

Pressemitteilung

frei zur Veröffentlichung ab sofort

Regensburg, 4. September 2017

Neue Studie untersucht das Einkaufsverhalten im digitalen Zeitalter

Das Einkaufsverhalten von Endkunden ändert sich im Zeitverlauf ständig – und das nicht erst seit dem Internet. Dabei waren in den letzten Jahren vor allem die Digitalisierung von Einkaufsprozessen und deren Abwicklung maßgebliche Treiber. Um herauszufinden, wie aktuell der Status quo des Einkaufsverhaltens von Online-Shoppers, ist und welche Trends bei Kunden angesagt sind, hat das Forschungsinstitut ibi research an der Universität Regensburg im Projekt E-Commerce-Leitfaden eine Kundenbefragung zum Thema „Einkaufsverhalten im digitalen Zeitalter“ durchgeführt.

Aus den Ergebnissen der Studie geht hervor, dass mit 30 Prozent Online-Anteil an den gesamten Ausgaben die Produktkategorie Kleidung und Schuhe besonders gerne online gekauft wird. Darauf folgen die Kategorien Bücher, Musik, Filme und Videospiele (29 Prozent), Unterhaltungselektronik (21 Prozent), Haushaltsgeräte (15 Prozent) sowie Gesundheit und Kosmetik (14 Prozent).

Weiterhin wurde von den Befragten in den letzten 12 Monaten im Durchschnitt bei 6 verschiedenen Online-Shops bzw. Online-Marktplätzen bestellt. Im Durchschnitt kaufen die Befragten bei 3 unterschiedlichen Online-Shops regelmäßig (mindestens dreimal pro Jahr) ein. Bei einem neuen Online-Shop wurde durchschnittlich nur zweimal eingekauft. „Die Antworten der Befragten zeigen uns, dass es immer schwieriger wird mit einem neuen Shop Kunden zu gewinnen.“, so Mitautor der Studie Dr. Georg Wittmann.

Die wichtigsten Aspekte sowohl beim Erst- als auch beim Wiederholungskauf in einem Online-Shop sind für Konsumenten Versandkosten und das Angebot an Bezahlverfahren.

Eine weitere Erkenntnis aus der Studie ist, dass im Durchschnitt 34 Prozent der Produktrecherchen für einen Online-Kauf über alle Produktkategorien hinweg bei Amazon beginnen. 19 Prozent recherchieren zuerst in einem stationären Geschäft, bevor Sie den Online-Kauf tätigen. Darauf folgt Google mit 15 Prozent sowie die direkte Suche in einem Online-Shop mit 12 Prozent. 9 Prozent der Produktsuchen beginnen sowohl bei eBay als auch auf Preisvergleichsportalen.

Hinsichtlich der Frage, welche Innovationen bzw. Dienste für das Einkaufserlebnis in der Zukunft für die Befragten wichtig sind, wurde vor allem der interaktive Spiegel mit 47 Prozent als relevant gesehen. Dahinter folgen kassenlose Geschäfte (45 Prozent), Virtual Reality (45 Prozent), Smart-Home-Anwendungen (42 Prozent) sowie Augmented Reality (39 Prozent). Digitale Sprachassistenten (35 Prozent), Chatbots (32 Prozent) und Dash Buttons (28 Prozent) werden eher weniger relevant für das Einkaufsverhalten eingeschätzt.

Im Allgemeinen zeigt sich, dass sich das Einkaufsverhalten der Konsumenten aktuell vor allem durch die Digitalisierung im Wandel befindet. Die Verbraucher haben sich an die Vorteile des Online-Handels, wie großes Produktsortiment, günstige Preise und die Bequemlichkeit, gewöhnt. Sie erwarten diese auch zunehmend von stationären Geschäften, die dies nur bedingt erfüllen können. 40 Prozent der Befragten gaben an, dass sie in Zukunft seltener zum Einkaufen in die Stadt gehen werden. Stationäre Händler müssen sich daher fragen, wie sie Verbraucher dazu bewegen können, wieder öfter im Laden zu kaufen.

