

„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