

# MARKETAGENT.COM

Digitale Markt- und Meinungsforschung



## Shopper-Report 2015

online vs. offline



**HEROLD.at**

SWV – Short Web Version  
Baden, im März 2015

---

**PART I**

# Konsumenten- Befragung



**HEROLD.at**

**MARKETAGENT.COM**  
Digitale Markt- und Meinungsforschung

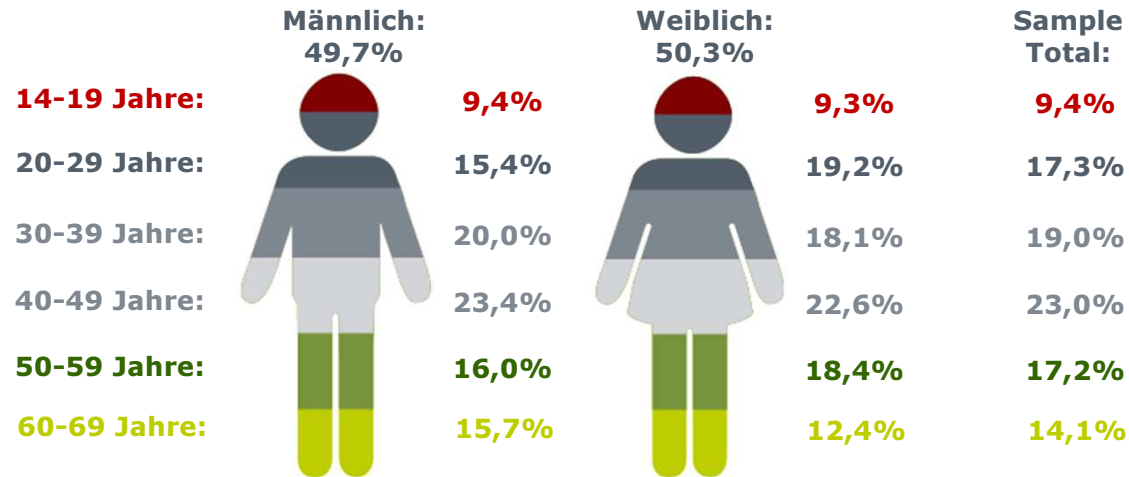
## Studiensteckbrief | Konsumenten-Befragung:

---

- **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 = 768 Netto-Interviews, Random Selection nach Quoten
- **Erhebungszeitraum:** 27.01.2015 – 12.02.2015
- **Screening:** Alter, Häufigkeit von Online-Shopping in den letzten 12 Monaten
- **Zielgruppe:** Online-Käufer
- **Grundgesamtheit:** web-aktive Personen aus Österreich zwischen 14 und 69 Jahren
- **Incentives:** geldwerte Bonuspunkte
- **Umfang:** 30 geschlossene Fragen
- **Studienleitung:** Marketagent.com, Mag. Andrea Berger, a.berger@marketagent.com



# Sample-Zusammensetzung in der Kernzielgruppe (n=704 Online Shopper):

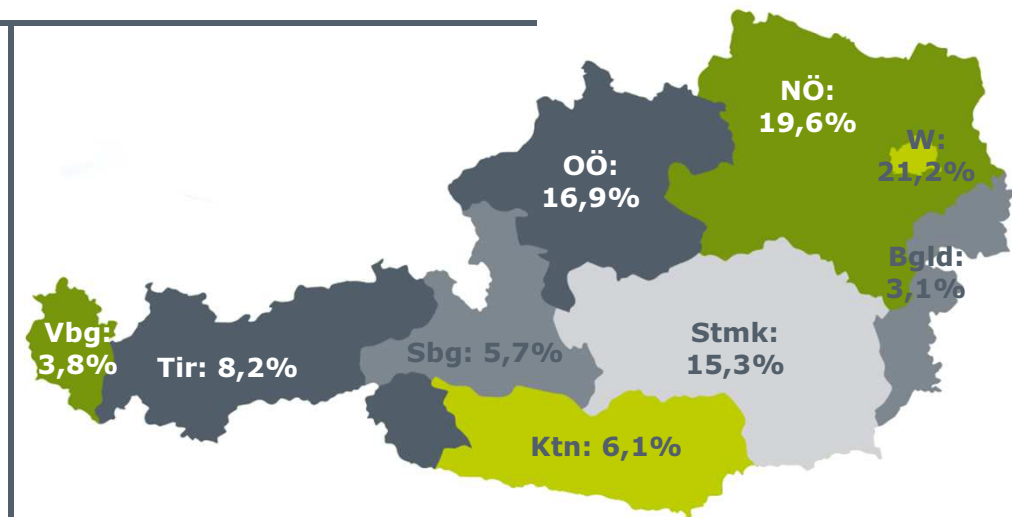


## Ausbildungsniveau:

Allg. Pflichtschule: 21,9%

Lehre/ Fachschule: 48,3%

Matura/ Uni: 29,8%

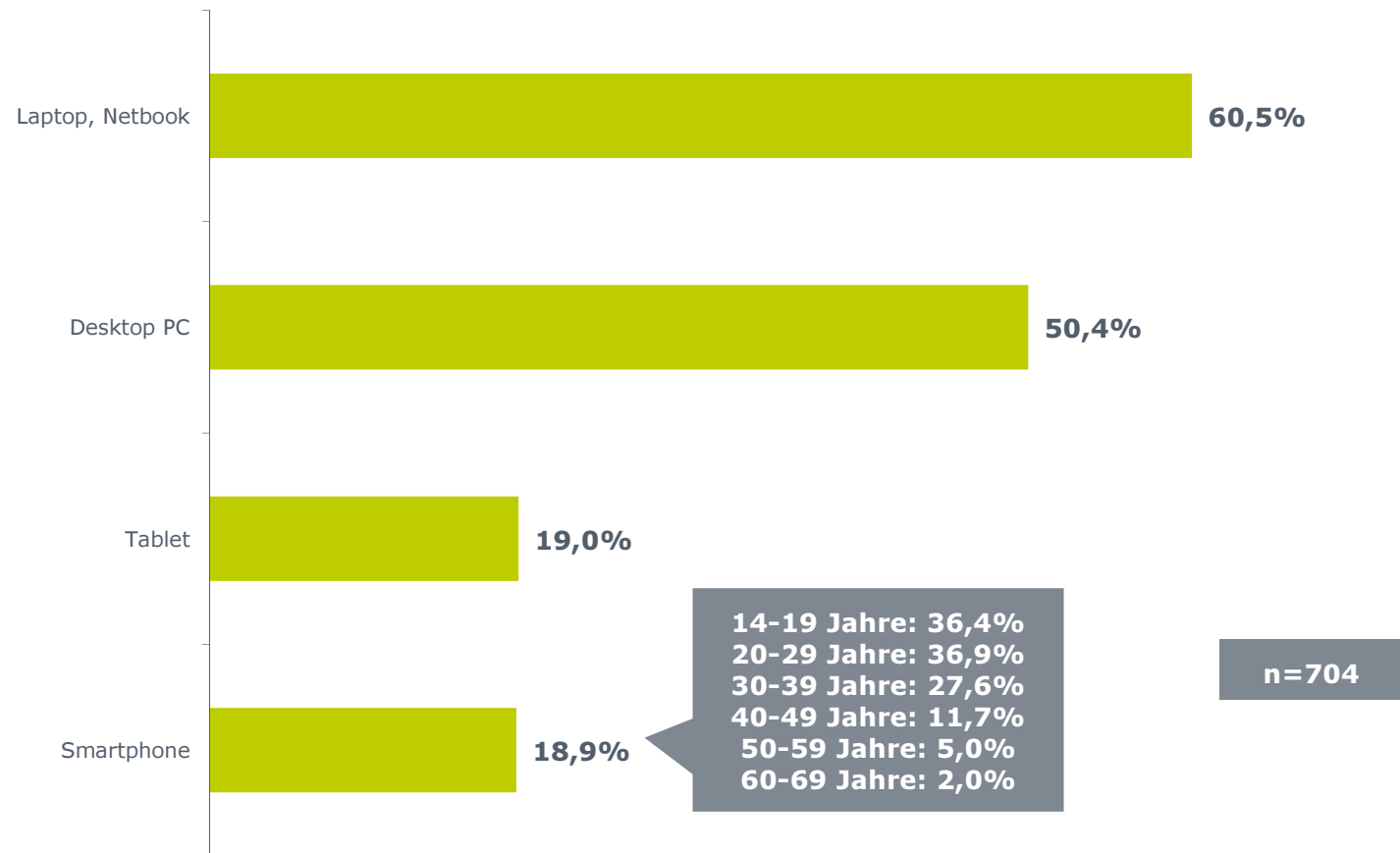


**HEROLD.at**

**MARKETAGENT.COM**  
Digitale Markt- und Meinungsforschung

# Die meisten Online-Einkäufe werden via Laptop/Netbook getätigt.

Geräte, über die man online shoppt



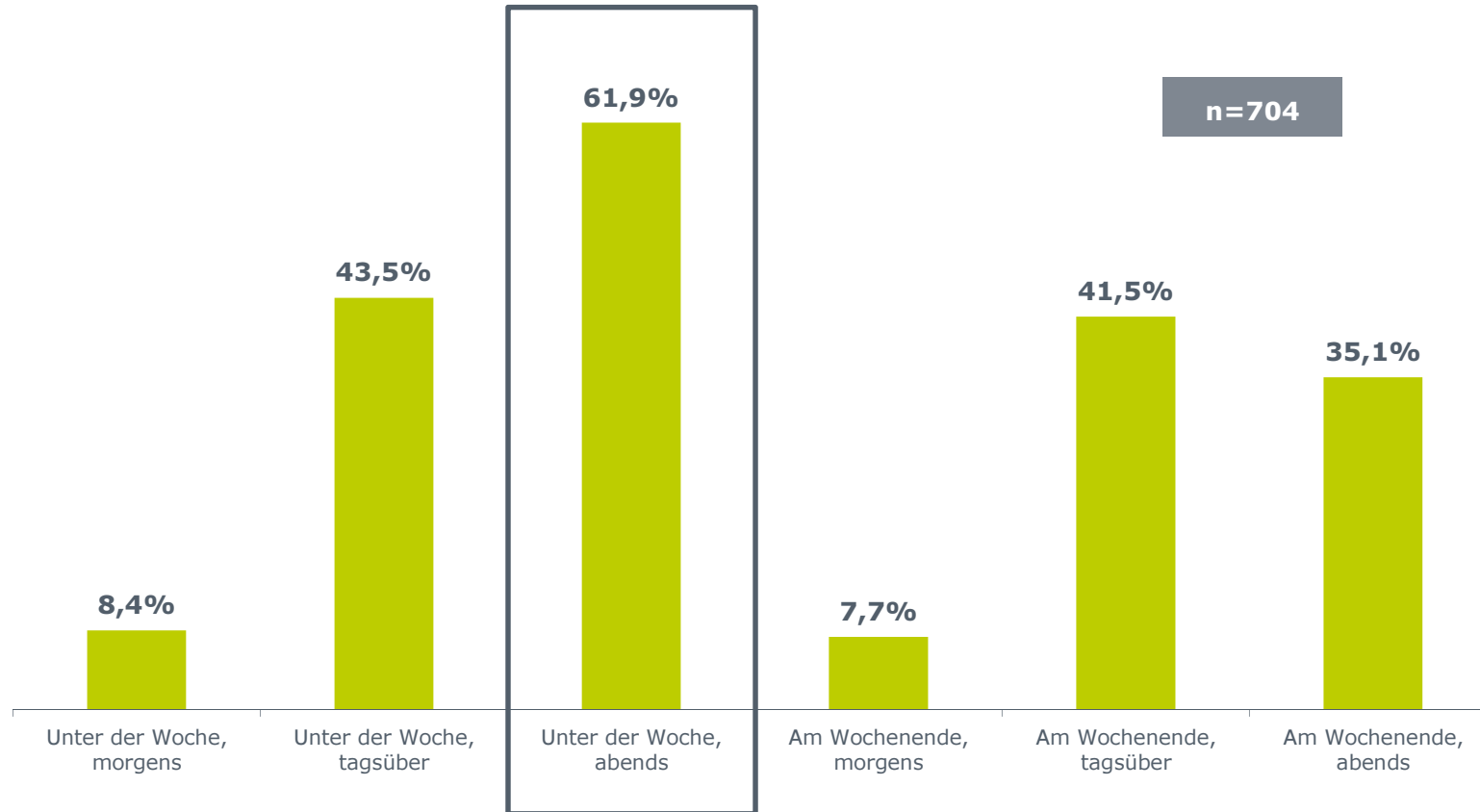
(Basis: Respondenten haben in den letzten 12 Monaten zumindest einmal im Internet eingekauft)

Über welche Geräte erledigen Sie zumindest fallweise Online-Einkäufe?



# Am liebsten shoppt man abends unter der Woche im Internet.

Zeitpunkt des Online-Shoppings



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

Wann erledigen Sie für gewöhnlich Ihre Online-Einkäufe bzw. informieren sich online über Produkte?



