

# Consumer-Check Stationärer Handel vs. E-Commerce

eine Studie im Auftrag von



# Studieneckdaten

## Methode

Computer Assisted Web Interviews (CAWI), rekrutiert über das hauseigene Onlinepanel „talk“

## Zielgruppe

Personen zwischen 17 und 69 Jahren

## Stichprobengröße

n=505

## Befragungszeitraum

27.08.2018 - 31.08.2018

## Befragungsdauer

LOI= 4,25 Minuten (Median)

# Fragestellungen

- Wo gehen Sie generell am liebsten shoppen (unabhängig vom Produkt)?
- Wo würden Sie bevorzugt einkaufen?
- Wie wichtig sind Ihnen die folgenden Aspekte bei einem stationären Geschäft/ der Filiale eines Anbieters?
- Was stört Sie am meisten beim Online-Shopping?
- Welche Zahlungsart bevorzugen Sie für Online-Einkäufe generell?
- Wie wichtig sind Ihnen E-Commerce-Gütesiegeln (z.B. Trustmark Austria, Trusted Shops), um vertrauenswürdige Online-Anbieter erkennen zu können?
- Kaufen Sie gerne vorkuratierte Produkt-Sets (z.B. Curated Fashion Shopping) bzw. können Sie es sich vorstellen vorkuratierte Produkt-Sets zu kaufen?

