

„ZUKUNFT DES HANDELS“-BEFRAGUNG FEBRUAR 2014 INSPIRATION BEIM EINKAUF

BEDEUTUNG VON INSPIRATION BEIM EINKAUF

Wie wichtig ist es für Sie, beim Einkaufen inspiriert zu werden?

| | Wichtig | Teils-teils | Unwichtig |
|--------|---------|-------------|-----------|
| Gesamt | 66% | 21% | 13% |
| Frauen | 68% | 21% | 11% |
| Männer | 64% | 22% | 14% |

Wie wichtig ist Ihnen Inspiration oder Anregungen für den Kauf in den folgenden Bereichen?

| | Wichtig | Teils-teils | Unwichtig |
|---------------------------------------|---------|-------------|-----------|
| Kleidung & Accessoires | 71% | 17% | 12% |
| Möbel & Wohnbedarf | 67% | 21% | 12% |
| Lebensmittel | 59% | 22% | 19% |
| Unterhaltungselektronik & Computer | 56% | 24% | 20% |
| Reisen | 56% | 24% | 20% |
| Bücher | 51% | 26% | 23% |
| Elektronische Medien | 48% | 29% | 23% |
| Fahrzeuge & Zubehör | 45% | 30% | 25% |

INSPIRATIONSSUCHE IM INTERNET

Suchen Sie im Internet (über Computer, Laptop, Tablet oder Smartphone) aktiv nach Inspiration für den Kauf von Dingen?

| | Gesamt | Frauen | Männer |
|------------------|--------|--------|--------|
| Ja, oft | 22% | 22% | 21% |
| Ja, manchmal | 55% | 57% | 54% |
| Ja, schon einmal | 14% | 13% | 16% |
| Nein, nie | 9% | 8% | 9% |

ÜBERFORDERUNG DURCH ZU GROSSES PRODUKTANGEBOT IM INTERNET

Haben Sie sich schon von dem Angebot an Produkten im Internet überfordert gefühlt?

| | Gesamt | Frauen | Männer |
|------------------|--------|--------|--------|
| Ja, schon oft | 10% | 12% | 7% |
| Ja, manchmal | 35% | 37% | 33% |
| Ja, schon einmal | 14% | 13% | 16% |
| Nein, noch nie | 38% | 35% | 41% |
| Weiß nicht | 3% | 3% | 3% |

In welchen Produktbereichen haben sie sich von dem Angebot im Internet überfordert gefühlt?

| | Gesamt | Frauen | Männer |
|--|--------|--------|--------|
| Kleidung, Schuhe & Accessoires | 45% | 52% | 37% |
| Unterhaltungselektronik & Computer | 44% | 44% | 45% |
| Elektronische Medien (CDs, DVDs, etc.) | 34% | 36% | 32% |
| Programme, Apps & Downloads | 33% | 32% | 35% |
| Reisen | 33% | 33% | 32% |
| Möbel & Wohnbedarf | 24% | 25% | 22% |
| Kosmetik & Arzneimittel | 22% | 25% | 19% |
| Bücher | 20% | 23% | 18% |
| Fahrzeuge & Zubehör | 18% | 16% | 20% |
| Spielzeug | 18% | 21% | 15% |
| Sportartikel | 16% | 12% | 20% |
| Veranstaltungstickets | 11% | 8% | 14% |
| Lebensmittel | 11% | 10% | 11% |

KURATIERTE ANGEBOTE ALS INSPIRATIONSQUELLE

Haben Sie schon einmal einen Artikel gekauft, den Sie durch von Experten/Trendsettern ausgewählte Zusammenstellungen/Kollektionen von Artikeln gefunden haben?

| | Ja, schon öfter | Ja, schon einmal | Nein, noch nicht |
|--------------------|-----------------|------------------|------------------|
| Gesamt | 31% | 19% | 51% |
| Frauen | 27% | 20% | 53% |
| Männer | 35% | 18% | 48% |
| 14-29 Jahre | 32% | 24% | 44% |
| 30-49 Jahre | 32% | 18% | 50% |
| 50 Jahre und älter | 27% | 15% | 58% |

Können Sie sich vorstellen, in Zukunft Artikel zu kaufen, die Sie durch von Experten/ Trendsettern ausgewählte Zusammenstellungen/Kollektionen von Artikeln gefunden haben?

| | Bestimmt/ wahrscheinlich | Eventuell | Eher nicht/nein |
|--------------------|-----------------------------|-----------|-----------------|
| Gesamt | 36% | 44% | 21% |
| Frauen | 35% | 43% | 21% |
| Männer | 35% | 45% | 20% |
| 14-29 Jahre | 37% | 46% | 17% |
| 30-49 Jahre | 36% | 43% | 22% |
| 50 Jahre und älter | 33% | 45% | 22% |

