



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

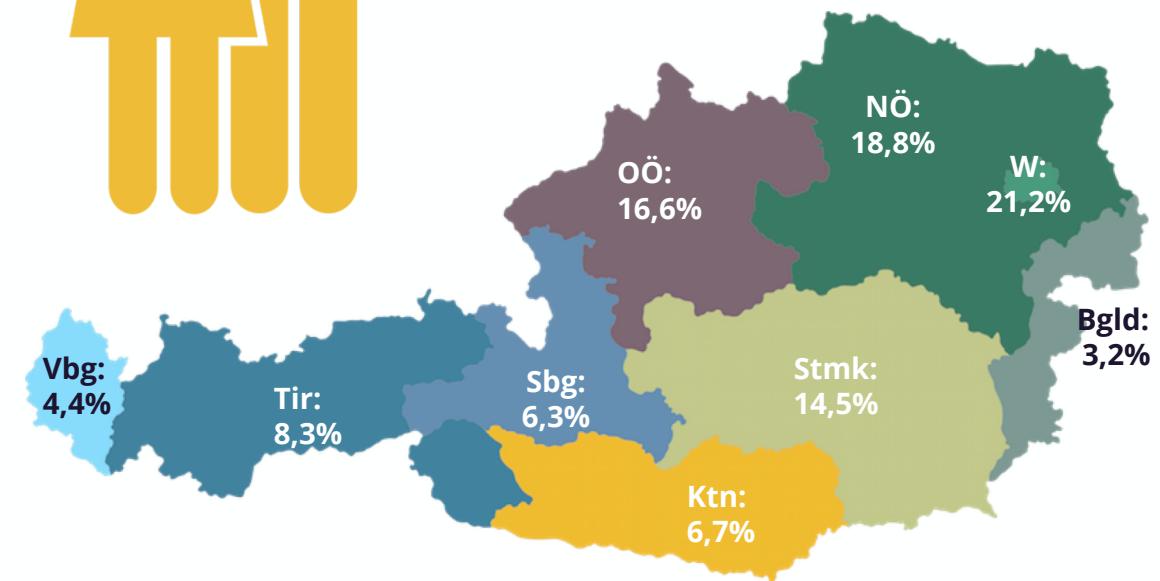
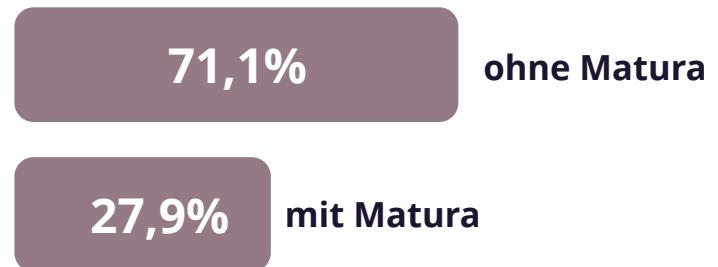
LOI= 4,25 Minuten (Median)

