%	87%	81%	83%

Basis: Onlineaffine Shopper (n=8.134)

## Untersuchungs-Steckbrief



## Untersuchungs-Steckbrief

Konzeption & Realisierung:	Konzept & Markt GmbH Bischof-Blum-Platz 2 65366 Geisenheim / Rheingau
Grundgesamtheit:	Alle deutschsprachigen Personen ab 18 Jahren in der Bundesrepublik Deutschland
Art der Stichprobe:	Repräsentative Befragung (Zufallsauswahl)
Umfang der Stichprobe:	n=8.134 Befragte
Interviewpartner:	Personen, die in den letzten 12 Monaten Produkte oder Dienstleistungen aus den folgenden Branchen im Internet gekauft bzw. bezogen haben: Do It Yourself, Elektro-Geräte, Kfz-Teile & Zubehör, Lebensmittel, Medien, Medikamente / Arzneimittel, Mode / Schuhe / Accessoires, Möbel / Wohnaccessoires, Reisen / Hotels / Flüge, Sport- & Outdoorartikel, Tiernahrung & Zubehör, Wein & Spirituosen
Zeitpunkt der Feldarbeit:	September 2014
Erhebungsmethode:	Onlinebefragung anhand eines strukturierten Fragebogens

## Ihr Konzept & Markt - Serviceteam



Senior-Projektmanager

☎ +49 (0) 6722 750 34 11  
✉ franzen@  
konzept-und-markt.com



Senior-Projektmanager

☎ +49 (0) 6722 750 34 12  
✉ fuchs@  
konzept-und-markt.com



Projektmanagerin

☎ +49 (0) 6722 750 34 16  
✉ grumm@  
konzept-und-markt.com