



Konsumentenverhalten im Distanzhandel 2014

Wien, Juni 2014

Diese Studie wurde im Auftrag Handelsverband – Verband österreichischer Mittel- und Großbetriebe des Einzelhandels durchgeführt.

VERFASSER/IN DES BERICHTS:

Ernst Gittenberger (Projektleitung)

Brigitte Vogl

INTERNES REVIEW/BEGUTACHTUNG:

Peter Voithofer

LAYOUT:

Martina Gugerell

Die vorliegende Studie wurde nach allen Maßstäben der Sorgfalt erstellt.

Die KMU Forschung Austria übernimmt jedoch keine Haftung für Schäden oder Folgeschäden, die auf diese Studie oder auf mögliche fehlerhafte Angaben zurückgehen.

Mitglied bei:



Inhaltsverzeichnis

1. Executive Summary	1
2. Einkauf im Distanzhandel.....	3
3. Informationssuche vor dem Einkauf im Distanzhandel	9
4. Ausgaben im Distanzhandel	11
5. Retouren.....	17
6. Einkauf via Smartphones	21
7. Resümee	26
8. Methodische Anmerkungen	30
9. Tabellenanhang mit Detailergebnissen	31

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1	Einkauf im Distanzhandel – in Prozent der ÖsterreicherInnen, 2010-2014.....	31
Tabelle 2	Bestellmöglichkeiten im Distanzhandel – in Prozent der ÖsterreicherInnen, 2014.....	32
Tabelle 3	Gekaufte Warengruppen im Distanzhandel – in Prozent der ÖsterreicherInnen, 2014.....	33
Tabelle 4	Gekaufte Warengruppen im Distanzhandel – in Prozent der DistanzhandelskäuferInnen, 2014.....	34

Grafikverzeichnis

Grafik 1	Zahl der KäuferInnen im Distanzhandel, 2010-2014.....	3
Grafik 2	Anteil der KäuferInnen im Distanzhandel nach Altersgruppen, 2014... 4	
Grafik 3	Nutzung der Bestellmöglichkeiten im Distanzhandel – Anteil der ÖsterreicherInnen 2010-2014.....	6
Grafik 4	Abschätzung der Zahl der KäuferInnen im Distanzhandel in ausgewählten Warengruppen, 2010-2014	8
Grafik 5	Informationssuche vor dem Kauf im Distanzhandel – Anteil der DistanzhandelskäuferInnen, 2014	10
Grafik 6	Gesamtausgaben im Distanzhandel pro Jahr, 2010 – 2014	11
Grafik 7	Durchschnittliche Ausgaben im Distanzhandel pro KäuferIn und pro Jahr, 2010-2014	12
Grafik 8	Durchschnittliche Ausgaben im Distanzhandel pro KäuferIn und pro Jahr, 2014.....	13
Grafik 9	Abschätzung der Gesamtausgaben im Distanzhandel in ausgewählten Warengruppen, 2010-2014	14
Grafik 10	Abschätzung der Konsumausgaben in ausgewählten Warengruppen und davon Anteil der Ausgaben im Distanzhandel, 2014	16
Grafik 11	Anteil der DistanzhandelskäuferInnen, die bestellte Waren auch wieder retourniert haben in %, 2014.....	17
Grafik 12	Anteil der DistanzhandelskäuferInnen, die bestellte Waren auch wieder retourniert haben in %, 2014.....	18
Grafik 13	Anteil der DistanzhandelskäuferInnen, die bei der Bestellung schon gewusst haben, dass sie Waren wieder zurücksenden werden in % 2014	19
Grafik 14	Anteil der DistanzhandelskäuferInnen, die bestellte Waren auch wieder retourniert haben, in %, 2014.....	20
Grafik 15	Besitz / Infosuche / Einkauf via Smartphone, 2012-2014.....	21
Grafik 16	Einkauf via Smartphone nach Geschlecht und Altersgruppen 2013/2014	22
Grafik 17	Abschätzung der Zahl der Smartphone-KäuferInnen in den Top-10-Warengruppen, 2013/2014	23
Grafik 18	Abschätzung der Ausgaben beim Einkauf via Smartphone nach Top-10-Warengruppen, 2013/2014.....	25
Grafik 19	Veränderung der Zahl der KäuferInnen, der durchschnittlichen Ausgaben und der Gesamtausgaben im Distanzhandel p.a. 2011-2014.....	27
Grafik 20	Einkauf im Distanzhandel – Zahl der ÖsterreicherInnen, 2012-2014.....	28