

# Das Web als zentrales Element für die Kaufentscheidung im Einzelhandel

Yahoo! Insights

Juni 2010



YAHOO!

- Im Internet gekauft werden vor allem Bekleidung & Schuhe sowie CDs, DVDs, Software & Spiele.
  - Unabhängig vom Kauf ist das Internet neben dem Geschäft selbst die wichtigste Informationsquelle für fast alle Retail-Bereiche. So wird Unterhaltungselektronik fast ausschließlich nach vorheriger Informationsrecherche im Web gekauft.
  - Dabei sind Suchmaschinen die wichtigste Online-Informationsquelle. Während Preisvergleichs- und Shopping-Webseiten selbst ebenfalls zur Information genutzt werden, spielen Social-Media-Angebote wie Diskussionsforen bisher kaum eine Rolle.
  - Couponing stößt bei den meisten Onlinern auf großes Interesse. Hier bietet sich werbetreibenden Einzelhändlern die Chance, die Online-Werbung direkt mit dem Kaufvorgang vor Ort zu verknüpfen.
- **Neben der Funktion als Vertriebskanal hat das Internet auch als Informationsquelle zur Kaufvorbereitung eine herausragende Bedeutung.**
- **Selbst wenn der Kaufvorgang nicht online stattfindet, hat das Web großen Einfluss auf die Kaufentscheidung.**

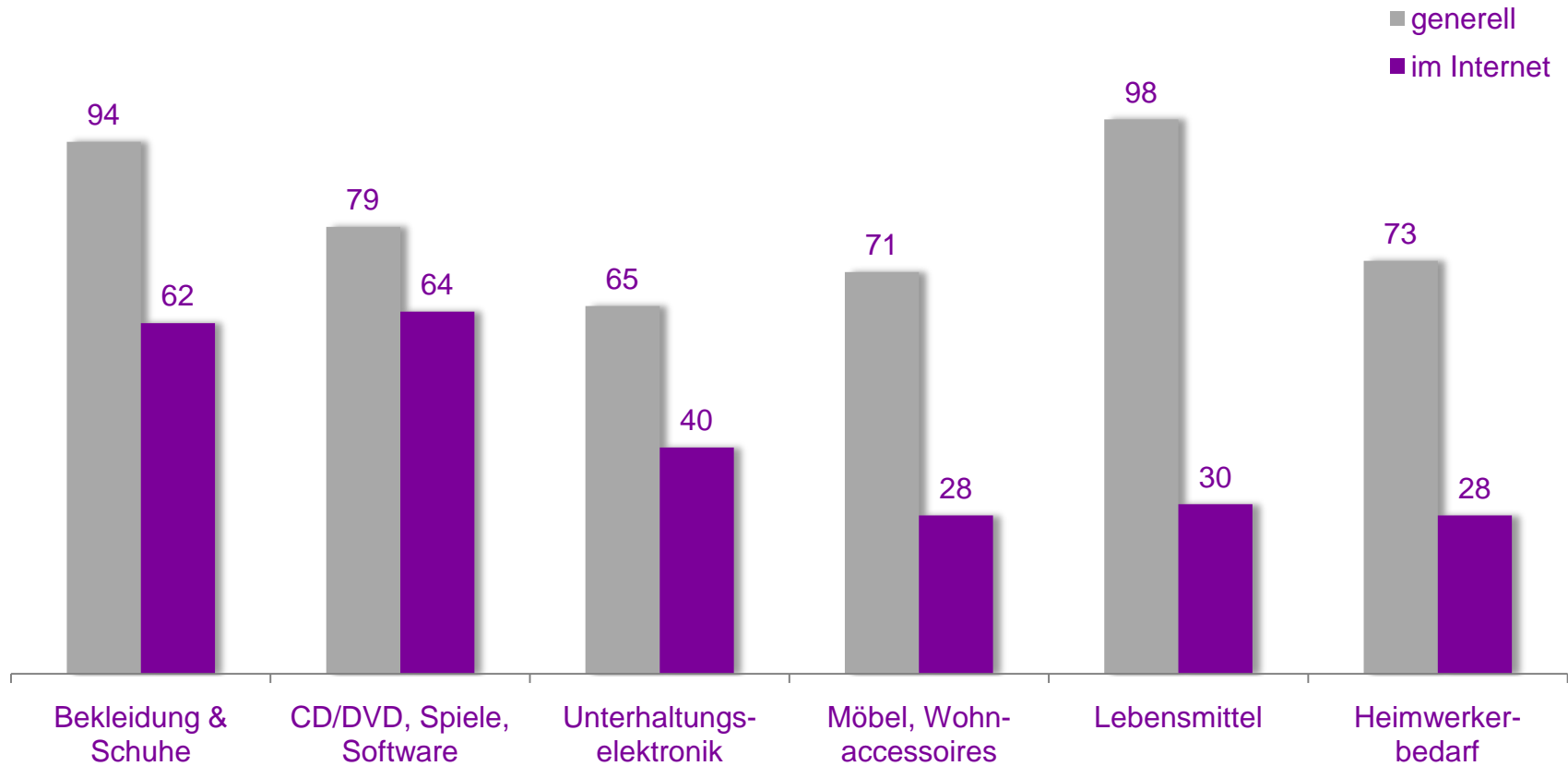
Das Internet spielt beim Einkauf eine entscheidende Rolle.

Vor allem in den Bereichen **Bekleidung & Schuhe, CD/DVD, Spiele & Software** sowie bei **Unterhaltungselektronik** wird online gekauft.