Sie haben angegeben, dass Sie eventuell Artikel kaufen würden, die Sie durch von Experten/ Trendsettern ausgewählte Zusammenstellungen/Kollektionen von Artikeln gefunden haben. In welchen Produktgruppen würden Sie dies tun?

| | Gesamt | Frauen | Männer |
|--|--------|--------|--------|
| Kleidung, Schuhe & Accessoires | 45% | 68% | 45% |
| Unterhaltungselektronik & Computer | 39% | 27% | 51% |
| Möbel & Wohnbedarf | 35% | 40% | 30% |
| Elektronische Medien (CDs, DVDs, etc.) | 30% | 24% | 36% |

DATEN & FAKTEN



| | | | |
|-----------------------------|-----|-----|-----|
| Bücher | 30% | 34% | 25% |
| Kosmetik & Arzneimittel | 29% | 42% | 17% |
| Reisen | 27% | 28% | 26% |
| Lebensmittel | 26% | 24% | 28% |
| Sportartikel | 26% | 17% | 34% |
| Programme, Apps & Downloads | 23% | 17% | 28% |
| Fahrzeuge & Zubehör | 20% | 12% | 28% |
| Spielzeug | 18% | 21% | 14% |
| Veranstaltungstickets | 11% | 10% | 12% |

Glauben Sie, dass der Trend, Verbrauchern von Experten/ Trendsettern ausgewählte Zusammenstellungen/Kollektionen von Artikeln zur Verfügung zu stellen, in der Zukunft zunehmen wird?

| | Trend wird zunehmen | Bedeutung wird gleich bleiben | Trend wird verschwinden |
|--------------------|---------------------|-------------------------------|-------------------------|
| Gesamt | 70% | 25% | 5% |
| Frauen | 69% | 26% | 5% |
| Männer | 70% | 25% | 5% |
| 14-29 Jahre | 70% | 26% | 5% |
| 30-49 Jahre | 71% | 25% | 5% |
| 50 Jahre und älter | 69% | 25% | 7% |

Was sind Ihrer Meinung nach die Vorteile von Zusammenstellungen/Kollektionen von Artikeln, die von Experten/Trendsettern ausgewählt wurden?

| | Gesamt | Frauen | Männer |
|--|--------|--------|--------|
| Inspiration, weil ich auf Dinge aufmerksam werde, die ich sonst weniger beachtet hätte | 44% | 50% | 38% |
| Zeitersparnis, weil ich so schneller passende Artikel finde | 44% | 48% | 40% |
| Orientierung, weil Artikel aus einer großen Auswahl vorausgewählt werden | 39% | 40% | 39% |
| Relevanz, weil ich direkt zu Artikeln geführt werde, die meinen Vorlieben entsprechen | 29% | 30% | 27% |

ZUR STUDIE

- Studiendesign: Online-Befragung durch das Marktforschungsinstitut Innofact
- Gesamt-Stichprobe: n = 1.000 Männer und Frauen ab 14 Jahre (internetrepräsentativ quotiert nach Geschlecht und Alter).
- Feldzeit: 13.02.- 18.02.2014

STICHPROBE

| Weiblich | | | Männlich | | |
|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|-----------------------|
| 50% | | | 50% | | |
| 14-19 Jahre | 20-29 Jahre | 30-39 Jahre | 40-49 Jahre | 50-59 Jahre | 60 Jahre und älter |
| 10% | 20% | 18% | 24% | 20% | 8% |

Eine Grafik rund um das Thema Inspiration beim Einkaufen ist abrufbar unter <http://presse.ebay.de>.

Über das Projekt „Zukunft des Handels“

Mit dem Projekt „Zukunft des Handels“ gibt der weltweite Online-Marktplatz eBay (www.ebay.de) seit Anfang 2012 in Zusammenarbeit mit Experten und der Öffentlichkeit Einblicke in die zukünftige Entwicklung des Handels und die langfristigen Trends beim Ein- und Verkaufen. Dabei beleuchten Umfragen, Expertenhearings und Workshops verschiedene Aspekte des Handels. Zuletzt wurden in einer repräsentativen Konsumentenbefragung im Februar 2014 1.000 Personen ab 14 Jahren von dem Marktforschungsinstitut INNOFACT AG befragt.

WEITERE INFORMATIONEN ERHALTEN SIE:

Maike Fuest | eBay Corporate Services GmbH | Unternehmenskommunikation
Marktplatz 1, 14532 Europarc-Dreilinden
Tel: +49 (0)30. 8019. 5161 | Mail: presse@ebay.de

Auf unserer Website: presse.ebay.de

Julia Brink | APCO Worldwide GmbH | Associate Consultant
Französische Straße 24, 10117 Berlin
Tel: +49 (0)30. 59 00 020 17 | Mail: jbrink@apcoworldwide.com