

MARKETAGENT.COM

Digitale Markt- und Meinungsforschung



Österreichs Online-Shops

Ergebnis-
Abriss

Jänner 2015



Umfrage-Basics/ Studiensteckbrief:

- **Methode:** Computer Assisted Web Interviews (CAWI)
- **Instrument:** Online-Interviews über die Marketagent.com reSEARCH Plattform
- **Respondenten:** web-aktive Personen aus Österreich zwischen 14 und 69 Jahren
- **Sample-Größe:** n = 1.663 Netto-Interviews, Random Selection nach Quoten
- **Erhebungszeitraum:** 27.11.2014 – 16.12.2014
- **Screening:** Alter, Häufigkeit von Online-Shopping
- **Grundgesamtheit:** web-aktive Personen aus Österreich zwischen 14 und 69 Jahren
- **Incentives:** geldwerte Bonuspunkte
- **Umfang:** 45 offene/geschlossene Fragen
- **Studienleitung:** Marketagent.com, Mag. Dominique Ertl
- **Kontakt:** d.ertl@marketagent.com
- **Investitionskosten:** € 1.890,- zzgl. MwSt. für die gesamte Studie



Online-Shops bzw. Online-Kleinanzeigen-Portale im Test:

- alternate.at
- amazon.at
- baby-walz.at
- bader.at
- bipa.at
- bonprix.at
- brands4friends.at
- c-and-a.com/at/de/shop
- conrad.at
- cyberport.at
- deichmann.com/AT/de/shop
- dell.at
- ditech.at
- ebay.at
- eduscho.at
- electronic4you.at
- engelbert-Strauss.at
- esprit.at
- e-tec.at
- happyfoto.at
- hartlauer.at
- hervis.at
- hm.com/at
- ikea.com/at
- interspar.at
- intersport.at/eshop
- jako-o.at
- mediamarkt.at
- moebelix.at
- mytoys.de
- neckermann.at
- ottoversand.at
- palmers.at
- quelle.at
- redcoon.at
- reifendirekt.at
- saturn.at
- shpock.com
- store.apple.com/at
- thalia.at
- universal.at
- weltbild.at
- westfalia-versand.at
- willhaben.at
- zalando.at
- zooplus.de

46 Online-Shops/Portale im Check



Erkenntnisinhalte:

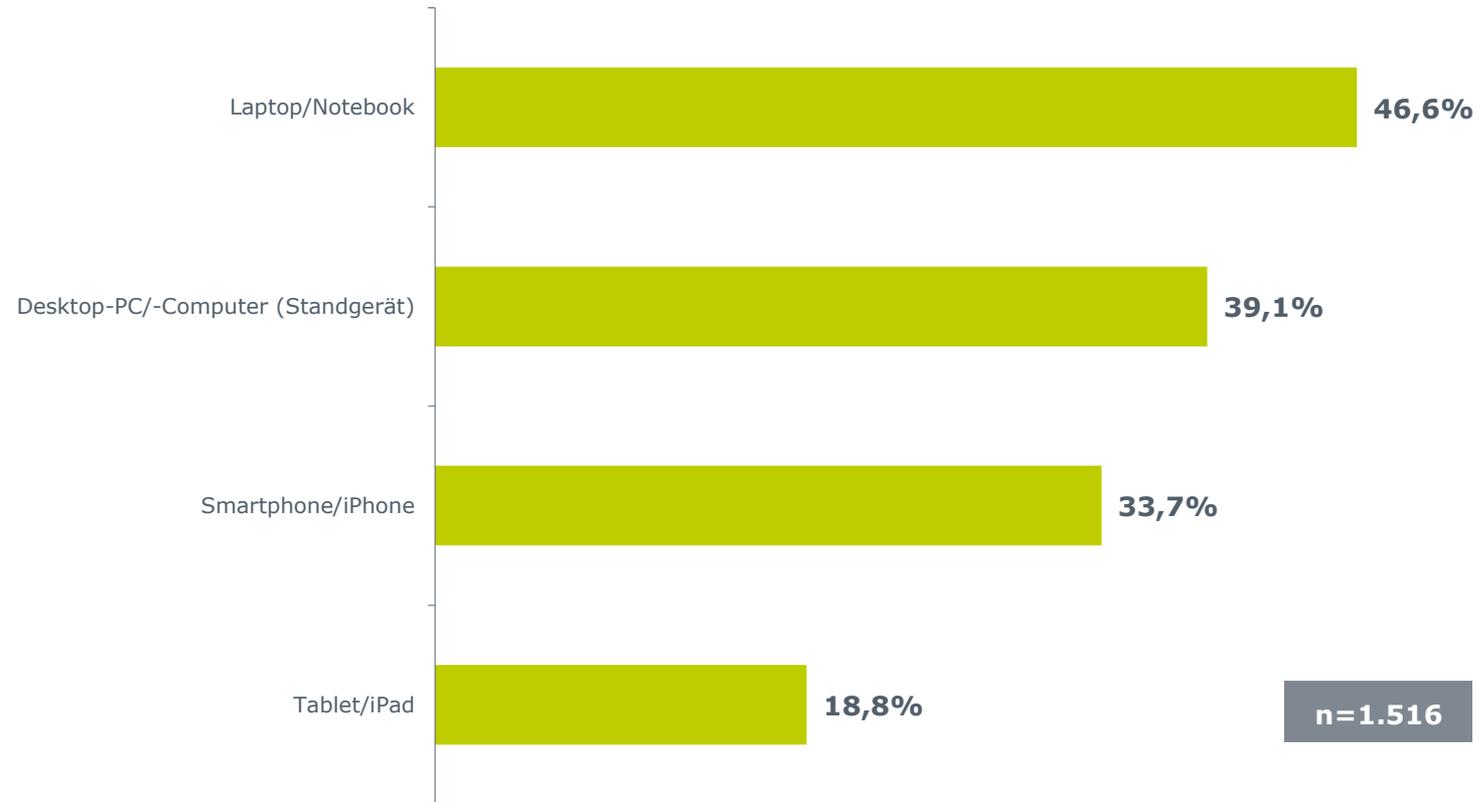
- **Besucher-** und **Käufer-Analyse** der Online-Shops bzw. Online-Anzeigen-Portale
- Spontane **Bekanntheit** der Online-Shops bzw. Online-Anzeigen-Portale
- Bewertung des **Internetauftritts** der Online-Shops bzw. Online-Anzeigen-Portale (innovativ, zukunftsorientiert, sympathisch, etabliert in Österreich, ansprechendes Design, heben sich von anderen ab)
- Bewertung des **Einkaufsprozesses** der Online-Shops bzw. Online-Anzeigen-Portale (zuverlässig, benutzerfreundlich, informativ, übersichtlich, einfacher Bestellvorgang, zufrieden mit Zahlungsmethoden)
- Bewertung des **Angebotes und Services** der Online-Shops bzw. Online-Anzeigen-Portale (attraktive Produkte, gute Kundenbetreuung, vertrauenswürdig, gutes Preis-/Leistungsverhältnis)
- **Bindungspotenzial, Gesamteindruck** und **Weiterempfehlungsrate** der Online-Shops bzw. Online-Anzeigen-Portale
- **Gekaufte Produkte** und **Dienstleistungen** in Online-Shops bzw. Online-Anzeigen-Portalen
- **Ausgaben** und bevorzugten **Zahlungsmethoden** für Einkäufe in Online-Shops bzw. Online-Anzeigen-Portalen
- **Infoverhalten bzw. Informationsbeschaffung** vor dem Online-Shopping
- **Bestellabbrüche** bei Online-Shops bzw. Online-Anzeigen-Portalen (Häufigkeit, Gründe)
- Wichtigkeit der **Kriterien** bzw. **Eigenschaften** bei der Auswahl eines Online-Shops bzw. Online-Anzeigen-Portal
- **Lieferung** der Online-Shops bzw. Online-Anzeigen-Portale (Bewertung der Lieferdauer im Inland und Ausland, Bewertung der Lieferkosten etc.)
- **Geräte-Einstieg** zum Online-Shopping, sowie **Tageszeit** und **Ort** beim Online-Shopping
- **Vor- und Nachteile** und Einfluss von **Zusatzservices** beim Online-Shopping
- **Newsletter** der Online-Shops bzw. Online-Anzeigen-Portale

45 Fragen



Am häufigsten wird via Laptop/Notebook online geshoppt.