# Kauf von Kleidung, CD/DVD/Software und Elektronik findet häufig im Web statt

Kauf in den letzten 12 Monaten  
Generell vs. im Internet; in %

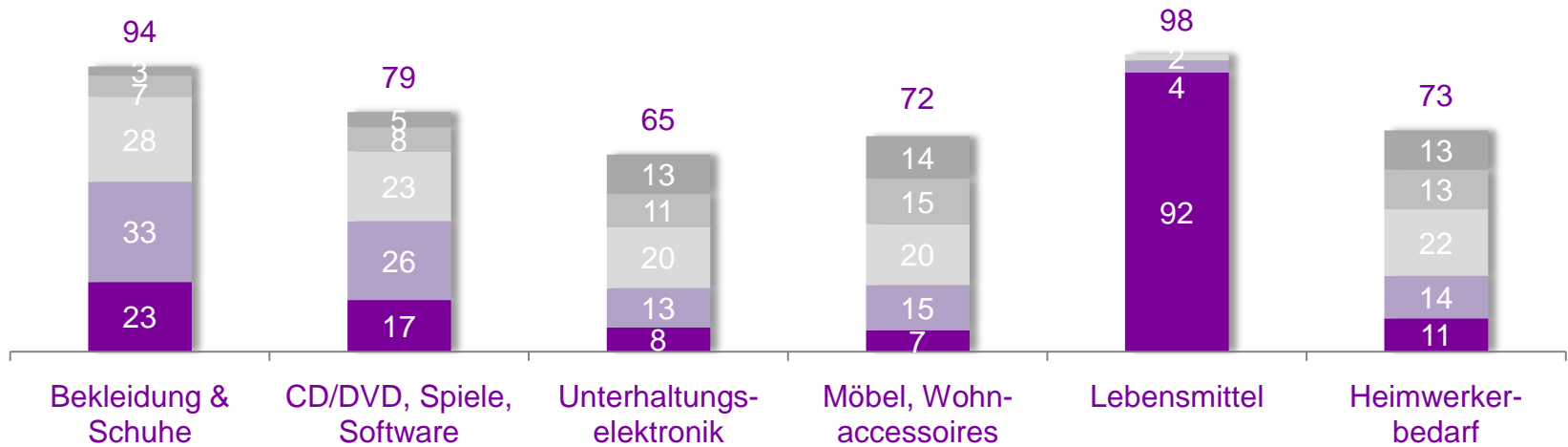


# Fast zwei Drittel haben Bekleidung oder CD/DVD/Software online gekauft

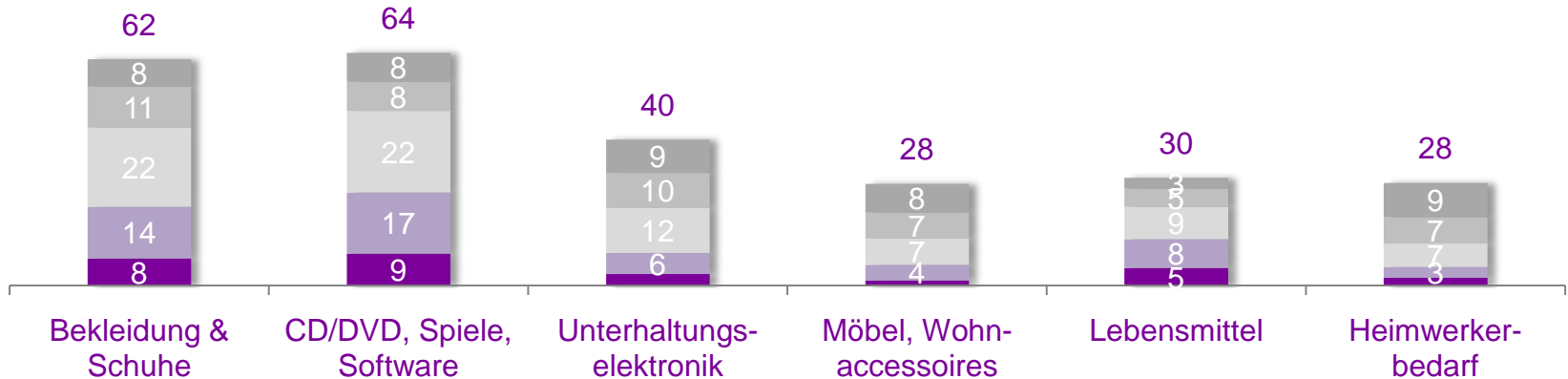
## Letzter Kauf

in %

generell



im Internet



■ in den letzten 7 Tagen  
■ in letzten 2 bis 4 Wochen

■ vor 1 bis 3 Monaten  
■ vor 4 bis 6 Monaten

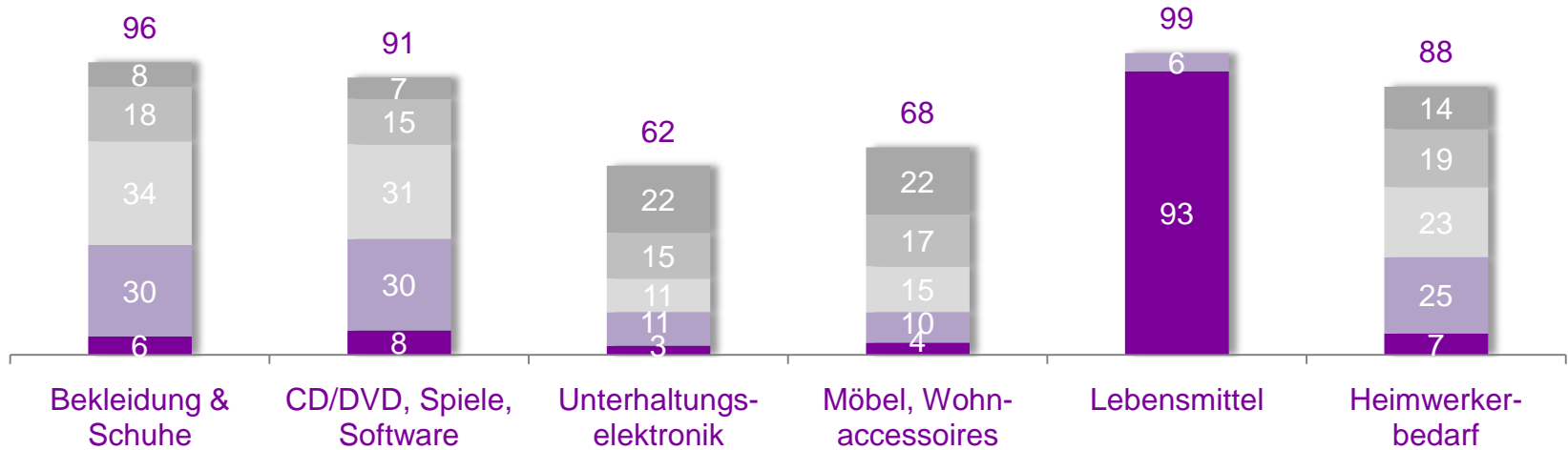
■ vor 6 bis 12 Monaten

# Allgemeine Kauffrequenz und Online-Kaufhäufigkeit meist vergleichbar

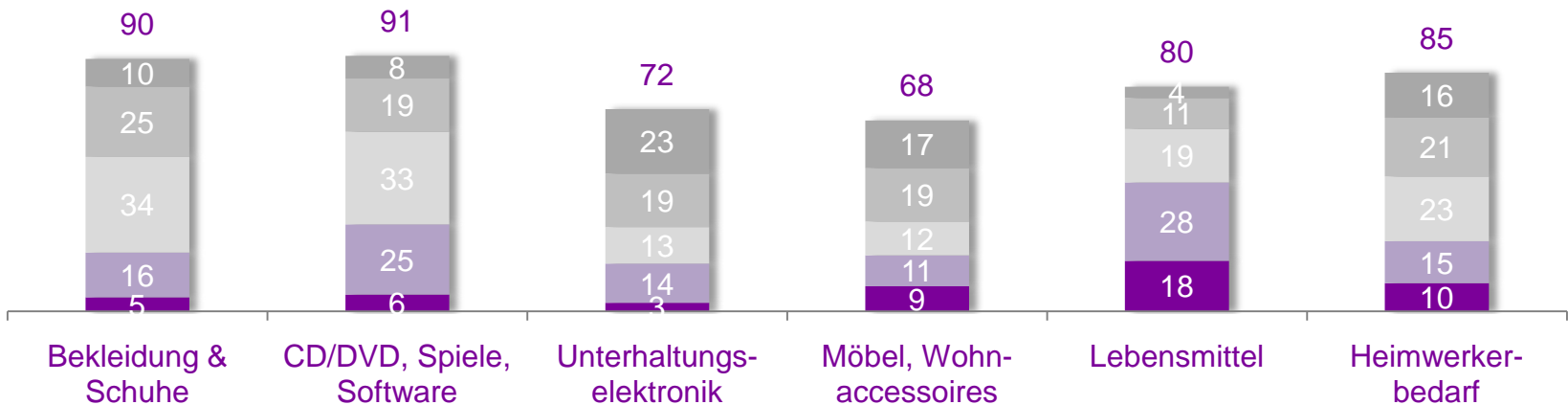
## Kauffrequenz

in %

generell



im Internet



■ mind. 1 Mal pro Woche ■ mind. 1 Mal pro Monat ■ alle 2 bis 3 Monate ■ alle 4 bis 6 Monate ■ alle 6 bis 12 Monate

Die meisten Einkäufe erfolgen erst nach einer vorherigen Informationssuche.

