

Online-Einkauf

Juni 2019



MARKETAGENT.COM

Digitale Markt- und Meinungsforschung

Studiensteckbrief & Stichprobenzusammensetzung



Studiensteckbrief

Methode	Computer Assisted Web Interviews (CAWI)
Instrument	Online-Interviews über über die Marketagent.com reSEARCH Plattform
Respondenten	web-aktive Personen aus der Schweiz zwischen 14 und 65 Jahren
Sample-Grösse	n = 1.000 Netto-Interviews (Kernzielgruppe), Random Selection nach Quoten
Erhebungszeitraum	05.06.2019 – 12.06.2019
Incentives	geldwerte Punkte
Umfang	4 geschlossene Fragen
Studienleitung	Liane Nagengast

Stichprobenzusammensetzung



Geschlecht

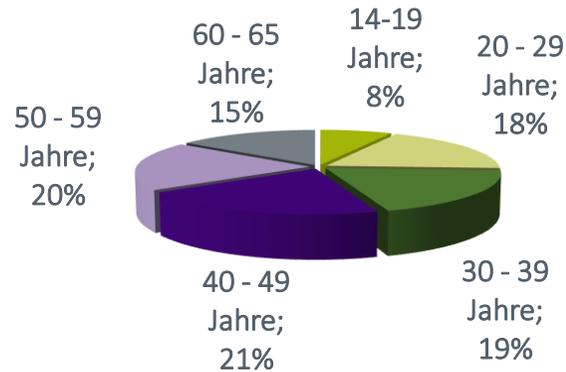
(n = 1.000)

Weiblich; Männlich;
50% 50%



Alter

(n = 1.000)



Region

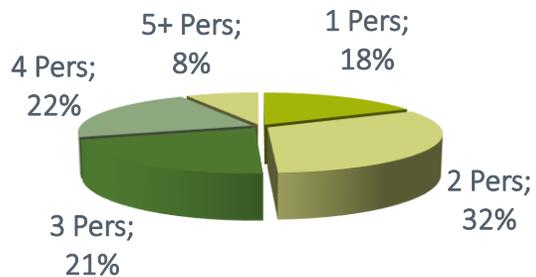
(n = 1.000)

West-schweiz;
25% Deutsch-schweiz;
75%



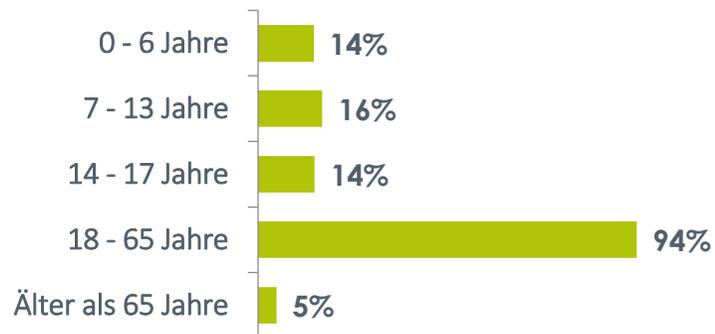
Personen im HH

(n = 1.000)



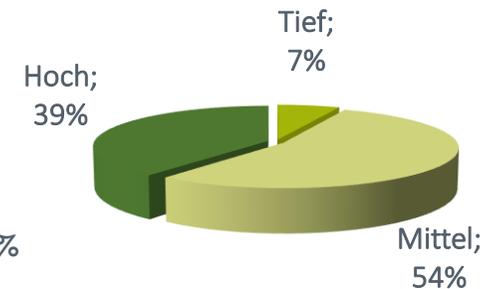
Altersstruktur HH

(n = 1.000)



Bildungsniveau

(n = 1.000)



