Die Quelle-Trendstudie „Webshopping 2009“

QUELLE.

Quelle-Trendstudie „Webshopping 2009“

Die Ergebnisse im Überblick

- Die deutschen Internetnutzer kaufen immer häufiger im Netz ein und geben dort mehr Geld aus.
- Trotz Wirtschaftskrise glauben die Befragten an das Internet als wachsenden Vertriebsweg.
- Der Kauf im Internet ist aufgrund der Flexibilität und bequemen Handhabung beliebt.
- Bei der Shop-Auswahl setzen die User auf Kriterien wie Sicherheit, Seriosität und Tradition.
- Großen Wert legen die Befragten auch auf ein gutes Preis-Leistungsverhältnis, einfache Prozesse und eine große Produktauswahl.
- Empfehlungen und Bewertungen anderer Kunden beeinflussen die Kaufentscheidung immer stärker und kompensieren die im Netz fehlende persönliche Beratung.
- Verbesserungsbedarf sehen die User vor allem in den Bereichen Sicherheit, Suchfunktionen und Produktvergleichsmöglichkeiten.

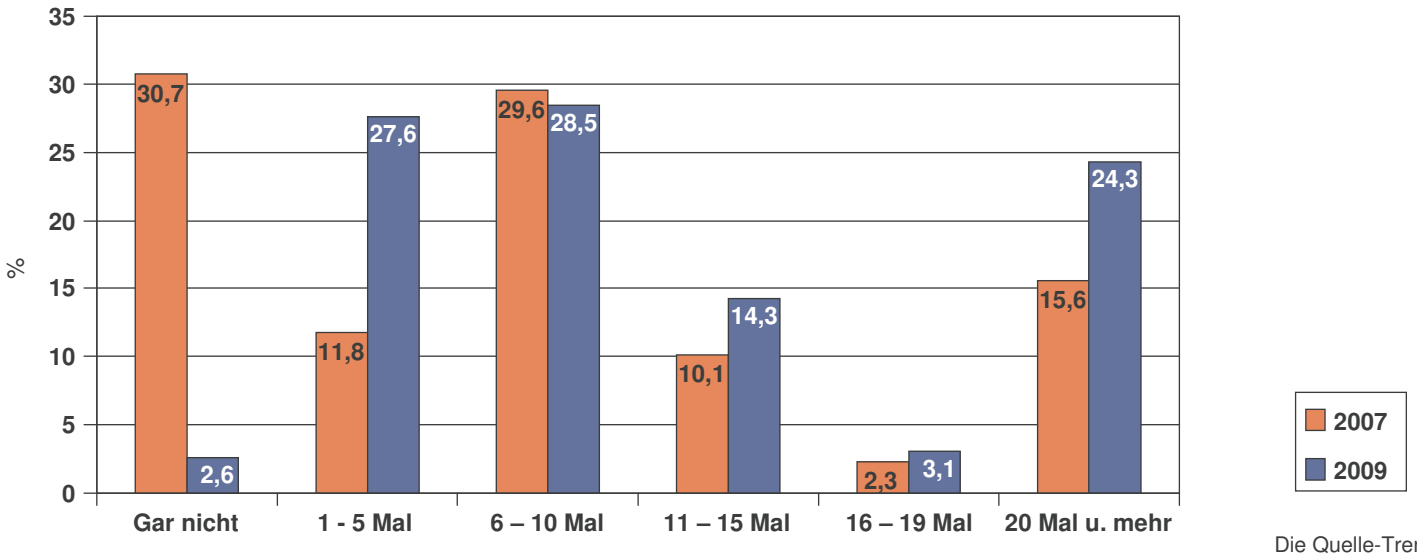
Status quo und Ausblick

Bestellung im Internet

- Im Vergleich zu 2007 kaufen die deutschen Internetnutzer häufiger im Netz ein – die Anzahl derer, die im Internet einkaufen ist 69,3 Prozent auf 97,4 Prozent gestiegen.
- 24,3 Prozent der Befragten bestellen im Jahr 20 Mal und häufiger Waren im Internet.

Deutsche Onliner kaufen immer häufiger im Netz ein

Wie häufig haben Sie in den vergangenen 12 Monaten im Internet Produkte bestellt?



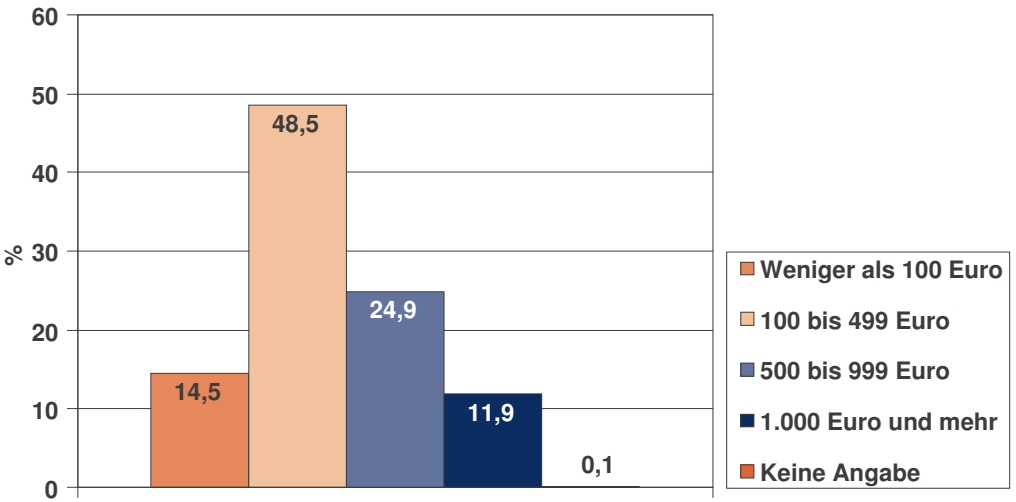
Status quo und Ausblick

Ausgaben im Internet

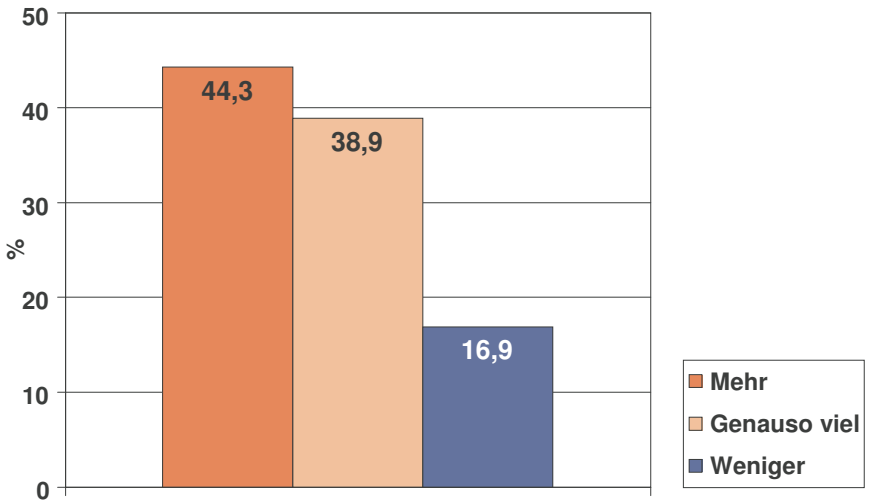
- Fast die Hälfte der Internetnutzer gibt pro Jahr zwischen 100 und 499 Euro für Käufe im Internet aus.
- Im Vergleich zu vor einem Jahr geben 44,3 Prozent mehr Geld aus.