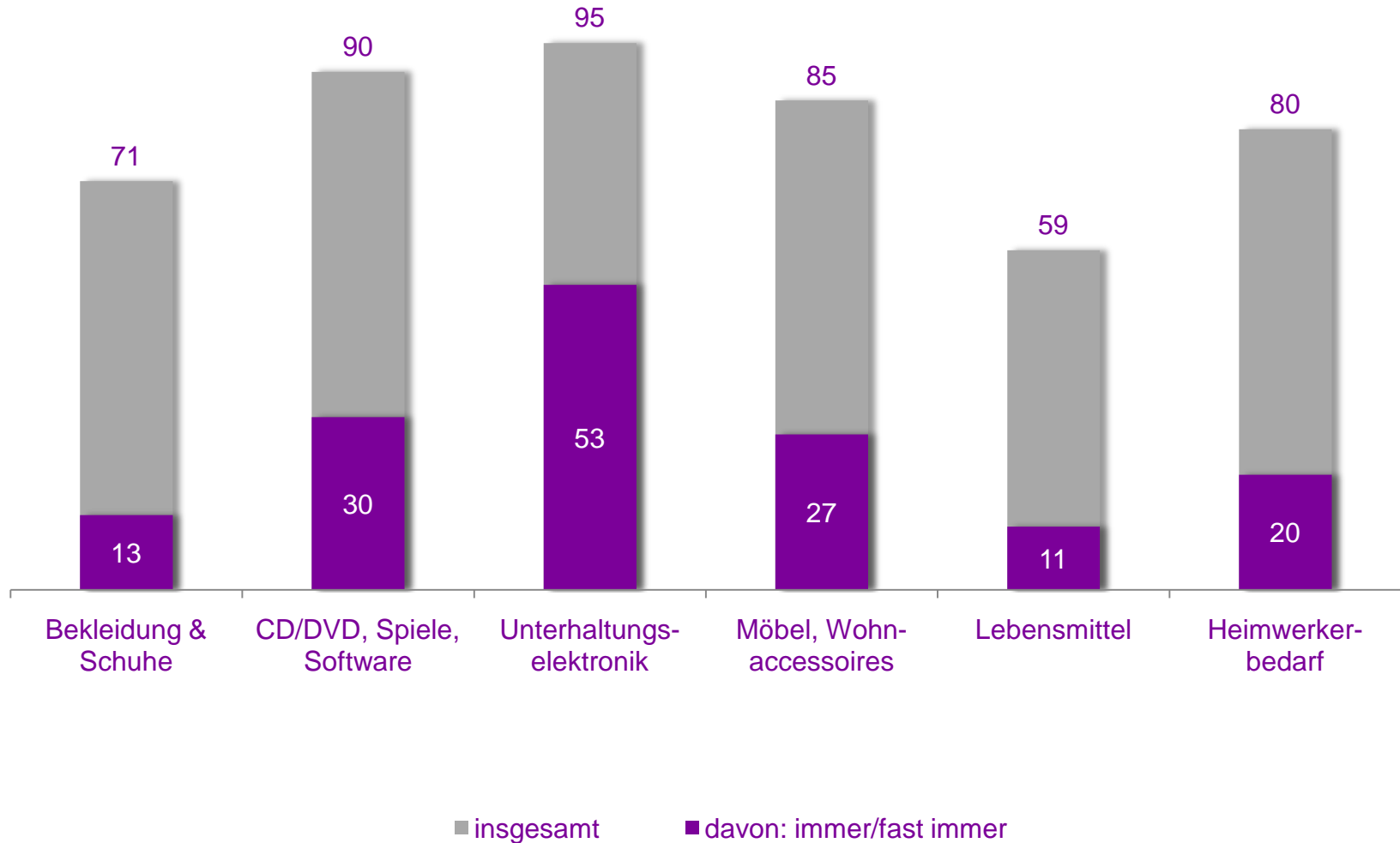
Bei Unterhaltungselektronik gibt es für jeden Zweiten keinen Einkauf ohne vorherige Recherche.

Das Internet ist neben dem Geschäft selbst die wichtigste Informationsquelle vor der Kaufentscheidung.



# Kein Kauf von Unterhaltungselektronik ohne vorherige Recherche

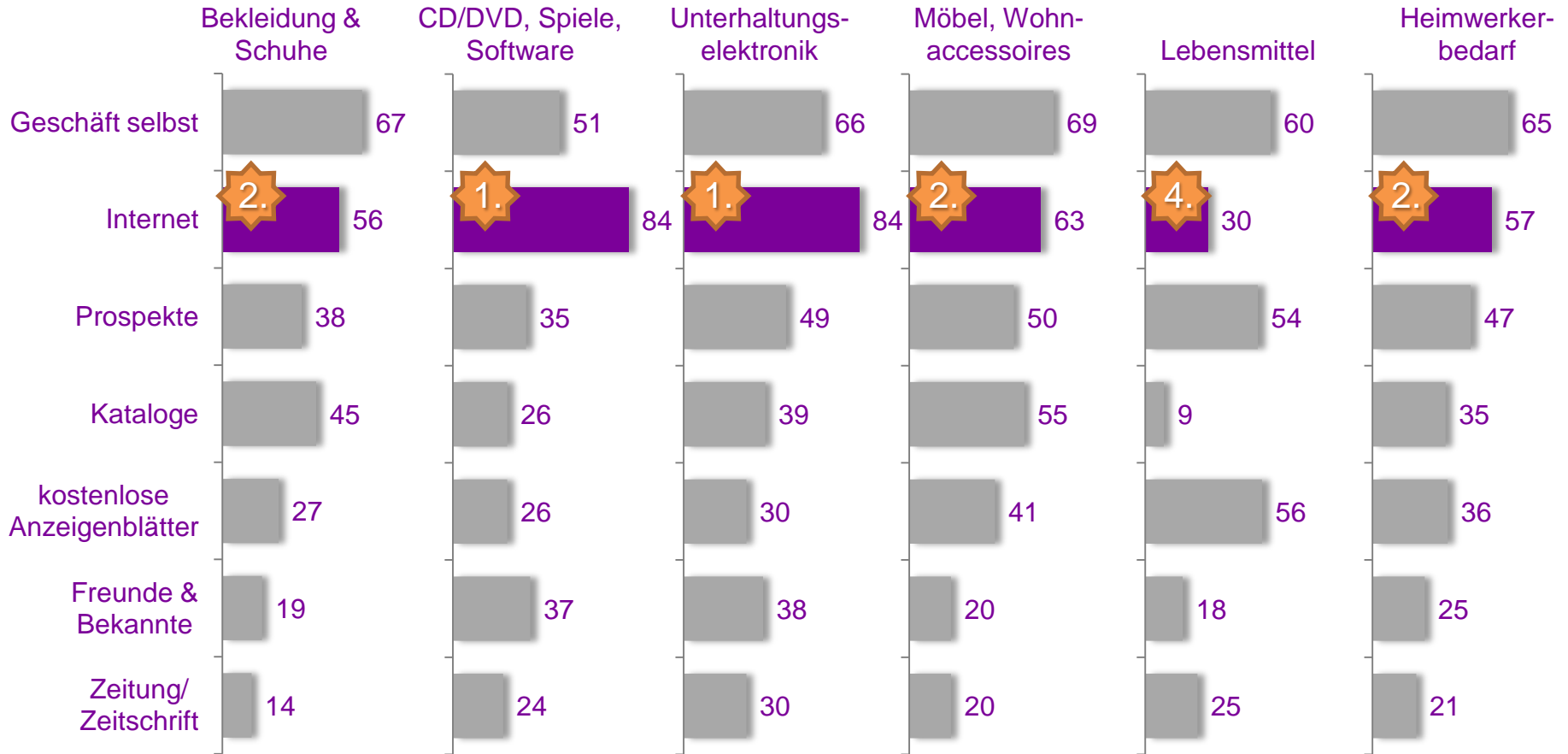
## Käufe mit vorheriger Informationsrecherche in %