# Demographische Daten

n= 505

Männlich  49,9%

Weiblich  50,1%

17-29 Jahre 23,4%

30-39 Jahre 18,0%

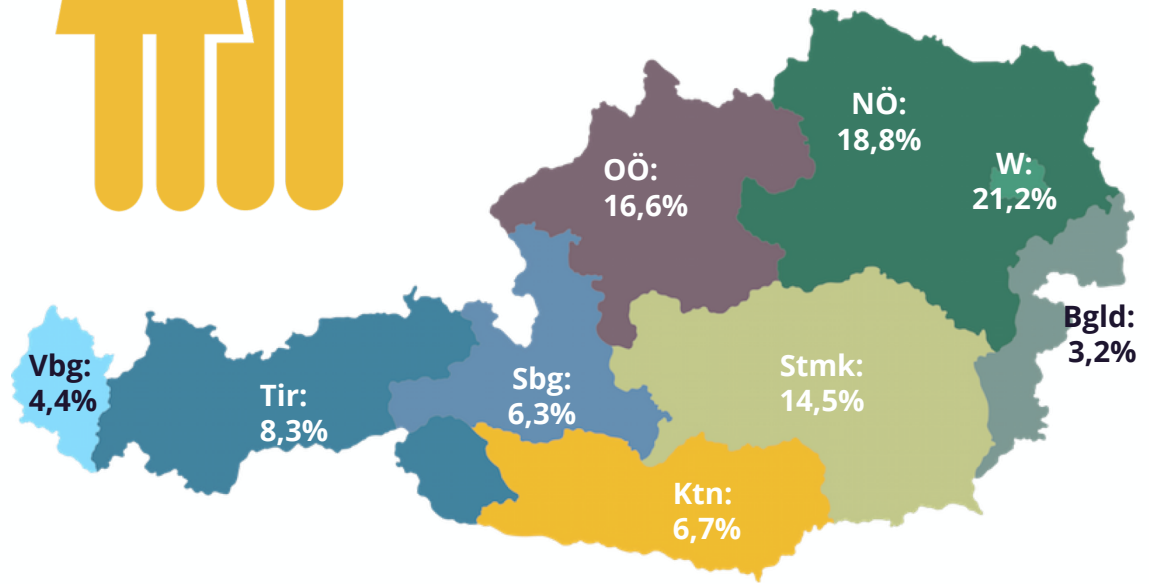
40-49 Jahre 23,0%

50-59 Jahre 20,4%

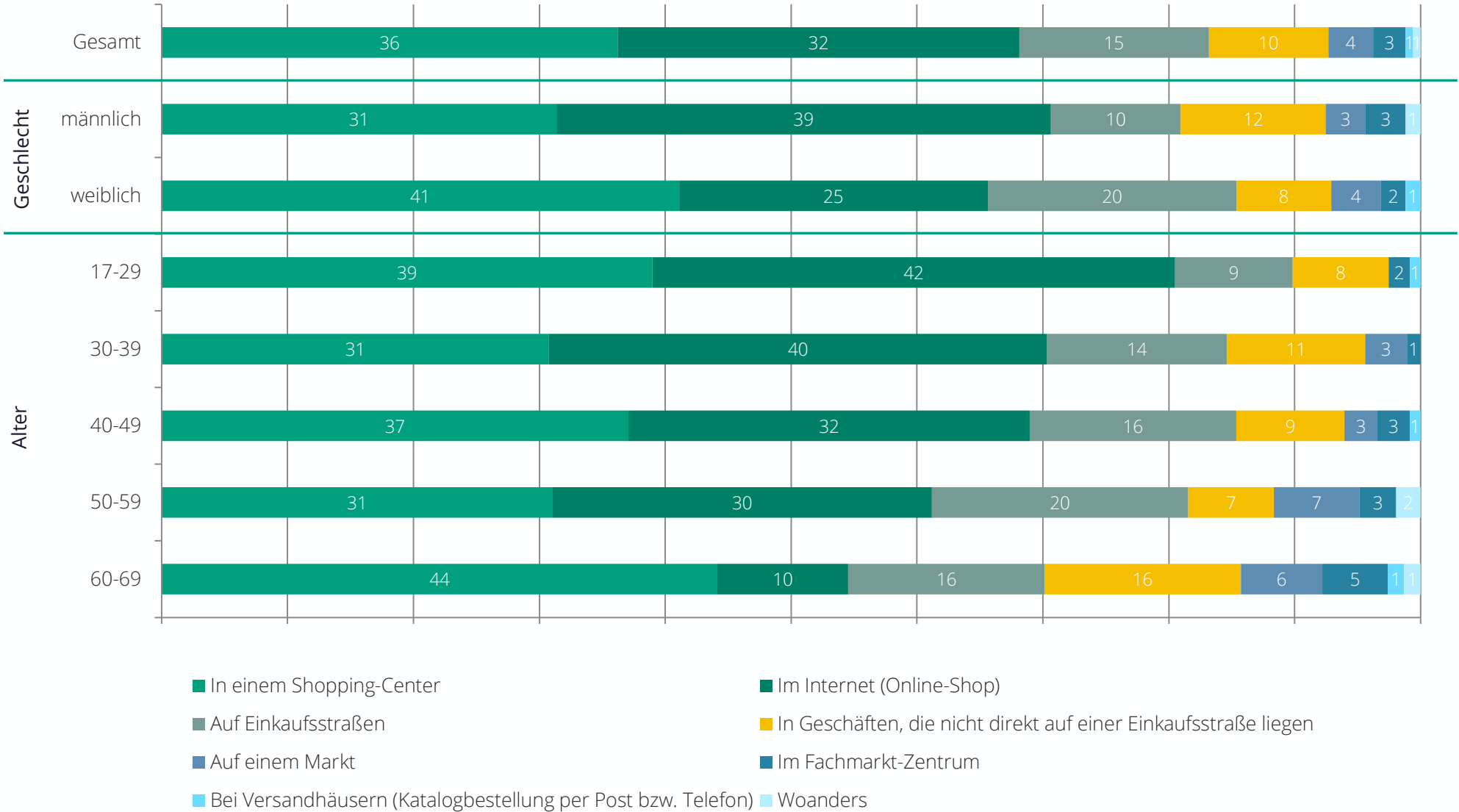
60-69 Jahre 15,2%

71,1% ohne Matura

27,9% mit Matura

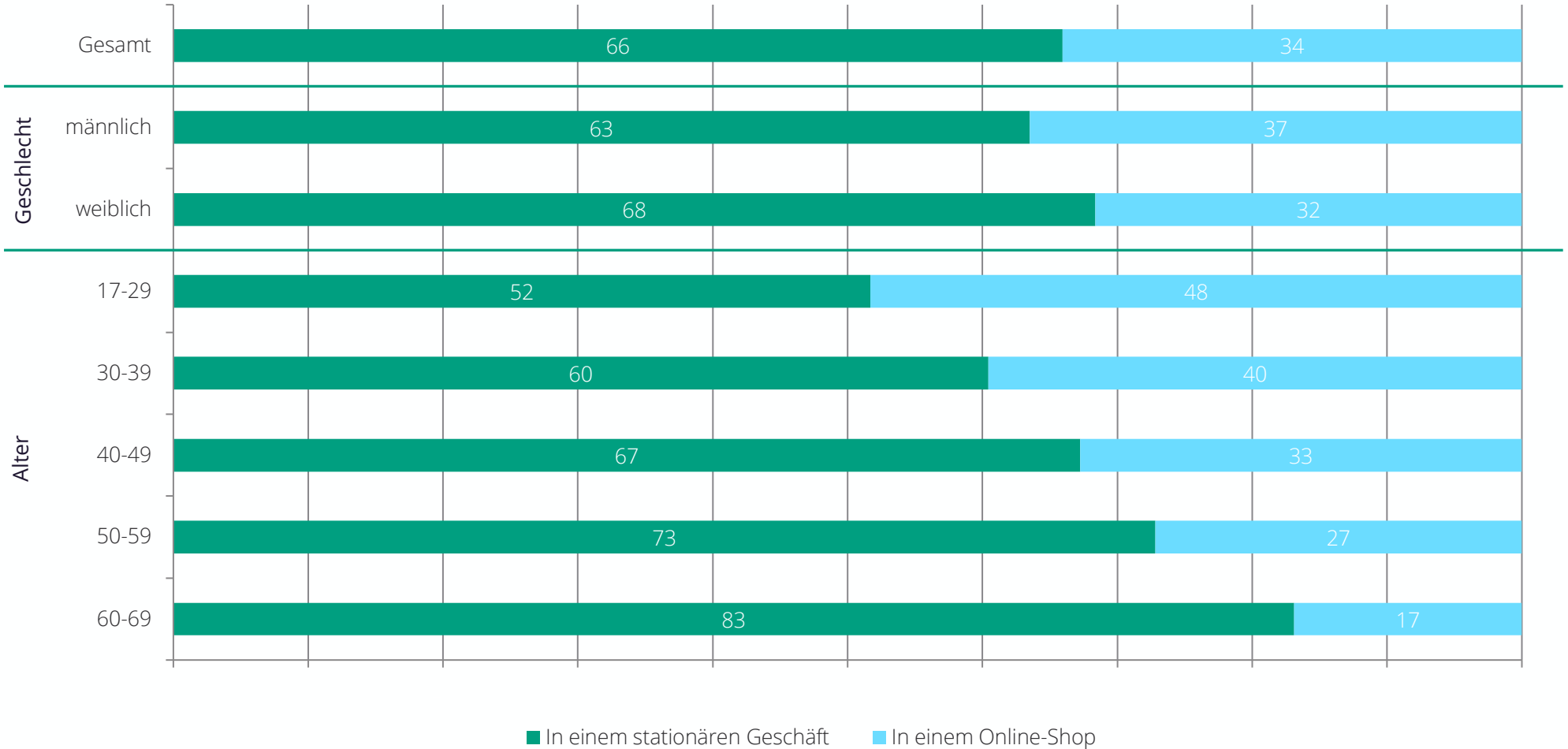


# Wo gehen Sie generell am liebsten shoppen (unabhängig vom Produkt)?



In %, n=505; Einfachantwort

# Wo würden Sie bevorzugt einkaufen?



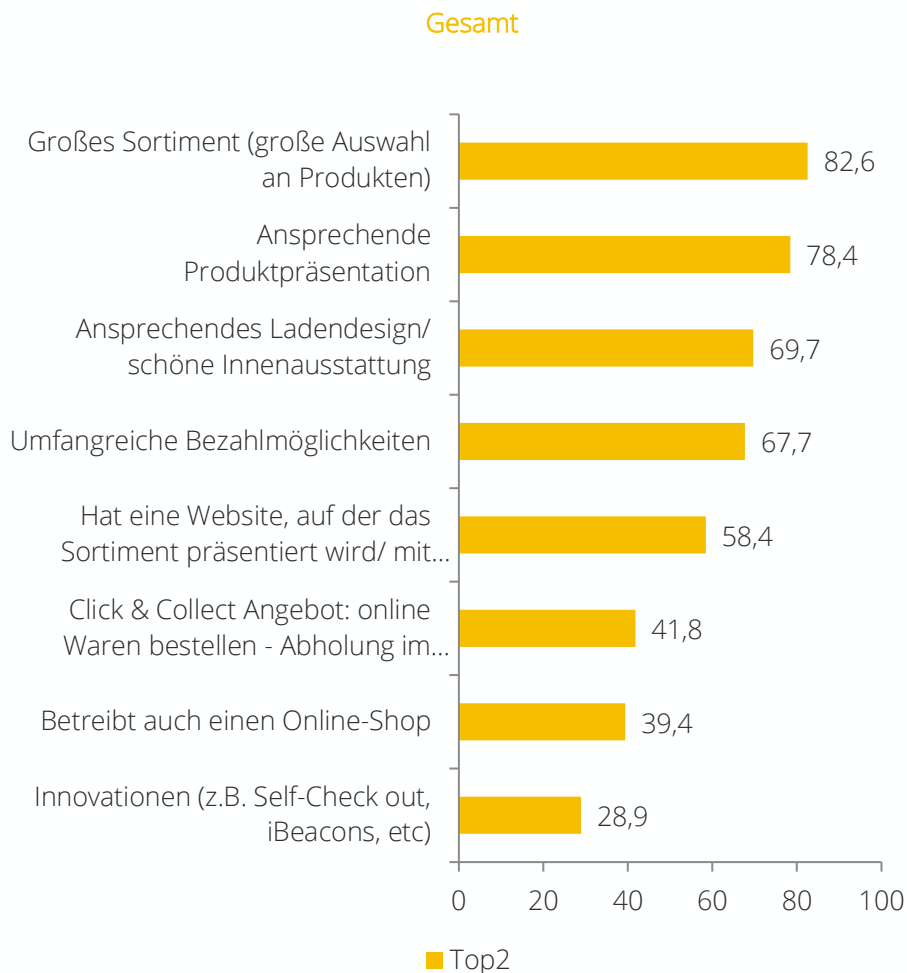
