

Shopping-App-Nutzung 2017

Juli 2017



Gliederung

| Zielsetzung und Nutzen der Umfrage

| Teilnehmerstruktur

| Nutzung verschiedener Devices

| Einstellung zu Shopping-Apps

| Profil der Shopping-App-Fans

| Mobile Payment (NEU)

| Zusammenfassung

| Über Connox

| Kontakt

Zielsetzung und Nutzen

- | Diese Umfrage erleichtert Marketern die Entscheidung für oder gegen eine App und hilft ihnen, Prioritäten bei der Shop- und App-Optimierung zu setzen.
- | Um die Nutzung von Shopping-Apps und die Einstellung der Online-Käufer möglichst breit abzubilden, wurden im **Juli 2017 1.936 Frauen und Männer** aus dem Kundenstamm der **Connox GmbH** befragt.
- | Die im folgenden getroffenen Aussagen beziehen sich auf die Kunden der **Connox GmbH** in **Österreich, der Schweiz und Deutschland**. In Bezug auf die Internetbevölkerung können **Tendenzaussagen** getroffen werden.
- | Die Ergebnisse wurden gerundet und bereits um residuale Antworten bereinigt.

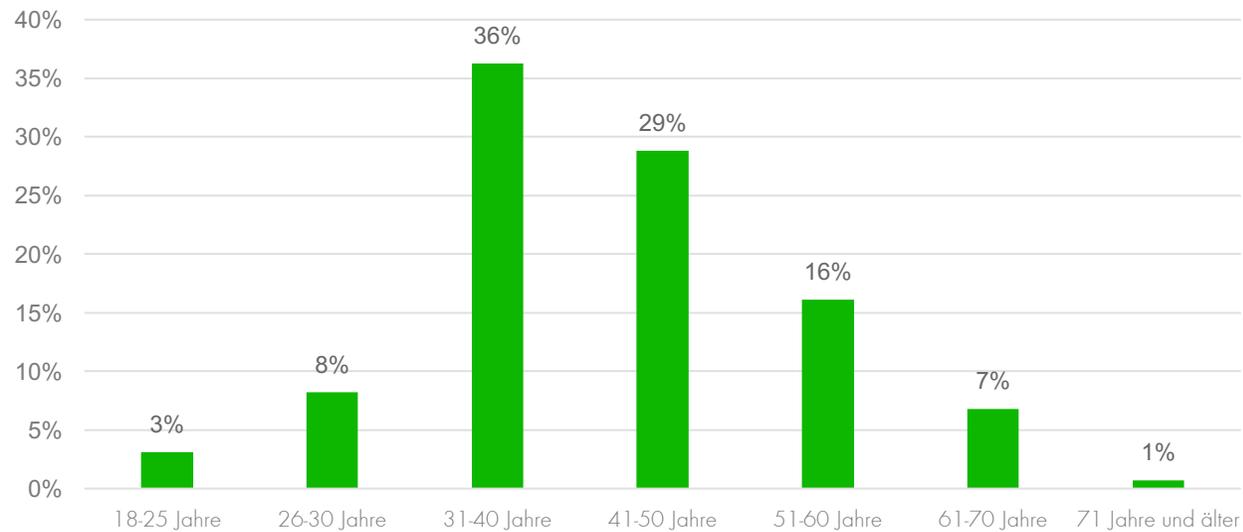


Teilnehmerstruktur

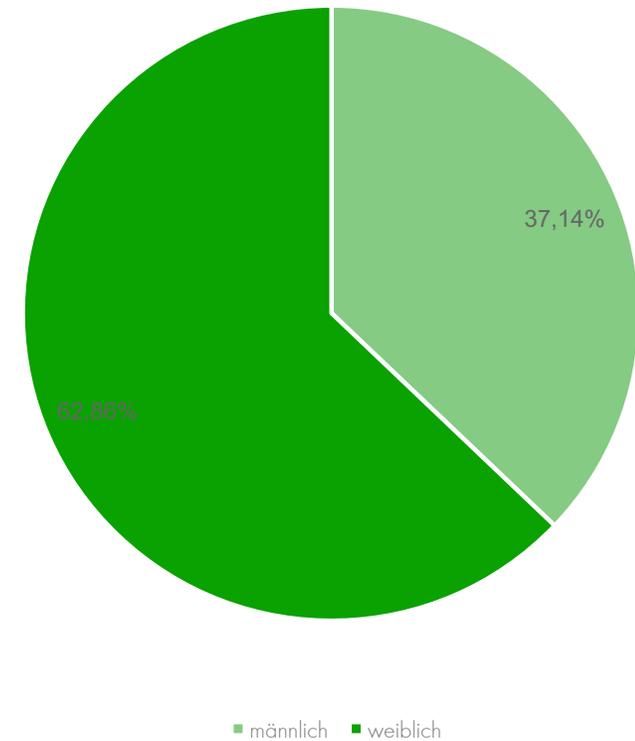
| Teilnehmer insgesamt: 1936

| 92 % der Umfrageteilnehmer kaufen mindestens einige Male im Monat ein.