# Internet meistgenutzte Informationsquelle neben dem Geschäft

## Genutzte Quellen bei Informationsrecherche vor dem Kauf in %; Mehrfachantworten



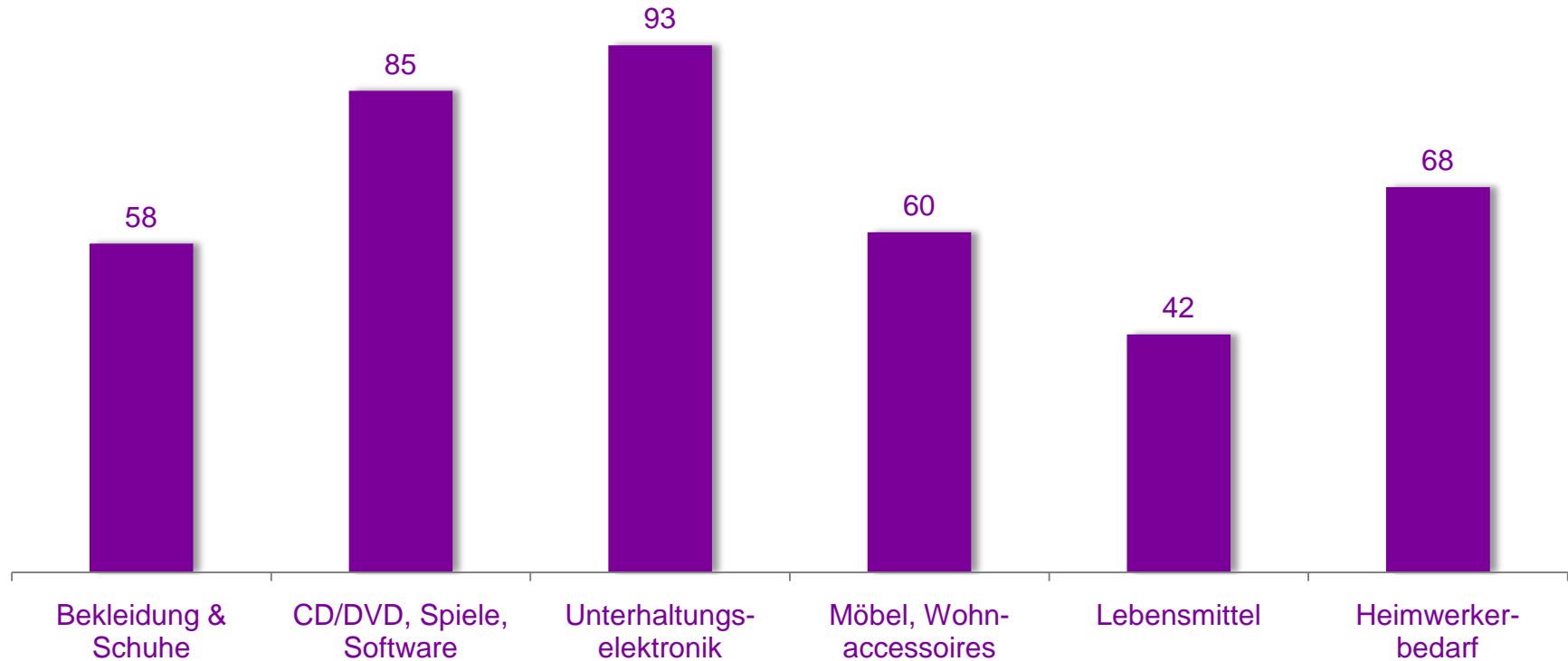
Die Mehrzahl der Käufe findet erst nach der Informationsrecherche im Internet statt.

Für Unterhaltungselektronik ist das Internet bei über 90% der Befragten DIE zentrale Informationsquelle. Das Web beeinflusst zwei Drittel aller Käufe in dieser Kategorie.



# Internet bei Unterhaltungselektronik für über 90 Prozent von großer Bedeutung

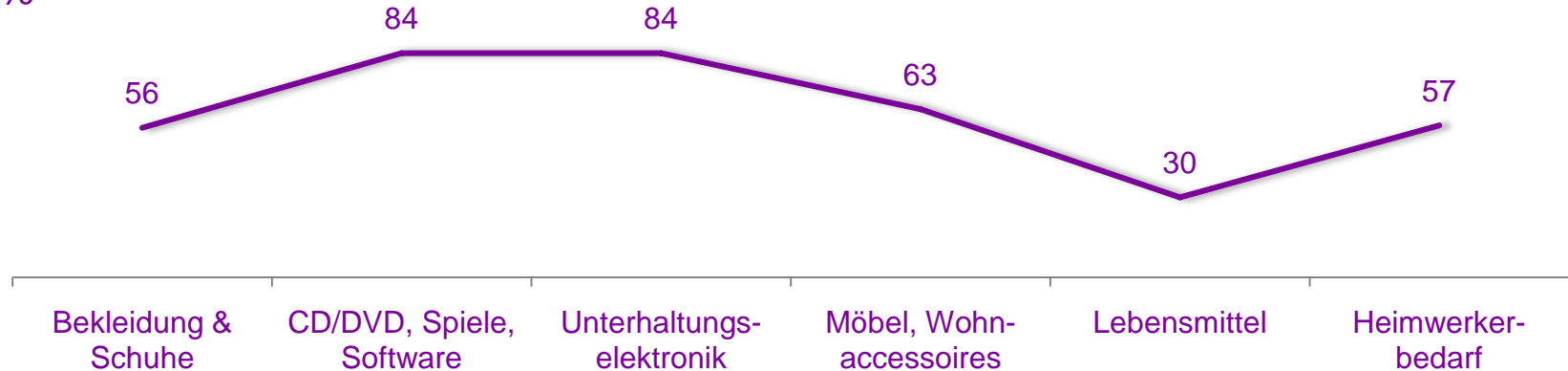
Wichtigkeit des Internets als Informationsquelle vor dem Kauf  
in %



