

Hintergrundinformation

Studie von eBay und der Verbraucher Initiative e.V. zur mobilen Information vor dem Kauf – Alle Ergebnisse im Überblick

Dreilinden/Berlin, 11. Oktober 2011 – Die VERBRAUCHER INITIATIVE e.V. und der weltweite Online-Marktplatz eBay (www.ebay.de) untersuchen im Rahmen ihrer gemeinsamen „Smart Shopping“ Initiative das moderne Verhalten des mündigen Verbrauchers, der sich über verschiedene Kanäle informiert und einkauft.

Basisinformationen – Für die Studie wurden im September 2011 in einer repräsentativen Online-Befragung 2.166 Besitzer von Smartphones und Tablet-PCs ab 14 Jahren von dem Marktforschungsinstitut INNOFACT AG befragt.

- Männlich (52,8%), weiblich (47,2%)
- 14-19 Jahre (8,7%), 20-29 Jahre (21,1%), 30-39 Jahre (19,7%), 40-49 Jahre (24,7%), 50-59 Jahre (15,3%), 60-69 Jahre (9,4%), 70 Jahre und älter (1,3%)

Verteilung Besitz von Smartphones und Tablet-PCs – Besitzen Sie eines der nachfolgenden Geräte?

- Smartphone – 91,6%
- Tablet-PC – 34,9%

Mobiles Informieren vor einem Kauf – Haben Sie sich vor einem Kauf schon einmal mobil über Ihr Smartphone oder Tablet-PC informiert?

- Ja – 74,1%
- Nein – 25,9%

Ja-Nennungen – Altersverteilung:

- 14 - 29 Jahre – 81,7%
- 30 - 49 Jahre – 75,6%
- 50 Jahre und älter – 62,8%

Informationswege im Überblick – Auf welchem Weg informieren Sie sich vor einem Kauf über einen Kaufgegenstand?

	Sehr oft	Manchmal	Nie
Im Ladengeschäft	36,0%	59,2%	4,9%
Bei Freunden und Bekannten	31,0%	61,2%	7,7%
In Zeitungen und Zeitschriften	20,9%	64,5%	14,6%
Im Internet per Computer	87,4%	12,3%	0,4%
Im Internet per Smartphone und/oder Tablet-PC	46,2%	44,0%	9,8%

Produkte und Dienstleistungen, über die sich die Besitzer von Smartphones und Tablet-PCs mobil informieren

	Sehr oft	Manchmal	Nie
Bücher	30,3%	33,4%	10,4%
Computer	36,6%	30,5%	7,0%
Downloads (eBooks, Musik, Filme, Spiele etc.)	25,4%	34,6%	14,1%
Elektronische Medien (CDs, DVDs etc.)	33,2%	32,7%	8,1%
Fahrzeuge und –zubehör	19,2%	35,2%	19,7%
Haushaltsgeräte	24,2%	37,4%	12,5%
Kleidung, Schule und Schmuck	28,8%	33,0%	12,3%
Kosmetik und Arzneimittel	21,9%	33,5%	18,7%
Lebensmittel	20,3%	31,3%	22,5%
Möbel	14,7%	37,7%	21,7%
Programme und Applikationen	27,7%	36,1%	10,2%
Reisen	28,3%	33,0%	12,8%
Spielzeug	13,2%	30,8%	30,1%
Sportartikel	15,1%	37,9%	21,2%
Tickets	21,2%	39,8%	13,1%
Unterhaltungselektronik	35,7%	32,6%	5,7%
Werkzeuge	12,0%	33,4%	28,8%

Informationsinteresse – Wenn Sie sich mobil über Ihr Smartphone/Tablet PC über einen Kaufgegenstand informieren, über welche Aspekte wollen Sie dann konkret mehr erfahren?