Teilnehmer nach Alter

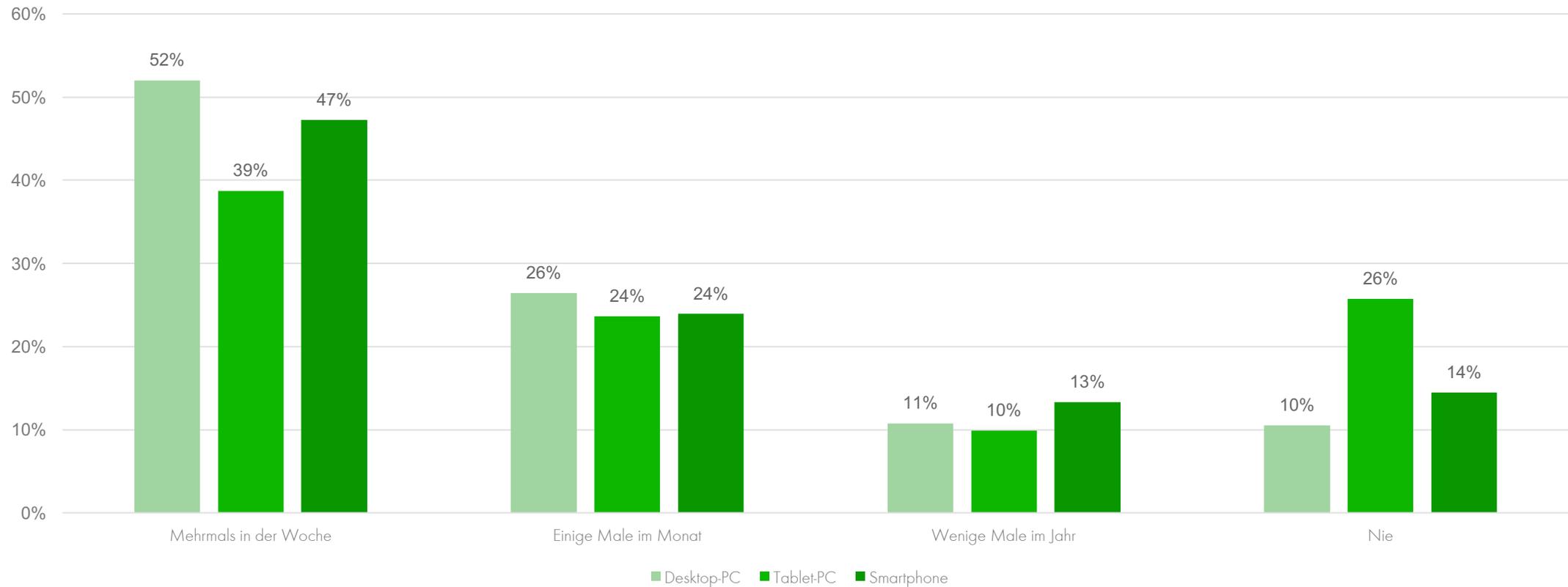


Teilnehmer nach Geschlecht



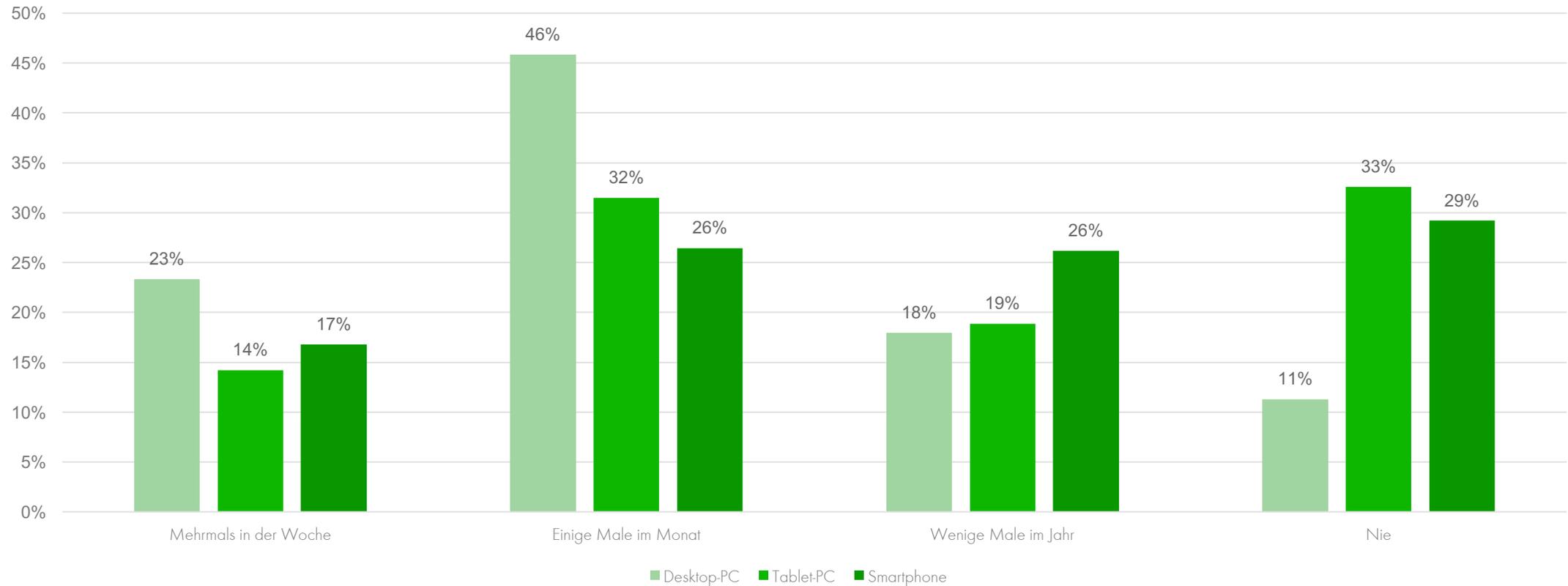
Nutzung verschiedener Devices

Wie häufig nutzen Sie die folgenden Geräte, um in Online-Shops zu stöbern und sich über Produkte zu informieren?