Ausgaben im Netz steigen

Wie viel Geld geben Sie in etwa pro Jahr für Käufe im Internet aus?



Geben Sie heute im Vergleich zu vor einem Jahr mehr oder weniger Geld für Käufe im Internet aus?



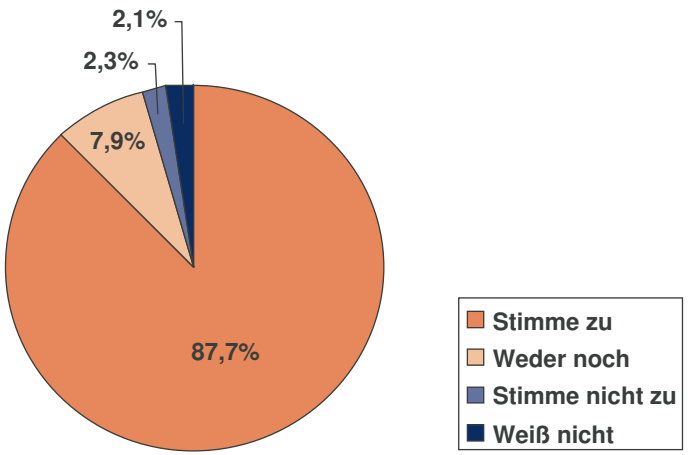
Status quo und Ausblick

Aktuelle Wirtschaftslage und Zukunft des Webshoppings

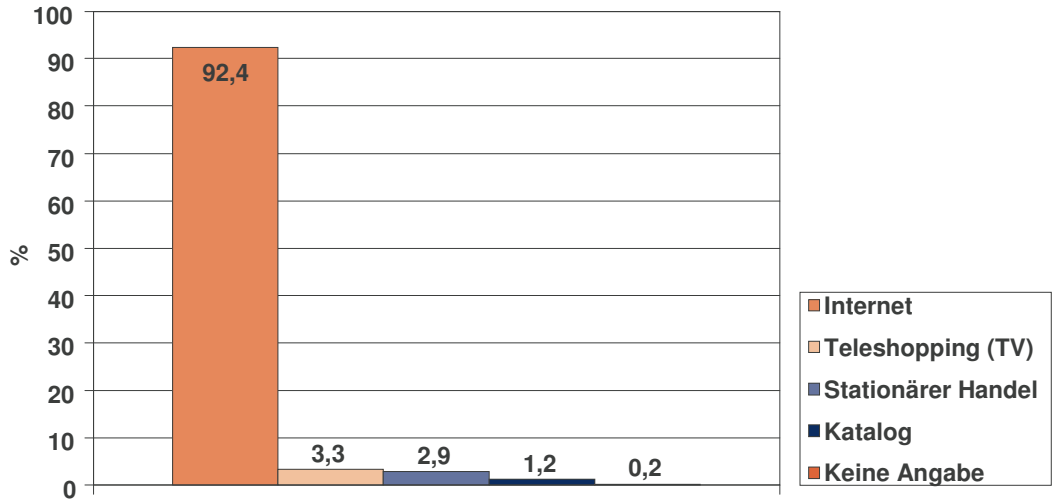
- 87,8 Prozent der Befragten glauben trotz Wirtschaftskrise an das Internet als wachsenden Vertriebsweg.
- 92,4 Prozent gehen davon aus, dass das Internet in den kommenden 5 Jahren der am stärksten wachsende Vertriebsweg sein wird.

Glaube an Kraft des Internets ungebrochen

Inwieweit stimmen Sie der folgenden Aussage zu? „Auch in der Wirtschaftskrise wird das Internet als Vertriebsweg weiter wachsen."



Welcher Verkaufsweg wird Ihrer Meinung nach in den kommenden 5 Jahren am stärksten wachsen?