Geräte, mit denen man in den letzten 12 Monaten online geshoppt hat



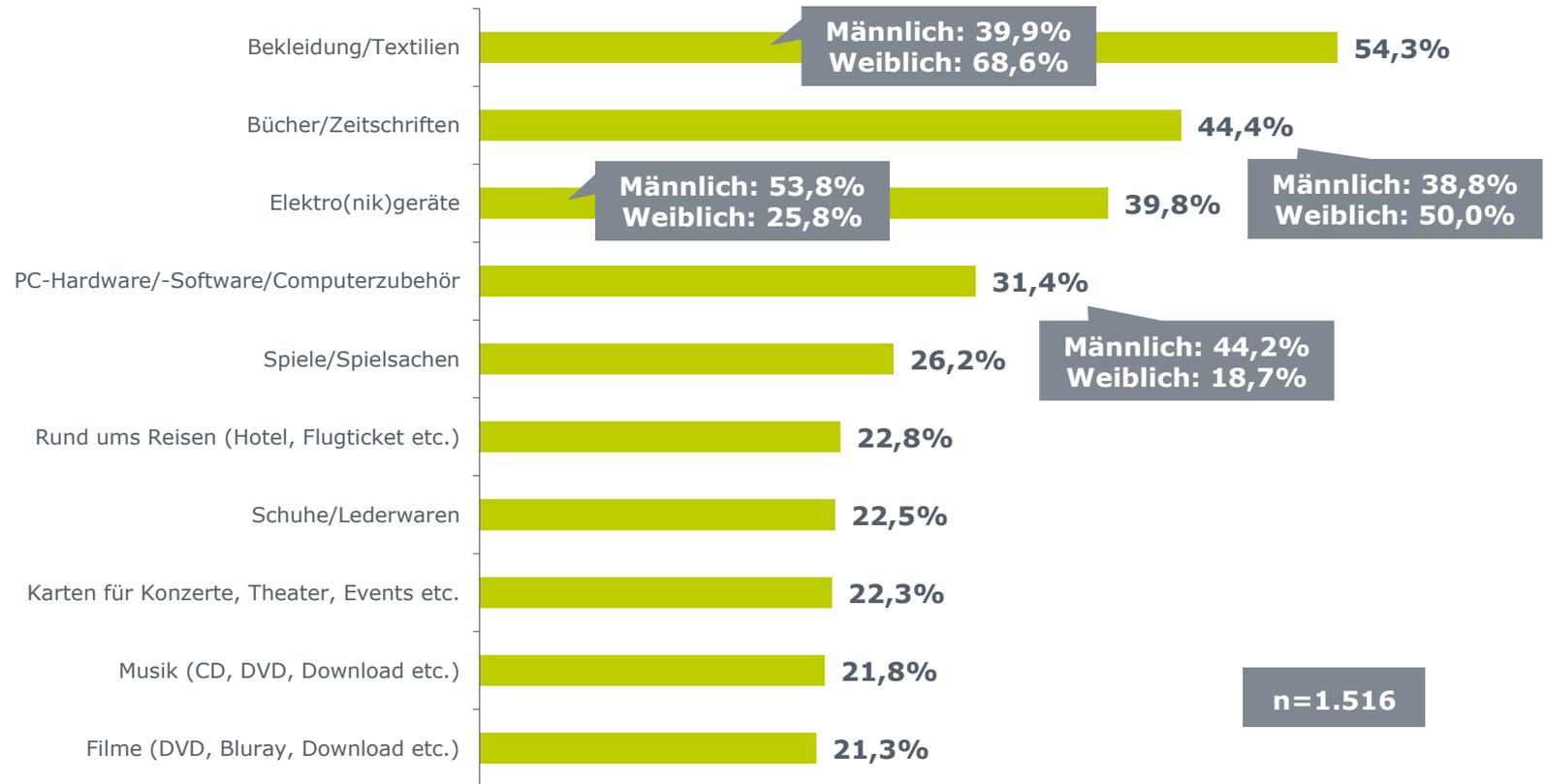
(Basis: Respondenten haben in den letzten 12 Monaten im Internet eingekauft)

Über welche der folgenden Geräte haben Sie innerhalb der letzten 12 Monate im Internet eingekauft bzw. bestellt?