In %, n=505; Einfachantwort

# Wie wichtig sind Ihnen die folgenden Aspekte bei einem stationären Geschäft/ der Filiale eines Anbieters? (1/2)



n=505; Matrixfrage

# Wie wichtig sind Ihnen die folgenden Aspekte bei einem stationären Geschäft/ der Filiale eines Anbieters? (2/2)



Geschlecht		Alter				
Männer	Frauen	17-29	30-39	40-49	50-59	60-69
81,7	83,4	84,7	82,4	78,4	84,5	83,1
77,8	79,1	77,1	79,1	75,9	76,7	85,7
68,3	71,1	73,7	78,0	65,5	62,1	70,1
65,9	69,6	67,8	71,4	65,5	65,0	70,1
61,9	54,9	66,9	73,6	50,0	52,4	48,1
42,5	41,1	42,4	52,7	37,1	40,8	36,4
41,7	37,2	50,8	44,0	27,6	40,8	32,5
38,1	19,8	39,8	40,7	19,0	20,4	24,7

n=505; Matrixfrage



# Was stört Sie am meisten beim Online-Shopping?

Anteil der Teilnehmer, die jene Faktoren auf Platz 1 gewählt haben.



Fake-Bewertungen durch  
andere KundInnen

**13%**



Keine Zustellung nach Österreich  
(bei internationalen Shopping-Plattformen)

**31%**



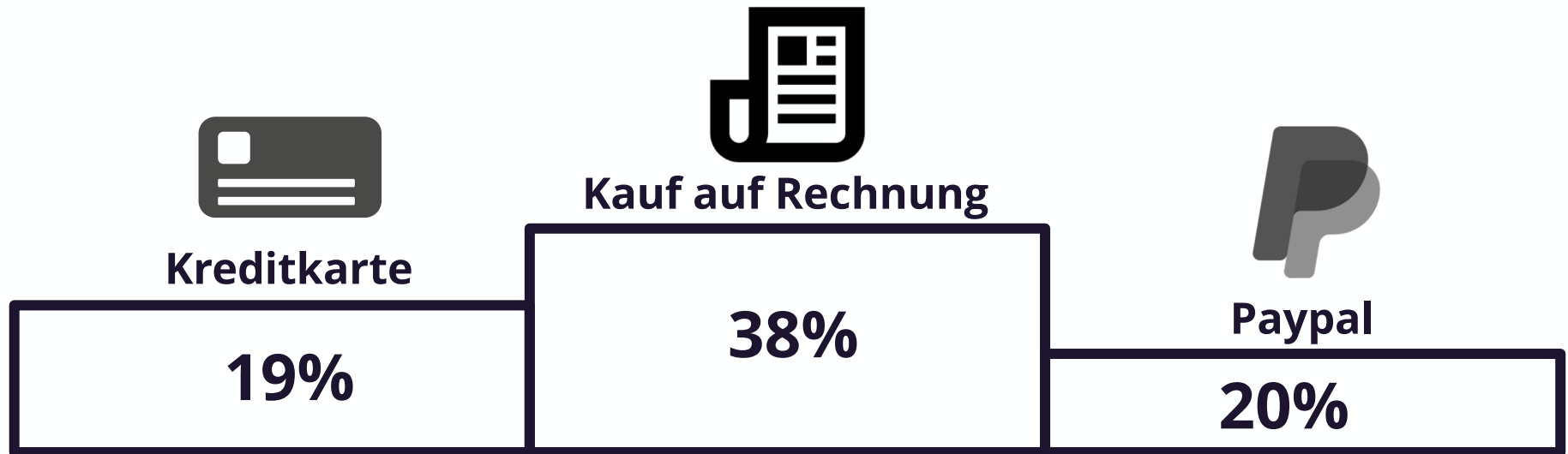
Irreführende Produktfotos und  
-beschreibungen