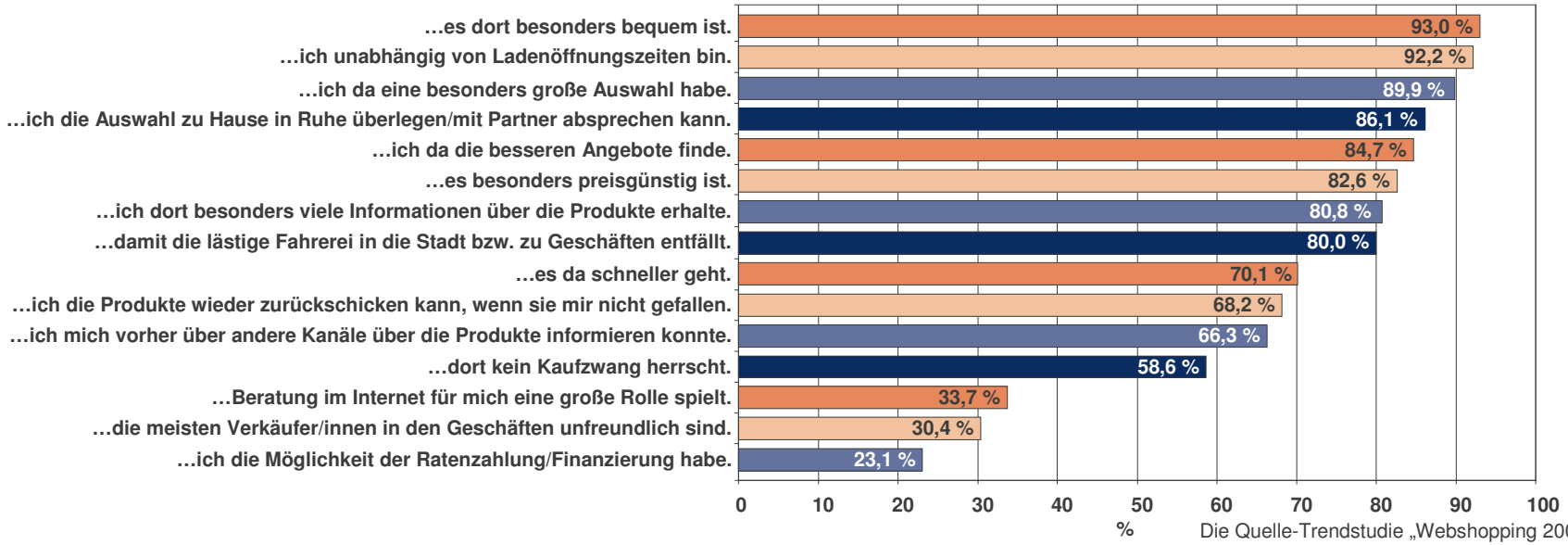
Vorteile Webshopping

Gründe für Kauf im Internet

- Die Onliner schätzen das Internet aufgrund der bequemen Einkaufsmöglichkeit, der Unabhängigkeit von Ladenöffnungszeiten und der besonders großen Auswahl.

Webshopping entspricht Lebensgefühl der Deutschen (Streben nach Unabhängigkeit, Flexibilität und Selbstbestimmung)

Folgende Gründe für den Kauf im Internet spielen für die Deutschen eine große bis sehr große Rolle: „Ich kaufe im Internet, weil…“



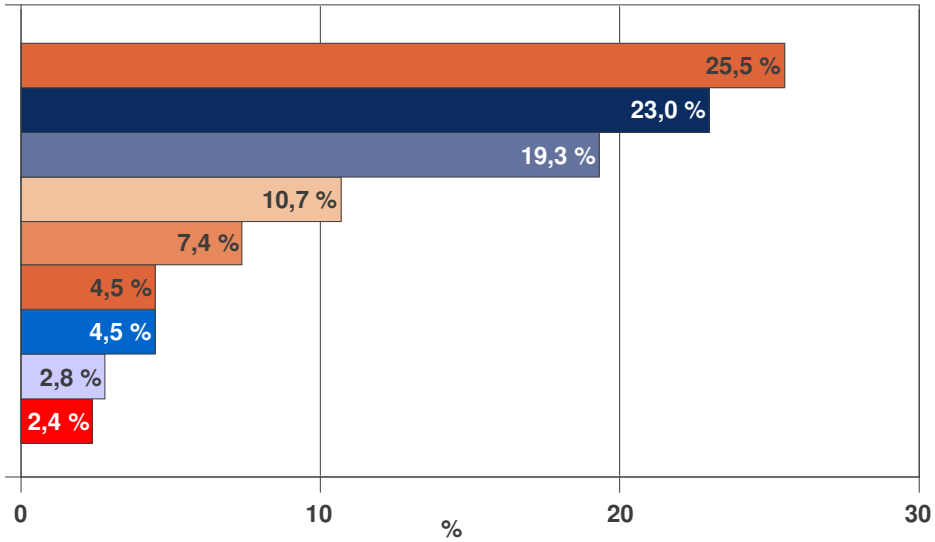
Anforderungen an Online-Shops

Kriterien für die Shop-Auswahl

- Sicherheit und Datenschutz sind das wichtigstes Kriterium bei der Auswahl eines Online-Shops.
- Gute Erfahrungen (23,0 Prozent), Seriosität (19,3 Prozent) und Vertrauen (10,7 Prozent) spielen ebenfalls eine entscheidende Rolle.

User setzen bei Shop-Auswahl auf traditionelle Werte

Welche Kriterien spielen bei der Auswahl eines Online-Shop-Betreibers für Sie eine besonders wichtige Rolle?



- Sicherheit und Datenschutz
- Gute Erfahrungen bei vorigen Bestellungen/Käufen
- Seriosität
- Vertrauen
- Glaubwürdigkeit
- Weiterempfehlung von Freunden/Bekannten/anderen Usern
- Bekanntheitsgrad des Shopanbieters
- Identifikation mit der Marke
- Bestehende lange Bindung an den Shopbetreiber

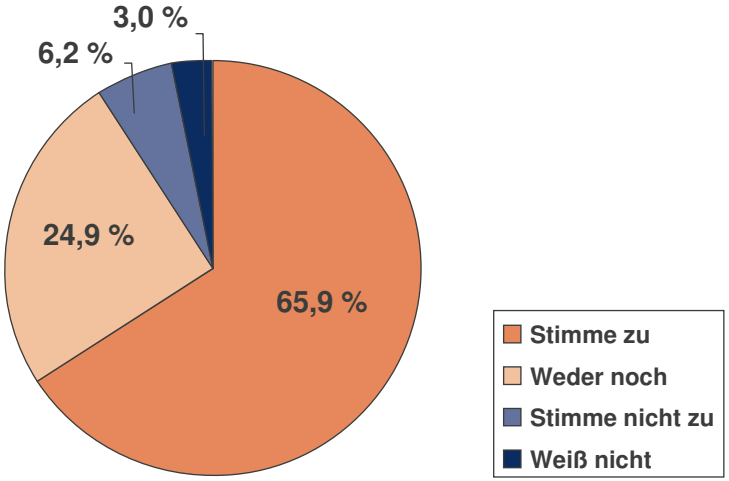
Anforderungen an Online-Shops

Kriterien für die Shopauswahl

- Für 65,9 Prozent der Befragten sind Traditionsmarken und -unternehmen auch beim Online-Shopping wichtig - nur 6,2 Prozent erachten Marken im Internet als unwichtig.

Onliner vertrauen auch beim Webshopping auf Traditionsmarken und -unternehmen

Inwieweit stimmen Sie der folgenden Aussage zu? "Bekannte Traditionsmarken oder -unternehmen (oder Online-Angebote / Shops von Traditionsunternehmen) sind mir auch beim Online-Einkauf wichtig."



