

E-Commerce weiter im Aufwind

AIM-Consumer: Online-Käufe legten im letzten Jahr um ein Zehntel zu

Viele Händler haben das abgeschlossene Weihnachtsgeschäft positiv bilanziert. Besonders Online-Händler durften sich 2015 freuen, konnten sie doch ihre Kundenbasis um mehr als ein Zehntel ausbauen. Mobile Geräte gewinnen dabei an Bedeutung. Der Austrian Internet Monitor hat die Details.

62% der Bevölkerung haben schon einmal Produkte oder Dienstleistungen über das Internet bestellt. Rechnet man jene hinzu, die ausschließlich Online-Buchungen oder kostenpflichtige Downloads bzw. Online-Inhalte beansprucht haben, so sind es 66 %, die schon einmal online eingekauft haben.

Besonders eifrige Online-Shopper sind die 20-29-Jährigen, die nahezu alle (95%) bereits über das Internet eingekauft haben. Dicht dahinter liegt die Altersgruppe 30-39 mit 85% sowie die 40-49-Jährigen mit 81%. In der Kohorte 70+ sind es dagegen lediglich 22%, die schon einmal einen Onlinekauf gewagt haben. Die Aufgeschlossenheit für Online-Käufe wird auch stark von der formalen Bildung getrieben: während nur 58% der Nicht-Maturanten schon elektronisch geshoppt haben, sind dies unter den Höhergebildeten 85%. Auch die Wiener sind besonders affin zu Online-Shopping.

In den letzten drei Monaten haben 56 % der österreichischen Bevölkerung ab 14 Jahren online eingekauft. Das sind um 5 Prozentpunkte mehr als noch vor einem Jahr.

Die durchschnittlichen Ausgaben der Käuferschaft im letzten Quartal liegen bei 450 Euro. Entgegen landläufiger Meinungen sind Männer ausgabefreudiger als Frauen. Besonders spendabel ist auch die Gruppe 50-59.

Innerhalb der Anbieter ist Amazon der große Gewinner. Allen Berichten über Arbeitsbedingungen und Steuervermeidung zum Trotz steigt die Nutzung des Amazon-Angebotes weiter an. „Die Medienberichterstattung bringt in diesem Zusammenhang viele Menschen zum Nachdenken. Geht es jedoch um Bequemlichkeit oder Angebotsbreite, sind derartige Bedenken schnell vom Tisch und wird der Bestellbutton gedrückt. Weiters wird der Kauf bei Amazon als risikolos betrachtet, während kleineren Anbietern oft Misstrauen entgegen gebracht wird.“, so Bertram Barth, Geschäftsführer von INTEGRAL.

Verändert hat sich auch die Gerätenutzung für die Bestellung von Produkten oder Dienstleistungen. So gewinnen Smartphones und Tablets an Bedeutung, während der Laptop weniger stark für Einkäufe genutzt wird.

Der INTEGRAL AIM-Consumer wird von INTEGRAL Markt- und Meinungsforschung mittels telefonischer Interviews, repräsentativ für die österreichische Bevölkerung ab 14 Jahren, durchgeführt. Darüber hinaus liefern vertiefende Online-Befragungen Einblicke in Schwerpunkte der Nutzung neuer Medien. INTEGRAL ist Spezialist im Bereich der Internet- und Onlineforschung und liefert seit 1996 kontinuierlich Informationen über die Nutzung und Entwicklungsperspektiven des Internets und anderer neuer Kommunikationstechnologien. Damit verfügt INTEGRAL über eine 20-jährige Forschungserfahrung im Bereich Internet.