	Sehr oft	Manchmal	Nie
Preis	82,2%	17,1%	0,6%
Funktionelle Produkteigenschaften	69,4%	28,8%	1,8%
Beschaffenheit, Material, Inhaltsstoffe usw.	43,5%	48,5%	7,9%
Umweltfreundlichkeit / Nachhaltigkeit	23,6%	57,3%	19,1%
Alternative Produkte	43,1%	51,8%	5,0%
Verfügbarkeit	53,0%	43,7%	3,3%
Bewertungen durch andere Verbraucher	62,0%	35,0%	3,0%
Andere	4,1%	8,0%	41,2%

Informationssituation – Wenn Sie sich mobil über Ihr Smartphone/Tablet PC über einen Kaufgegenstand informieren, in welcher Situation geschieht das überwiegend? (mehrere Antworten sind möglich)

- Zu Hause:
 - In der Küche – 18,5%
 - Im Arbeitszimmer / am Schreibtisch – 56,1%
 - Im Wohnzimmer / auf dem Sofa – 67,3%
 - Im Schlafzimmer – 24,3%
 - Im Bad – 10,2%
 - Woanders zu Hause – 14,0%
- Außer Haus:
 - Auf der Straße – 26,7%
 - Im Café – 39,4%
 - Am Flughafen, Bahnhof o.ä. – 32,0%
 - Dort, wo das Produkt verkauft wird (Laden, Geschäft, Supermarkt o.ä.) – 47,1%
 - Im Büro – 36,9%
 - Woanders außer Haus – 24,1%

Wert der mobilen Recherchen – Welchen Wert hatten die Produkte oder Dienste, über die Sie sich in den letzten 4 Wochen mobil per Smartphone/Tablet PC informiert haben? (aufsummierter Wert)

- 0 Euro – 11,5%
- 1 bis 50 Euro – 13,9%
- 51 bis 100 Euro – 8,1%
- 101 bis 200 Euro – 9,7%
- 201 bis 300 Euro – 7,3%
- 301 bis 400 Euro – 4,1%
- 401 bis 500 Euro – 11,5%
- 501 bis 1.000 Euro – 18,2%
- 1.001 bis 1.500 Euro – 5,3%
- 1.501 Euro und mehr – 10,5%

Mittelwert: 669,73 Euro

Shopping-Typen – Welche Beschreibungen trifft am meisten auf Sie zu?

	Sehr oft	Manchmal	Nie
Ich informiere mich offline und kaufe offline	18,9%	58,8%	22,3%
Ich informiere mich offline und kaufe online	15,1%	63,1%	21,8%
Ich informiere mich offline und kaufe mobil	6,0%	39,2%	54,8%
Ich informiere mich online und kaufe offline	23,3%	63,2%	13,5%
Ich informiere mich online und kaufe online	59,8%	36,5%	3,7%
Ich informiere mich online und kaufe mobil	11,8%	39,5%	48,8%
Ich informiere mich mobil und kaufe offline	10,9%	49,0%	40,0%
Ich informiere mich mobil und kaufe online	16,7%	48,4%	34,9%
Ich informiere mich mobil und kaufe mobil	10,5%	40,6%	48,9%

Zufriedenheit mit der mobilen Recherche - Waren Sie mit dem Ergebnis Ihrer letzten mobilen Recherche zufrieden?

- 1 = sehr gut – 17,0%
- 2 = gut – 59,0%
- 3 = befriedigend – 21,1%
- 4 = ausreichend – 2,2%
- 5 = mangelhaft – 0,5%
- 6 = ungenügend – 0,1%

Mittelwert: 2,11

Pressemitteilung und Bildmaterial zur Studie sind abrufbar unter <http://presse.ebay.de>.

Kontakt:

eBay GmbH
 Maike Fuest – eBay Unternehmenskommunikation
 Marktplatz 1 - 14532 Europarc-Dreilinden
 Tel: 030 / 8019 5161
 E-Mail: presse@ebay.de

APCO Worldwide
 Kathrin Kloppe
 Friedrichstraße 186 – 10117 Berlin
 Tel: 030/ 59 000 20 10