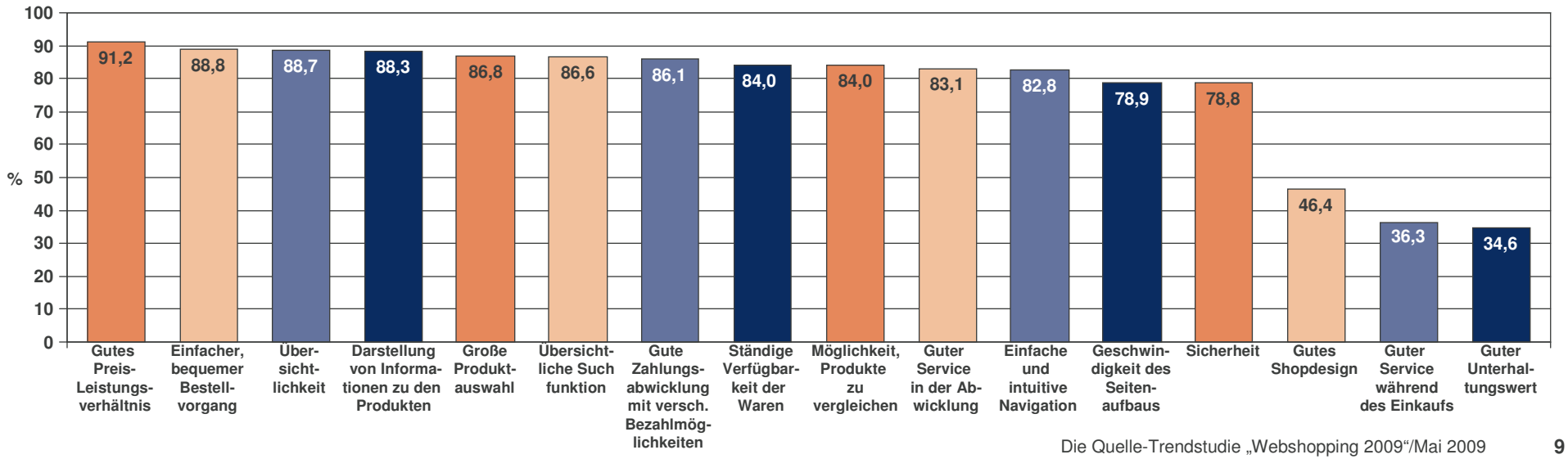
Anforderungen Online-Shops

Anforderung an die Leistungen eines Online-Shops

- Webshopper legen beim Einkauf am meisten Wert auf ein gutes Preis-Leistungsverhältnis (91,2 Prozent).
- Ebenfalls wichtig sind bequeme Abläufe (88,8 Prozent), eine übersichtliche Darstellung der Produkte (88,7 Prozent) sowie detaillierte Hintergrundinformationen (88,3 Prozent).

Preis-Leistung, reibungslose Prozesse und gute Informationen wichtig

Worauf legen Sie beim Online-Shopping am meisten Wert?



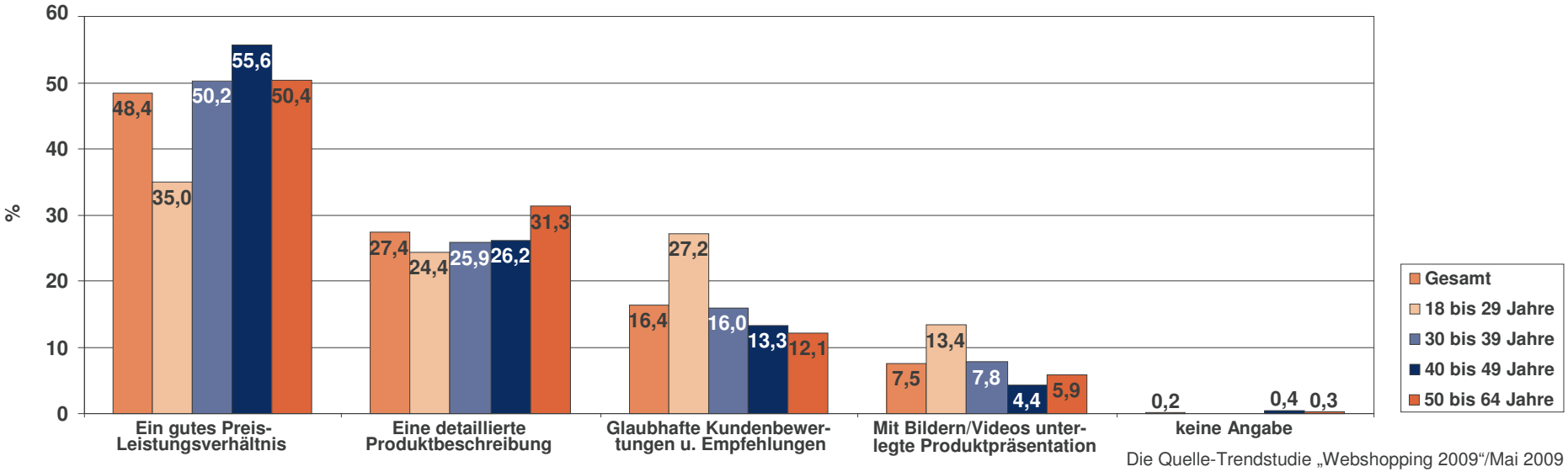
Anforderungen Online-Shops

Basis für Kaufentscheidung

- Die Entscheidung für ein Produkt wird vorrangig auf Grundlage des Preis-Leistungsverhältnisses getroffen.
- Die Altersgruppe 18 bis 29 Jahre vertraut bereits sehr viel stärker auf Kundenbewertungen und Empfehlungen – hier ist ein Trend erkennbar.

Kundenbewertungen gewinnen an Bedeutung

Was erleichtert Ihnen die Entscheidung für ein Produkt beim Online-Kauf am meisten?