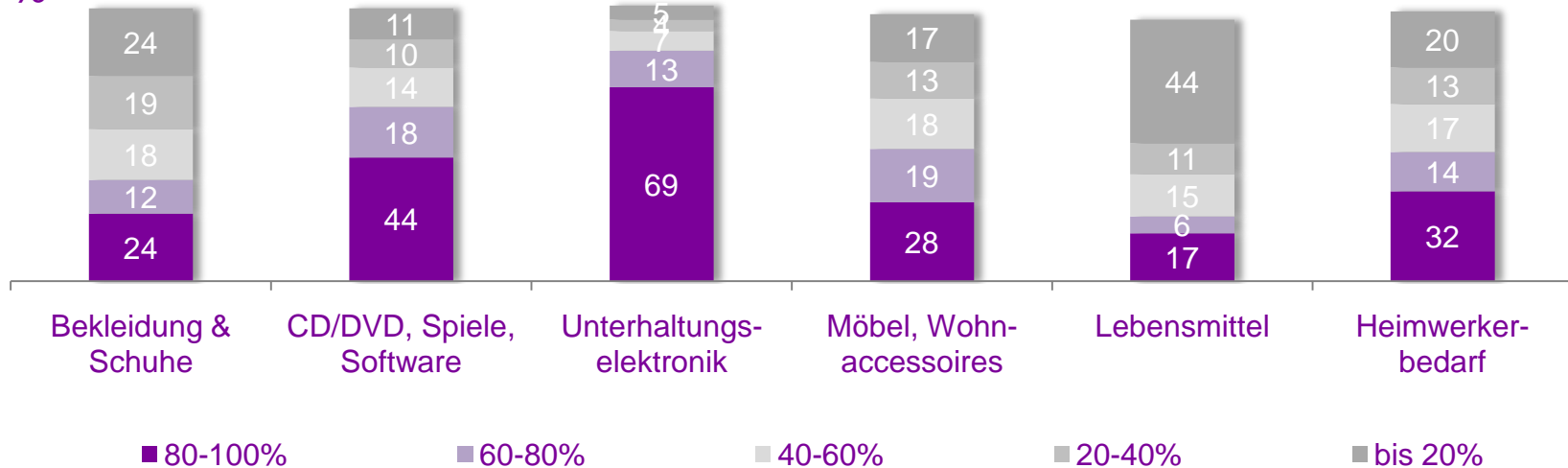
■ wichtig / sehr wichtig

# Web in den meisten Branchen von der Mehrheit als Informationsquelle genutzt

## Nutzung des Internets als Informationsquelle vor dem Kauf in %



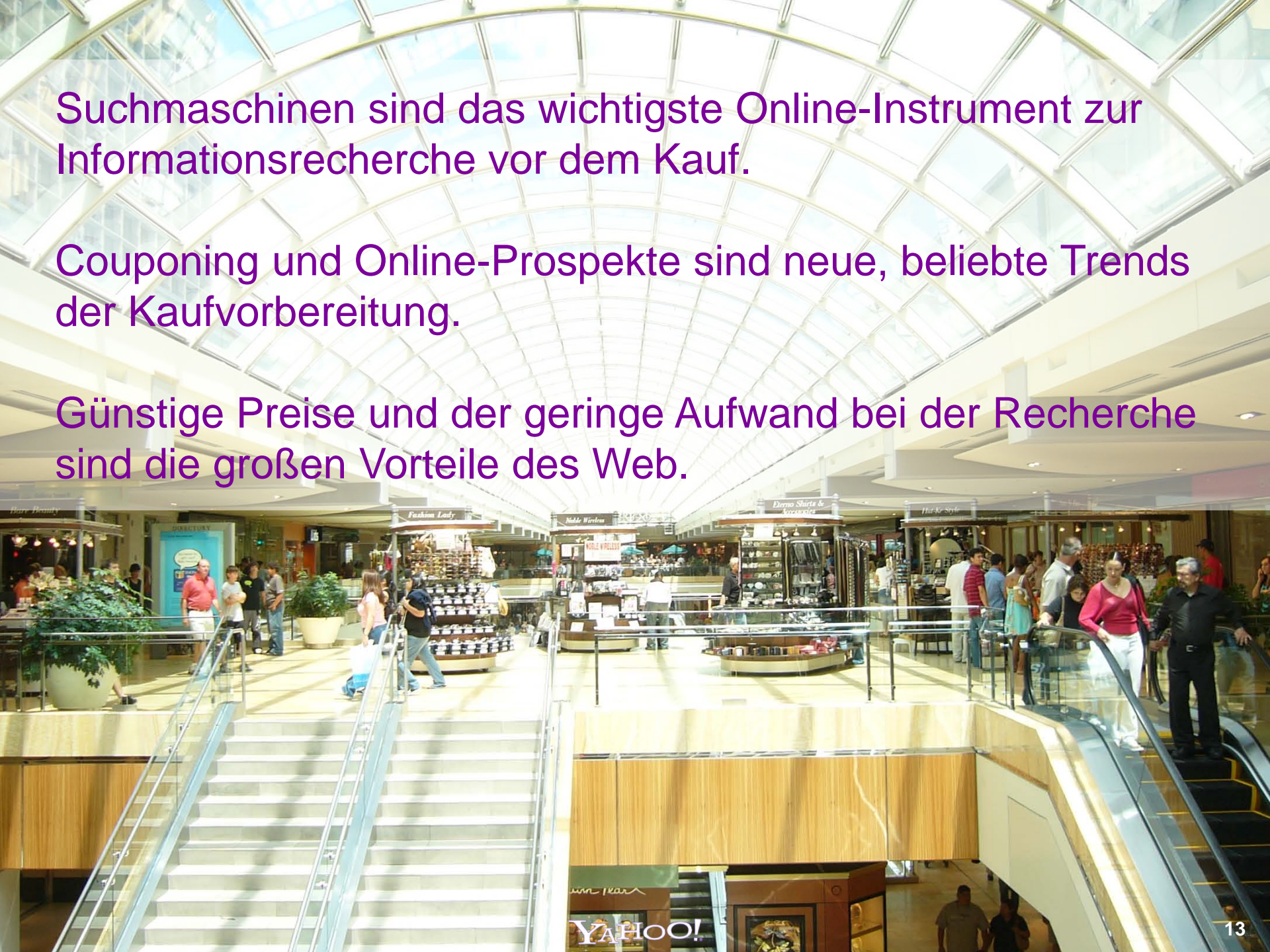
## Anteil der durch das Internet beeinflussten Käufe in %



Suchmaschinen sind das wichtigste Online-Instrument zur Informationsrecherche vor dem Kauf.