Mehr als die Hälfte der Online-Shopper hat in den letzten 12 Monaten Bekleidung/Textilien online eingekauft.

Innerhalb der letzten 12 Monate online gekaufte Produkte oder Dienstleistungen



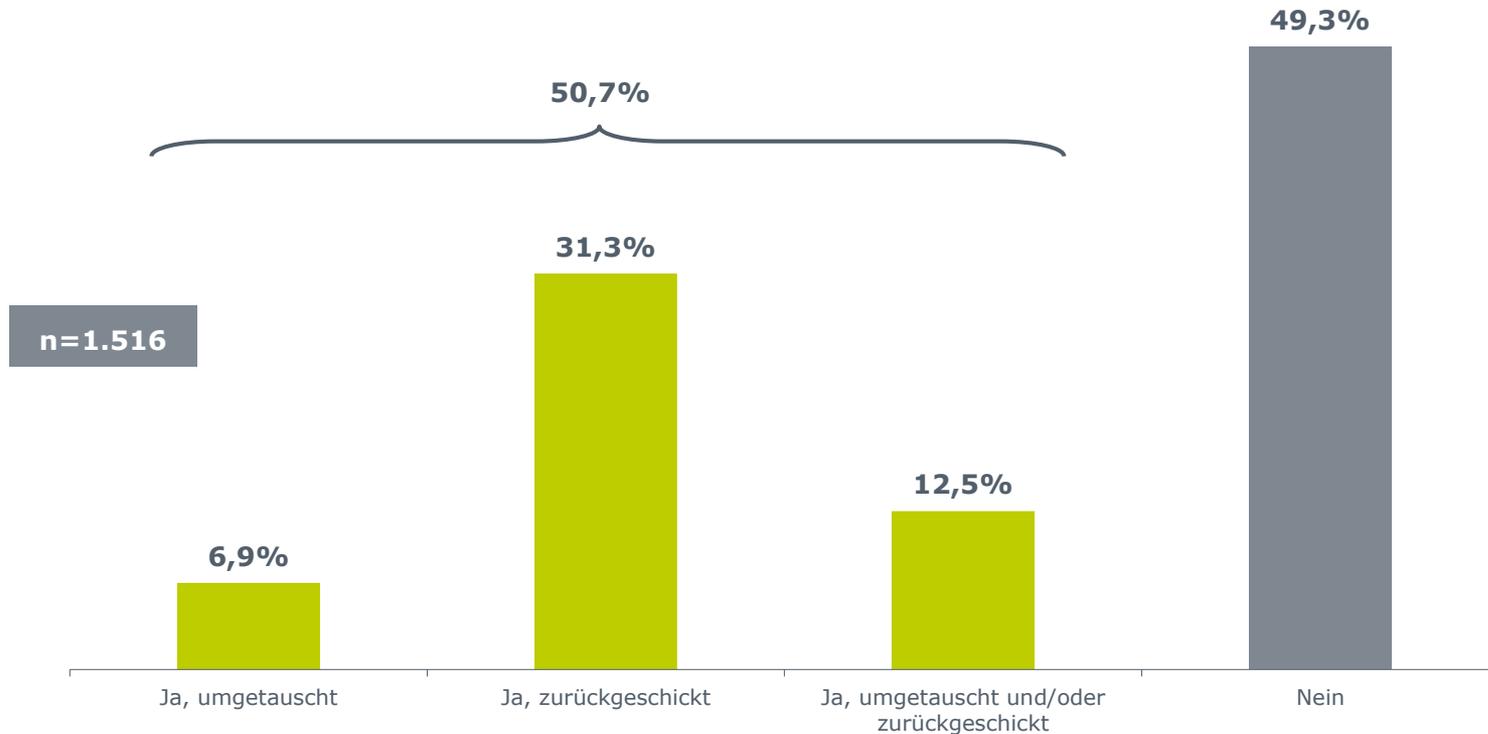
(Basis: Respondenten haben in den letzten 12 Monaten im Internet eingekauft)

Welche Produkte oder Dienstleistungen haben Sie innerhalb der letzten 12 Monate im Internet gekauft bzw. bestellt?