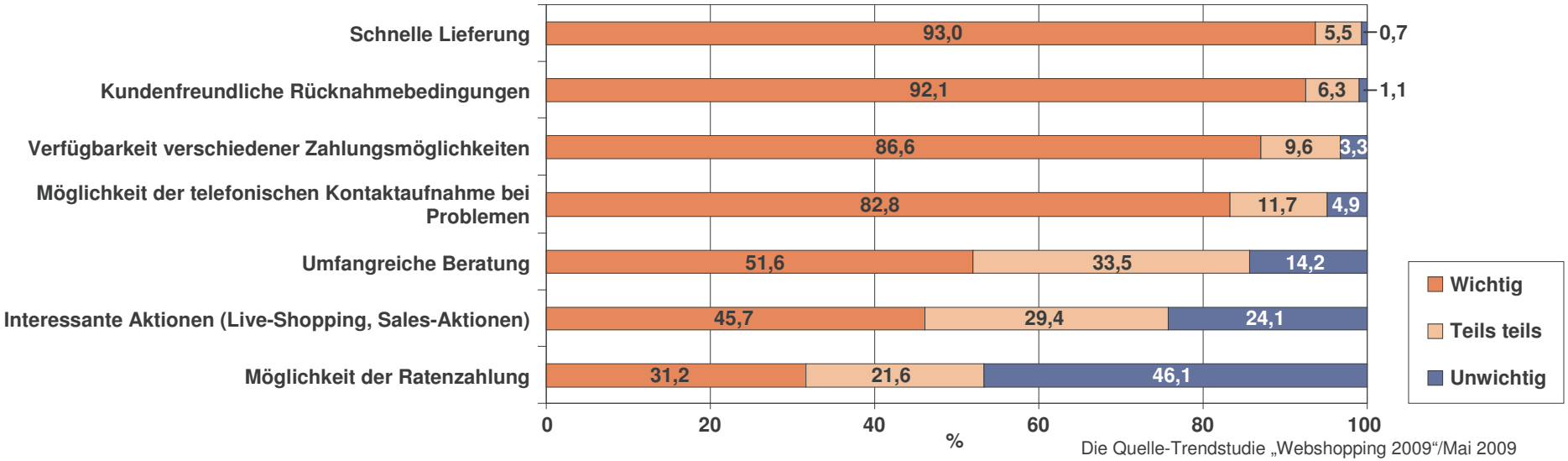
Service-Angebote

Wichtige Service-Angebote

- Für Webshopper ist eine schnelle Lieferung das wichtigste Service-Angebot (93 Prozent).
- Kundenfreundliche Rücknahmebedingungen (92,1 Prozent) sowie die Verfügbarkeit unterschiedlicher Zahlungsmöglichkeiten (86,6 Prozent) sind ebenfalls relevant.

Beim Service wird schnelle, unkomplizierte Abwicklung erwartet

Wie wichtig ist es Ihnen, dass ein Online-Shop-Betreiber folgende Service-Angebote anbietet?



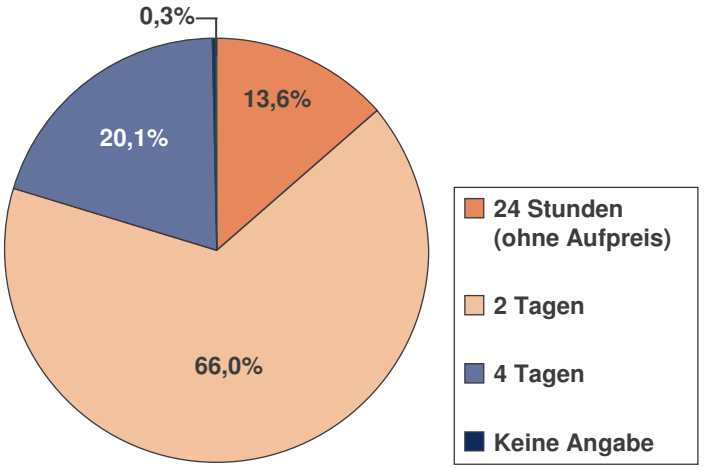
Service-Angebote

Lieferung

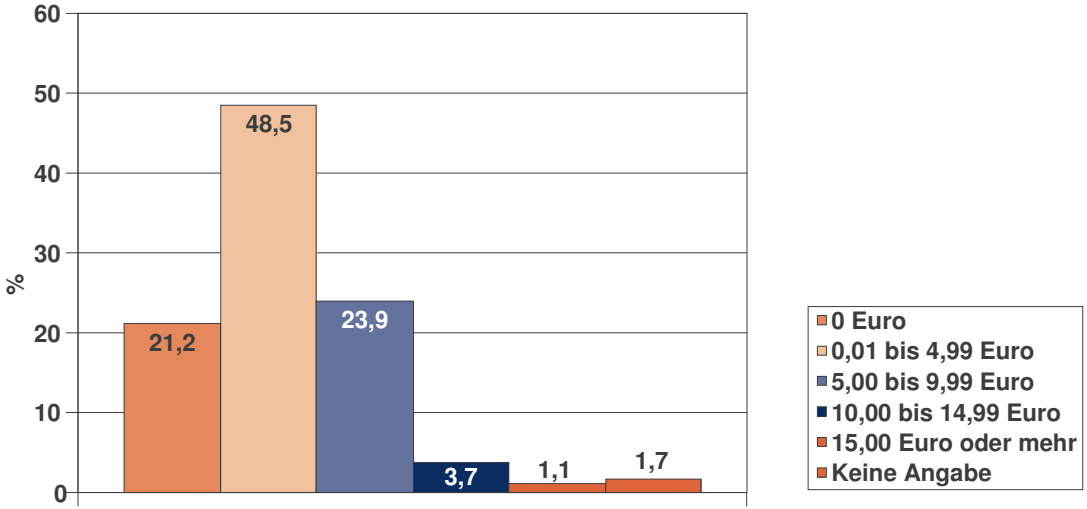
- Fast zwei Drittel der Befragten erwarten eine Lieferung innerhalb von 2 Tagen.
- Für eine Lieferung innerhalb von 24 Stunden besteht bei 78,8 Prozent der Befragten eine Zahlungsbereitschaft – durchschnittlich beträgt diese 2,99 Euro.

Zahlungsbereitschaft für Lieferung innerhalb von 24 Stunden vorhanden

Von Online-Shop-Betreibern erwarte ich eine Lieferung der bestellten Artikel innerhalb von…



Angenommen die Lieferung innerhalb von 24 Stunden würde eine Zusatzgebühr kosten. Wie viel wären Sie bereit, zusätzlich zu zahlen?