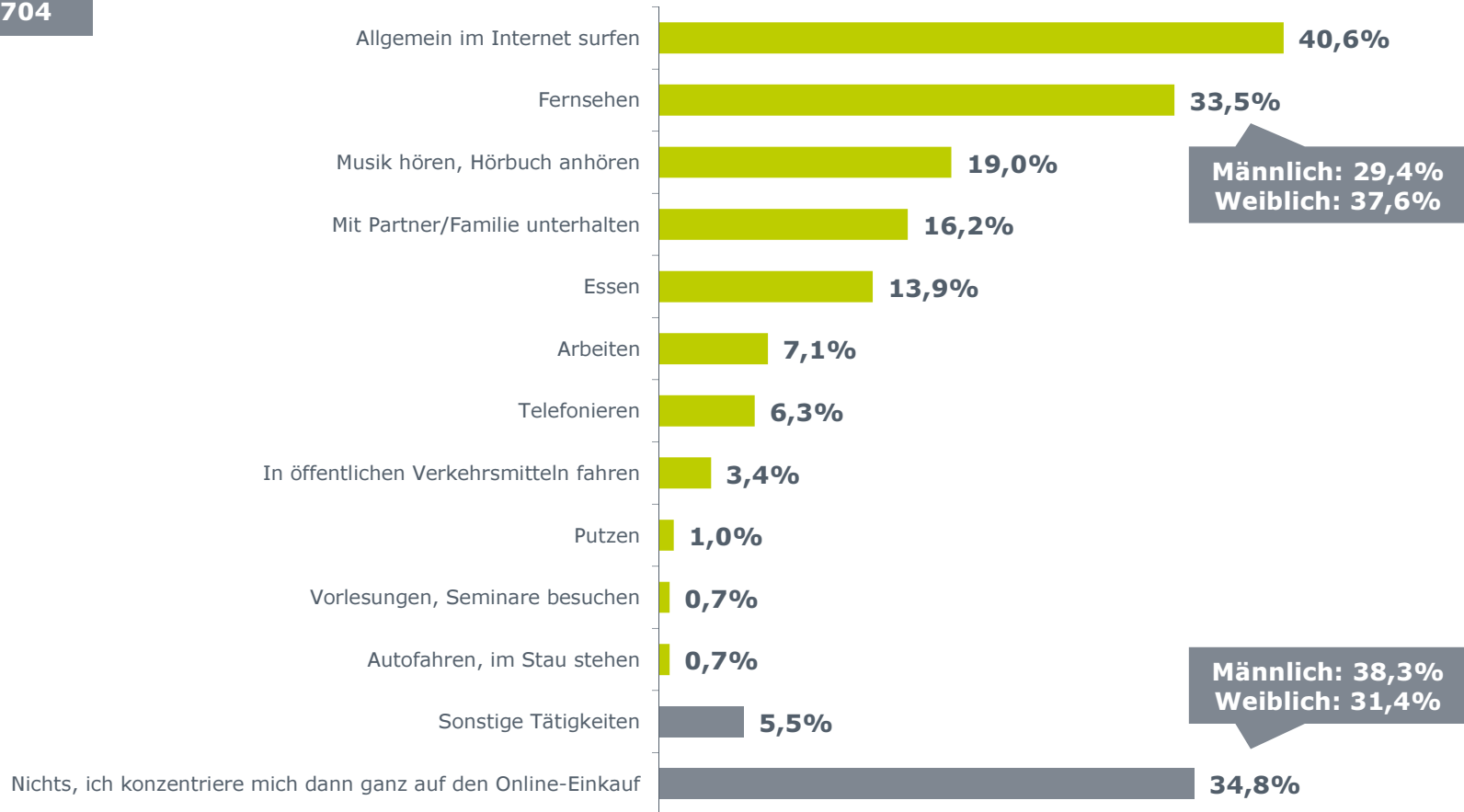
**HEROLD.at**

**MARKETAGENT.COM**  
Digitale Markt- und Meinungsforschung

# 4 von 10 surfen neben dem Online-Shopping im Internet, 1/3 sieht dabei fern.

n=704

## Tätigkeiten neben dem Online-Shopping



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

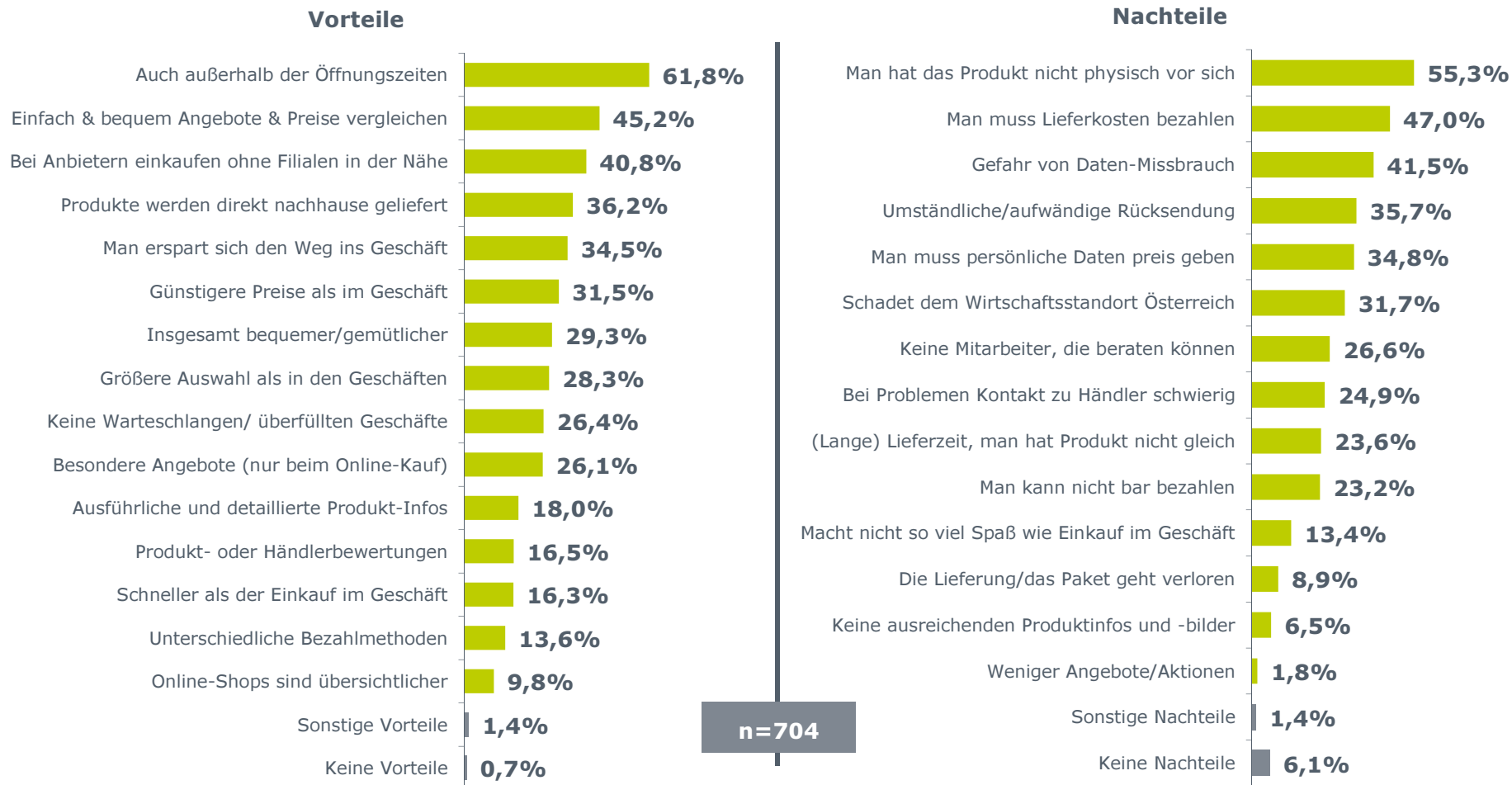
Was tun Sie (nebenbei), wenn Sie Online-Einkäufe tätigen?



HEROLD.at

MARKETAGENT.COM  
Digitale Markt- und Meinungsforschung

## Vor- vs. Nachteile beim Online-Shopping:



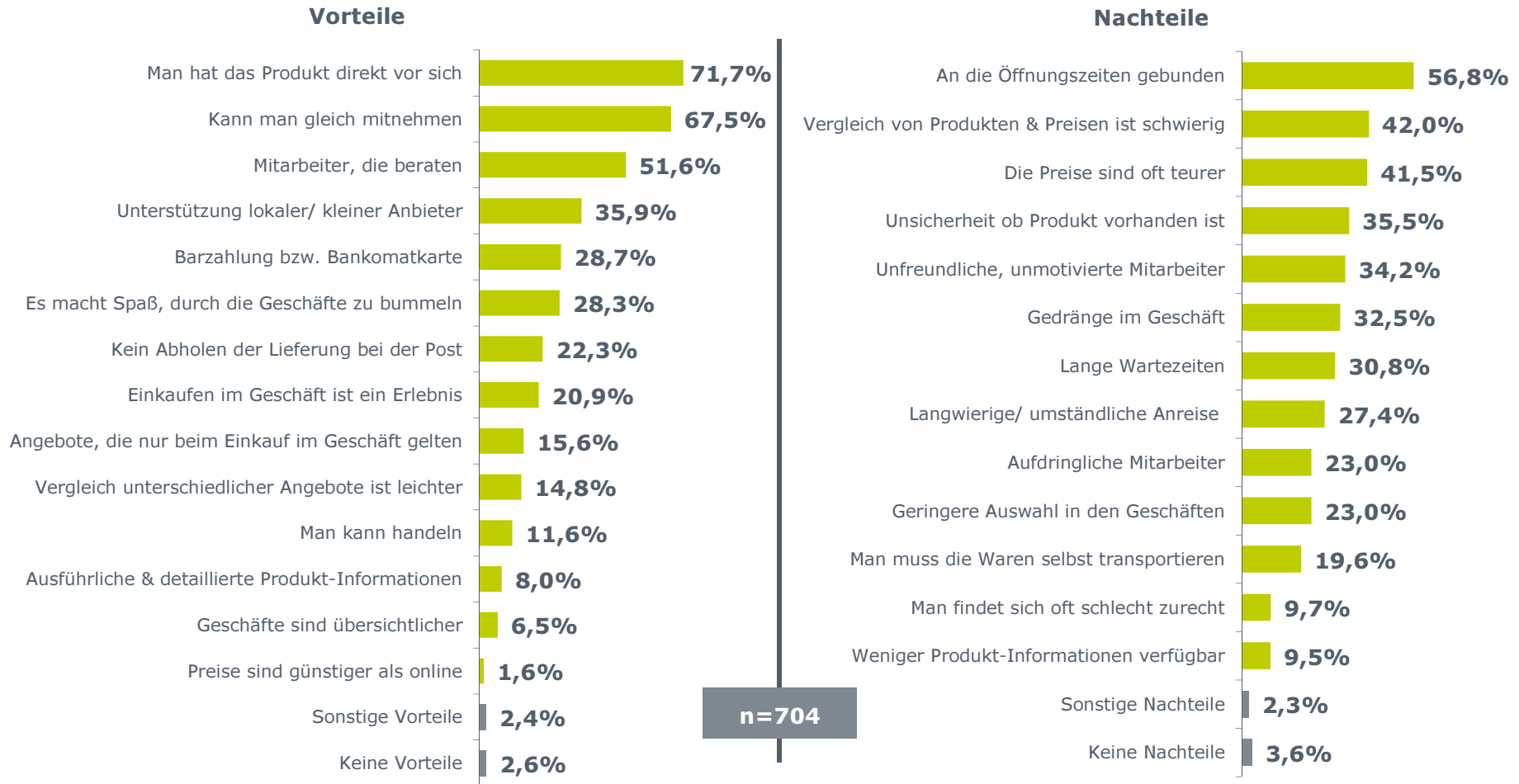
(Basis: Respondenten haben in den letzten 12 Monaten zumindest einmal im Internet eingekauft)

**Was sind Ihrer Ansicht nach die größten Vorteile / Nachteile von Online Shopping? [...]**





# Vor- vs. Nachteile beim Offline-Shopping:



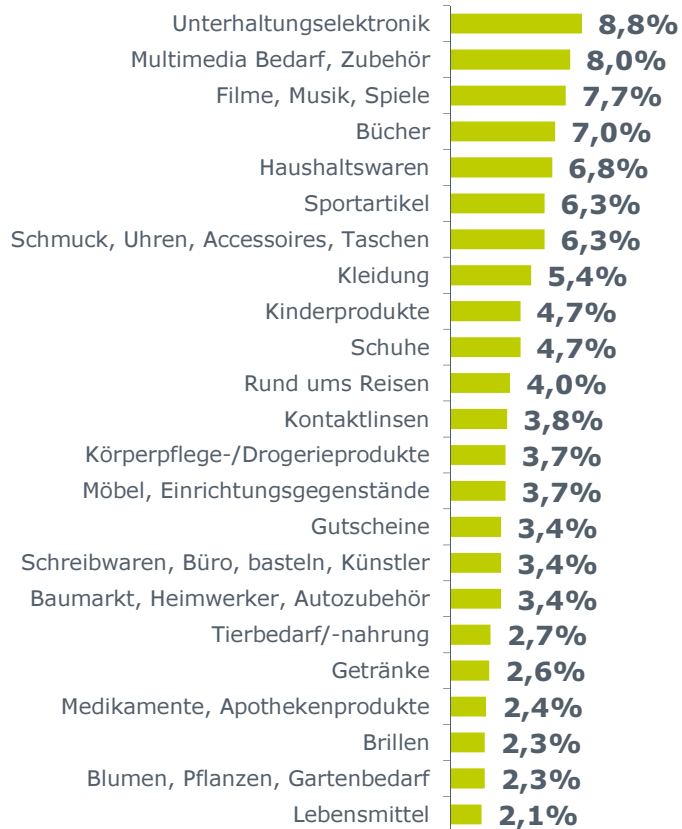
(Basis: Respondenten haben in den letzten 12 Monaten zumindest einmal im Internet eingekauft)

[...] Was sind Ihrer Ansicht nach die größten Vorteile / Nachteile beim Einkauf im Geschäft? [...]

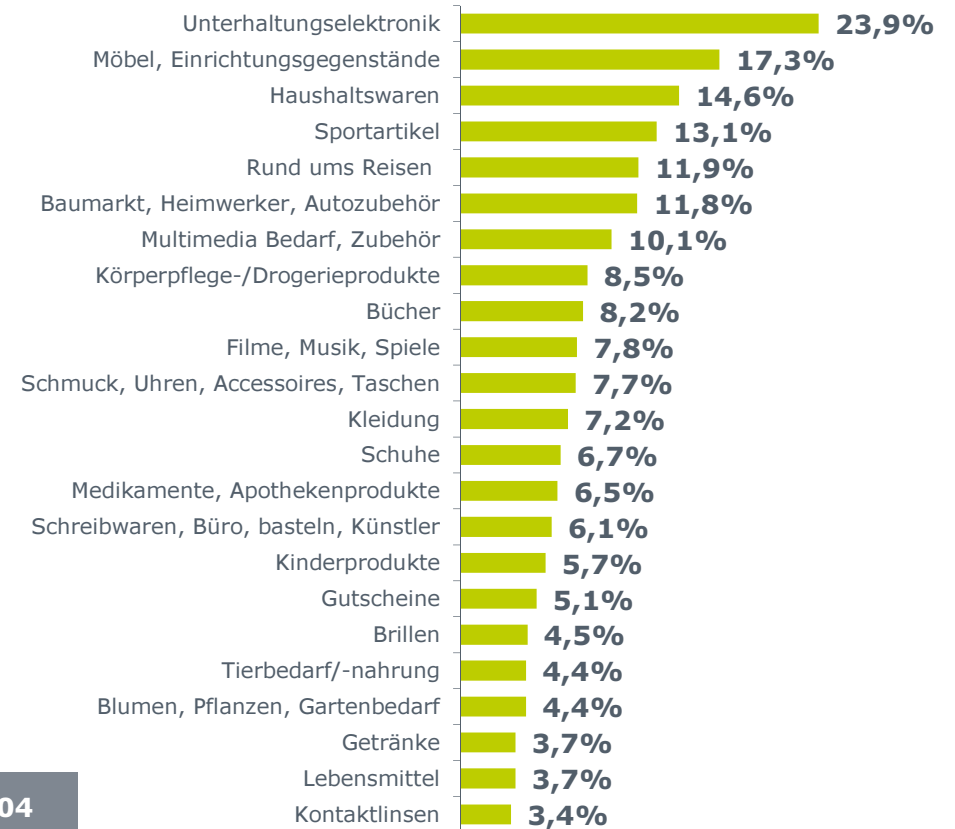


# Beratungs- vs. Informations-Diebstahl:

## Information im Geschäft, Kauf im Internet



## Information im Internet, Kauf im Geschäft



n=704

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

Wenn Sie die folgenden Produkte kaufen möchten - wie gehen Sie dann meistens dabei vor? [...]