Jeder Zweite hat innerhalb der letzten 12 Monate online bestellte Ware umgetauscht und/oder zurückgeschickt.

Umtausch bzw. Retour-Sendung einer Online-Bestellung innerhalb der letzten 12 Monate



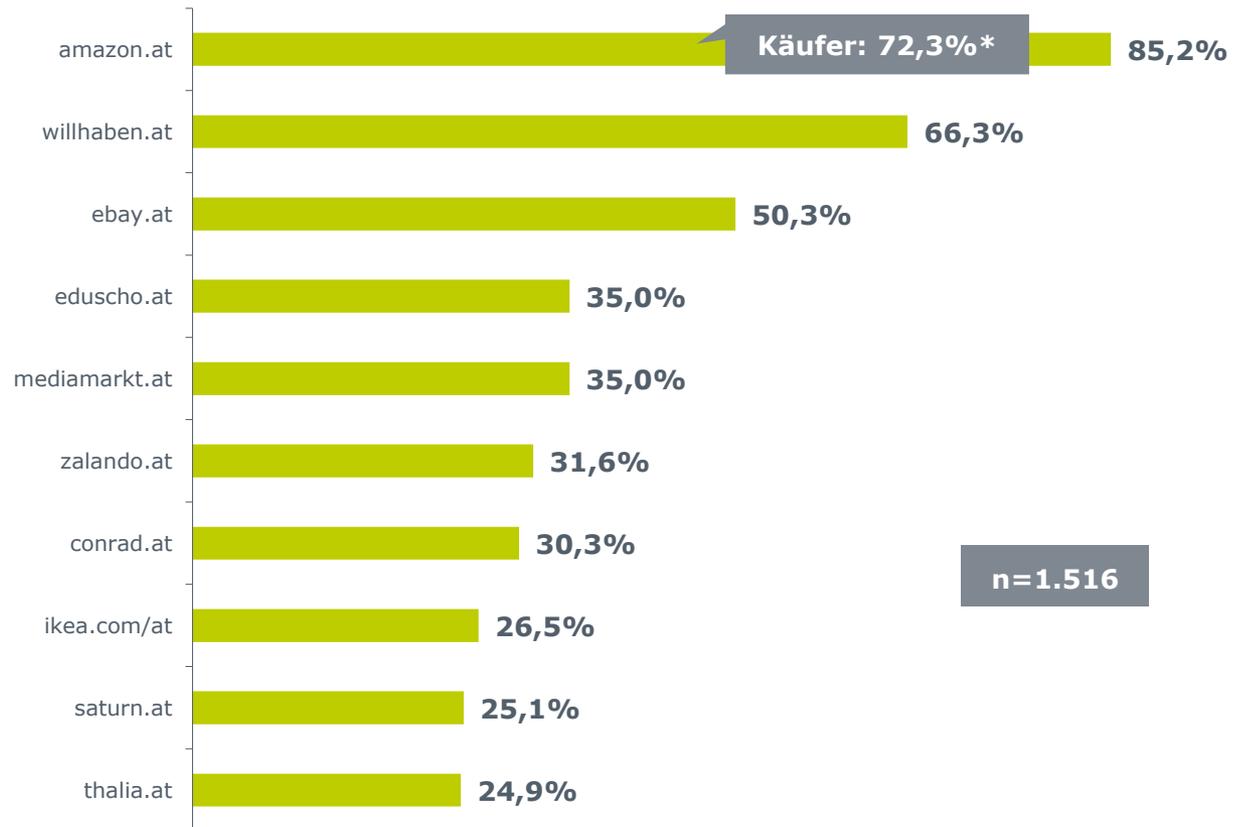
(Basis: Respondenten haben in den letzten 12 Monaten im Internet eingekauft)

Haben Sie innerhalb der letzten 12 Monate eine Bestellung aus dem Internet umgetauscht bzw. zurückgeschickt?



85% der Online-Shopper haben in den letzten 12 Monaten amazon.at besucht.

