

Deutsche Onlineshopper würden digitale Einkaufshelfer nutzen

Hamburg, 20. Oktober 2016. Trotz der unzähligen Shoppingmöglichkeiten im Internet, bevorzugt die Hälfte der deutschen Internetnutzer (57%) Geschäfte vor Ort. Auch in Großbritannien (57%) und Frankreich (57%) wird immer noch lieber offline geshoppt, wie eine großangelegte Grundlagenstudie des Markt- und Meinungsforschungsinstituts Ipsos in den drei Ländern zum Thema Omnichannel ergab. Größte Barriere für das Onlineshopping ist die fehlende persönliche Beratung. Doch dafür gibt es auch beim Onlinekauf digitale Einkaufshelfer: vier von zehn (39%) deutschen Onlinern würden die persönliche Shoppingberatung im Netz gerne ausprobieren.

Ein Drittel der Deutschen interessiert die digitale Einkaufsberatung per Chat

Vor allem Chats auf der Webseite des jeweiligen Anbieters können die deutschen Onliner sich für die persönliche Beratung beim Onlineeinkauf vorstellen: ein Drittel (34%) der Deutschen hat Interesse daran. Ebenso sieht es bei den Briten (33%) und Franzosen (34%) aus.

Statt auf eigene Lösungen können Unternehmen auch auf bereits vorhandene Messenger und Netzwerke zurückgreifen. Ein Viertel der deutschen Internetnutzer (26%) würden sich per WhatsApp oder Facebook Messenger beim Kauf beraten lassen. Unter den Millennials sind es sogar drei von zehn (29%), wobei 6 Prozent der Befragten zwischen 18 und 35 Jahren angaben, diesen Service schon einmal genutzt zu haben. Wenn es um WhatsApp und Co. als Beratungshilfe geht, sind die französischen Internetnutzer weniger affin: nur jeder fünfte (19%) Onliner und nur knapp ein Viertel (23%) der Millennials können sich vorstellen diesen Service in Anspruch zu nehmen.

Einkaufshelfer: ein Viertel der Deutschen würde mit dem Sprachassistenten einkaufen

„Die Digitalisierung und Entwicklung neuer Technologien ermöglicht sehr viel mehr, als die „klassische“ Beratung beim Onlineshopping via Browser oder App. Die Konsumenten sind auch offen für andere Einkaufstechnologien“, erklärt Diana Livadic, Manager Ipsos Connect. So könnte beispielsweise der Lebensmitteleinkauf beim Händler für einige Deutsche bald der Vergangenheit angehören: ein Viertel der Deutschen (26%) interessiert sich für Kühlschränke, die selbstständig Produkte nachbestellen, unter den Millennials ist es knapp ein Drittel (32%). Die Briten stehen den smarten Kühlschränken sogar noch etwas offener gegenüber: 29 Prozent der Onlinebevölkerung und sogar vier von zehn (39%) britischen Millennials sind neugierig auf diese Technologie.

Auch der Onlinekauf per Sprachassistent ist für ein Viertel (25%) der deutschen Internetnutzer interessant. Ähnlich sehen das die französischen (22%) und britischen (23%) Onliner.

Hilfe beim Onlineshopping: Die deutschen Internetnutzer interessieren sich vor allem für die Einkaufsberatung per Chat

34%

via Chat auf der
Webseite



26%

via Chat in
WhatsApp oder
Facebook Messenger



Quelle: Ipsos Omnichannel-Studie 2016;
Repräsentative Online-Befragung unter 1.500
Internetnutzern von 18 bis 65 Jahren.
Feldzeit: 25.08. – 12.09.2016
Foto: fotolia.com © Jonas Glaubitz



GAME CHANGERS Ipsos

Steckbrief

Stichprobe	1.500 Internetnutzer von 18 bis 65 Jahre pro Land
Methode	Repräsentative Online Befragung aus dem Ipsos Access Panel in Deutschland, Frankreich und Großbritannien
Feldzeit	25.08.-12.09.2016
Inhalt	Aktuelle allgemeine Trends, Bedürfnisse, Wünsche im Bereich E-Commerce/Shopping. Branchenschwerpunkte: Fashion, Reisen, Lebensmittel, Kosmetik/Körperpflege, Consumer Electronics
	Die Studie ist ab Ende Oktober online zu erwerben.
Kontakt	Diana.Livadic@ipsos.com oder Philipp.Kunze@ipsos.com

Über Ipsos und Ipsos Connect:

Ipsos ist ein unabhängiges und innovatives Markt- und Meinungsforschungsinstitut. In einer sich immer schneller verändernden Welt ist es unsere Aufgabe, unsere Kunden mit präzisen und umsetzbaren Analysen bei ihrer Veränderung zu unterstützen, dabei orientieren wir uns an den „4S“: Security, Simplicity, Speed und Substance. Um unseren Kunden bestmöglichen Service zu bieten, haben wir uns in fünf Forschungsbereichen spezialisiert.

So bestimmen unsere engagierten Forscher Marktpotenziale, zeigen Markttrends, testen Produkte, Werbung und Dienstleistungen, erforschen die Wirkung von Medien und geben der



Kontakt Ipsos Pressestelle
Gudrun Witt
Gudrun.Witt@ipsos.com

Sachsenstraße 6
20097 Hamburg
Tel. 040 80096 4179

öffentlichen Meinung eine Stimme. Und das in 87 Ländern auf allen Kontinenten. In Deutschland beschäftigen wir über 500 Mitarbeiter in Hamburg, Mölln, München, Frankfurt und Berlin.

Ipsos Connect ist der globale Forschungsbereich, der sich mit den Themenschwerpunkten Markenkommunikation, Werbung und Medien befasst. Bei Ipsos Connect untersuchen wir, wie Medien, Marken und Konsumenten in einer immer komplexer werdenden Welt durch überzeugende Inhalte, großartige Kommunikation und die Wahl der effizientesten Kanäle verbunden werden können.



Kontakt Ipsos Pressestelle
Gudrun Witt
Gudrun.Witt@ipsos.com

Sachsenstraße 6
20097 Hamburg
Tel. 040 80096 4179