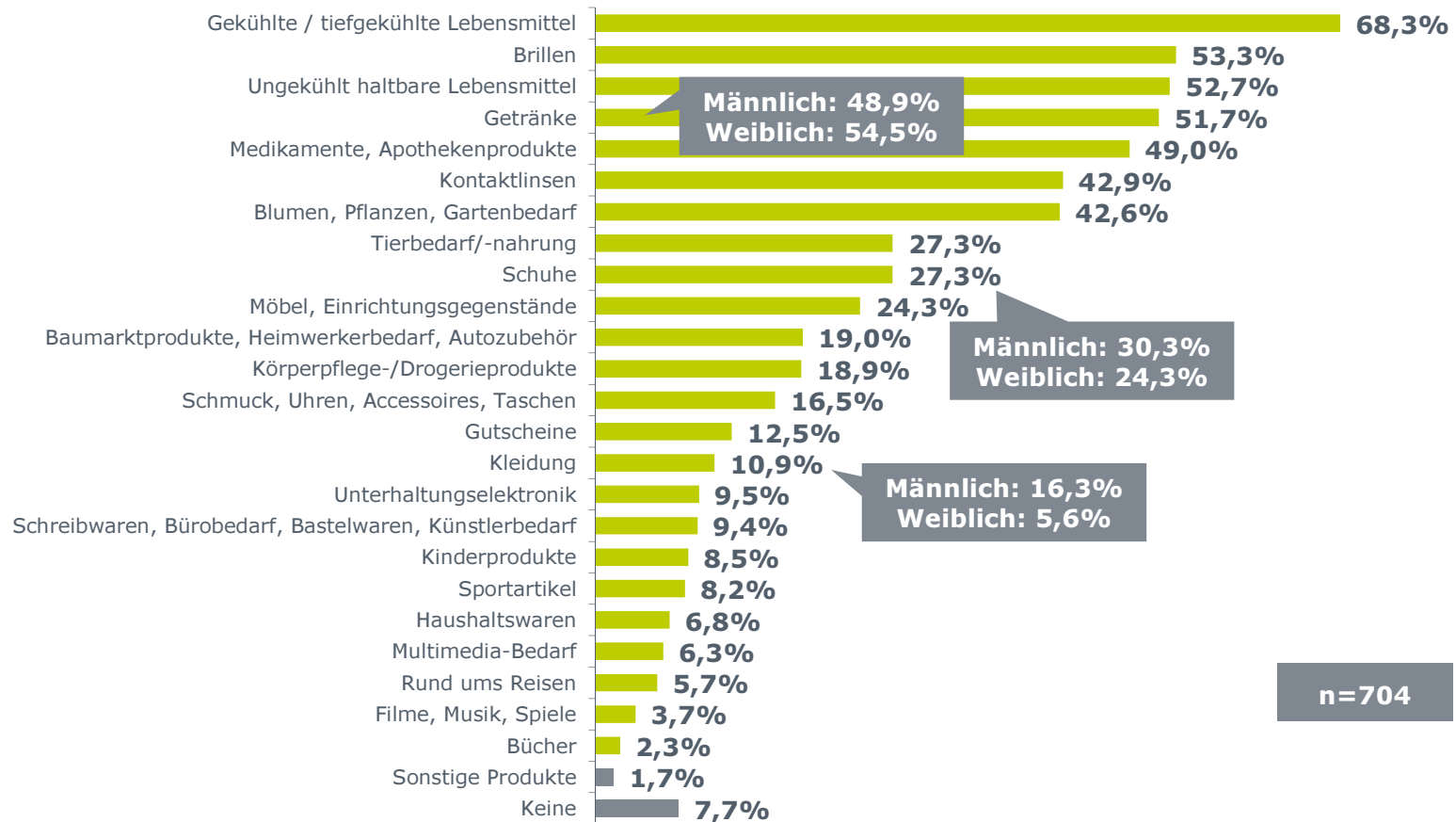


**HEROLD.at**

**MARKETAGENT.COM**  
Digitale Markt- und Meinungsforschung

# Für 68% ist der Online-Einkauf von (tief)gekühlten Lebensmitteln tabu.

## Produkte, die man niemals online kaufen würde



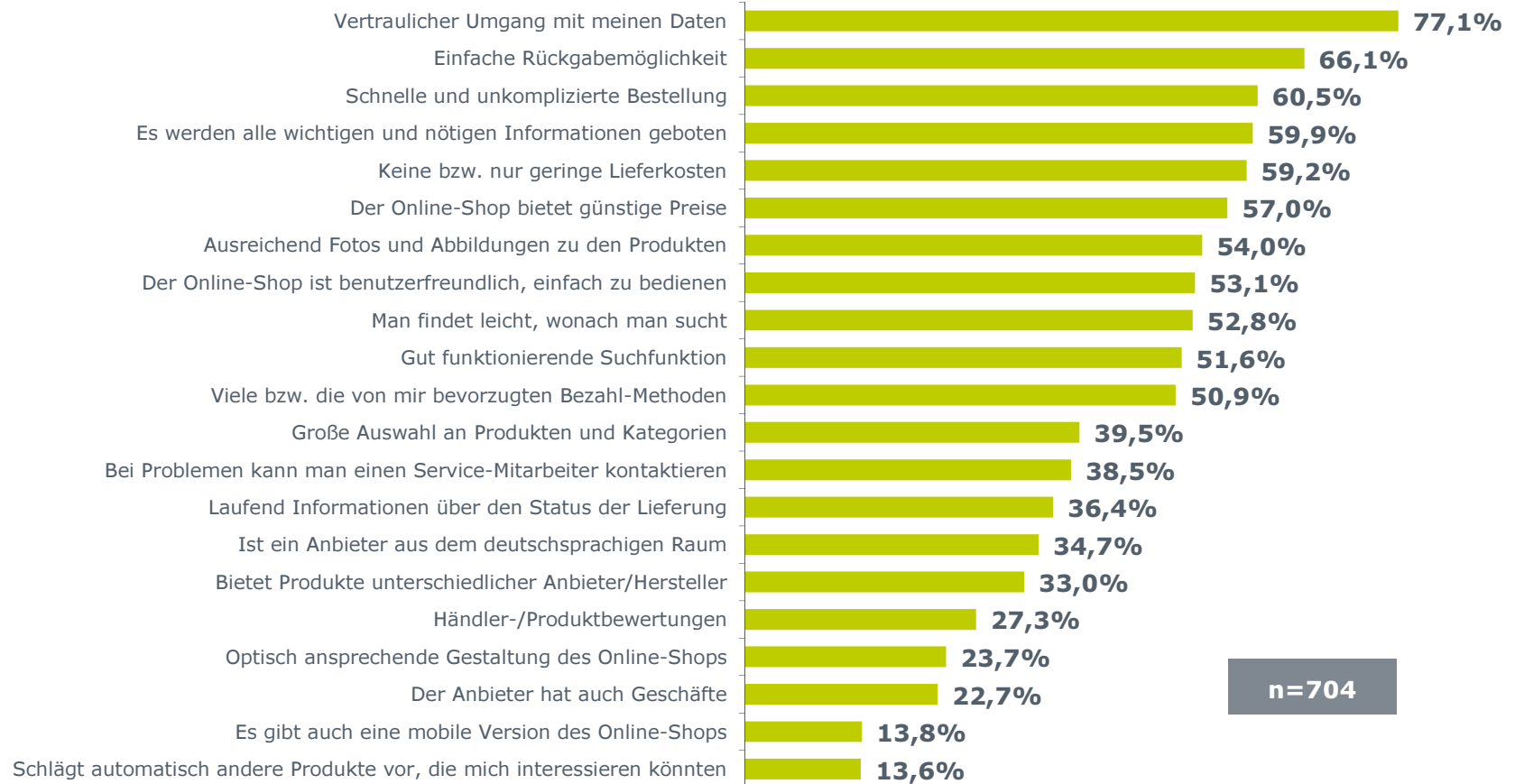
(Basis: Respondenten haben in den letzten 12 Monaten zumindest einmal im Internet eingekauft)

**Gibt es Produkte, die Sie niemals online kaufen würden? Und wenn ja, welche?**



# Am wichtigsten bei Online-Shops ist der vertrauliche Umgang mit den Daten.

## Top-Box: bewertet mit "sehr wichtig" (5-stufige Skalierung)



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

**Was ist Ihnen bei einem Online-Shop besonders wichtig? Was muss ein Online-Shop bieten, damit Sie dort einkaufen? [...]**

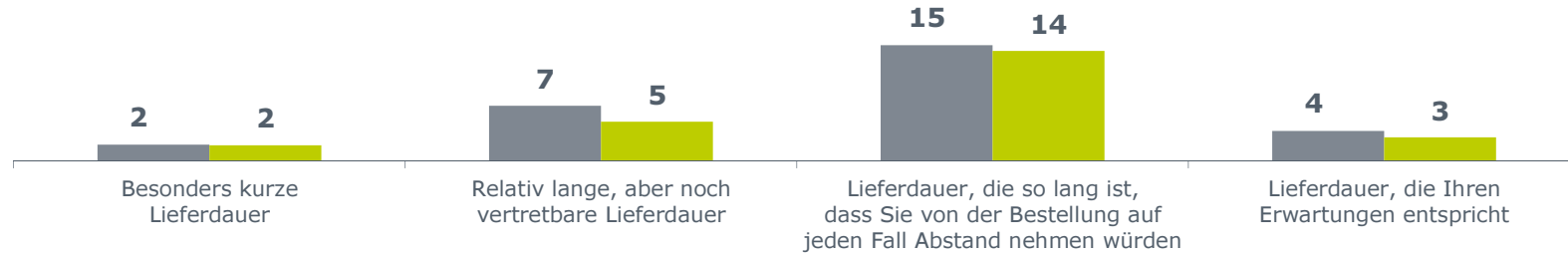


**HEROLD.at**

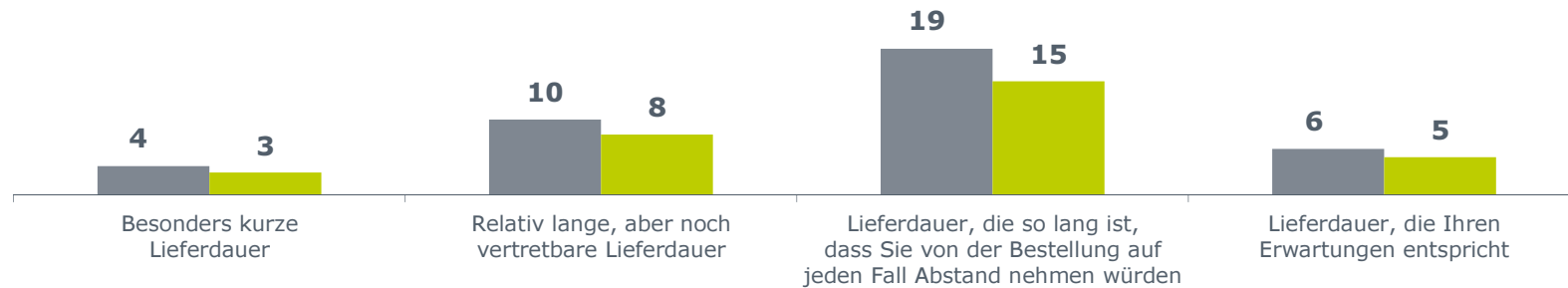
**MARKETAGENT.COM**  
Digitale Markt- und Meinungsforschung

# Angemessene Lieferzeit (in Tagen):

## Innerhalb Österreichs



## Aus dem Ausland bestellte Waren



■ Mittelwert ■ Median

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

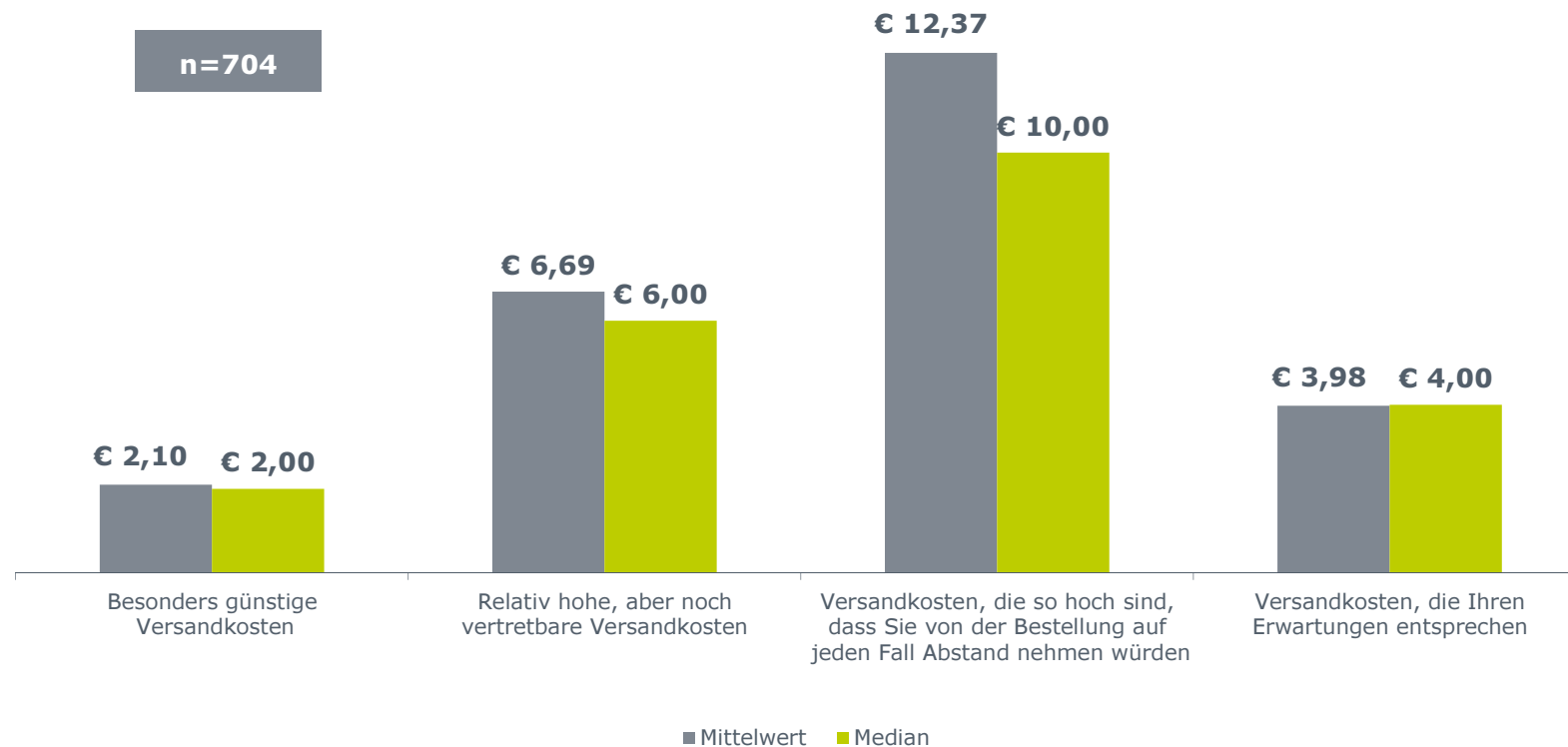
**[...] Welche Lieferzeit ist Ihrer Ansicht nach angemessen? Bitte denken Sie dabei zunächst an Bestellungen, die nur innerhalb Österreichs verschickt werden, also Inlands-Bestellungen. [...] / Welche Lieferzeit ist Ihrer Meinung nach angemessen, wenn das Produkt im Ausland bestellt wird bzw. aus dem Ausland geliefert werden muss? [...]**



**HEROLD.at**

**MARKETAGENT.COM**  
Digitale Markt- und Meinungsforschung

# Lieferkosten für eine Online-Bestellung innerhalb Österreichs:



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

[...] Angenommen, Ihre Bestellung in einem Online-Shop hat insgesamt die Größe eines Standardpaketes.  
[...] Welche wären Ihrer Ansicht nach angemessene Kosten für den Versand dieser Paket-Lieferung (innerhalb Österreichs)? [...]