Fragestellungen

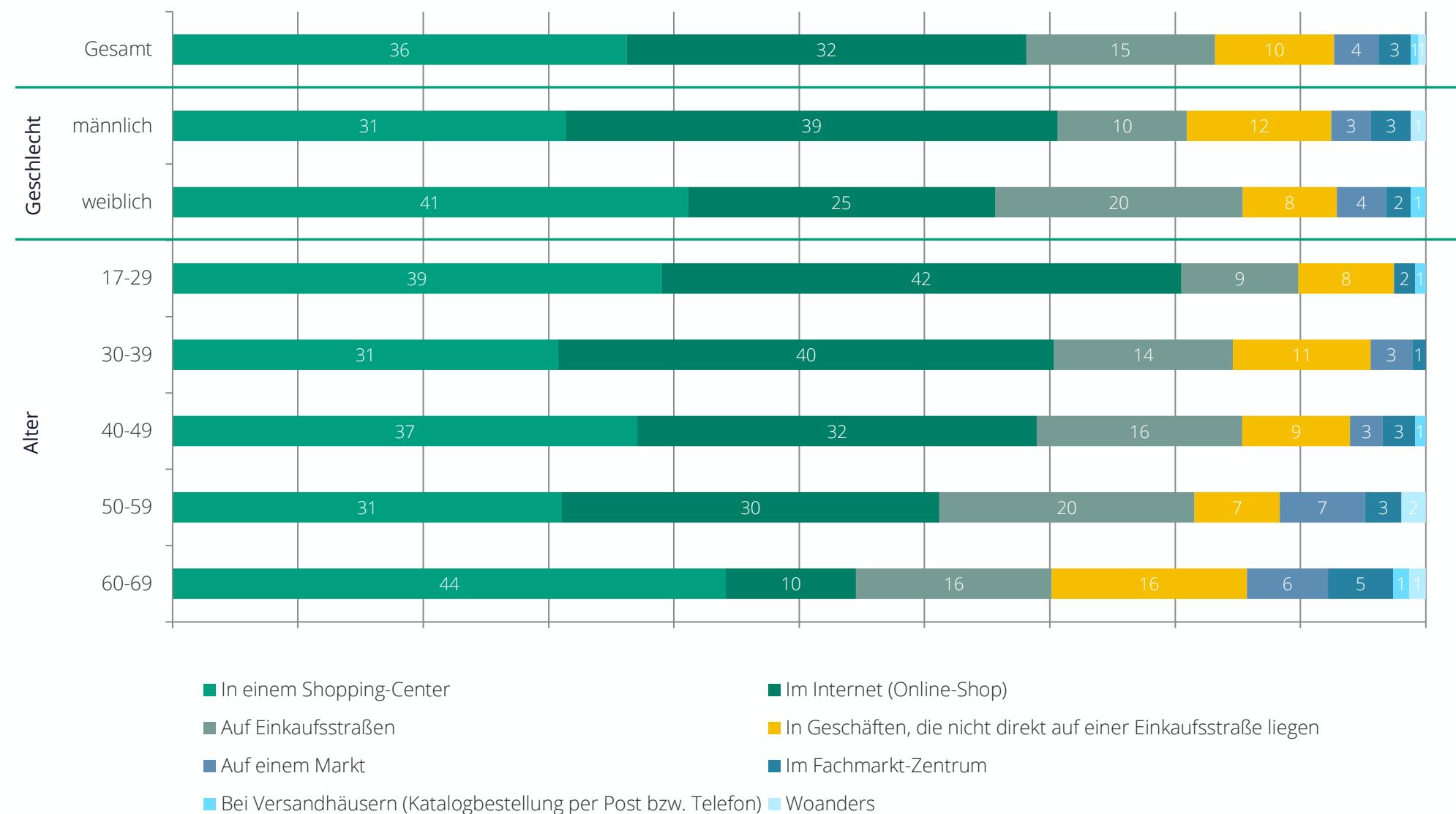
- Wo gehen Sie generell am liebsten shoppen (unabhängig vom Produkt)?
- Wo würden Sie bevorzugt einkaufen?
- Wie wichtig sind Ihnen die folgenden Aspekte bei einem stationären Geschäft/ der Filiale eines Anbieters?
- Was stört Sie am meisten beim Online-Shopping?
- Welche Zahlungsart bevorzugen Sie für 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