Top 10 (von 46) besuchte Online-Shops bzw. Online-Kleinanzeigen-Portale in den letzten 12 Monaten



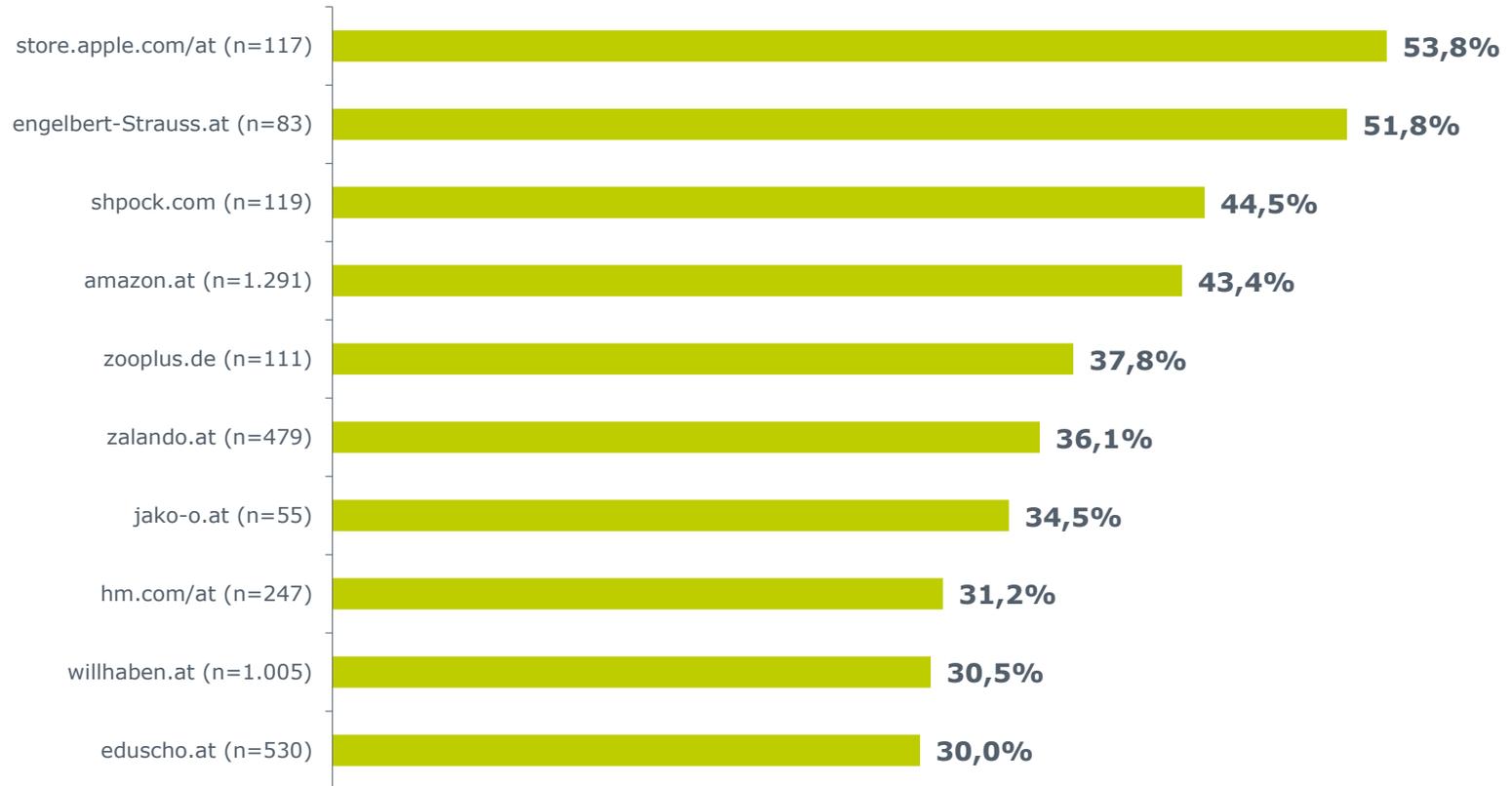
(Basis: Respondenten haben in den letzten 12 Monaten im Internet eingekauft // * haben zumindest einen der genannten Online-Shops/ Online-Kleinanzeigen-Portale in den letzten 12 Monaten besucht)

[...] Welche dieser Online-Shops bzw. Online-Kleinanzeigen-Portale haben Sie innerhalb der letzten 12 Monate besucht?



Apple hat den innovativsten Online-Shop.