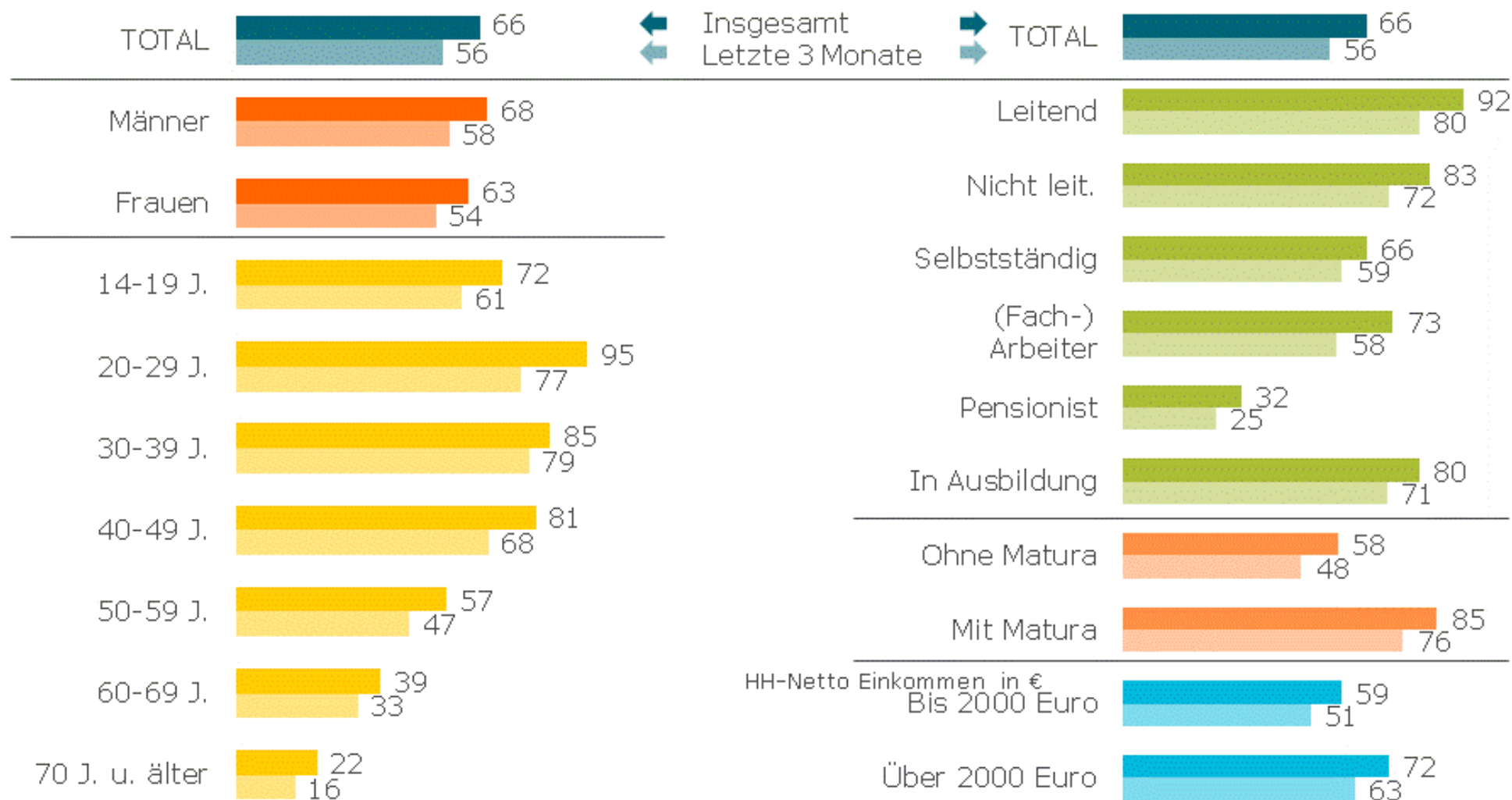
Über INTEGRAL

INTEGRAL ist ein Full-Service-Institut und Anbieter maßgeschneiderter Marktforschungslösungen auf wissenschaftlicher Basis, von der Datenerhebung bis zur Lieferung handlungsrelevanter Informationen und Empfehlungen. In Kooperation mit dem Heidelberger Sinus-Institut, dessen Mehrheitsanteile INTEGRAL im Jahr 2009 übernommen hat, engagiert sich der österreichische Marktforscher intensiv in der Sinus-Milieu-Forschung. Die Ergebnisse bieten Marketingentscheidern aus Unternehmen, Medien und Politik wettbewerbsrelevante Informationen über Märkte und Zielgruppen.

Für Rückfragen stehen Ihnen Dr. Bertram Barth und Mag. Sandra Cerny, INTEGRAL Markt- und Meinungsforschung, zur Verfügung.

www.integral.co.at, Anfragen an aim@integral.co.at, Tel.Nr.: +43-(0)1-799 19 94

Online-Einkäufer



Frage 40: Wann haben Sie das das letzte Mal getan?

Basis: Alle Befragten