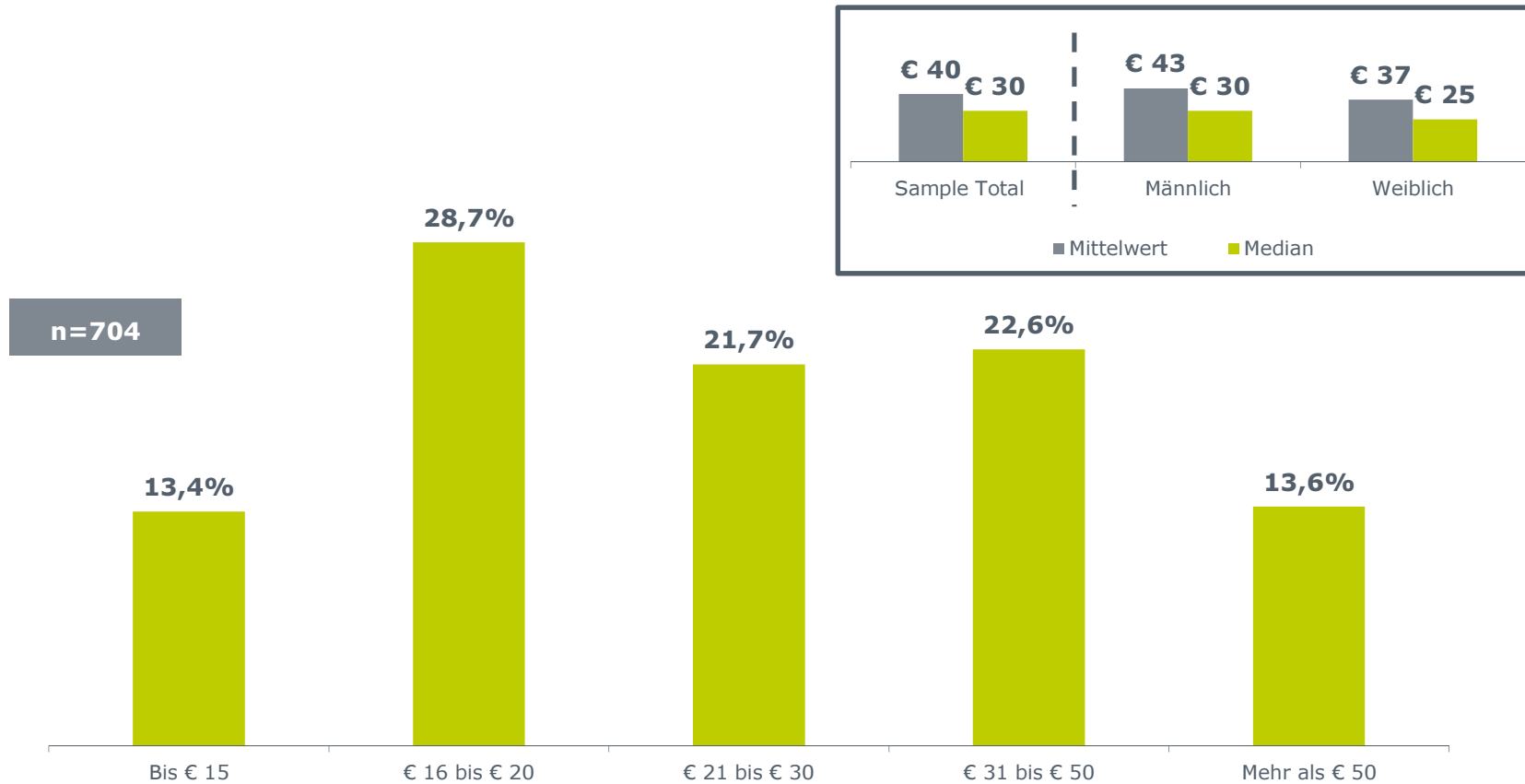


HEROLD.at

MARKETAGENT.COM  
Digitale Markt- und Meinungsforschung

# Im Mittel sollte der Versand ab einem Bestellwert von € 30 kostenlos sein.

Bestellwert, ab dem der Versand kostenfrei sein sollte

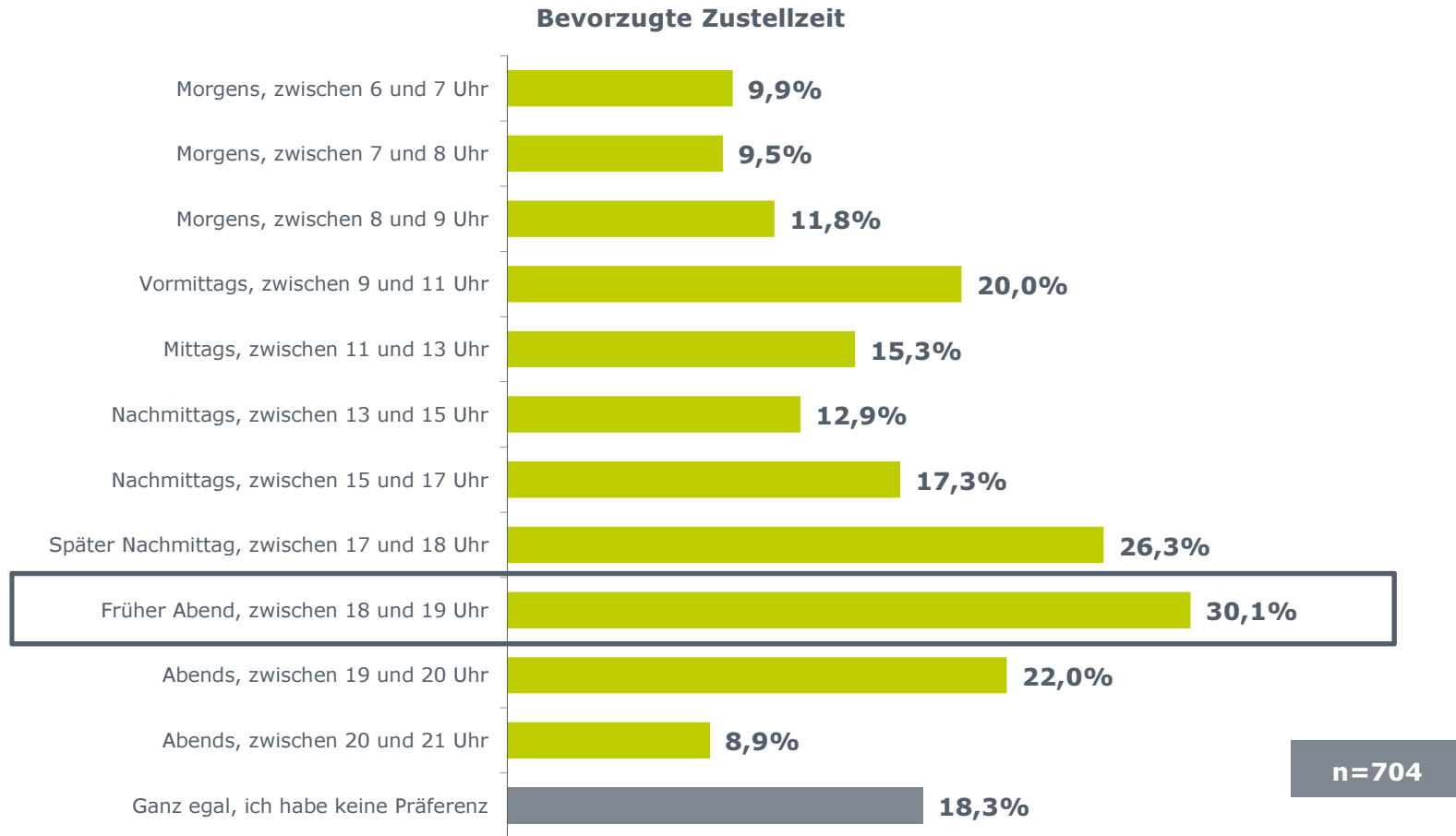


(Basis: Respondenten haben in den letzten 12 Monaten zumindest einmal im Internet eingekauft)

Ab welchem Bestellwert sollte Ihrer Meinung nach der Versand bzw. die Zustellung von Online-Bestellungen kostenfrei sein?



## 3 von 10 würden die Lieferung am liebsten zwischen 18 und 19 Uhr erhalten.



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

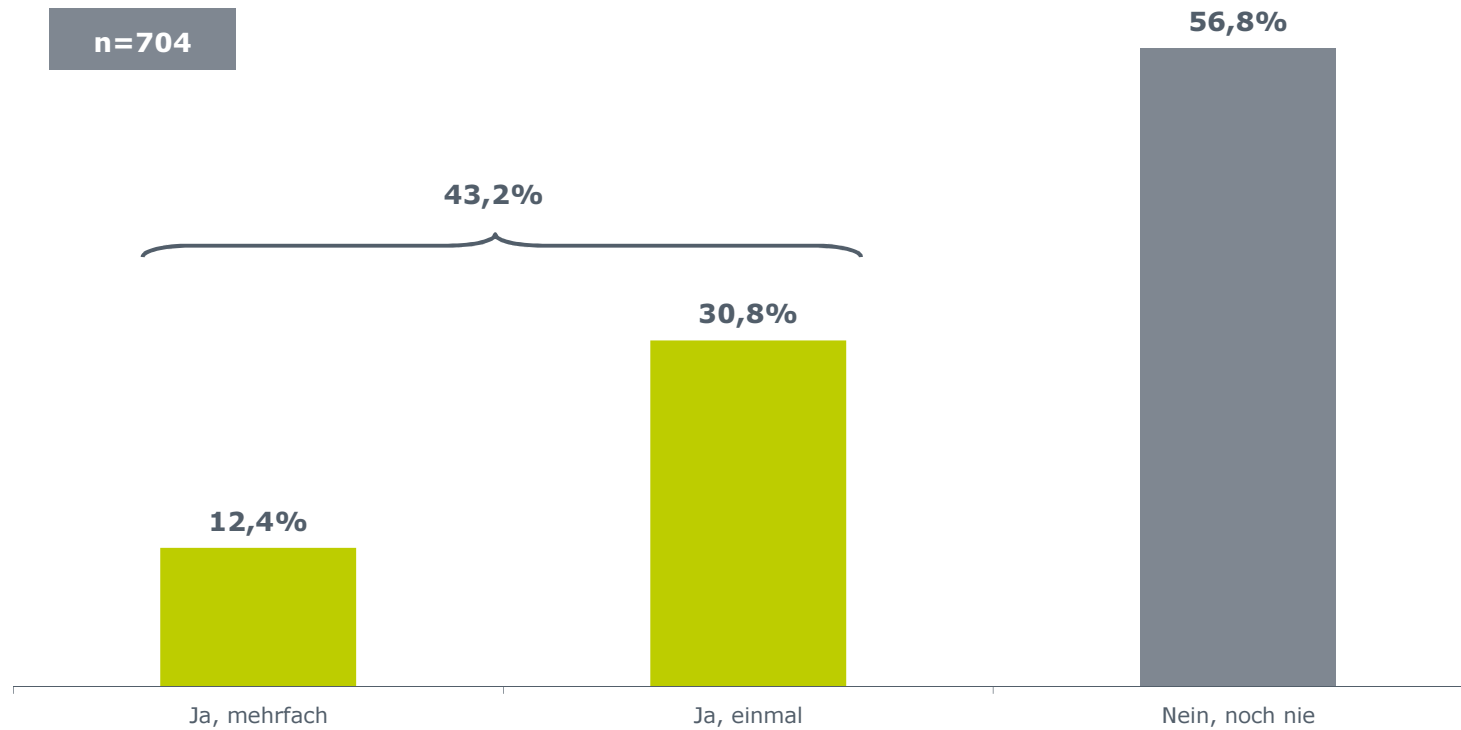
**Welche ist für Sie die bevorzugte Zustellzeit für eine Online-Bestellung? Wann wäre es für Sie am besten, dass die Bestellung geliefert wird? [...]**