Top-Box: bewertet mit "sehr innovativ/ zukunftsorientiert" (5-stufige Skalierung) – Top 10 von 46



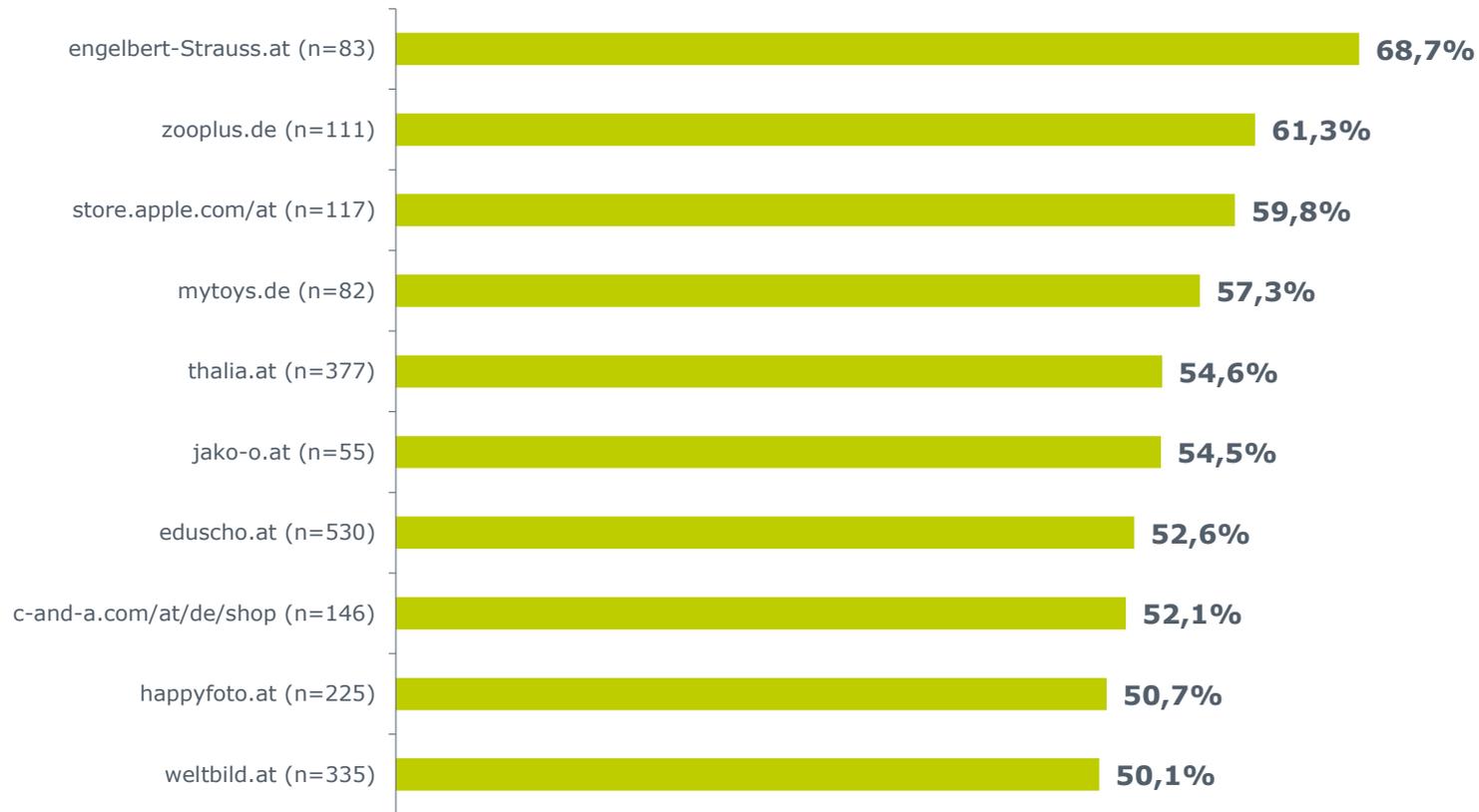
(Basis: Respondenten haben den/ das jeweilige/n Online-Shop/ Online-Kleinanzeigen-Portal in den letzten 12 Monaten besucht)

Inwieweit empfinden Sie die folgenden Online-Shops bzw. Online-Kleinanzeigen-Portale als innovativ/zukunftsorientiert? [...]