Nutzung verschiedener Devices

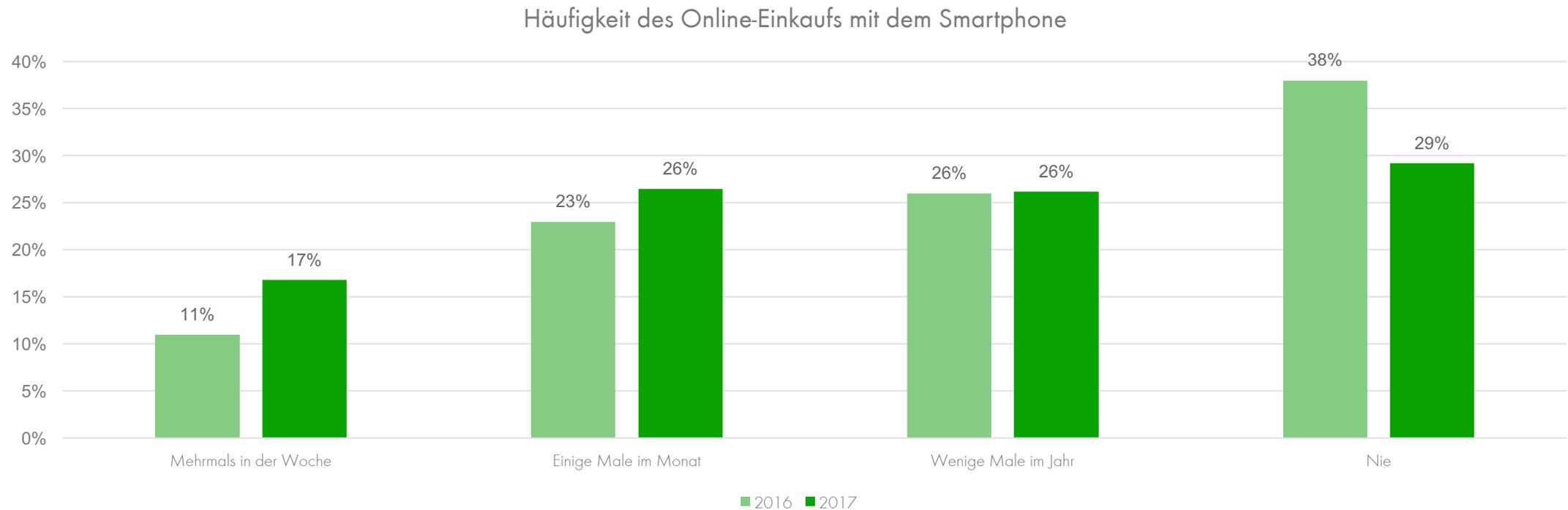
Wie häufig nutzen Sie die folgenden Geräte, um online einzukaufen?



Nutzung verschiedener Devices



Das Smartphone hat im Vergleich zu 2016 an Relevanz für den Online-Einkauf gewonnen.