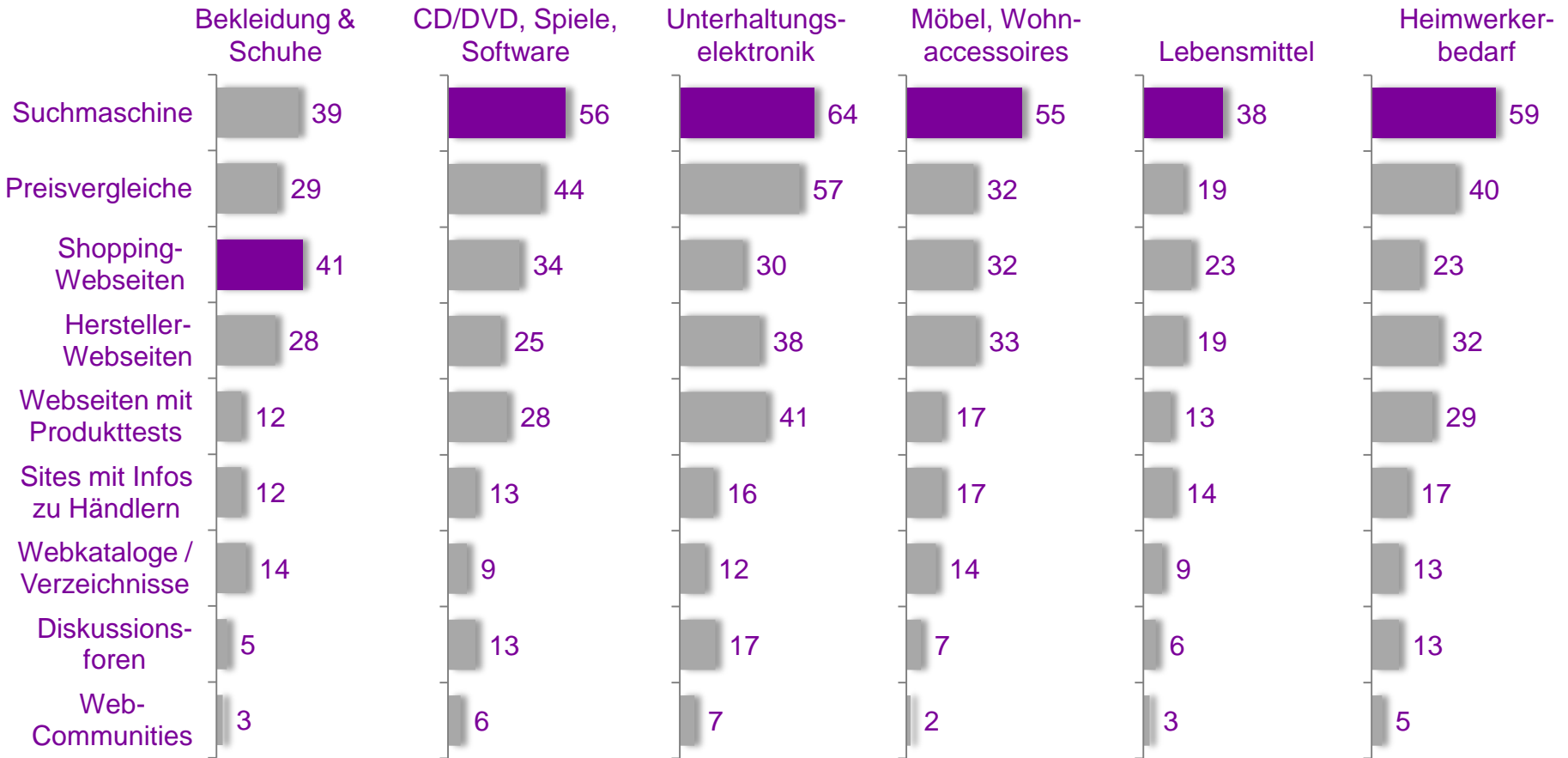
Couponing und Online-Prospekte sind neue, beliebte Trends der Kaufvorbereitung.

Günstige Preise und der geringe Aufwand bei der Recherche sind die großen Vorteile des Web.



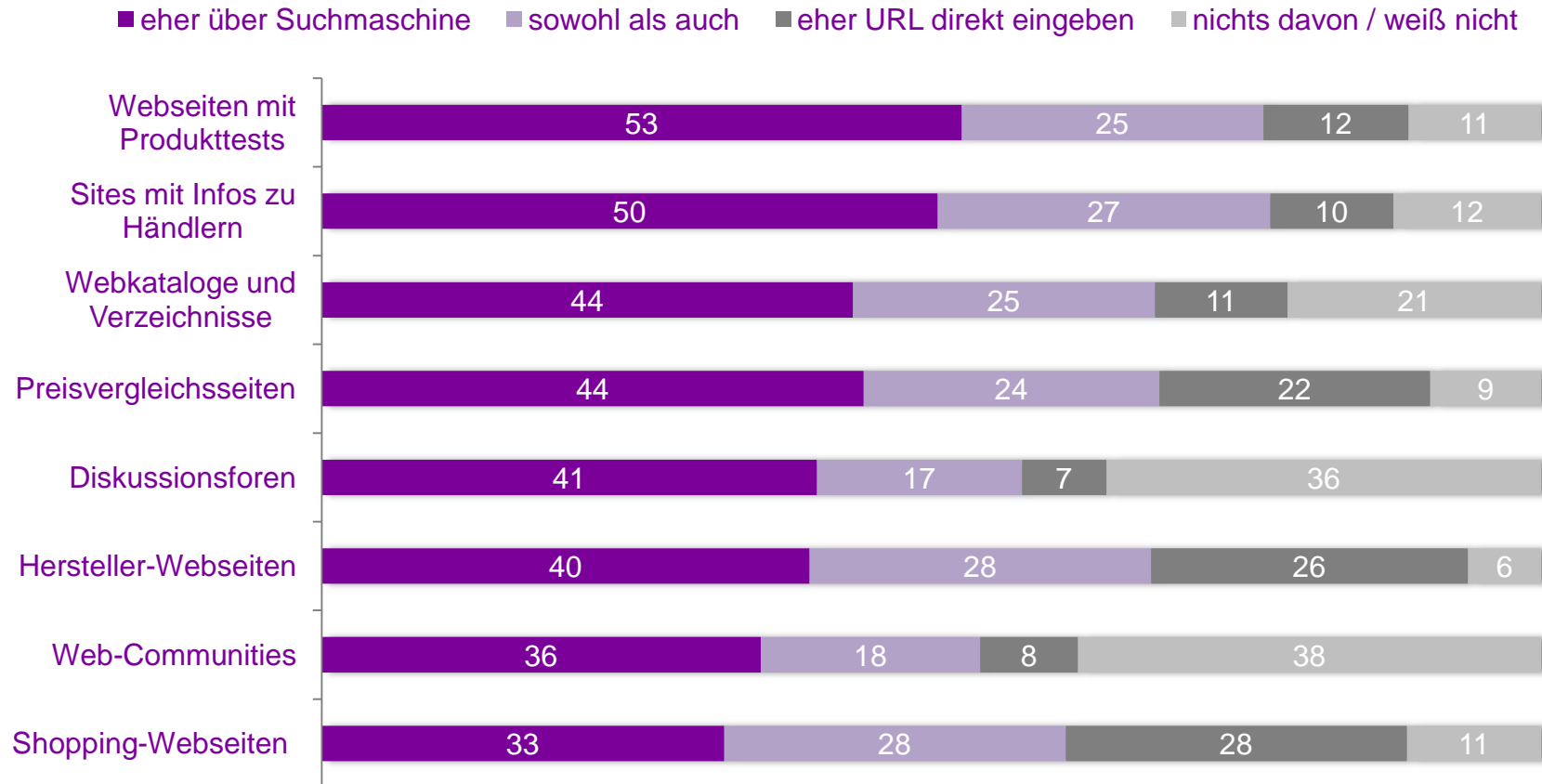
# Suchmaschinen sind die meistgenutzte Online-Quelle – UGC spielt noch kaum eine Rolle