Am vertrauenswürdigsten ist der Online-Shop von Engelbert Strauss.

Top-Box: bewertet mit "sehr vertrauenswürdig" (5-stufige Skalierung) – Top 10 von 46



(Basis: Respondenten haben den/ das jeweilige/n Online-Shop/ Online-Kleinanzeigen-Portal in den letzten 12 Monaten besucht)

Wie würden Sie die Vertrauenswürdigkeit der folgenden Online-Shops bzw. Online-Kleinanzeigen-Portale bewerten? [...]



about Marketagent.com



About Marketagent.com ...

Marketagent.com ist Österreichs führendes Online Markt- und Meinungsforschungsinstitut und Vorreiter in der Internet-basierenden Datenerhebung und -analyse. Das eigens rekrutierte 623.000 Personen umfassende Online-Access-Panel (Stand Jänner 2015, plus 400 pro Tag) ist ein wichtiger strategischer Erfolgsfaktor und Ausgangsbasis für zahlreiche erfolgreiche Consulting-Projekte. Marketagent.com konnte innerhalb weniger Jahre zu einem fixen Bestandteil der Marktforschungsszene aufstreben. Zu den Referenzen zählen unter anderem Unternehmen wie A1, die Erste Bank, Drei, Austrian Airlines, bwin.com, die Wirtschaftskammer Wien/Österreich, die Post AG, der ÖAMTC, Claro, OMV, Coca Cola, L'ORÉAL, Nestlé und die NÖM AG.

Die technische Realisierung der Online-Research-Plattform wurde mit einer Jury-Auszeichnung im Rahmen des Multimedia-Staatspreises 2002 ausgezeichnet. Im Februar 2003 folgte ein bronzener Werbe-Hahn für die Bemühungen rund um die Rekrutierung eines Teilnehmer-Pools an Meinungsbildnern und im März der erste Preis bei NÖ Internet-Award der Wirtschaftskammer und Donau Universität Krems. Im Dezember 2004 gewann Marketagent.com den ersten Preis im Gewinn-Jungunternehmer-Wettbewerb, Kategorie e-biz.



Das Online Access Panel von Marketagent.com

Bei einem Online Access Panel handelt es sich um einen Kreis von web-aktiven Personen, die sich bereit erklärt haben, wiederholt an Online-Untersuchungen teilzunehmen. Im Gegensatz zu Telefonbüchern oder Post-Adresslisten existieren im Internet bislang keine zentralen Register von eMail-Adressen, die zur Ziehung von Online-Samples genutzt werden können. Als "work around" bietet sich der Aufbau zentral gepflegter Pools befragungswilliger Internet-Anwender (sogenannte "Online-Access-Panels") an. Ähnlich wie bei traditionellen Offline-Panels stehen die registrierten Mitglieder hierbei sowohl für ad hoc-Befragungen, als auch für Längsschnittbefragungen dem Institut zur Verfügung.

Das Marketagent.com Online-Access-Panel besteht gleichermaßen aus passiv wie aktiv rekrutierten Internet-Nutzern. Die Probanden werden sowohl über entsprechende Aktivitäten im Internet (beispielsweise mittels Werbebanner und Links auf anderen Websites) angeworben, als auch über klassische Methoden (beispielsweise mittels Call-Center) offline rekrutiert. Durch eine Vielzahl an verschiedenen Maßnahmen wird dadurch ein weiter Kreis an web-aktiven Personen in Österreich, Deutschland und der Schweiz angesprochen. Die Maßnahmen zur Akquisition von neuen Mitgliedern umfassen die Schaltung von Werbebannern auf sehr unterschiedlichen Websites, den Eintrag in Suchmaschinen und entsprechenden Internet-Angeboten zu diesem Thema, Pressemeldungen, Gewinnspiel-Sponsoring sowie den regelmäßig durchgeführten Website-Tests auf verschiedensten Portalen im WorldWideWeb.



**Dominique Ertl, Mag.
d.ertl@marketagent.com
+43 (0) 2252 – 909 009 – 27**

**Mühlgasse 59
A-2500 Baden**

www.marketagent.com