# Mehr als die Hälfte hat noch nie schlechte Erfahrungen mit Online-Shopping gemacht.

## Schlechte Erfahrungen mit Online-Shopping



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

**Haben Sie selbst schon einmal schlechte Erfahrungen mit Online Shopping gemacht?**

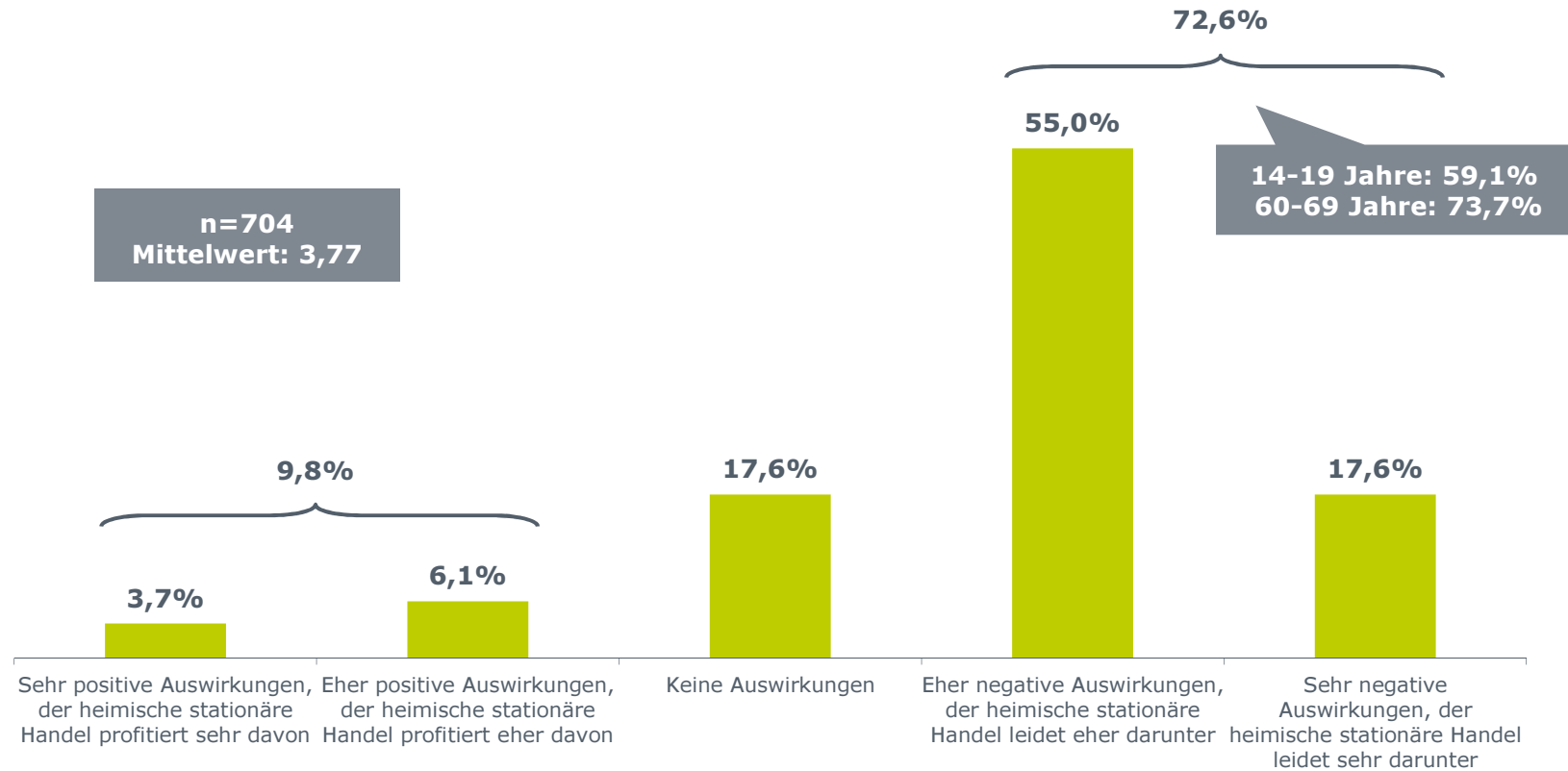


**HEROLD.at**

**MARKETAGENT.COM**  
Digitale Markt- und Meinungsforschung

# Knapp 3/4 befürchten negative Auswirkungen auf den heimischen stationären Handel durch internationale Online-Shops.

## Auswirkungen von internationalen Online-Shops auf den heimischen stationären Handel



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

**Welche Auswirkungen, denken Sie, haben ausländische bzw. internationale Online-Shops auf den heimischen stationären Handel?**

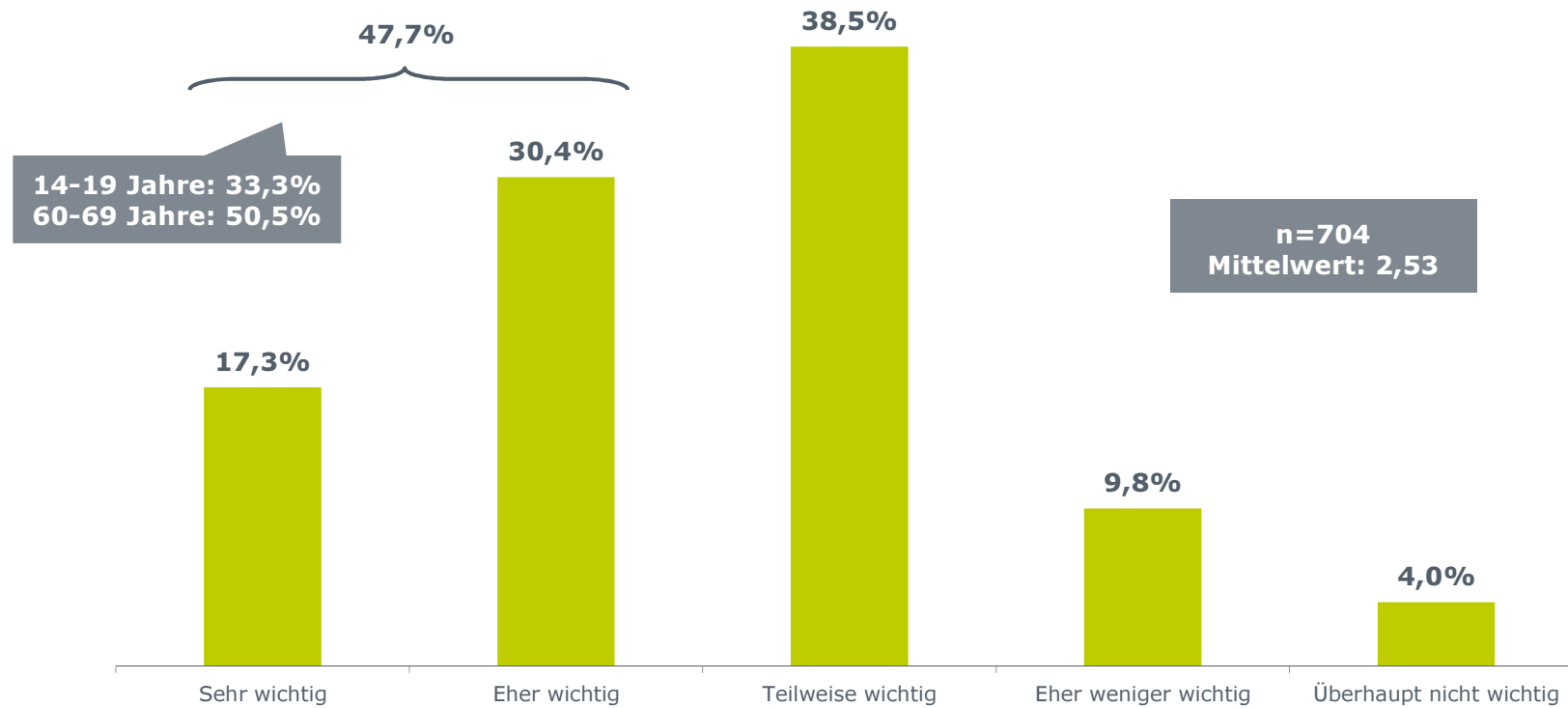


**HEROLD.at**

**MARKETAGENT.COM**  
Digitale Markt- und Meinungsforschung

# Knapp der Hälfte der Befragten ist die Unterstützung lokaler Anbieter (eher) wichtig.

Wichtigkeit der Unterstützung lokaler Anbieter



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

Wie wichtig ist es Ihnen persönlich, durch Ihre Einkäufe (kleine) lokale Anbieter, Anbieter "um's Eck" zu unterstützen?

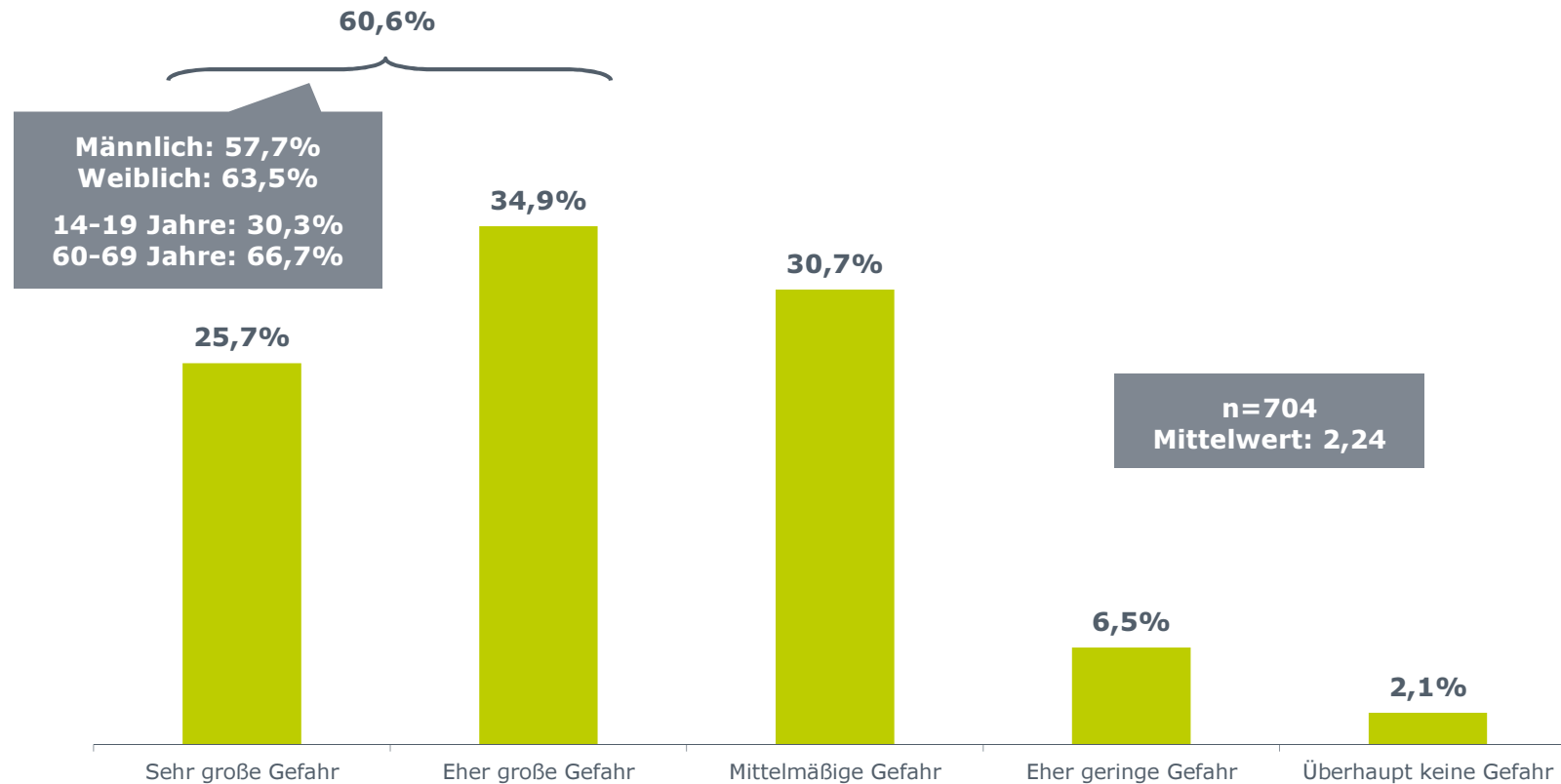


HEROLD.at

MARKETAGENT.COM  
Digitale Markt- und Meinungsforschung

# 6 von 10 schätzen die Gefahr der „sterbenden Innenstädte“ als (eher) groß ein.

Einschätzung der Gefahr der "sterbenden Innenstädte"



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

Wie groß schätzen Sie die Gefahr der "sterbenden Innenstädte" ein? Damit meinen wir die Gefahr, dass immer mehr Geschäfte im innerstädtischen Bereich schließen müssen, wodurch der Leerstand zunimmt.



HEROLD.at

MARKETAGENT.COM  
Digitale Markt- und Meinungsforschung



# Händler- Befragung



## Studiensteckbrief | Händler-Befragung:

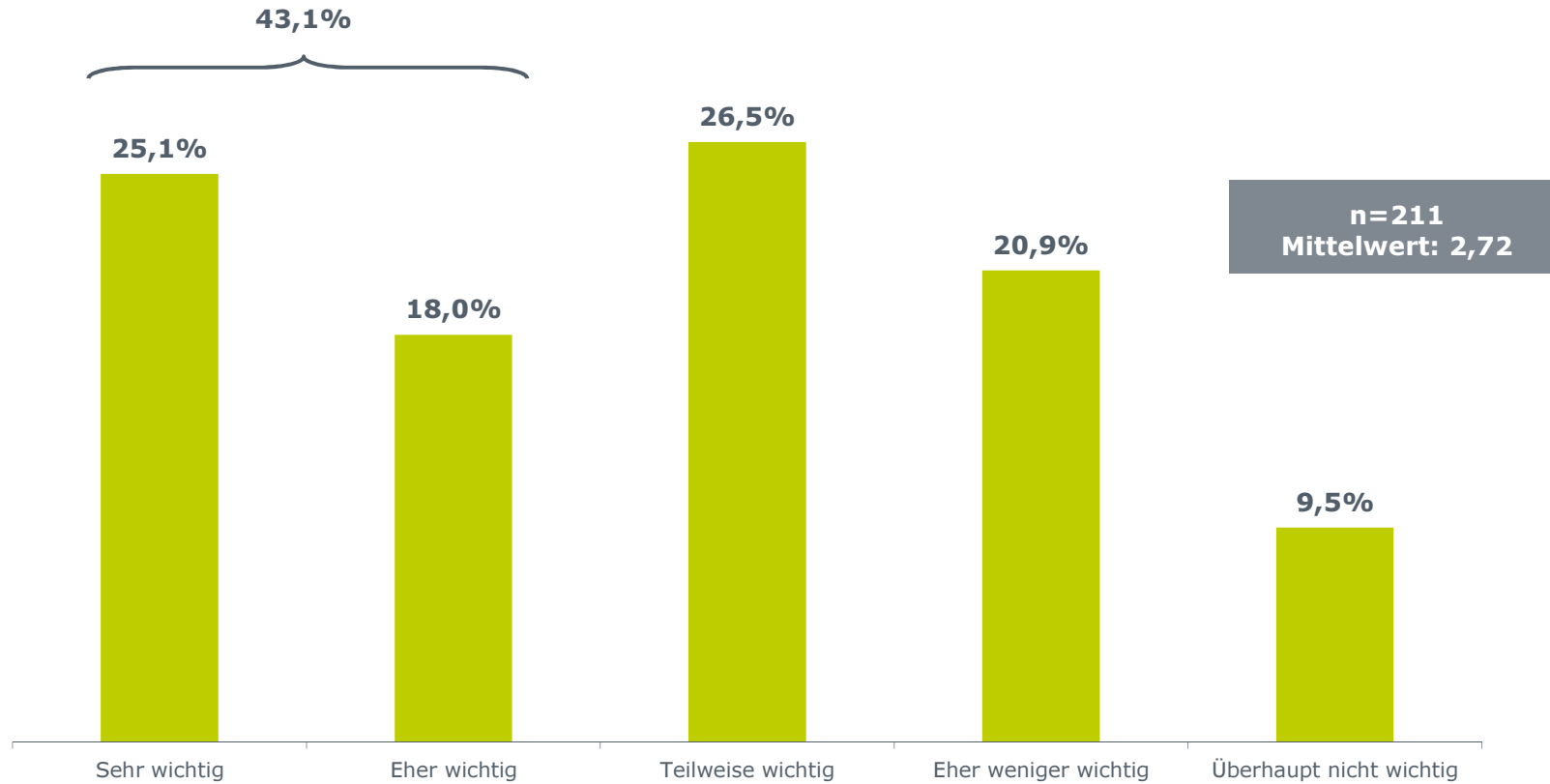
---

- **Methode:** Computer Assisted Web Interviews (CAWI)
- **Instrument:** Online-Interviews über die Marketagent.com reSEARCH Plattform
- **Respondenten:** B2B Newsletter-Empfänger von Herold
- **Sample-Größe:** n = 211 Netto-Interviews in der Kernzielgruppe
- **Erhebungszeitraum:** 04.02.2015 – 16.02.2015
- **Screening:** Berufstätigkeit, Handels-Tätigkeit, Entscheidungsbefugnis
- **Zielgruppe:** Handel ist Teil der unternehmerischen Tätigkeit
- **Grundgesamtheit:** B2B Newsletter-Empfänger von Herold
- **Incentives:** Umfrageergebnisse
- **Umfang:** 22 geschlossene Fragen
- **Studienleitung:** Marketagent.com, Mag. Andrea Berger, a.berger@marketagent.com