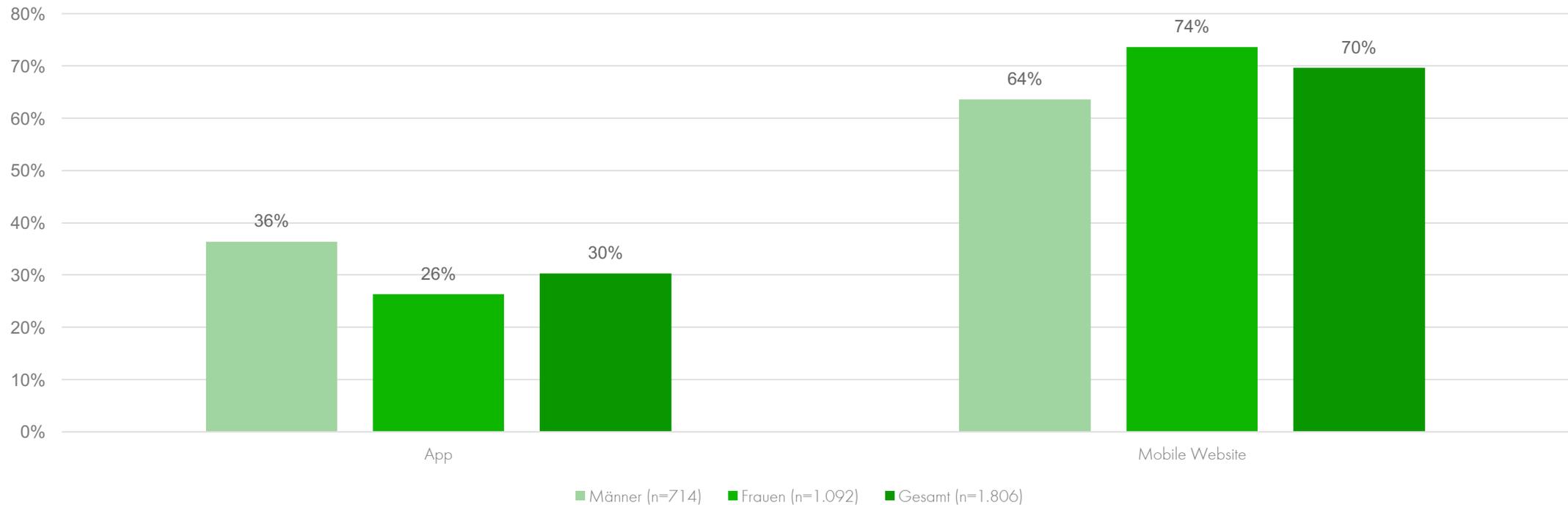


Nutzung verschiedener Devices



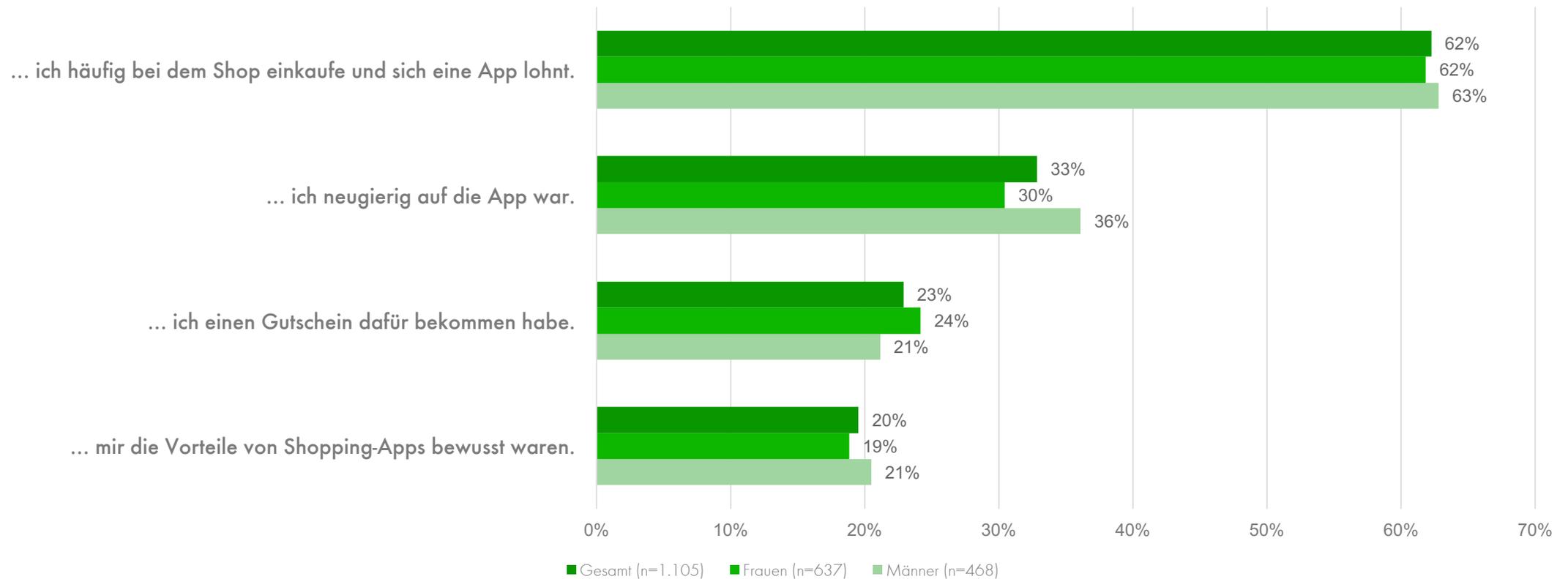
Shopping-Apps konnten sich seit letztem Jahr nicht weiter etablieren (2016: insgesamt 34 % App).

Insofern Sie Ihr Smartphone nutzen: Über welchen Kanal besuchen Sie die meisten Shops?