**12%**

n=505, Top 3 Ränge nach Mittelwerten

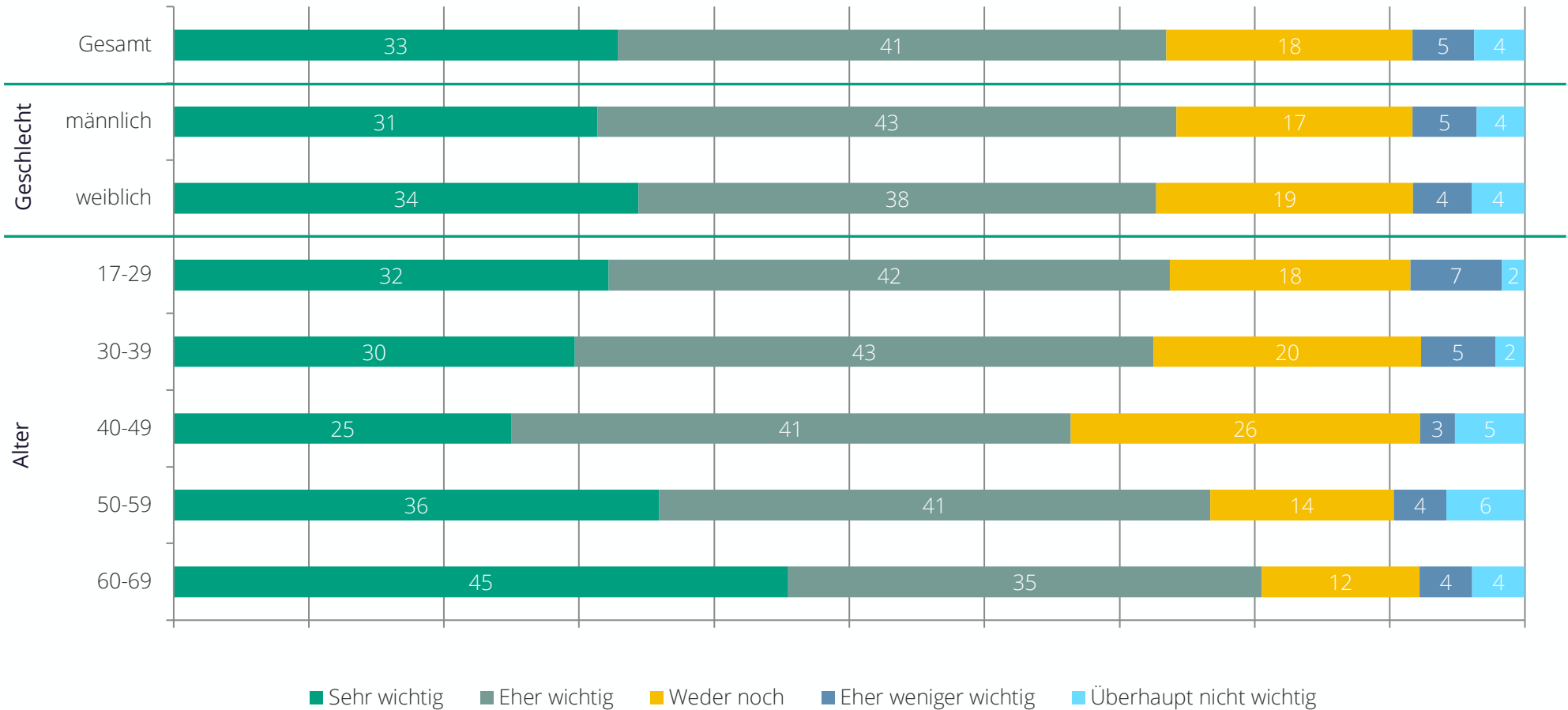
# Welche Zahlungsart bevorzugen Sie für Online-Einkäufe generell?

Anteil der Teilnehmer, die jene Faktoren auf Platz 1 gewählt haben.