# Für 43% ist e-Commerce ein (eher) wichtiges Thema im Unternehmen.

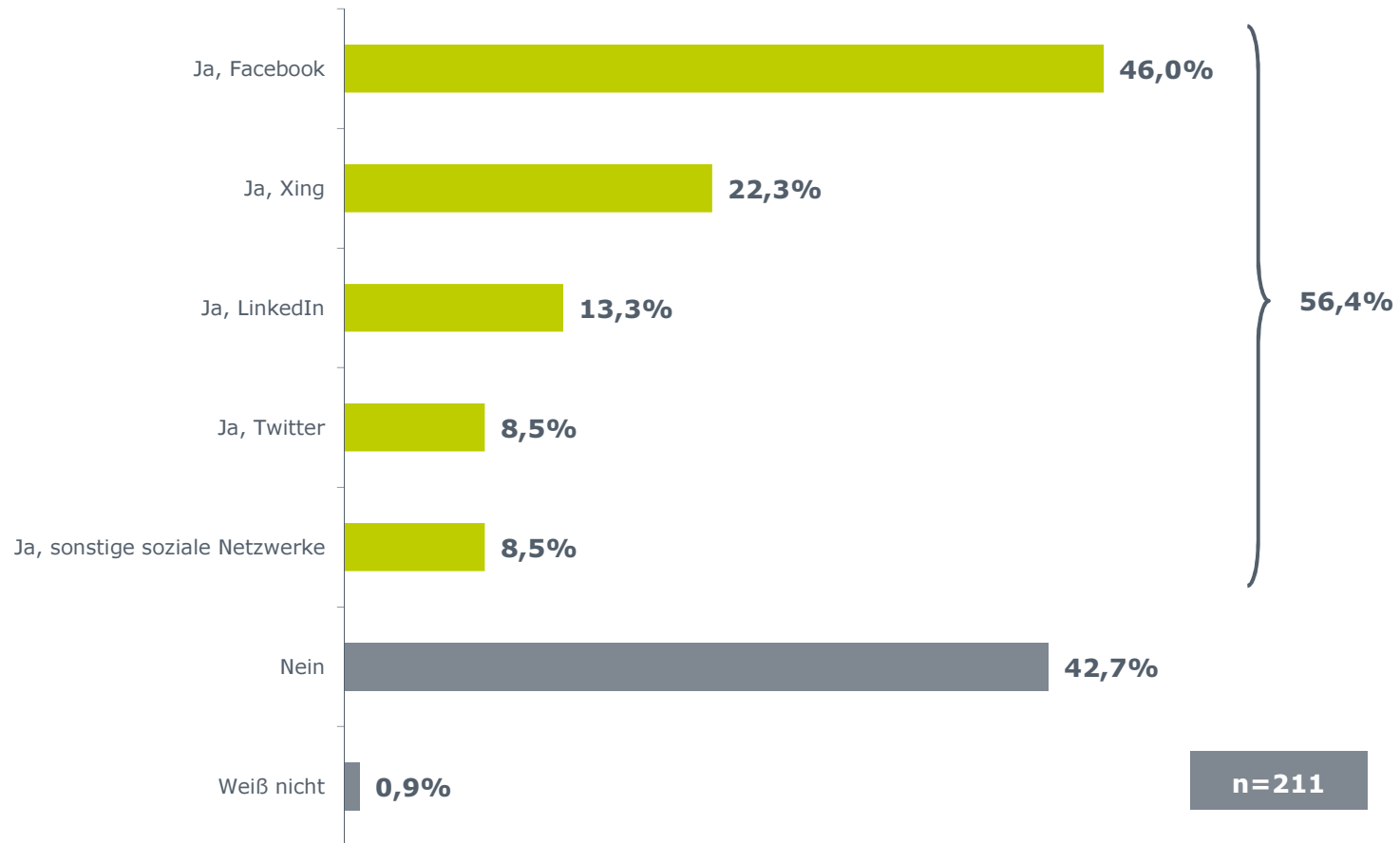
Wichtigkeit von e-Commerce für das Unternehmen



Wie wichtig ist das Thema e-Commerce für Ihr Unternehmen ganz allgemein? [...]

# Mehr als die Hälfte der Unternehmen nutzen soziale Netzwerke.

Nutzung sozialer Netzwerke durch das Unternehmen

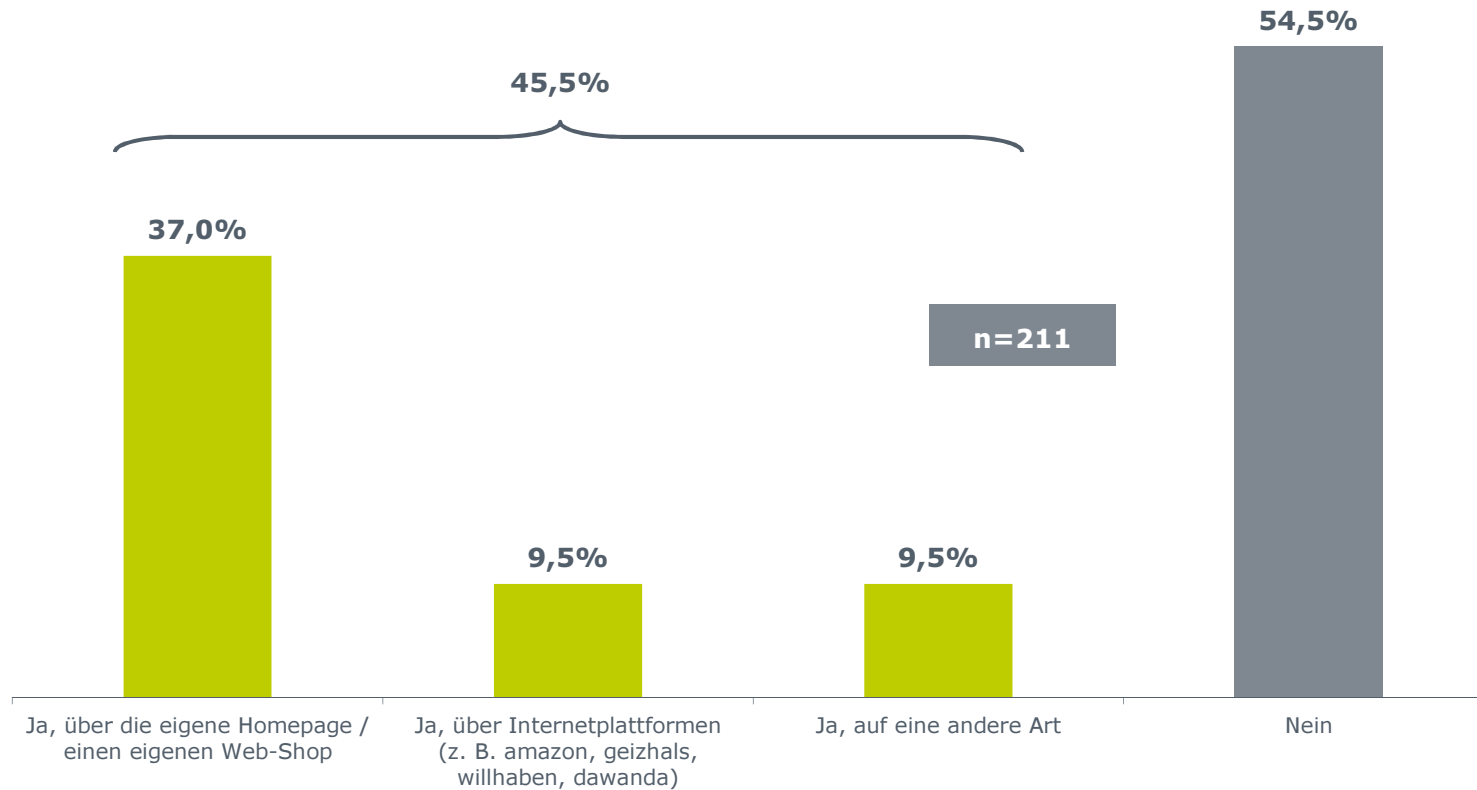


Nutzt Ihr Unternehmen soziale Netzwerke wie Xing, Facebook, Twitter, LinkedIn etc.?



# 46% vertreiben Dienstleistungen bzw. Produkte über das Internet.

## Online-Vertrieb durch das Unternehmen



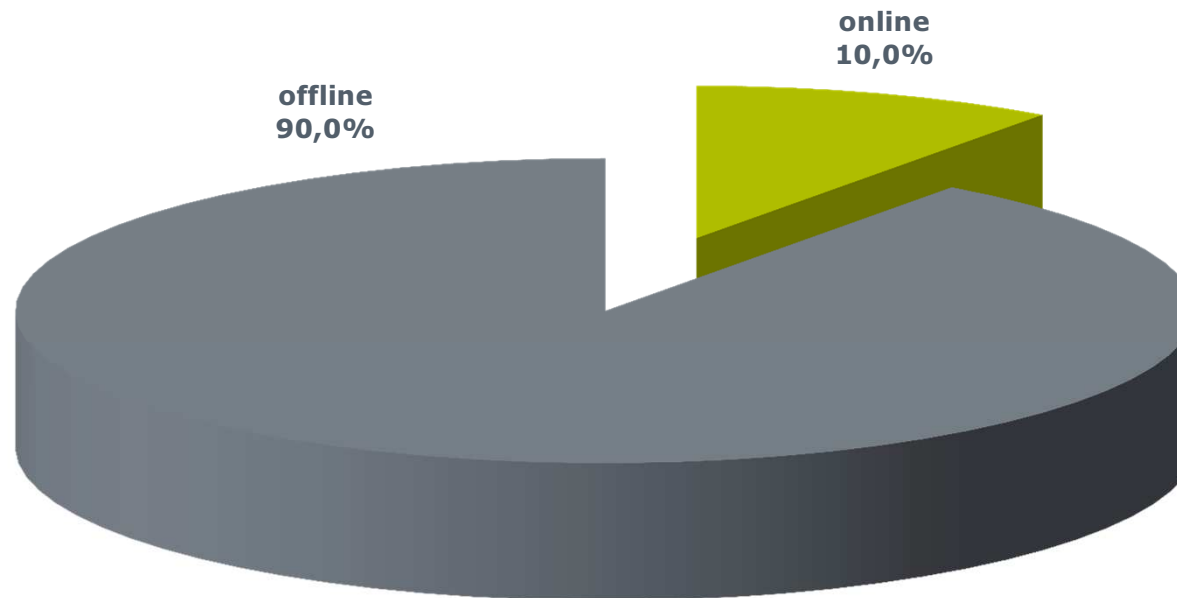
Vertreibt Ihr Unternehmen Dienstleistungen und Produkte über das Internet?

**HEROLD.at**

**MARKETAGENT.COM**  
Digitale Markt- und Meinungsforschung

## Umsatz-Anteile: online vs. offline

Median



n=96

(Basis: Unternehmen vertreibt Dienstleistungen/ Produkte über das Internet)

Wie viel Prozent des Umsatzes Ihres Unternehmens wird aktuell [...] online und wie viel offline [...] generiert? [...]