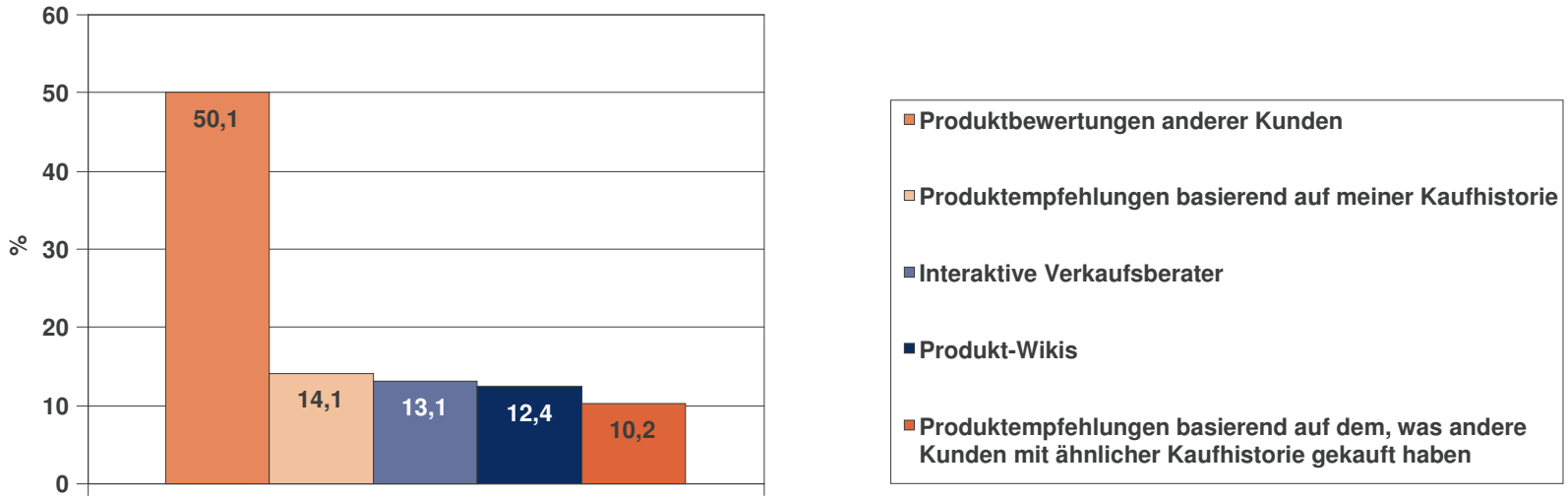
Service-Angebote

Beratung im Internet

- Für etwa jeden zweiten Webshopper sind Produktbewertungen das hilfreichste Beratungselement.
- Mit größerem Abstand folgen Produktempfehlungen basierend auf der Kaufhistorie, interaktive Verkaufsberater und Produkt-Wikis.

Produktbewertungen kompensieren persönliche Beratung

Welches der folgenden Beratungselemente finden Sie beim Online-Shopping am hilfreichsten?



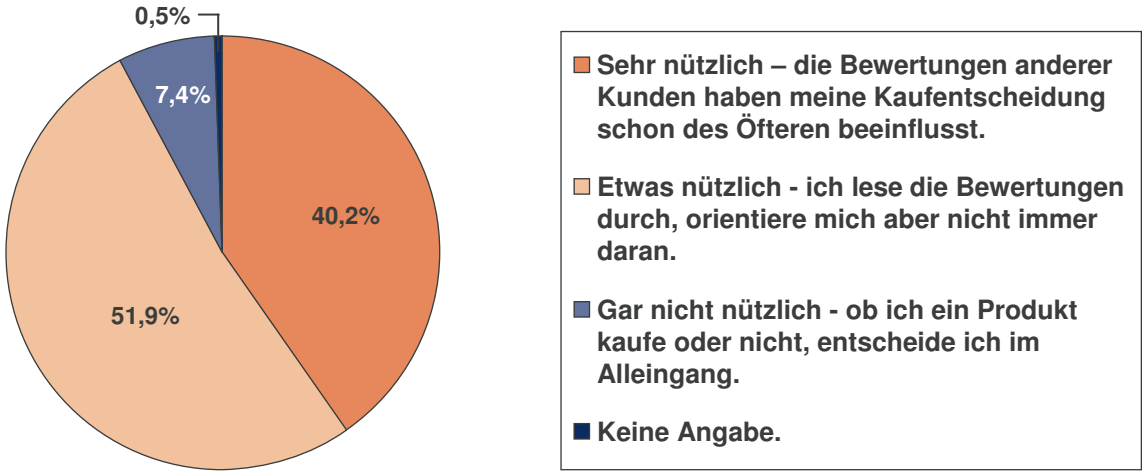
Service-Angebote

Beratung im Internet

- 92,1 Prozent der Befragten nutzen die Bewertungen und Empfehlungen anderer Käufer zu Informationszwecken.
- 40,2 Prozent haben ihre Kaufentscheidung schon mehrmals von diesen Bewertungen abhängig gemacht

Kundenbewertungen beeinflussen Kaufentscheidung

Wie nützlich empfinden Sie den Austausch mit anderen Kunden (Bewertungen/Empfehlungen) im Hinblick auf den Kauf eines Produktes?



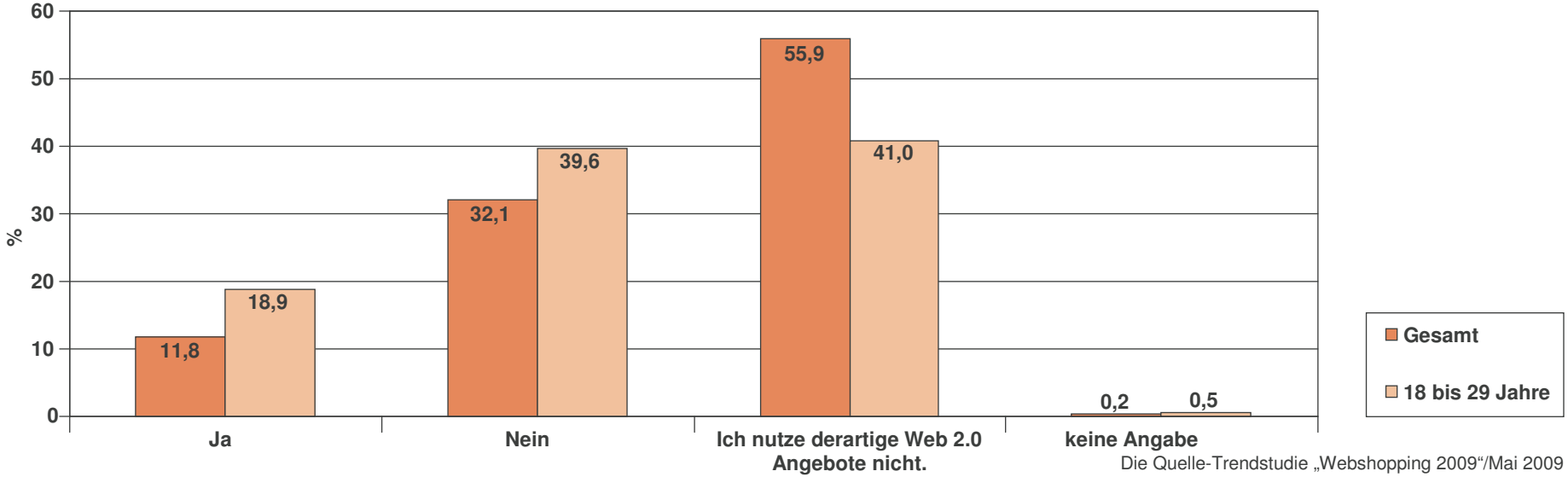
Service-Angebote

Beratung im Internet

- Bewertungen und Empfehlungen in sozialen Netzwerken bzw. auf Web 2.0 Plattformen nehmen noch einen relativ geringen Einfluss auf die Kaufentscheidung (11,8 Prozent).
- Bei der Altersgruppe 18 bis 29 Jahre liegt Zahl jedoch schon höher – hier ist Trend erkennbar.