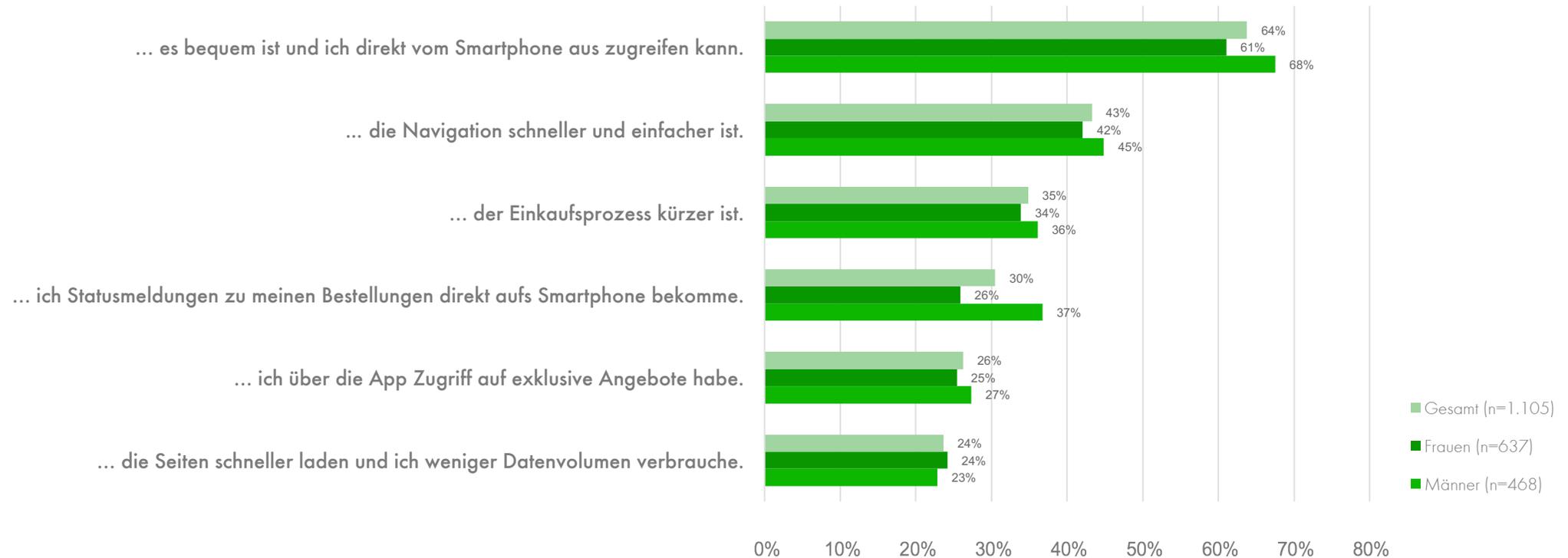
Einstellung zu Shopping-Apps

Ich habe meine Shopping-Apps heruntergeladen, weil ... (Mehrfachauswahl)