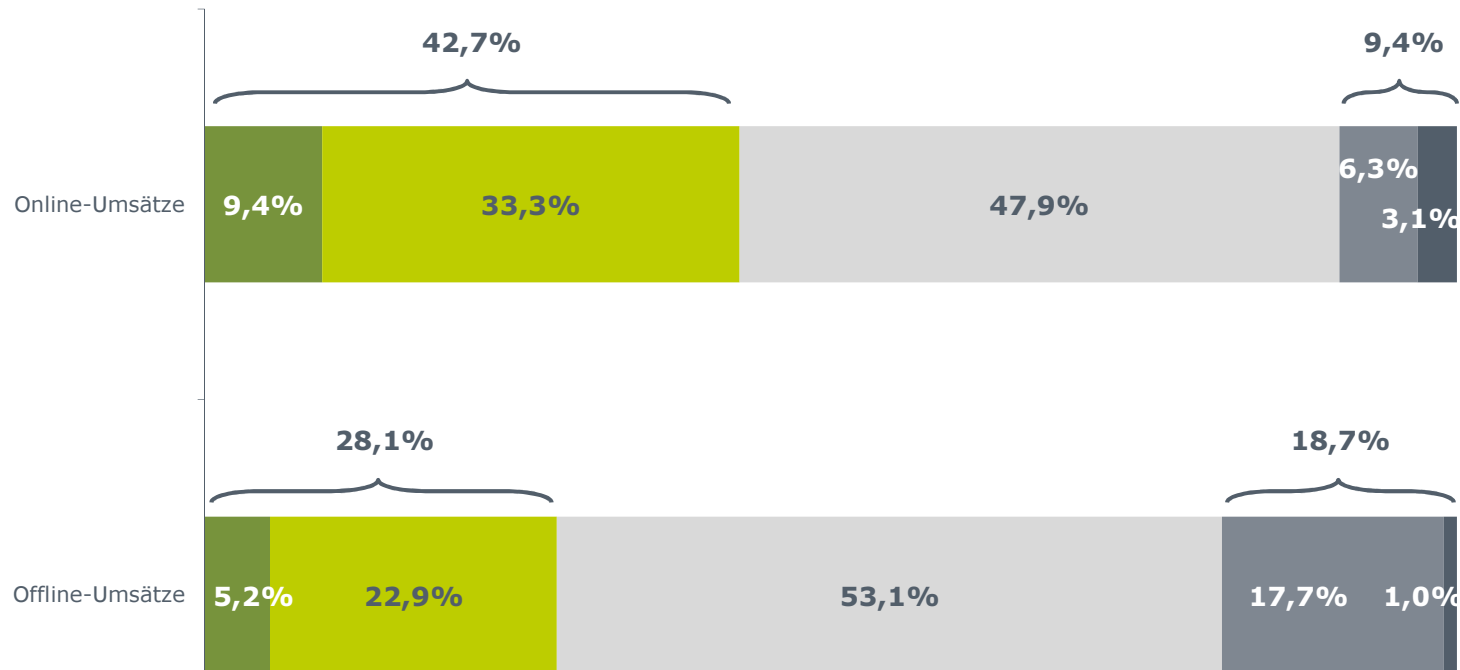


**HEROLD.at**

**MARKETAGENT.COM**  
Digitale Markt- und Meinungsforschung

# Bei 43% sind die Online-Umsätze im letzten Geschäftsjahr (etwas) gestiegen.

Entwicklung der Online- bzw. Offline-Umsätze im letzten Geschäftsjahr



n=96

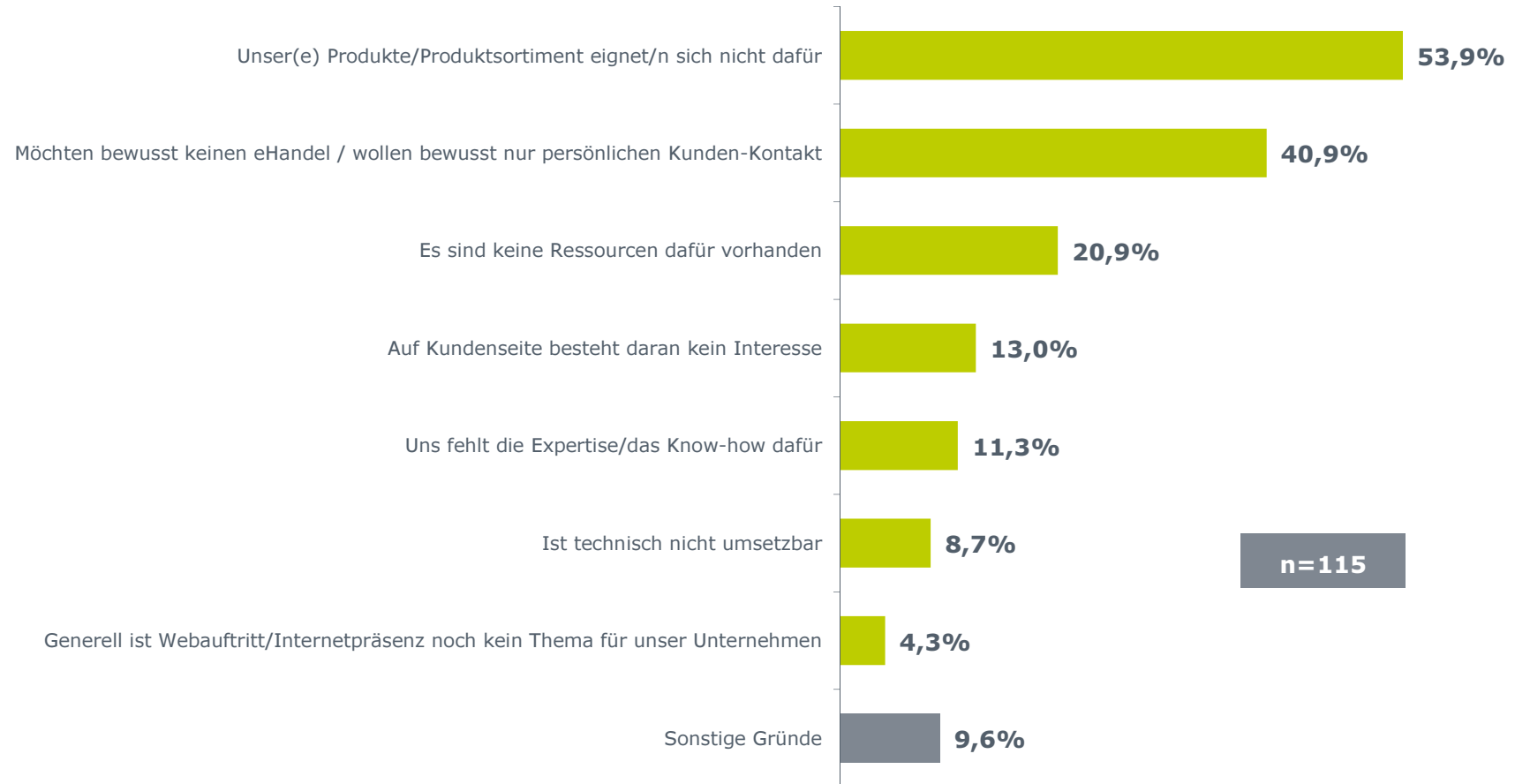
■ sind stark gestiegen ■ sind etwas gestiegen ■ sind in etwa gleich geblieben ■ sind etwas gesunken ■ sind stark gesunken

(Basis: Unternehmen vertreibt Dienstleistungen/ Produkte über das Internet)

Wie haben sich die Online- bzw. Offline-Umsätze in Ihrem Unternehmen im letzten Geschäftsjahr entwickelt?



## Gründe, warum keine Produkte online vertrieben werden:



(Basis: Unternehmen vertreibt derzeit keine Dienstleistungen/ Produkte über das Internet)

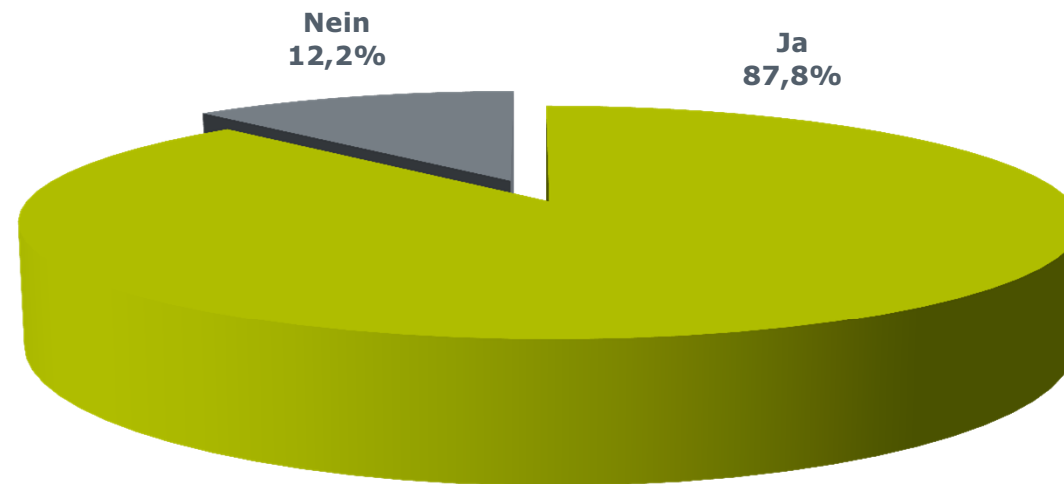
**Sie haben angegeben, dass Ihr Unternehmen derzeit keine Dienstleistungen/Produkte über das Internet vertreibt. Was sind die Gründe dafür?**



# 88% der Nicht-Online-Händler bieten Informationen über ihre Produkte/ Services im Internet.

---

Informationen bzgl. der angebotenen Produkte im Internet



n=115

(Basis: Unternehmen vertreibt derzeit keine Dienstleistungen/ Produkte über das Internet)



**Auch wenn Sie Ihre Produkte nicht online vertreiben - nutzen Sie Möglichkeiten, um Kunden/Interessenten online darüber zu informieren, welche Produkte und Services Sie anbieten?**

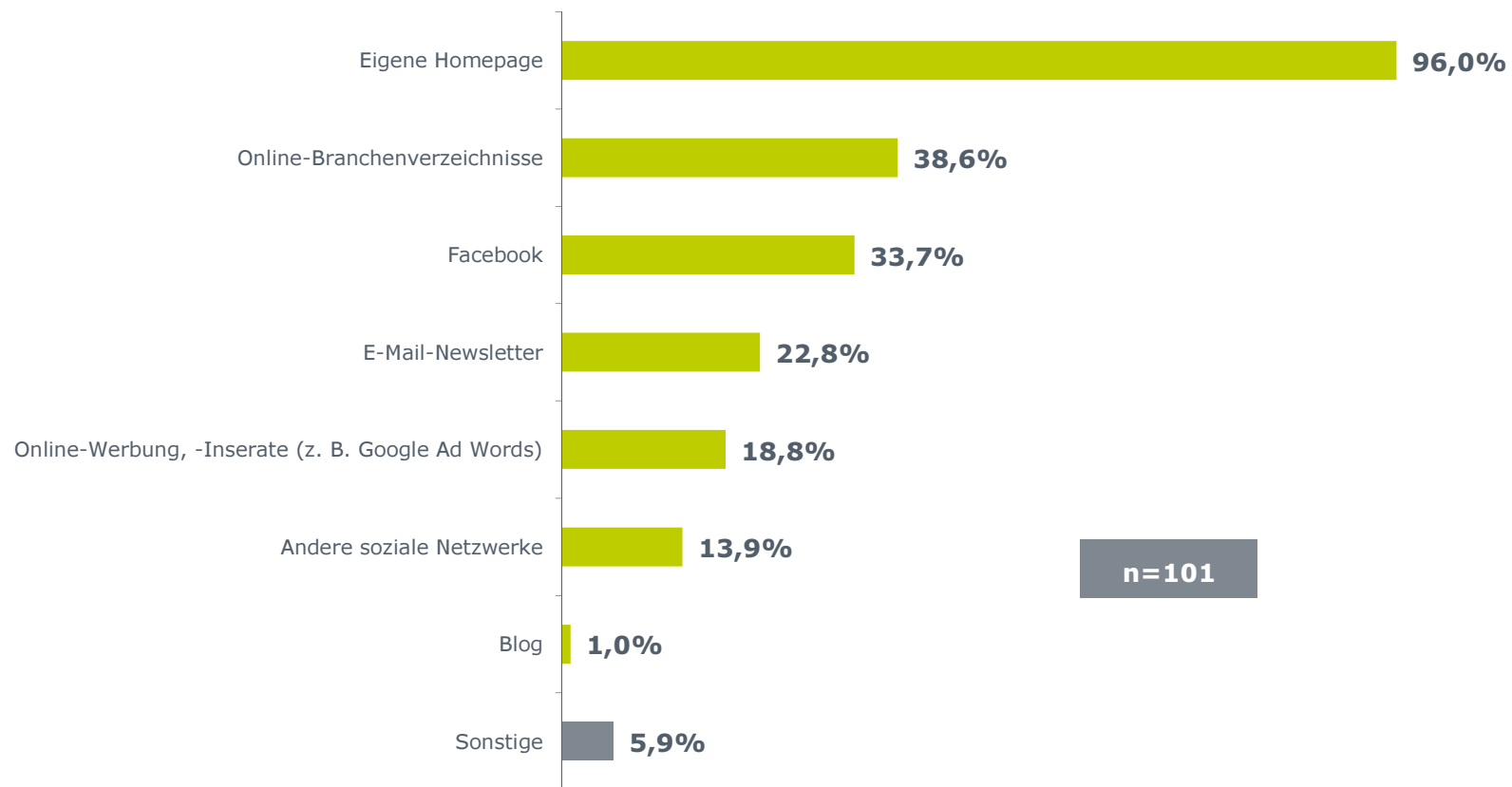
---

**HEROLD.at**

**MARKETAGENT.COM**  
Digitale Markt- und Meinungsforschung

# 96% bieten Produkt-Informationen auf ihrer eigenen Homepage an.

## Online-Informationskanäle bzgl. der angebotenen Produkte



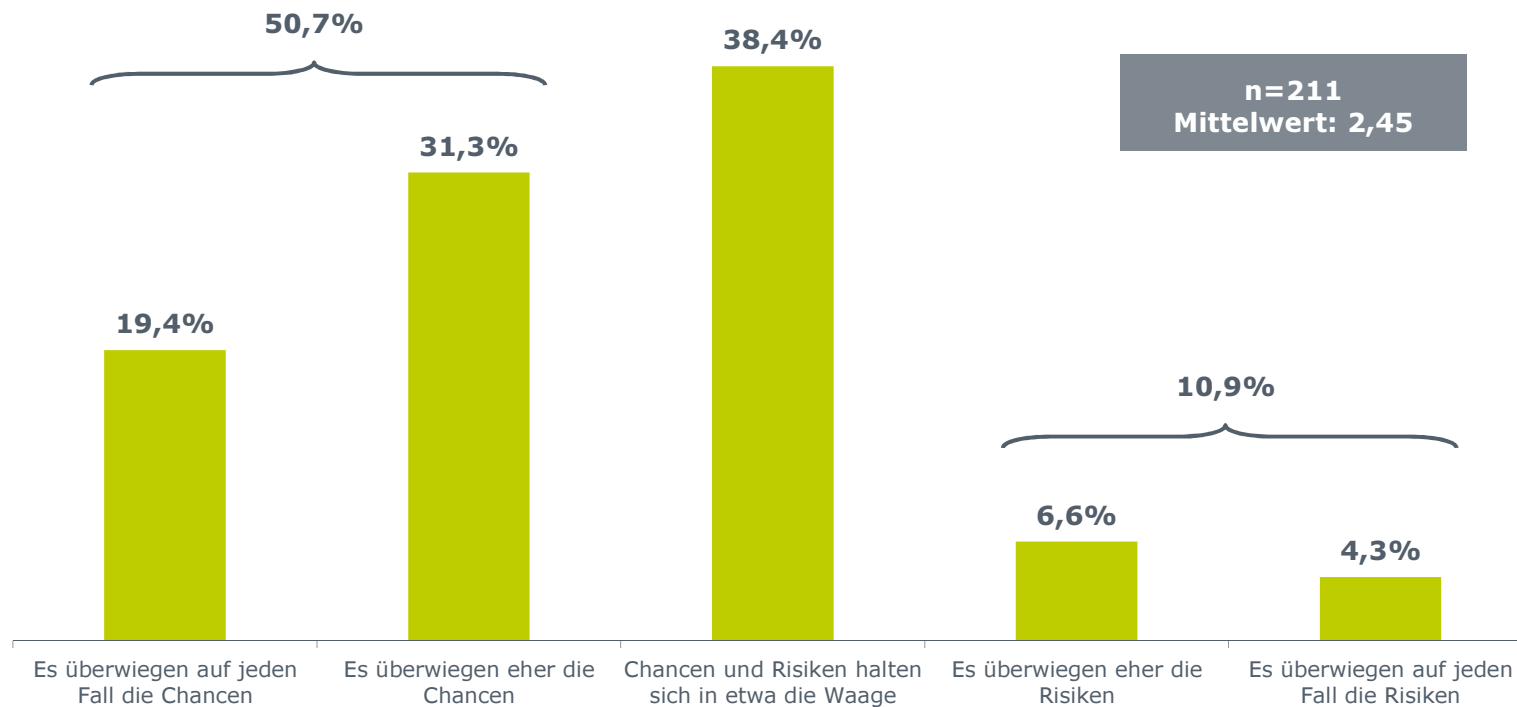
(Basis: Unternehmen vertreibt derzeit keine Dienstleistungen/ Produkte über das Internet, informiert die Kunden aber prinzipiell online über diese)