Empfehlungen in sozialen Netzwerken werden an Bedeutung gewinnen

Stimmen Sie der folgenden Aussage zu? "Meine Kaufentscheidung für ein Produkt bzw. eine Dienstleistung wird durch Kommentare und Meinungen beeinflusst, die auf Web 2.0 Plattformen wie z.B. Facebook oder Twitter veröffentlicht werden."



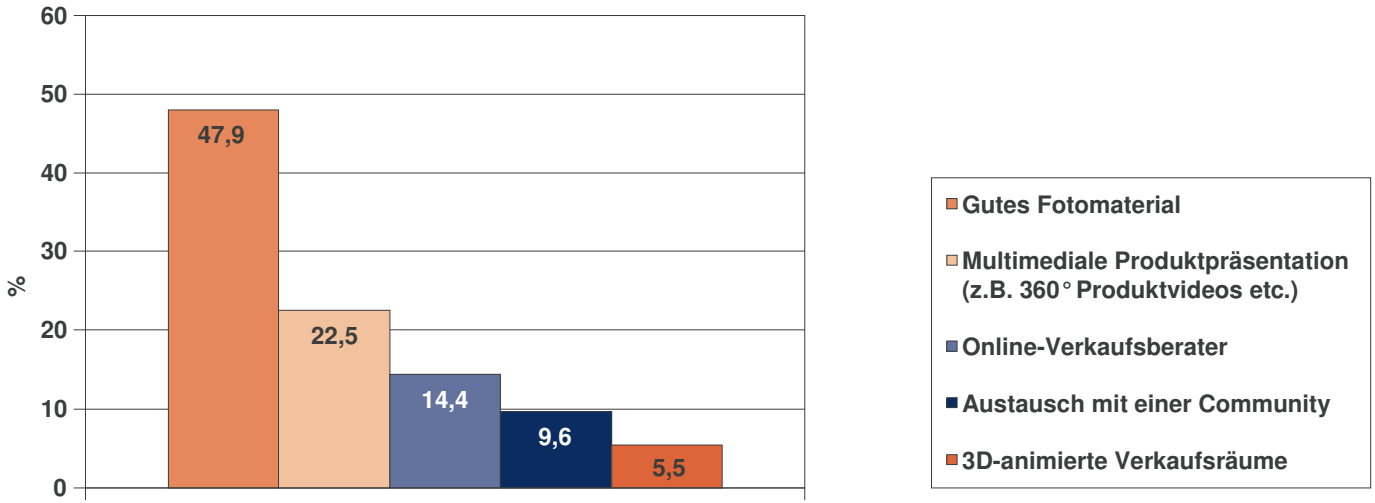
Service-Angebote

Erlebnis: Webshopping

- Für fast jeden zweiten Befragten steigt mit gutem Fotomaterial der Erlebnisfaktor beim Webshopping.
- Der Einsatz von Multimedia stellt für etwa jeden Vierten einen zentralen Faktor dar.

Visuelle und auditive Reize steigern Erlebnisfaktor

Was würde den Erlebnisfaktor beim Webshopping Ihrer Meinung nach am meisten steigern?



Optimierungspotenzial

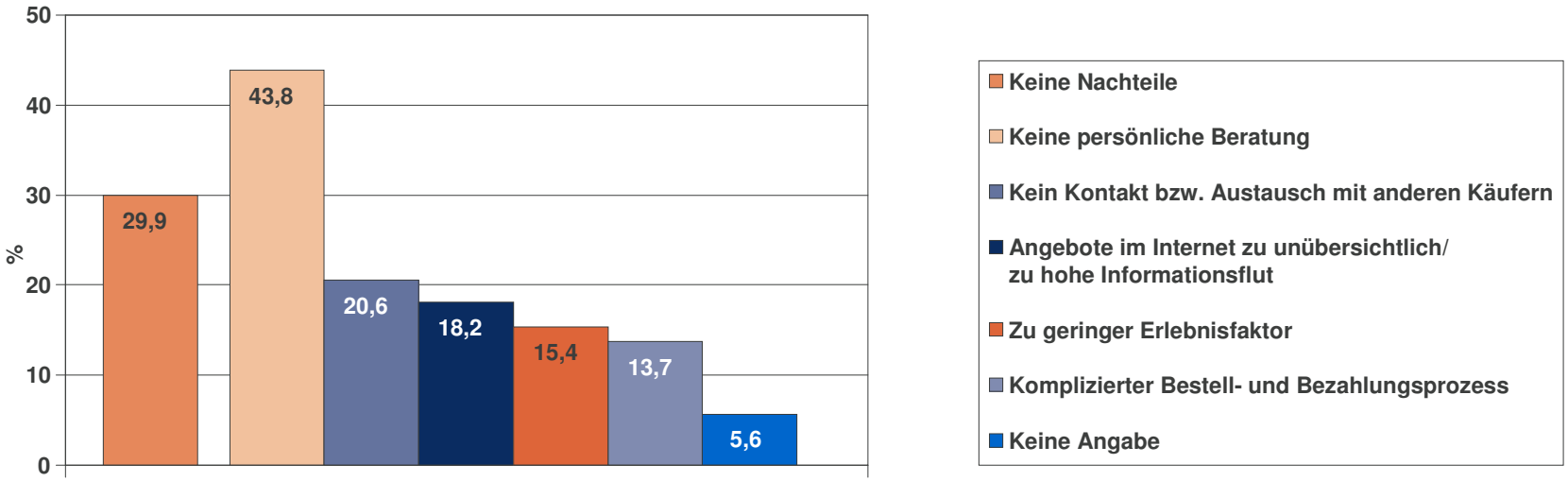
1 von 3

Nachteile

- Als größter Nachteil des Webshoppings gilt die fehlende persönliche Beratung.
- Für etwa jeden dritten Befragten birgt Webshopping keinerlei Nachteile.

Online-Shop Betreiber müssen im Bereich der Beratung nachbessern

Welches sind Ihrer Meinung nach die Nachteile des Online-Shoppings?