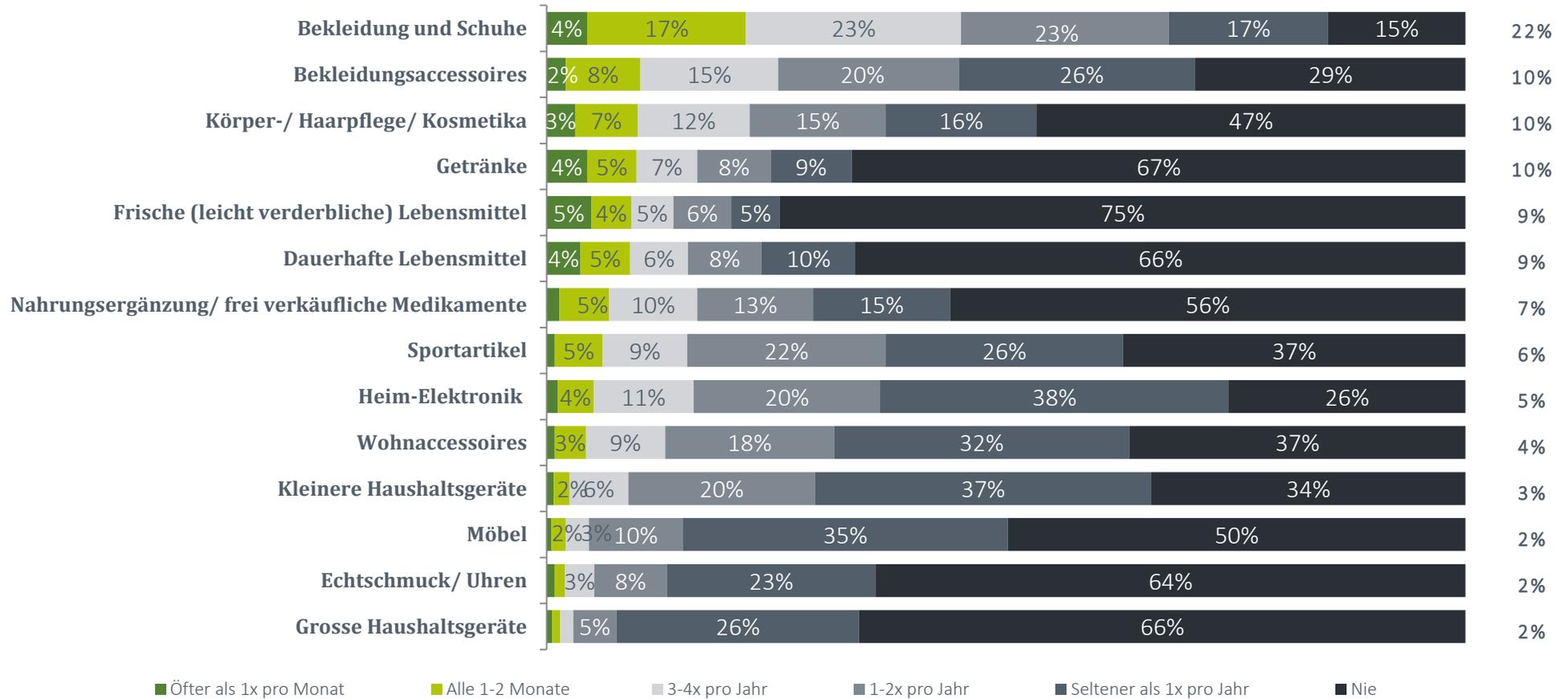
Ergebnisse



Häufigkeit von Online-Shopping

17. Wie häufig bestellen Sie etwa eines der folgenden Produkte im Internet?

Alle 1-2 Monate oder häufiger

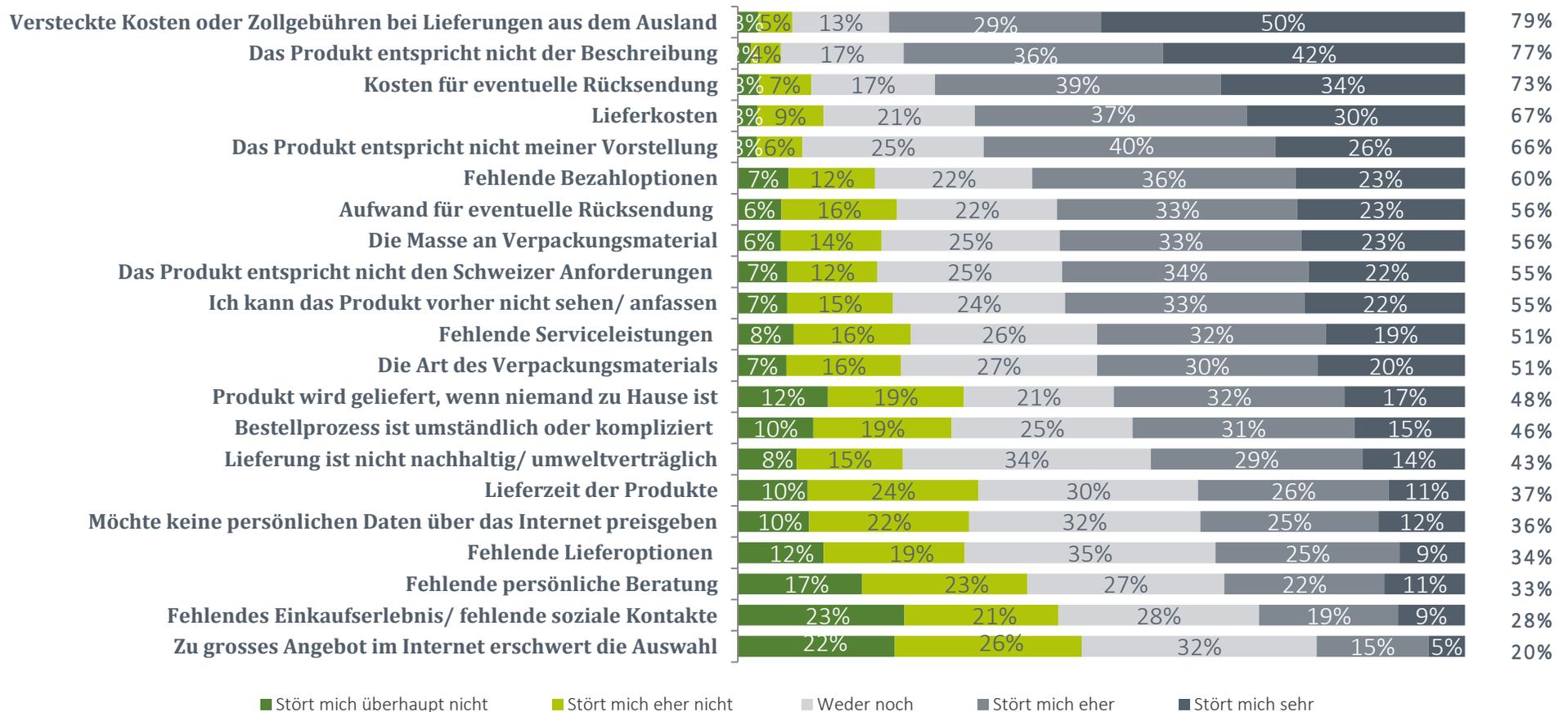


n=1.000

Störende Aspekte beim Online-Shopping

18. Inwieweit empfinden Sie die folgenden Aspekte beim Einkauf im Internet als besonders störend?

Bottom-2



n=1.000

Wichtige Aspekte beim Online-Shopping

19. Inwieweit schätzen Sie die folgenden Aspekte beim Einkauf im Internet?

Top-2



n=1.000

Persönlich für Sie da

URSULA KASPAR

Geschäftsführerin

T +41 43 466 88 44

u.kaspar@marketagent.com



DR. CORNELIA ECK

Geschäftsführerin

T +41 43 818 52 14

c.eck@marketagent.com

DR. LIANE NAGENGAST

Senior Research Consultant

T +41 43 555 06 56

l.nagengast@marketagent.com