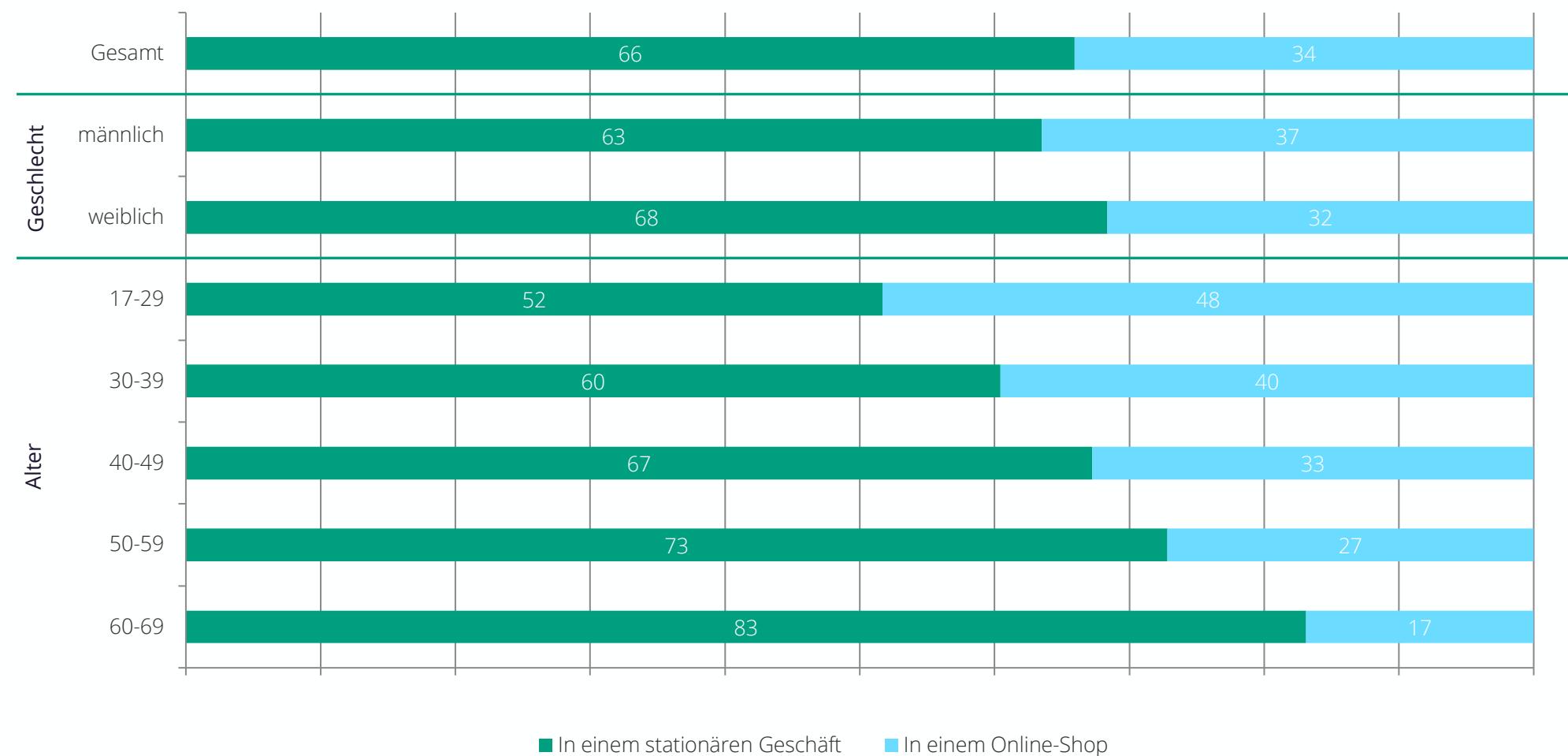


Wo gehen Sie generell am liebsten shoppen (unabhängig vom Produkt)?



In %, n=505; Einfachantwort

Wo würden Sie bevorzugt einkaufen?