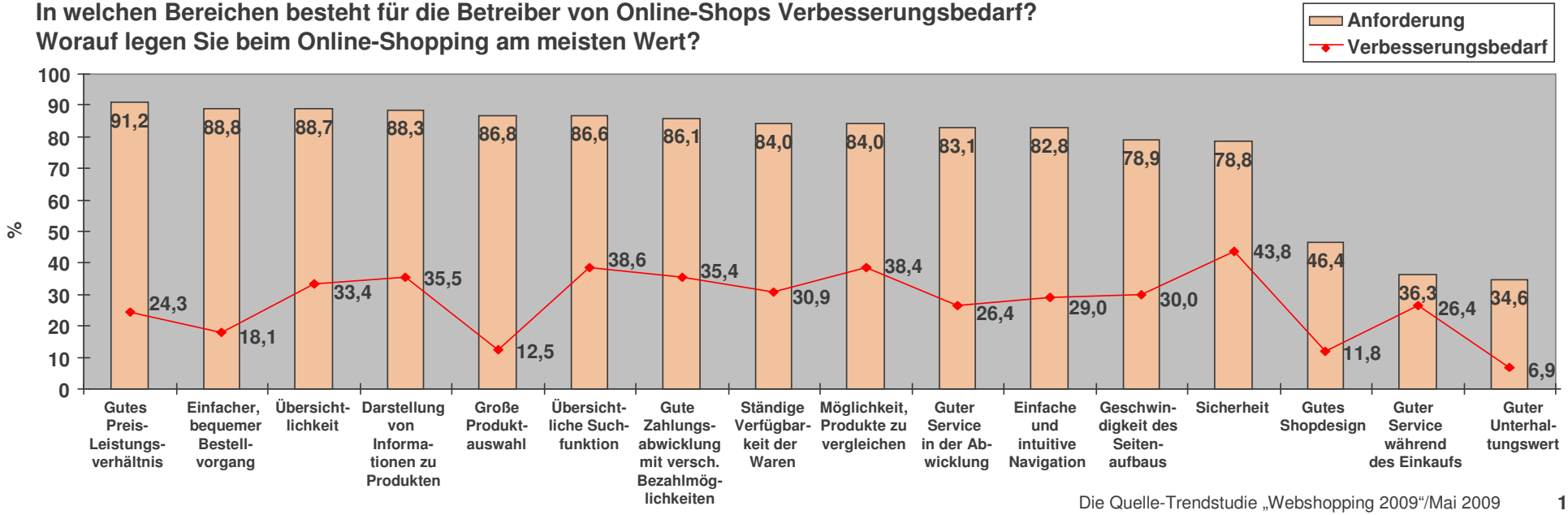
Optimierungspotenzial

Verbesserungsbedarf und Anforderungen im Vergleich

- Verbesserungsbedarf sehen die Befragten vor allem in den Bereichen Sicherheit (43,8 Prozent), Suchfunktionen (38,6 Prozent) und Produktvergleichsmöglichkeiten (38,4 Prozent).
- Gut aufgestellt ist der Handel jedoch bei Produktauswahl (12,5 Prozent) und Bestellvorgang (18,1 Prozent) – beides Bereiche an die die Kunden hohe Anforderungen bei der Shopauswahl stellen.

Sicherheit muss besser dokumentiert werden

In welchen Bereichen besteht für die Betreiber von Online-Shops Verbesserungsbedarf? Worauf legen Sie beim Online-Shopping am meisten Wert?



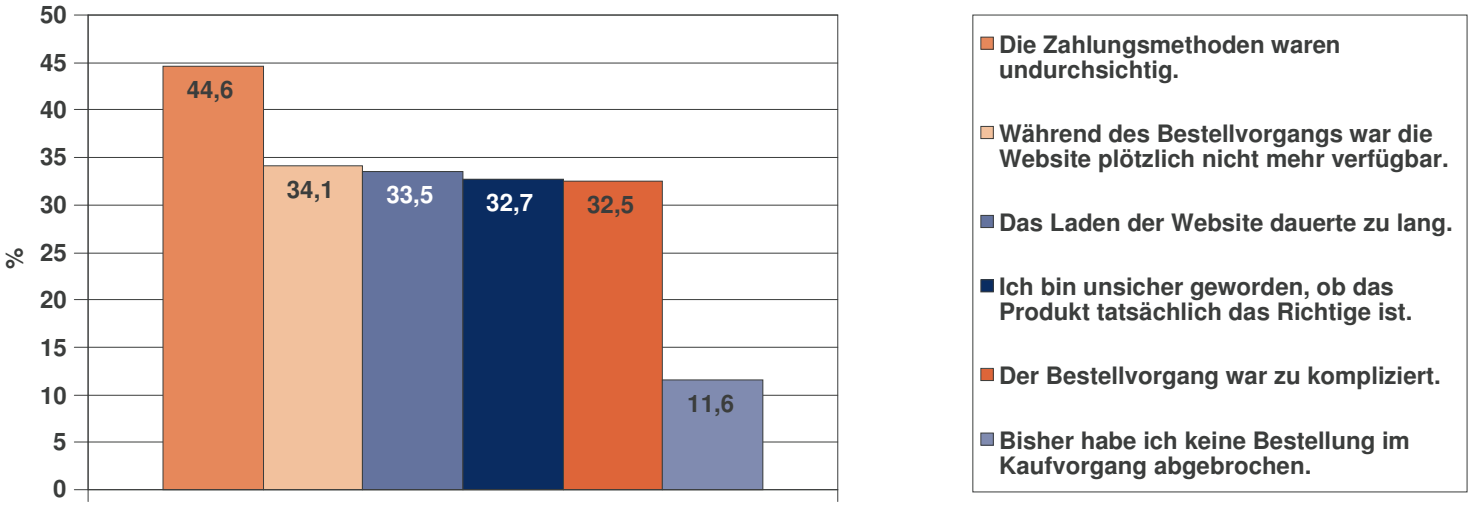
Optimierungspotenzial

Kaufabbrüche

- 44,6 Prozent haben bereits aufgrund undurchsichtiger Zahlungsmethoden den Kauf abgebrochen.
- Je etwa ein Drittel führen den Kaufabbruch auf die Verfügbarkeit bzw. Schnelligkeit der Website zurück.

Kaufabbrüche können durch Prozessoptimierung eingedämmt werden

Wenn Sie mitten im Bestellvorgang schon einmal Ihre Bestellung abgebrochen haben, was war der Grund hierfür?



Quelle-Trendstudie „Webshopping 2009“

Studien-Design und Methodik

- Die Quelle-Trendstudie „Webshopping 2009“ wurde von der INNOFACT AG durchgeführt.
- Dazu wurden 1.047 Personen zwischen 18 und 64 Jahren online befragt.
- Feldzeit: April 2009

Für Rückfragen und Anmerkungen stehen wir jederzeit gerne zur Verfügung

Ansprechpartner im Bereich Kommunikation

Manuela Proske Unternehmenskommunikation	Tel.: +49-(0)911-14-24 328 Fax: +49-(0)911-14-24 330 E-mail: manuela.proske@quelle.de

Ansprechpartner Agenturbetreuung

Andrea Reuter komm.passion GmbH	Tel.: +49-(0)211-600-46 288 Fax: +49-(0)211-600-46 200 E-mail: andrea.reuter@komm-passion.de