**Welche Möglichkeiten nutzen Sie, um Kunden/Interessenten online über Ihre Produkte und Services zu informieren?**



# Für jeden Zweiten überwiegen bei e-Commerce (eher) die Chancen.

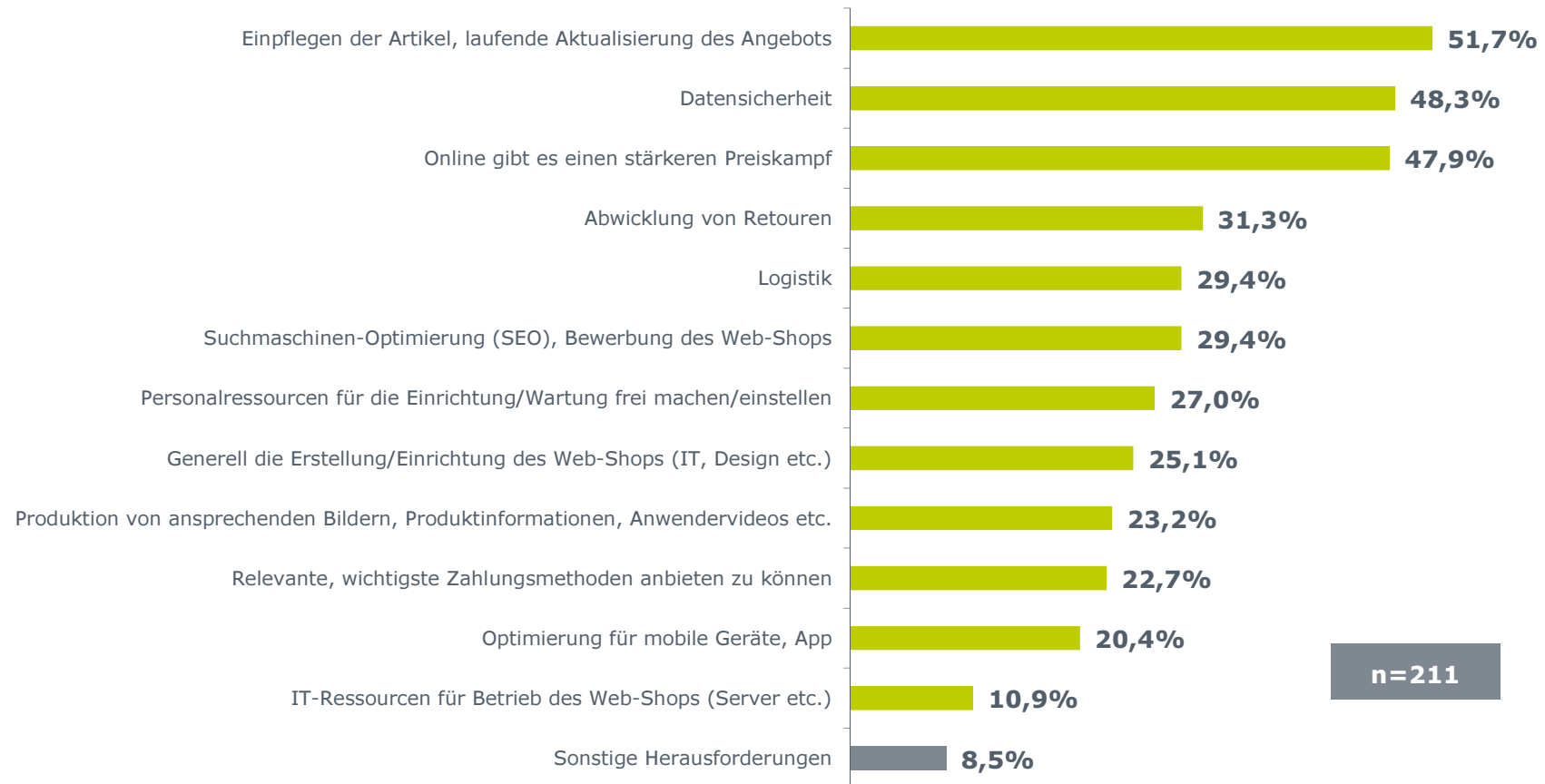
## e-Commerce: Chancen vs. Risiken



Wie stehen Sie grundsätzlich dem Thema e-Commerce gegenüber? Überwiegen hier Ihrer Ansicht nach eher die Chancen oder eher die Risiken?

# Das Einpflegen der Artikel, die Datensicherheit und der stärkere Preiskampf sind die größten Herausforderungen des e-Commerce.

## Die größten Herausforderungen des e-Commerce

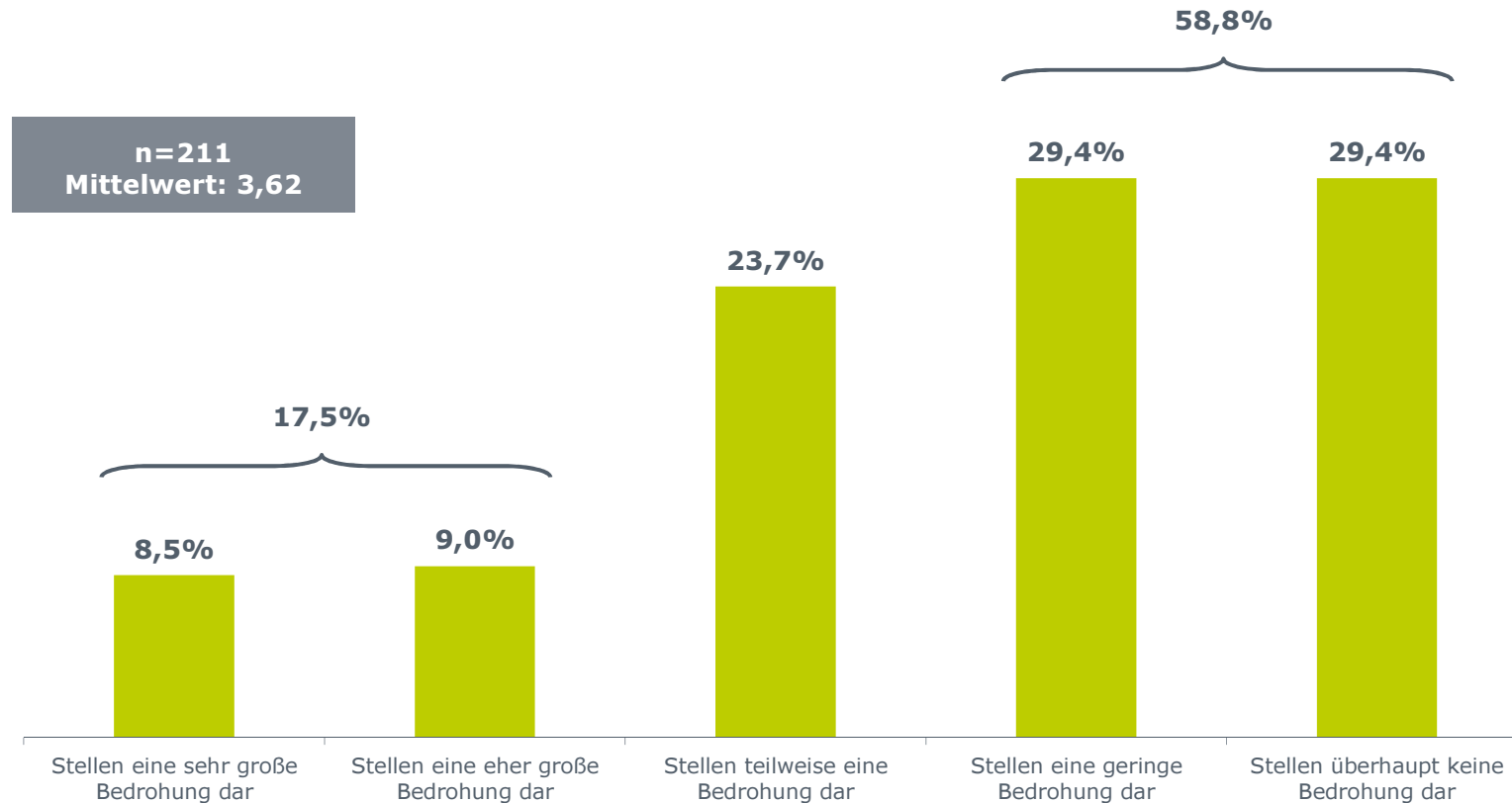


Was sind Ihrer Ansicht nach die größten Herausforderungen des e-Commerce, also des Online-Verkaufs/Vertriebs von Produkten/Dienstleistungen?



# Für 59% der Unternehmen stellen große (internationale) Web-Shops (eher) keine Bedrohung dar.

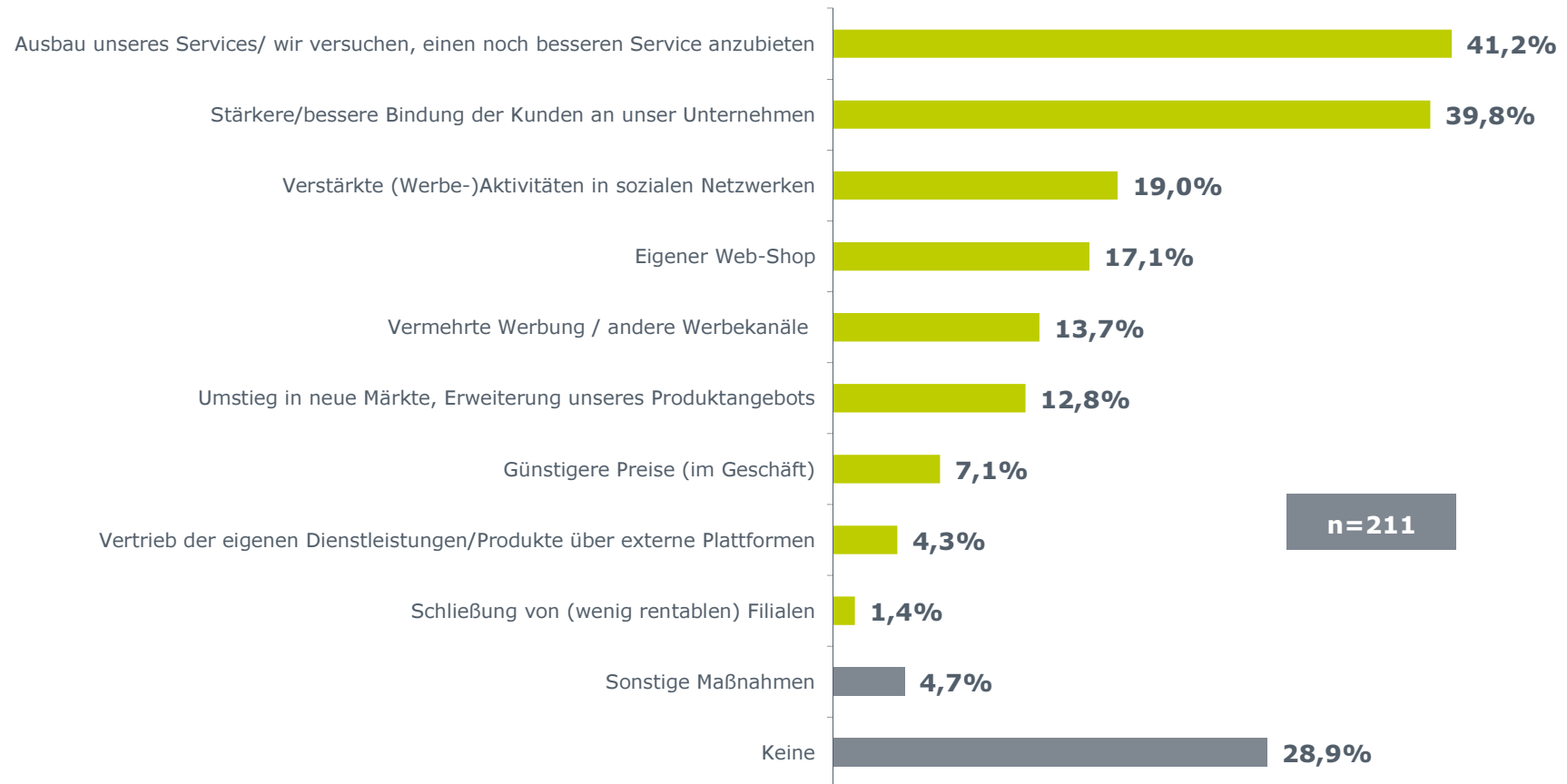
## Große (internationale) Web-Shops als Bedrohung für das Unternehmen



Inwieweit stellen große (internationale) Web-Shops eine Bedrohung für Ihr Unternehmen/Ihr Geschäft dar?

# 4 von 10 treten mit besserem Service bzw. einer stärkeren Kundenbindung der Online-Konkurrenz entgegen.

## Maßnahmen gegen die Online-Konkurrenz



Welche Maßnahmen hat Ihr Unternehmen geplant oder bereits getroffen, um der Online-Konkurrenz [...] entgegenzutreten?



**HEROLD.at**

**MARKETAGENT.COM**  
Digitale Markt- und Meinungsforschung

**Kontakt | Feedback | Rückfragen**

---

**HEROLD Business Data GmbH  
Margit Kaluza-Baumruker, Dr.  
margit.kaluza-baumruker@herold.at  
+43 (0)2236 – 401 30234  
www.herold.at**

**Marketagent.com online reSEARCH GmbH  
Thomas Schwabl, Mag.  
t.schwabl@marketagent.com  
+43 (0)2252 – 909 009  
www.marketagent.com**



**HEROLD.at**

**MARKETAGENT.COM**  
Digitale Markt- und Meinungsforschung