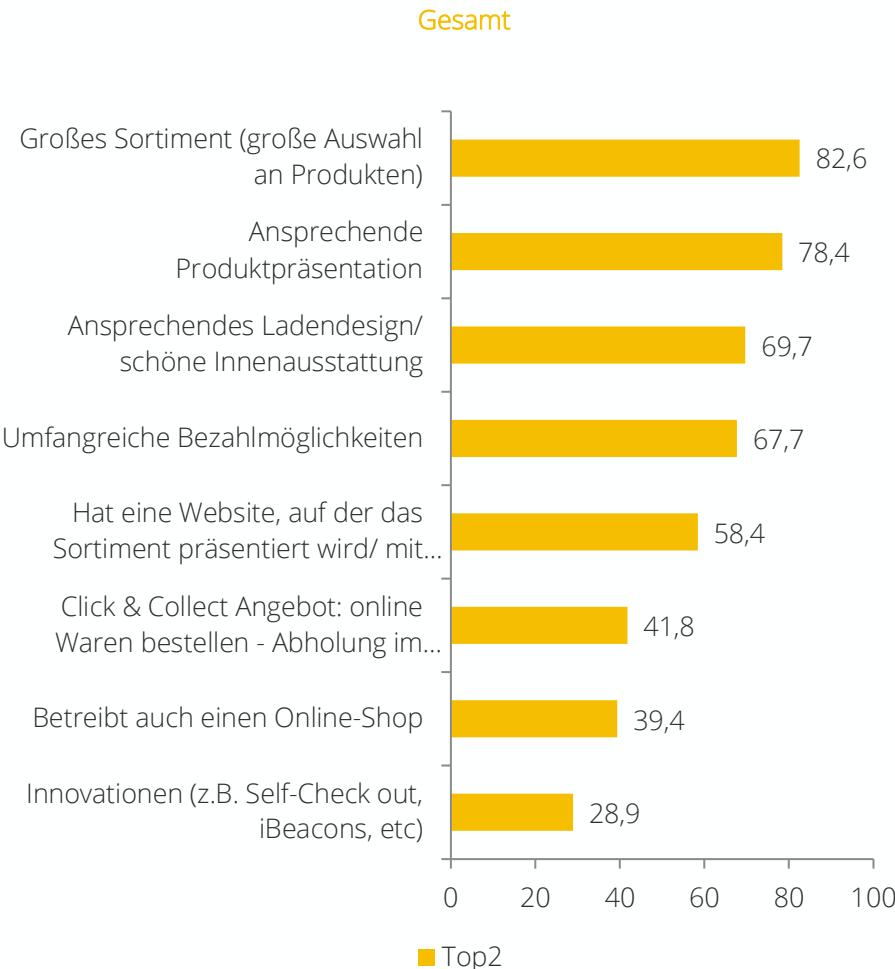
In %, n=505; Einfachantwort

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)

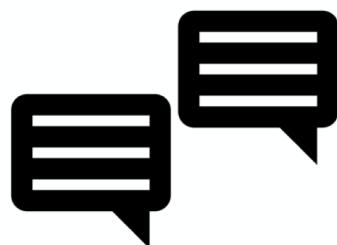


	Geschlecht		Alter				
	Männer	Frauen	17-29	30-39	40-49	50-59	60-69
Großes Sortiment (große Auswahl an Produkten)	81,7	83,4	84,7	82,4	78,4	84,5	83,1
Ansprechende Produktpräsentation	77,8	79,1	77,1	79,1	75,9	76,7	85,7
Ansprechendes Ladendesign/ schöne Innenausstattung	68,3	71,1	73,7	78,0	65,5	62,1	70,1
Umfangreiche Bezahlmöglichkeiten	65,9	69,6	67,8	71,4	65,5	65,0	70,1
Hat eine Website, auf der das Sortiment präsentiert wird/ mit...	61,9	54,9	66,9	73,6	50,0	52,4	48,1
Click & Collect Angebot: online Waren bestellen - Abholung im...	42,5	41,1	42,4	52,7	37,1	40,8	36,4
Betreibt auch einen Online-Shop	41,7	37,2	50,8	44,0	27,6	40,8	32,5
Innovationen (z.B. Self-Check out, iBeacons, etc)	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%



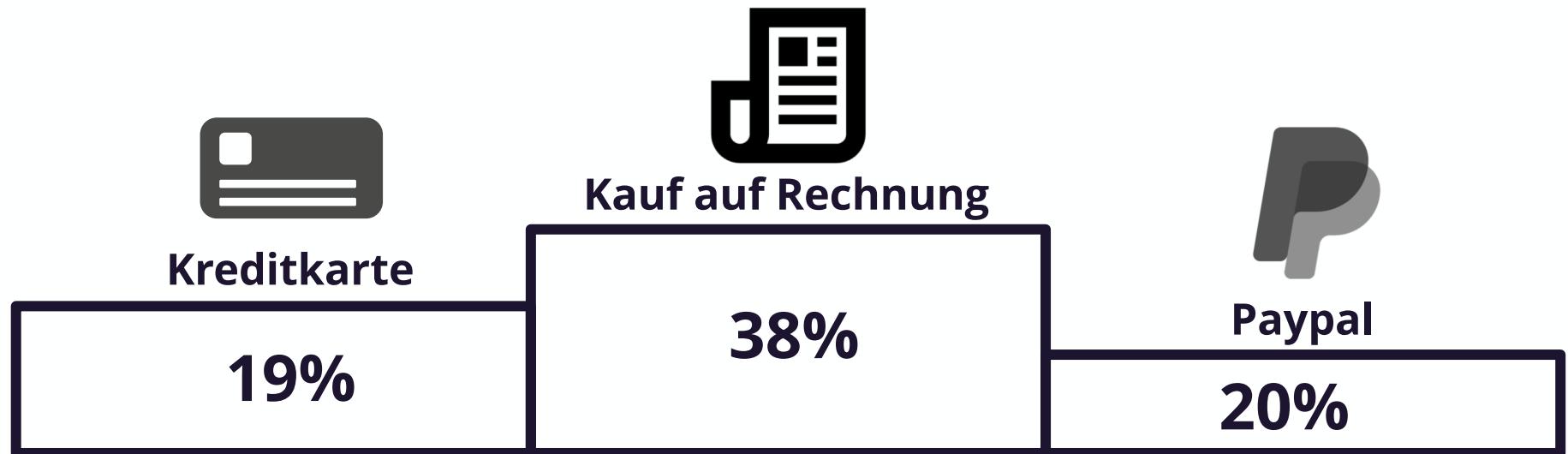
Irreführende Produktfotos und
-beschreibungen