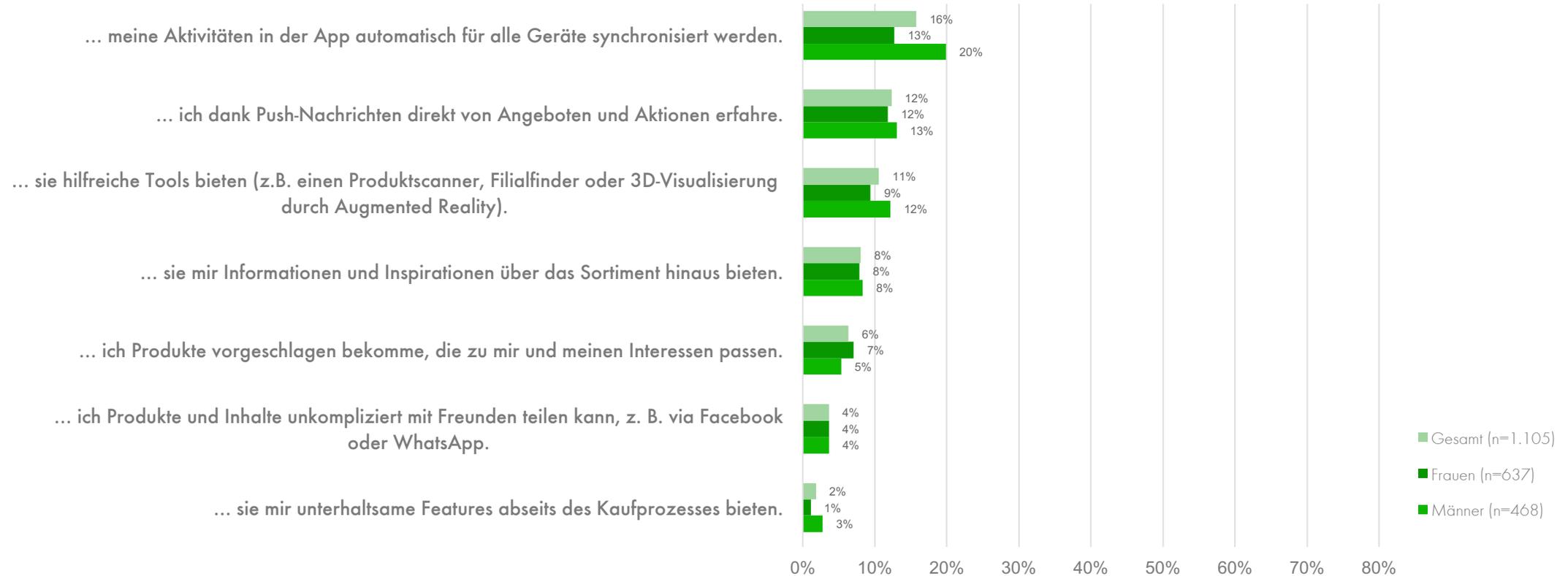


Einstellung zu Shopping-Apps

An Shopping-Apps schätze ich besonders, dass ... (Mehrfachauswahl)