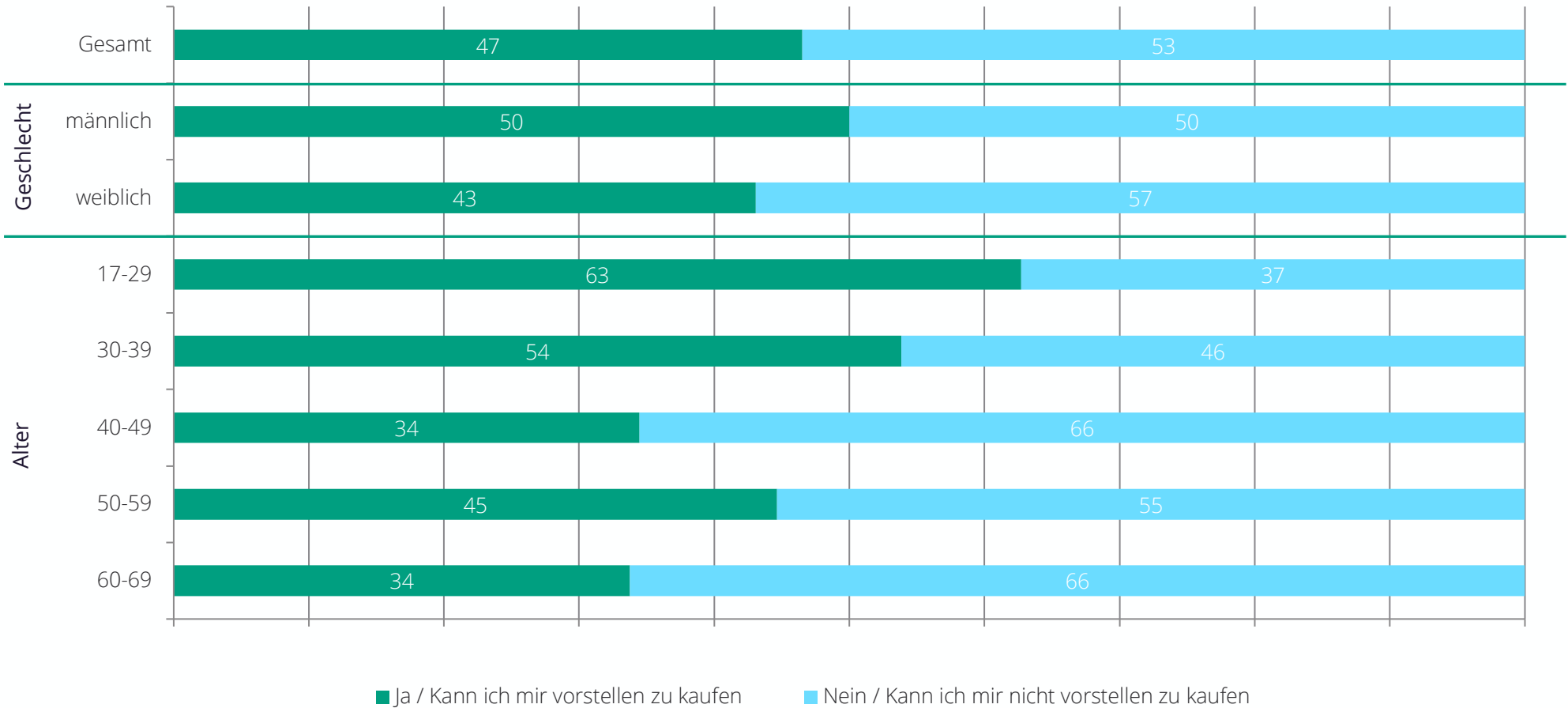
n=505, Top 3 Ränge nach Mittelwerten

# Wie wichtig sind Ihnen E-Commerce-Gütesiegeln (z.B. Trustmark Austria, Trusted Shops), um vertrauenswürdige Online-Anbieter erkennen zu können?



In %, n=505; Einfachantwort

# Kaufen Sie gerne vorkuratierte Produkt-Sets (z.B. Curated Fashion Shopping) bzw. können Sie es sich vorstellen vorkuratierte Produkt-Sets zu kaufen?



In %, n=505; Einfachantwort



**MindTake Research GmbH**

Karlsgasse 7 / 5

1040 Wien/Vienna, Austria

FBNr.: 257512w

UID: ATU61393566

DVRNr.: DVR3060686

Tel.: +43 228 88 10

Fax: +43 228 98 01

[office@mindtake.com](mailto:office@mindtake.com)

[www.mindtake.com](http://www.mindtake.com)