12%

n=505, Top 3 Ränge nach Mittelwerten

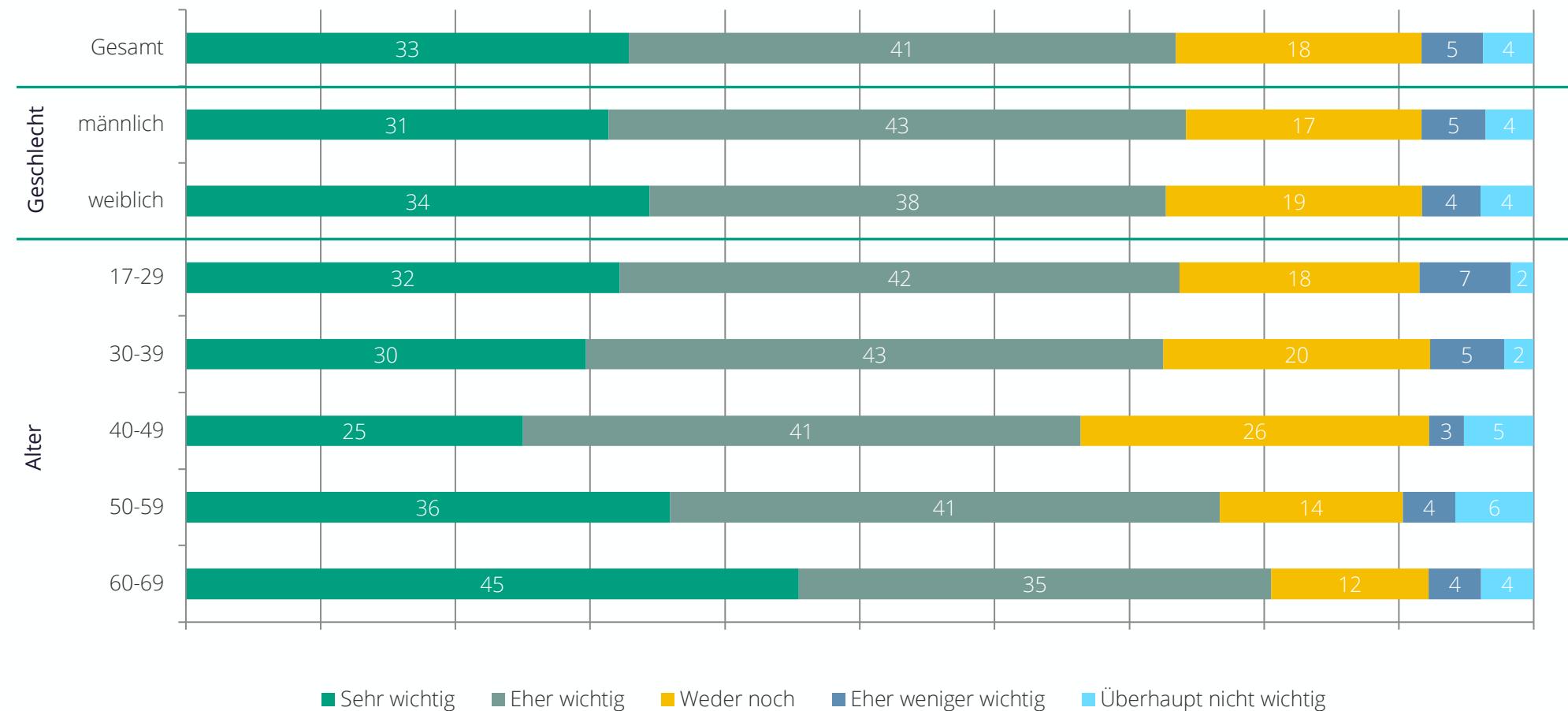
Welche Zahlungsart bevorzugen Sie für Online-Einkäufe generell?