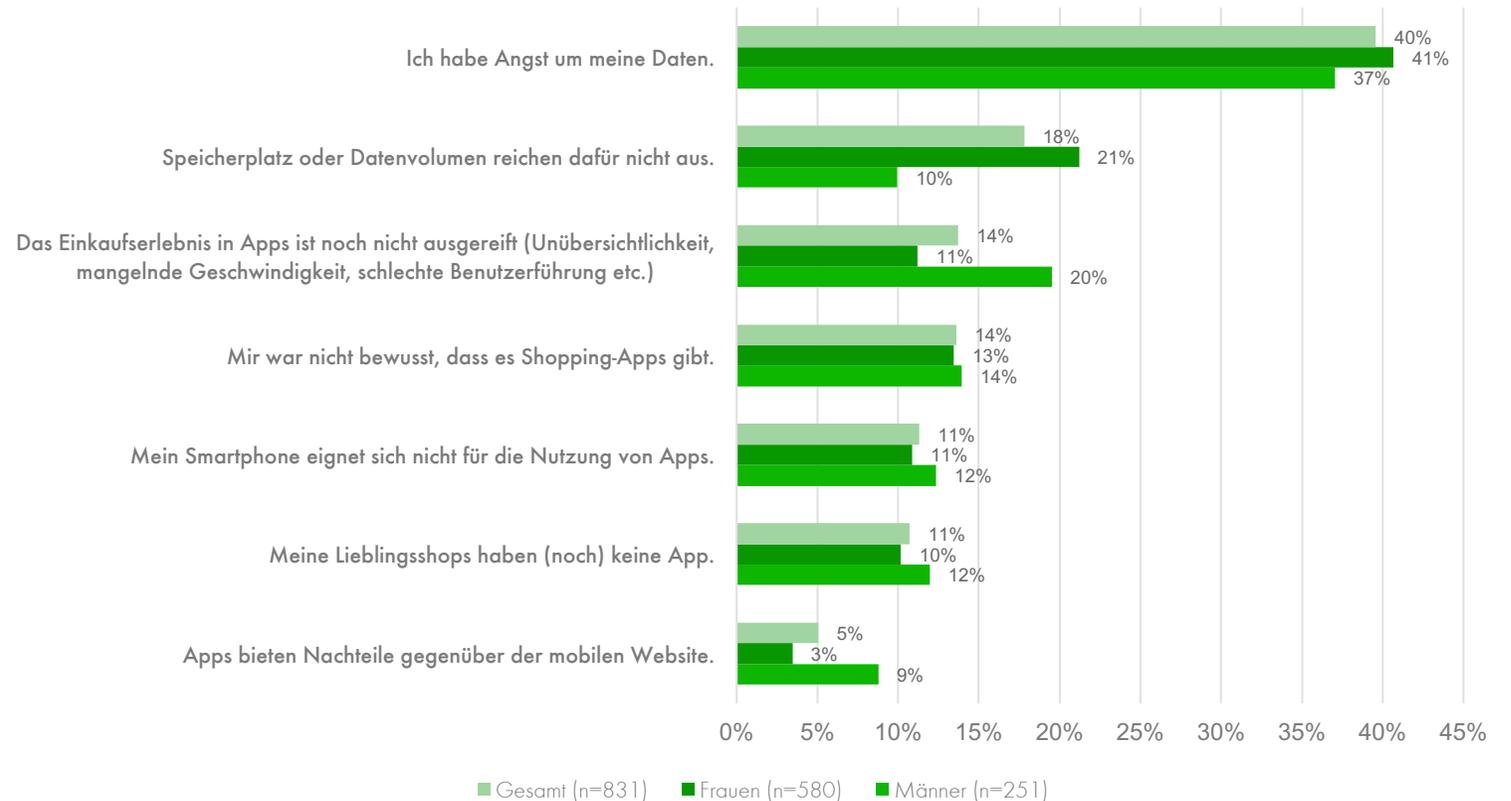
Einstellung zu Shopping-Apps



Einstellung zu Shopping-Apps

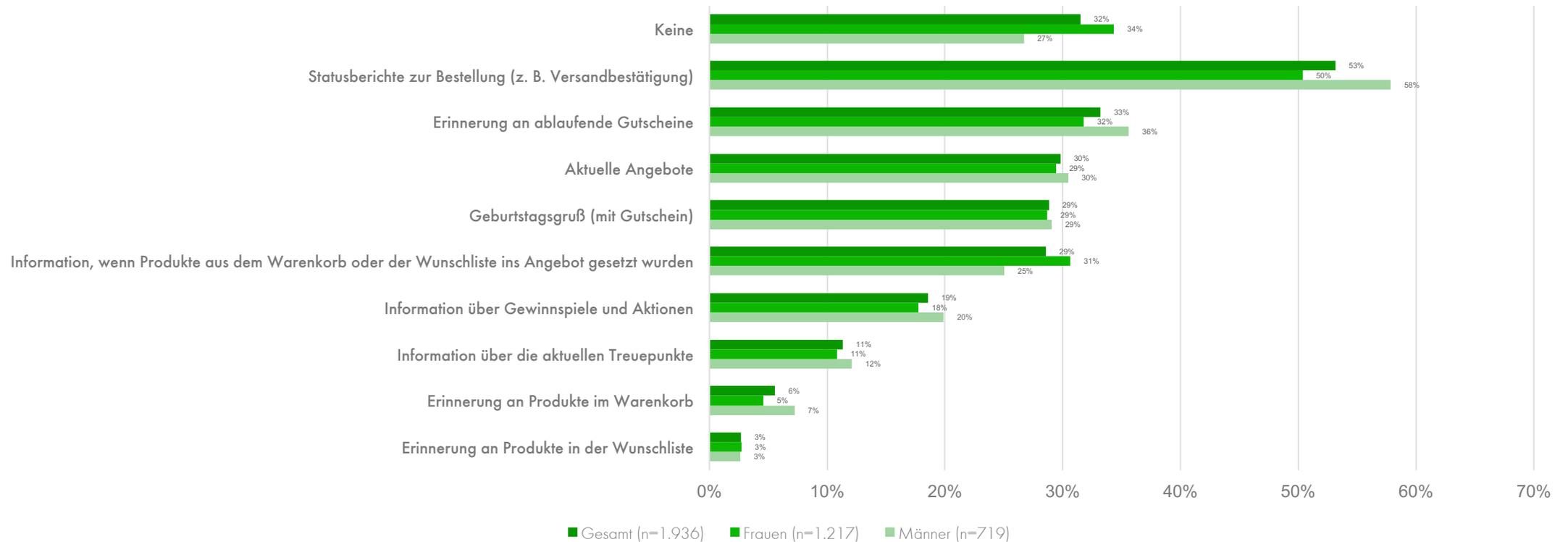
i Shopping-Apps haben Nachholbedarf. Darstellung und Menüführung weichen von der gewohnten mobilen Website ab und machen das Einkaufen via App in den Augen der Nutzer unnötig kompliziert. Durch die häufig reduzierte Darstellung entsteht der Eindruck, Apps böten eingeschränkte Inhalte. Die Nutzer haben das Gefühl, etwas zu verpassen.

Falls Sie keine Shopping-Apps nutzen: Was hält Sie davon ab? (Mehrfachauswahl)



Einstellung zu Shopping-Apps

Welche Informationen würden Sie von Shopping-Apps gern direkt via Push-Nachricht auf Ihr Smartphone erhalten?
(Mehrfachauswahl)