Die vollständige Studie „Einkaufsverhalten im digitalen Zeitalter“ steht kostenlos zum Download zur Verfügung unter: www.ecommerce-leitfaden.de/einkaufsverhalten2017

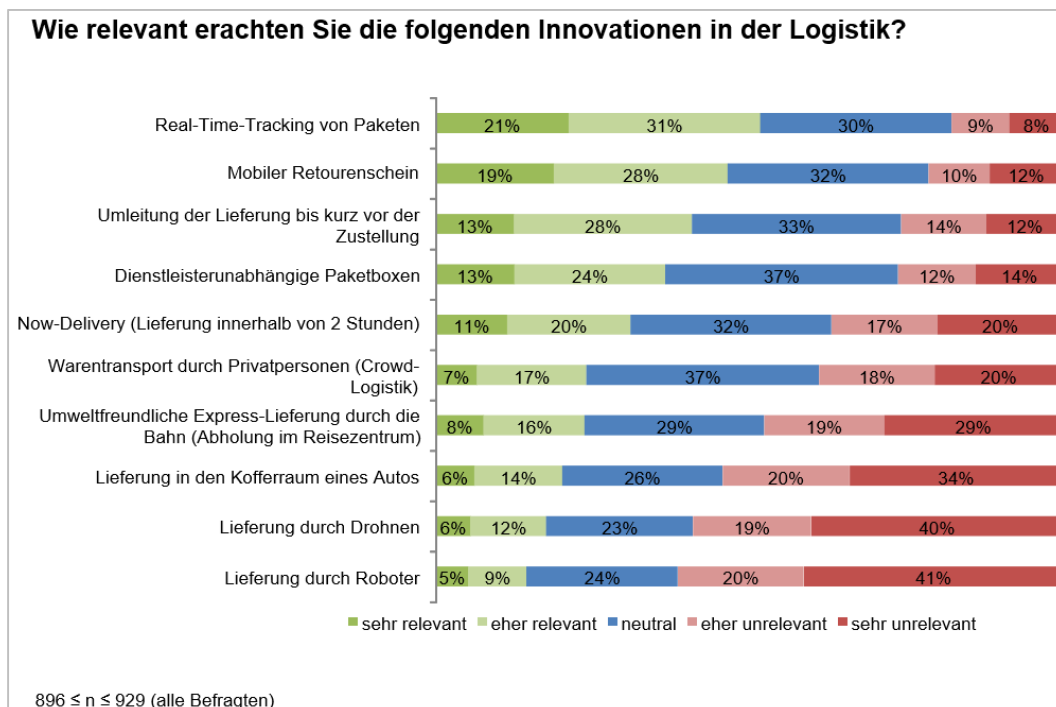
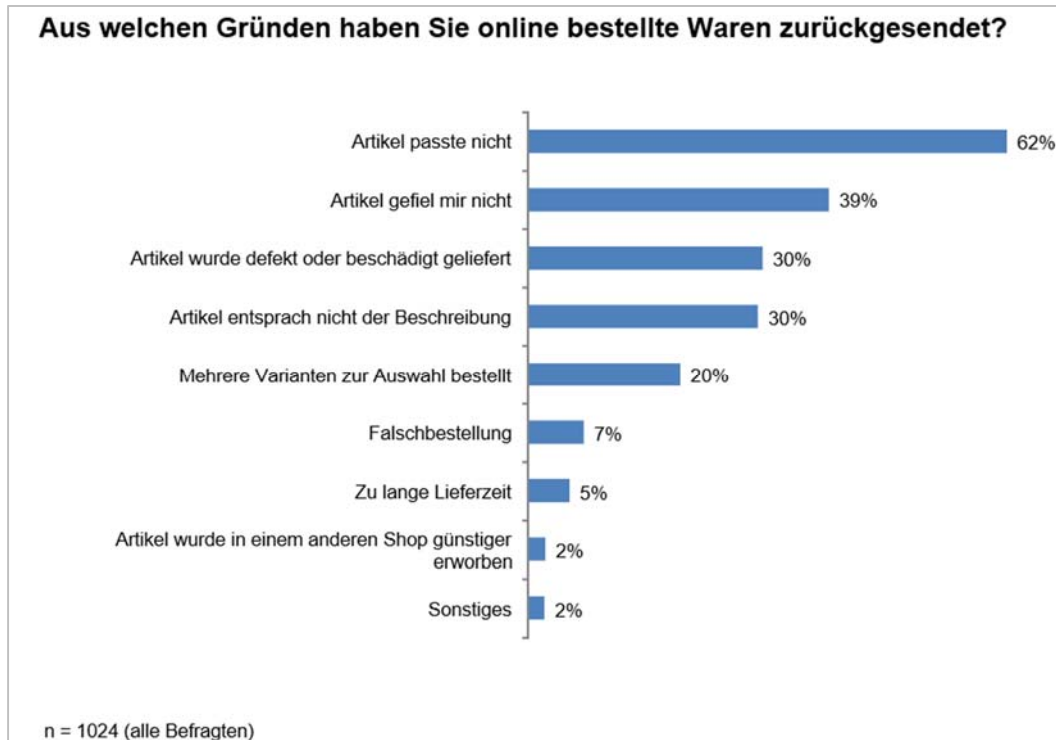
Die wichtigsten Ergebnisse der Studie auf einen Blick:

- Social Media beeinflusst das Einkaufsverhalten der jüngeren Generation deutlich stärker.
- 40 Prozent haben in den letzten 12 Monaten bei einem ausländischen Händler bestellt.
- 37 Prozent der Befragten haben bei Amazon eine Prime-Mitgliedschaft.
- 61 Prozent der befragten Online-Shopper denken, dass es in Zukunft deutlich weniger stationäre Geschäfte geben wird als heute.
- 46 Prozent sind der Meinung, dass rein stationäre Geschäfte, die keine Online-Präsenz haben, in 10 Jahren nicht mehr am Markt existieren werden.

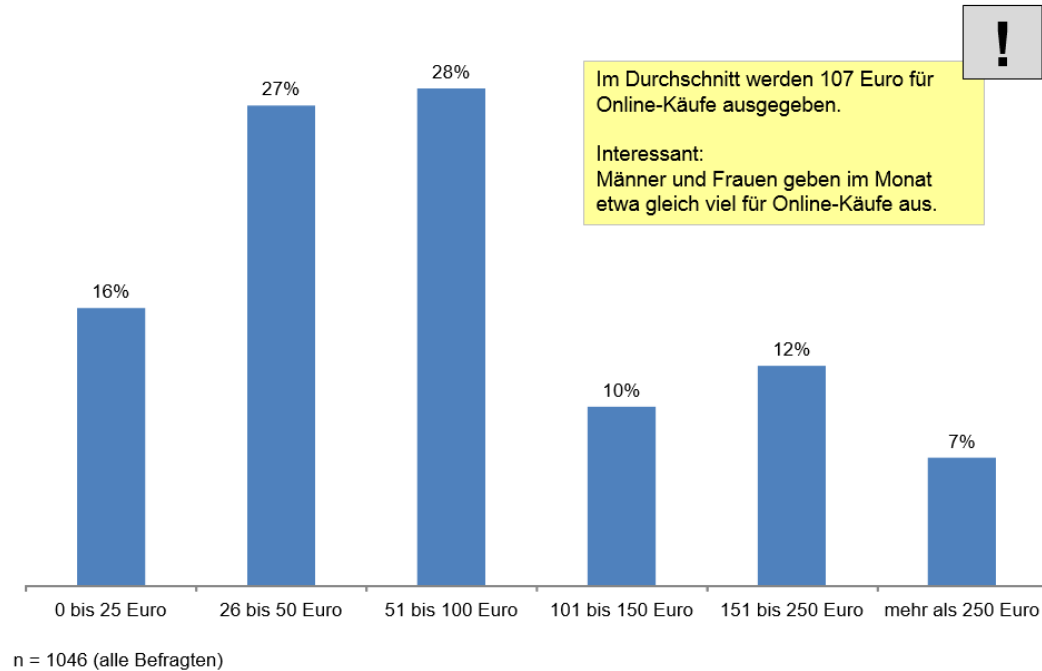
Die wichtigsten Informationen zur Studie auf einen Blick:

Titel:	Einkaufsverhalten im digitalen Zeitalter
Methodik:	Online-gestützte Befragung von Online-Shoppern
URL:	www.ecommerce-leitfaden.de/einkaufsverhalten2017