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



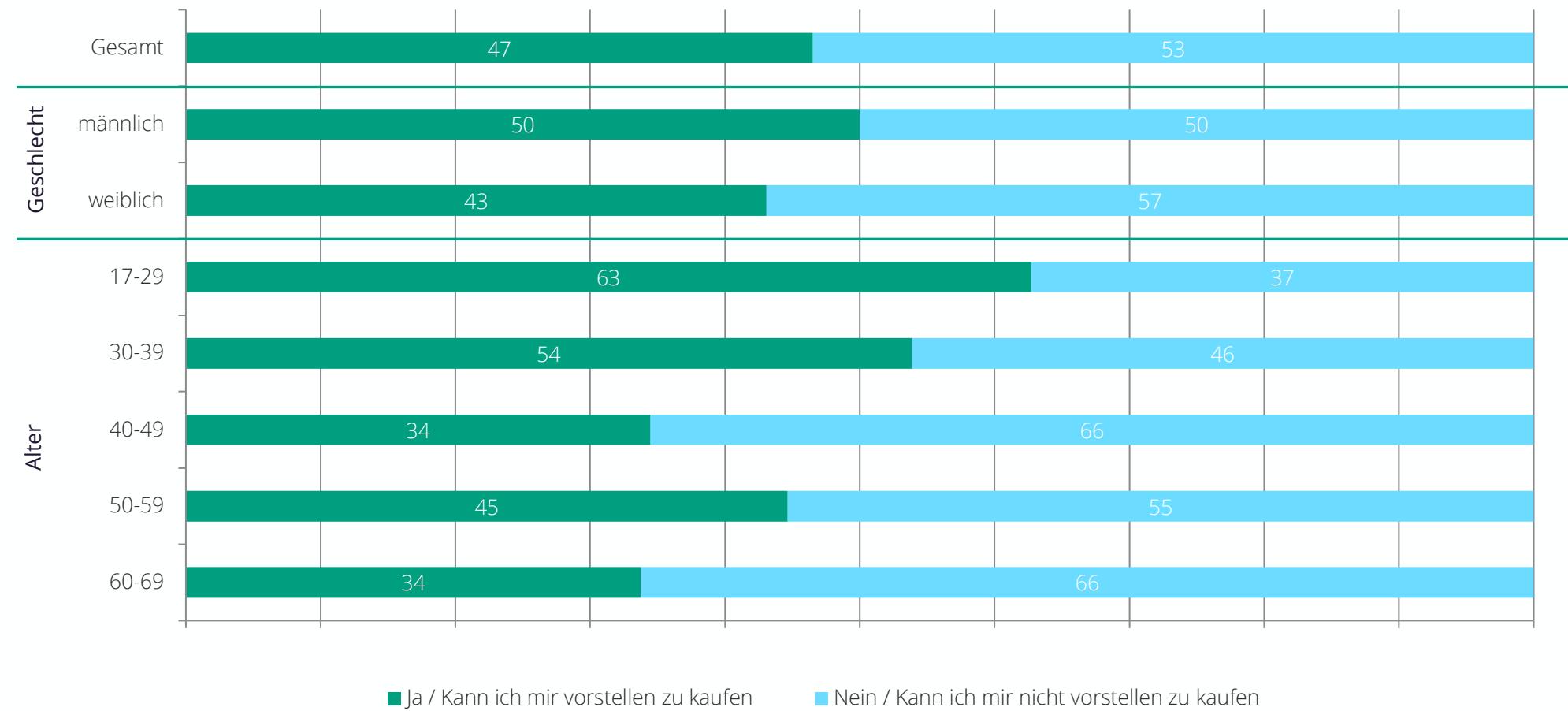
n=505, Top 3 Ränge nach Mittelwerten

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 vorkurierte Produkt-Sets (z.B. Curated Fashion Shopping) bzw. können Sie es sich vorstellen vorkurierte 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

www.mindtake.com