

# MARKETAGENT.COM

## Österreichs Online-Shops im Fokus

**Im Rahmen einer aktuellen Studie hat das Online Markt- und Meinungsforschungsinstitut Marketagent.com rund 1.500 Personen zwischen 14 und 69 Jahren detailliert zum Thema Online-Shopping und zu den umsatzstärksten Online-Shops in Österreich befragt. Ergebnis: Drei von zehn Online-Shoppern nutzen das Smartphone für den virtuellen Einkaufsbummel. Bekleidung, Bücher bzw. Zeitschriften und Elektro(nik)geräte stehen auf der Web-Einkaufsliste ganz oben. Rund jeder Zweite hat in den letzten 12 Monaten bestellte Ware aus dem Internet umgetauscht und/oder zurückgeschickt. Zu den wichtigsten Online-Einkaufsmöglichkeiten der heimischen Web-Community zählen amazon, willhaben.at und eBay. Während der innovativste Online-Shop der „store.apple.com/at“ ist, genießt der Shop „engelbert-strauss.at“ die besten Werte in Punkto Vertrauenswürdigkeit.**

Welche Online-Shops werden von den Österreichern am liebsten besucht? Über welche Endgeräte wird der virtuelle Einkaufswagen bedient? Und welche Produktkategorien freuen sich über den größten Absatz? Antworten auf diese und weitere Fragen gibt Marketagent.com in der umfassenden Studie "Österreichs Online-Shops" bekannt, an der rund 1.500 Online-Shopper aus Österreich zwischen 14 und 69 Jahren teilgenommen haben.

„Etwa jeder zweite Online-Shopper (46,6%) nutzt den klassischen Laptop für den virtuellen Einkaufsbummel“, so Mag. Dominique Ertl, Studienleiterin von Marketagent.com. Vier von Zehn (39,1%) gehen via Computer (Standgerät) auf Online-Shoppingtour. 33,7 Prozent der Online-Kunden kaufen mittlerweile mit dem Smartphone ein. Auch das Tablet wird von immerhin jedem Fünften (18,8%) als Einkaufshelfer genutzt.

Bekleidung, Bücher bzw. Zeitschriften und Elektro(nik)geräte sind die beliebtesten Produktkategorien beim E-Commerce. So haben in den letzten 12 Monaten mehr als die Hälfte der Online-Shopper (54,3%) Bekleidung im World Wide Web bestellt. Vor allem Frauen (68,6%) nutzen den virtuellen Schaufensterbummel, um ihren Kleiderkasten aufzufüllen. 44,4 Prozent der Online-Einkäufer haben innerhalb eines Jahres Bücher und/oder Zeitschriften online gekauft. Auch hier nutzen überwiegend Frauen (50,0%) das Internet als Shopping-Meile. An dritter Stelle folgen die Elektro(nik)artikel mit insgesamt 39,8 Prozent Online-Einkäufern innerhalb der letzten 12 Monate. Männer (53,8%) nutzen diese Art des Shopping-Vergnügens besonders oft.

Doch was, wenn die bestellte Ware nicht gefällt, nicht passt oder defekt ist? Rund jeder zweite Online-Shopper (50,7%) hat in den letzten 12 Monaten bereits ein Päckchen aus dem Internet umgetauscht und/oder zurückgeschickt. Wobei jeder Dritte (31,3%) die Ware retour gesendet hat ohne einen neuen Artikel zu bestellen.

Zu den wichtigsten Online-Shops-Portalen der heimischen Web-Community zählen amazon, willhaben.at und eBay. 85,2 Prozent der virtuellen Shopper haben die Seite von amazon in den letzten 12 Monaten besucht. Davon haben etwa Sieben von Zehn (72,3%) den Bestellvorgang auf amazon abgeschlossen. Auf der Webseite von willhaben.at haben 66,3 Prozent der Online-Käufer nach dem Passenden gesucht. Jeder Zweite (50,3%) ist auf der Webseite von eBay gelandet.

Zum Thema Image-Wahrnehmung der Online-Shops bzw. Online-Portale liegen ebenso aktuelle Ergebnisse vor. Als innovativster Shop im Internet wird „store.apple.com/at“ (Top-Box-Wert „sehr innovativ/zukunftsorientiert“: 53,8%) wahrgenommen. Der Online-Shop „engelbert-strauss.at“ (Top-Box-Wert „sehr vertrauenswürdig: 68,7%) genießt den besten Wert in punkto Vertrauenswürdigkeit. Der US-Konzern Amazon hat es, vermutlich aufgrund der aktuellen Schlagzeilen zu den Arbeitsbedingungen, in der Kategorie Vertrauenswürdigkeit nicht unter die Top Ten geschafft.

Bei Interesse an der Gesamtauswertung, senden Sie bitte eine E-Mail an [d.ertl@marketagent.com](mailto:d.ertl@marketagent.com).

Baden, am 15. Jänner 2015

### **Studiensteckbrief:**

- Methode: Computer Assisted Web Interviews (CAWI)
- Instrument: Online-Interviews über die Marketagent.com reSEARCH Plattform
- Erhebungszeitraum: 27.01.2014 – 16.12.2014
- Kernzielgruppe: web-aktive Personen aus Österreich zwischen 14 und 69 Jahren
- Sample-Größe: n = 1.663 Interviews, Random Selection nach Quoten
- Umfang: 45 offene/geschlossene Fragen
- Studienleitung: Marketagent.com, Mag. Dominique Ertl
- Kontakt: [d.ertl@marketagent.com](mailto:d.ertl@marketagent.com)

Rückfragehinweis:

### **Marketagent.com online reSEARCH GmbH**

Mag. Dominique Ertl, Akad. Mafo<sup>WU</sup>  
Mühlgasse 59  
A-2500 Baden, Austria

[d.ertl@marketagent.com](mailto:d.ertl@marketagent.com)

tel.: +43 (0) 2252 – 909 009-27

### **About Marketagent.com:**

Marketagent.com zählt zu den führenden Full-Service Online Markt- und Meinungsforschungsinstituten im deutschsprachigen Raum. Mit Niederlassungen in Baden, München, Zürich und Maribor werden jährlich mehr als 700.000 Web-Interviews durchgeführt und rund 600 Online Research Projekte realisiert, Tendenz steigend. Das Herzstück des Instrumentariums von Marketagent.com ist das über 624.000 (Stand: Jänner 2015, plus 400 pro Tag) Personen umfassende Online-Access-Panel, welches im Januar 2010 als erstes Access Panel der D-A-CH-Region nach der ISO Norm 26362 zertifiziert wurde und im April 2011 das Euro-Label E-Commerce-Gütezeichen für das vorbildliche Datenschutz- und Sicherheitskonzept erhielt.

Marketagent.com realisiert Web-Befragungen für führende nationale und internationale Top-Unternehmen wie die A1 Telekom Austria, die Erste Bank, T-Mobile, Austrian Airlines, die Wirtschaftskammer Wien, die Österreichische Post AG, den ÖAMTC, Coca Cola, Samsung, L'ORÉAL, Nestlé, Ikea, Bayer, Generali, die OMV und die NÖM AG. Die Themenfelder und Forschungsschwerpunkte sind vielfältig und decken sämtliche Bereiche der Markt- und Meinungsforschung ab.