## Genutzte Online-Quellen bei der Informationsrecherche in %; Mehrfachantworten

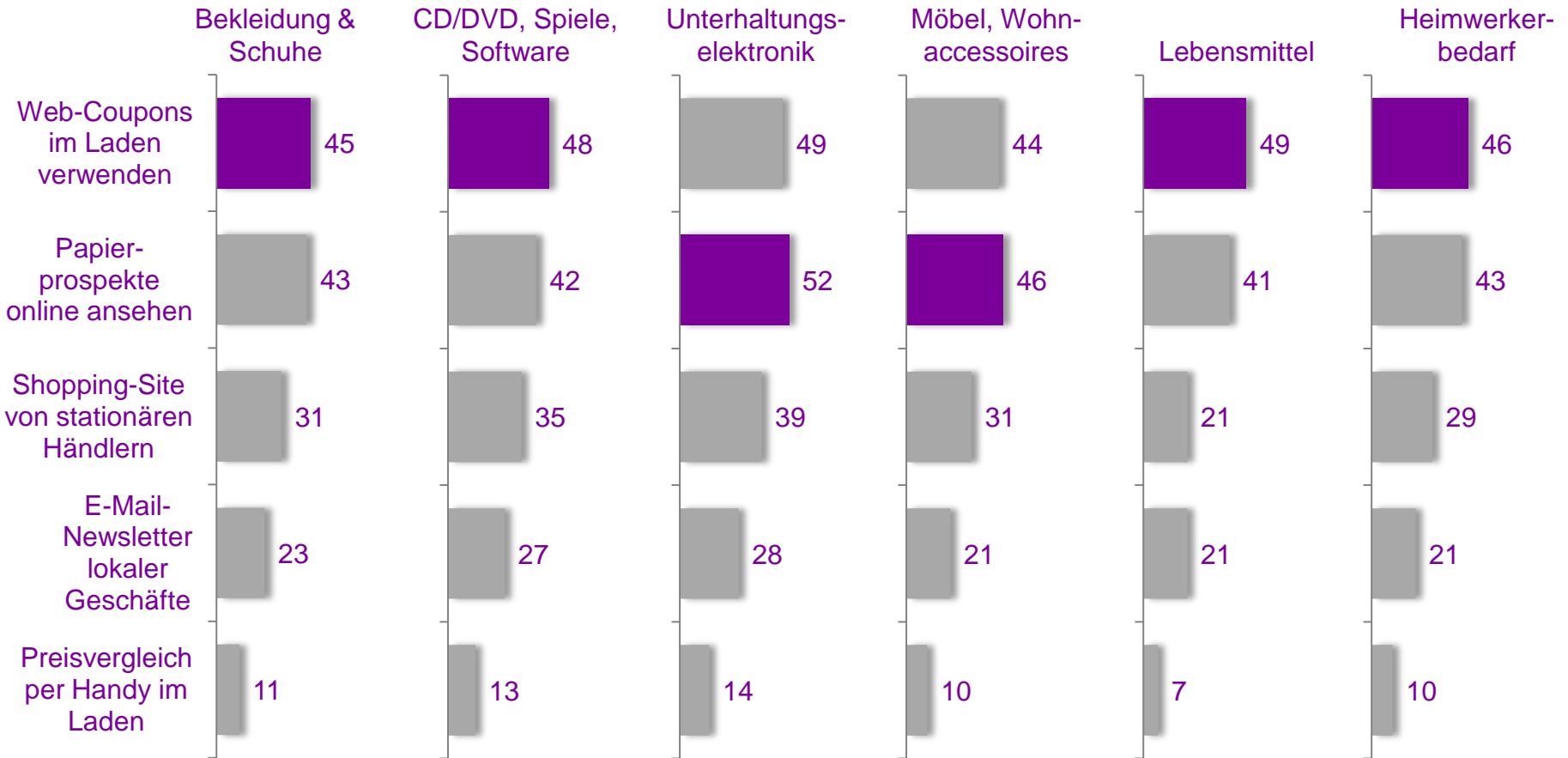


## Surf-Strategie bei der Recherche im Internet vor dem Kauf in %

Wenn ich auf (...) gehen möchte

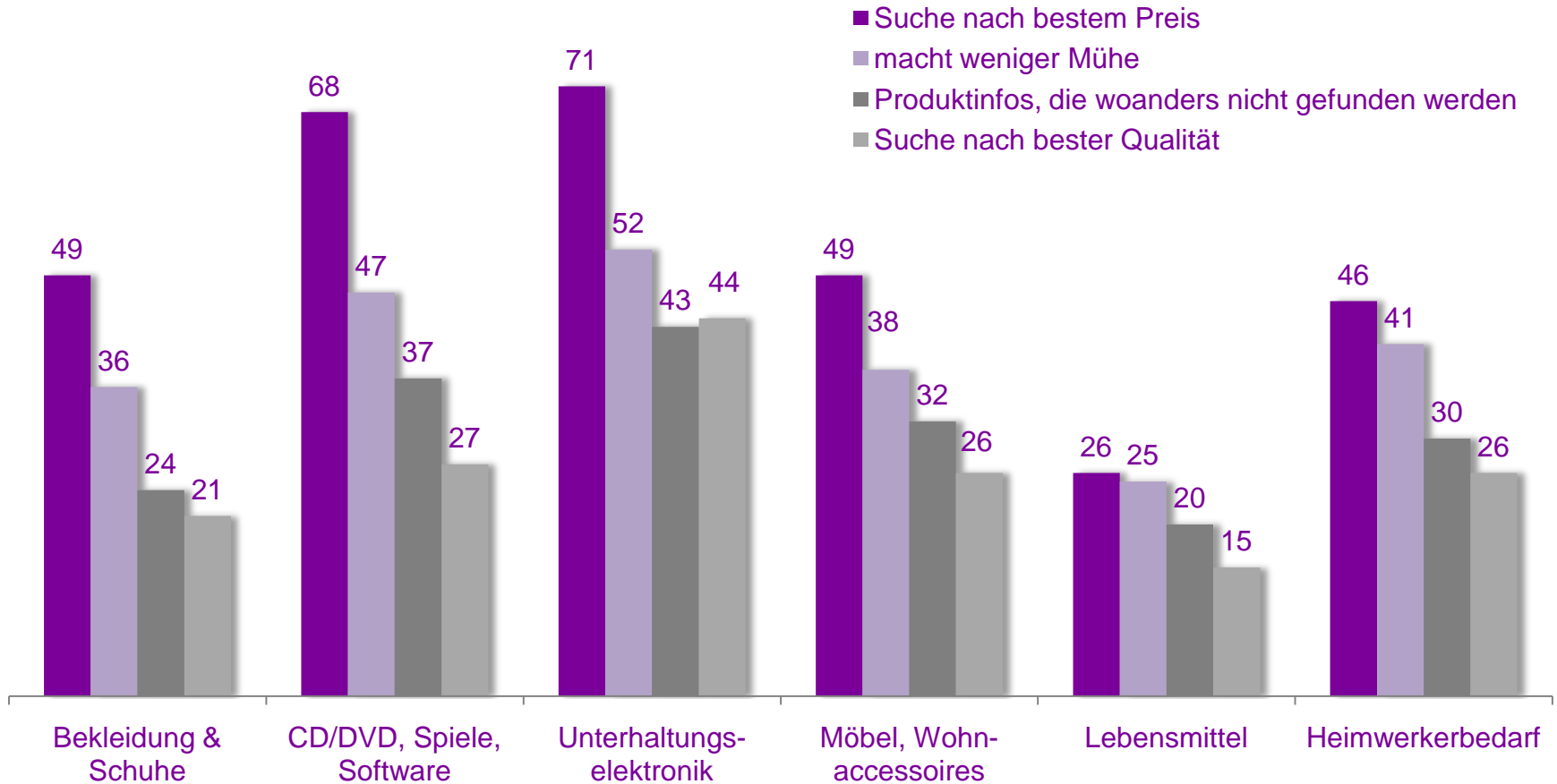


## Interesse an neuen Online-Angeboten zur Kaufunterstützung in %; Mehrfachantworten





## Vorteile des Internet bei der Recherche vor dem Kauf in %; Mehrfachantworten



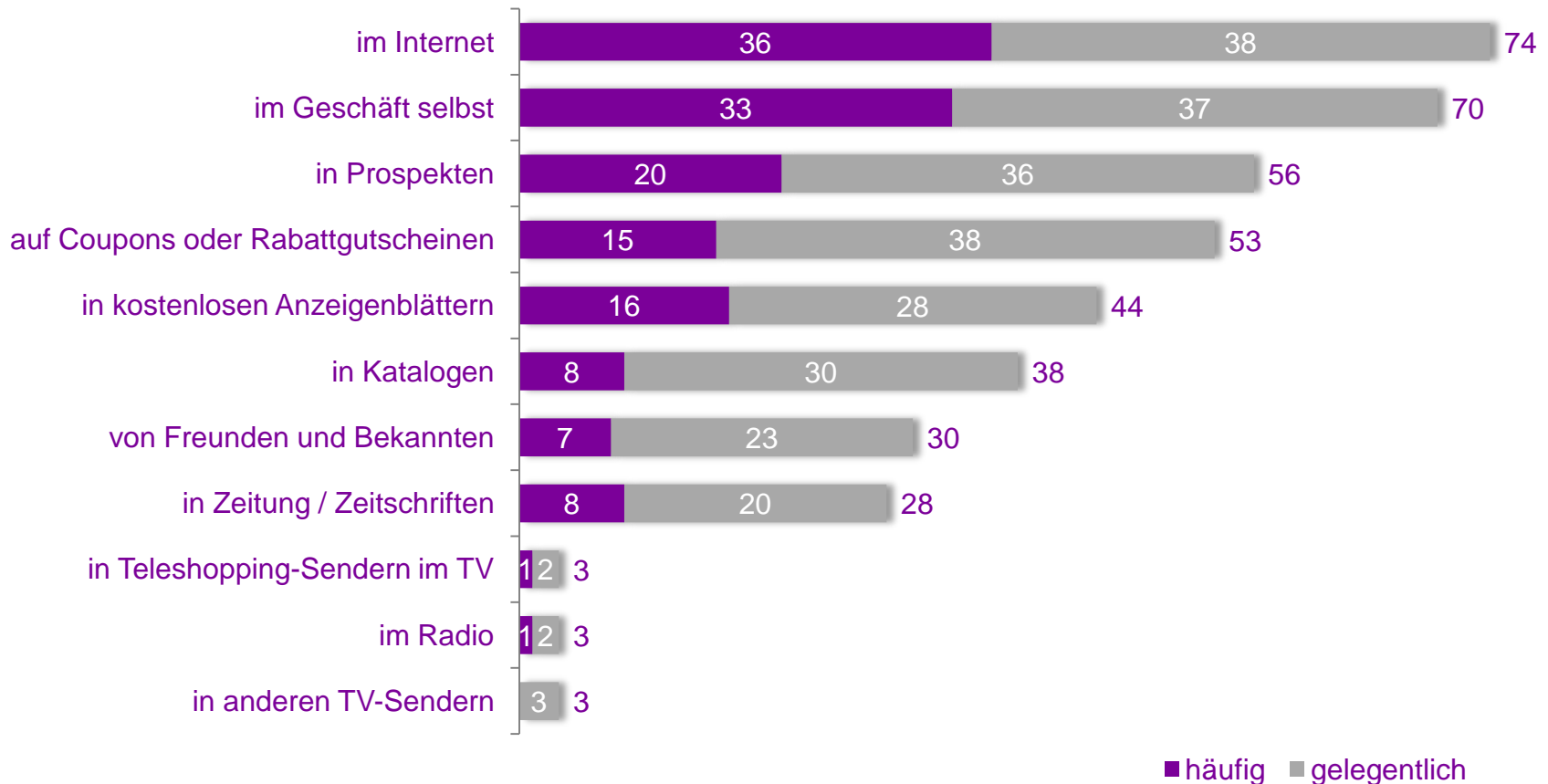
Von allen Informationsquellen führt das Internet am häufigsten zum Kauf.



# Drei Viertel lassen sich durch Informationen aus dem Web beim Kauf beeinflussen

## Kaufbeeinflussung durch Informationen aus unterschiedlichen Quellen in %

Käufe häufig/gelegentlich aufgrund von Informationen...



# Studiensteckbrief



<b>Auftraggeber</b>	Yahoo! Deutschland GmbH
<b>Durchführung</b>	ENIGMA GfK Medien- und Marketingforschung GmbH
<b>Befragungszeitraum</b>	Januar 2010
<b>Basis</b>	Internetnutzer/innen ab 14 Jahren in Deutschland (Nutzer, die in den letzten 12 Monaten in mind. einer der 6 Produktkategorien (Unterhaltungselektronik, CD/DVD/Spiele/Software, Möbel/Wohnaccessoires, Heimwerkerbedarf, Bekleidung/Schuhe, Lebensmittel) eingekauft haben oder dies in den nächsten 12 Monaten vorhaben)
<b>Stichprobe</b>	1.500 Befragte
<b>Gewichtung</b>	nach Alter, Geschlecht und Bildung
<b>Erhebungsmethode</b>	Online-Interviews im Panel
<b>Ansprechpartner</b>	Bernd Vehlow, Senior Trade Research Manager Yahoo! Deutschland

# Vielen Dank!

**bernd vehlow**

senior trade research manager (de)

[vehlow@yahoo-inc.com](mailto:vehlow@yahoo-inc.com)

Tel: +49 (0)89 23197-151

Mobil: +49 (0)162 288 99 34

**YAHOO!**