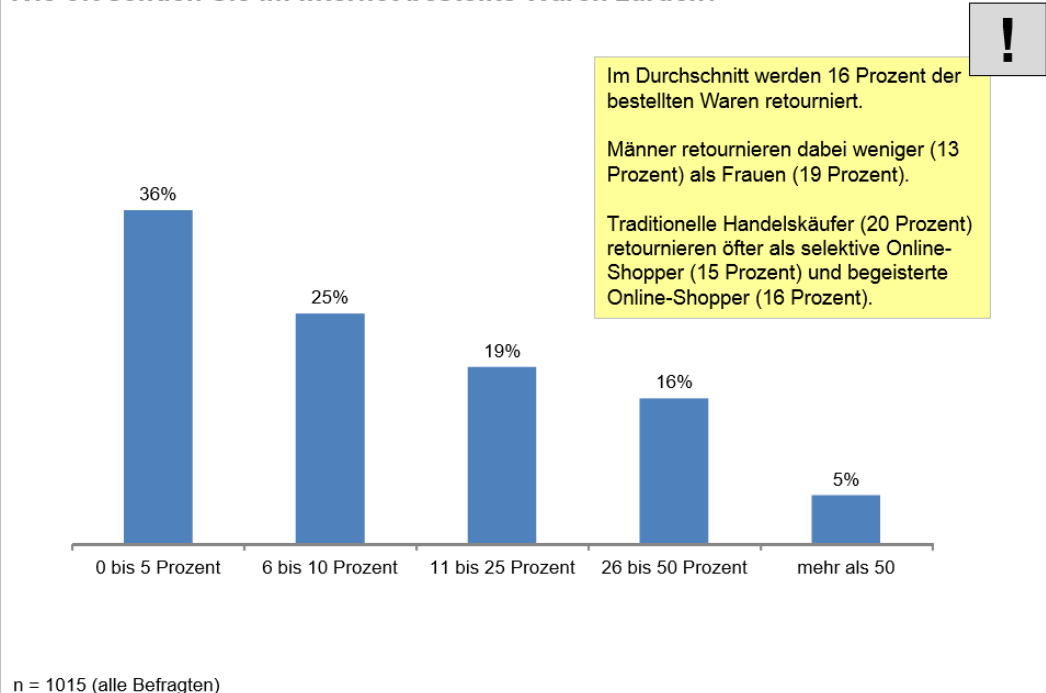
Ausgewähltes Bildmaterial:



Welchen Geldbetrag geben Sie durchschnittlich jeden Monat für Online-Käufe aus?



Wie oft senden Sie im Internet bestellte Waren zurück?



Über das Projekt „E-Commerce-Leitfaden“:

Um Antworten auf die wichtigsten Fragen rund um den elektronischen Handel zu geben, hat sich ein Konsortium bestehend aus namhaften Lösungsanbietern und dem Forschungs- und Beratungsinstitut ibi research an der Universität Regensburg zusammengeschlossen. atriga, Concardis, ElectronicSales, Händlerbund, Hermes Germany, RatePAY, SHI, SIX Payment Services, SoftENGINE und Speed4Trade bündeln in diesem Projekt ihr Know-how und ihre Erfahrungen, um zusammen mit ibi research die wichtigsten Informationen für Online-Händler und solche, die es werden wollen, in einfach verständlicher und prägnanter Form zusammenzustellen.

Weitere Informationen: www.ecommerce-leitfaden.de

Über ibi research:

Seit 1993 bildet die ibi research an der Universität Regensburg GmbH eine Brücke zwischen Universität und Praxis, arbeitet also mit den Methoden der Wissenschaft an den Themen der Praxis, mit klarem Schwerpunkt auf Innovationen und deren Umsetzung.

ibi research konzentriert sich dabei auf die Themenfelder Digitalisierung der Finanzdienstleistungen und des Handels, im E-Business genauso wie im Multikanal und im B2C-Geschäft genauso wie im B2B-Geschäft. Das Forschungsspektrum reicht von der Marktanalyse und Geschäftsmodell-Entwicklung über Prozessgestaltung und Data Analytics bis hin zu Fragen der Governance und Compliance. Zugleich bietet ibi research umfassende Beratungsleistungen zur Umsetzung der Forschungs- und Projektergebnisse an und ist Initiator und Herausgeber des E-Commerce-Leitfadens (www.ecommerce-leitfaden.de).

Weitere Informationen: www.ibi.de

ibi research freut sich über den honorarfreien Abdruck dieser Pressemitteilung.

Bei Interesse an weiteren Informationen, Artikeln etc. wenden Sie sich bitte an:

ibi research an der Universität Regensburg
Andrea Rosenlehner
Galgenbergstraße 25
93053 Regensburg

Telefon: 0941 943-1901
Telefax: 0941 943-1888
E-Mail: team@ecommerce-leitfaden.de