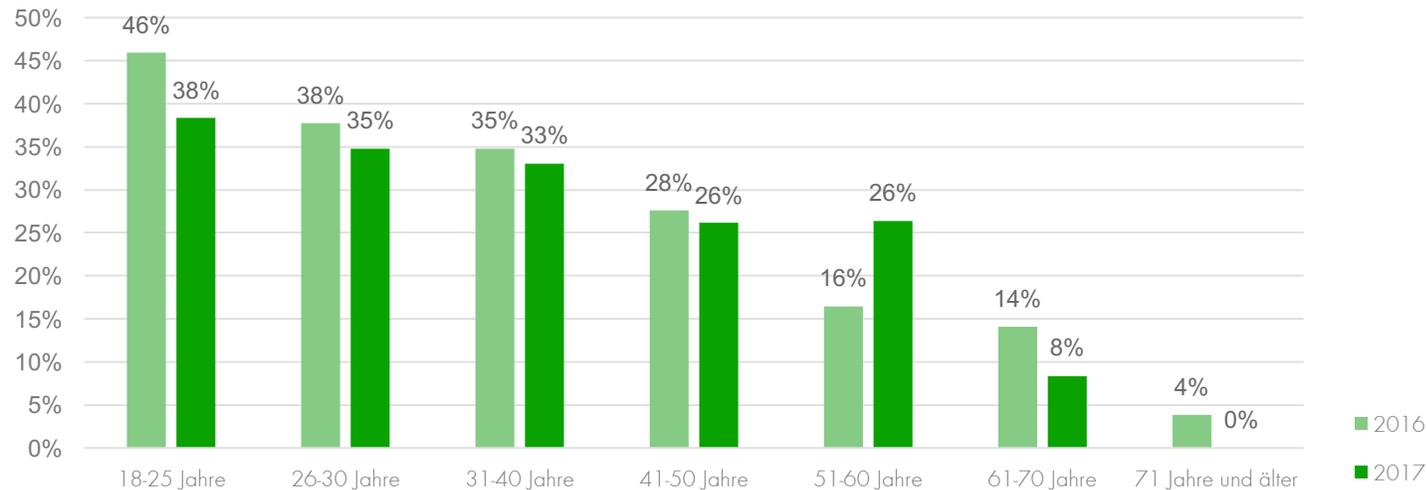


Profil der Shopping-App-Fans

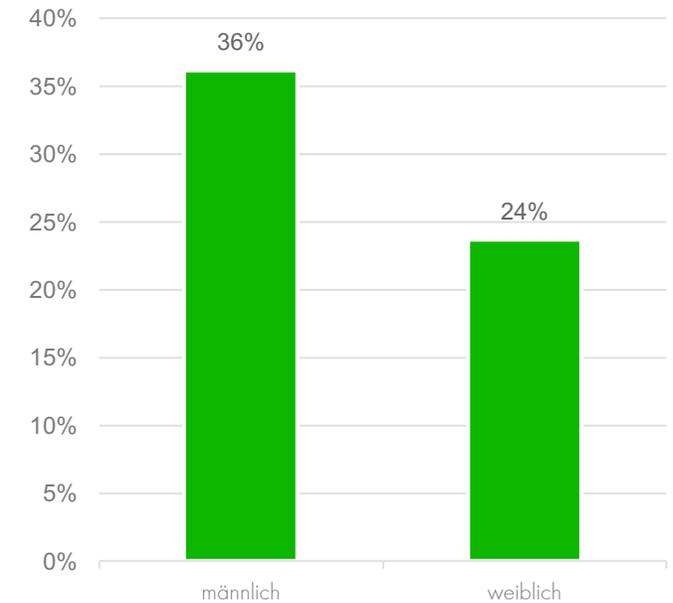
| 548 von 1.936 Online-Käufern nutzen Shopping-Apps und ziehen diese der mobilen Website vor.
Diese Gruppe wird hier als "Shopping-App-Fans" näher untersucht.

i Shopping-Apps sind weniger primär nur für junge Menschen interessant.

Anteil der Shopping-App-Fans innerhalb der Altersgruppen



Anteil der Shopping-App-Fans nach Geschlecht

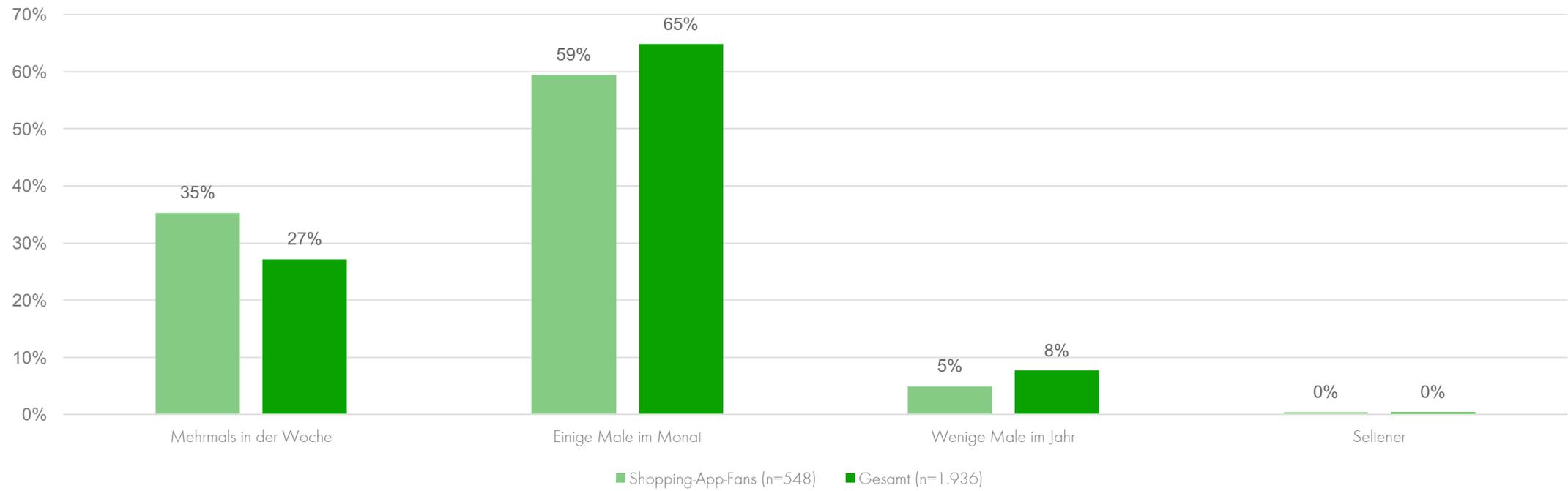


Profil der Shopping-App-Fans



Wie auch 2016 auffällig: Vielkäufer ziehen Shopping-Apps der mobilen Website vor.

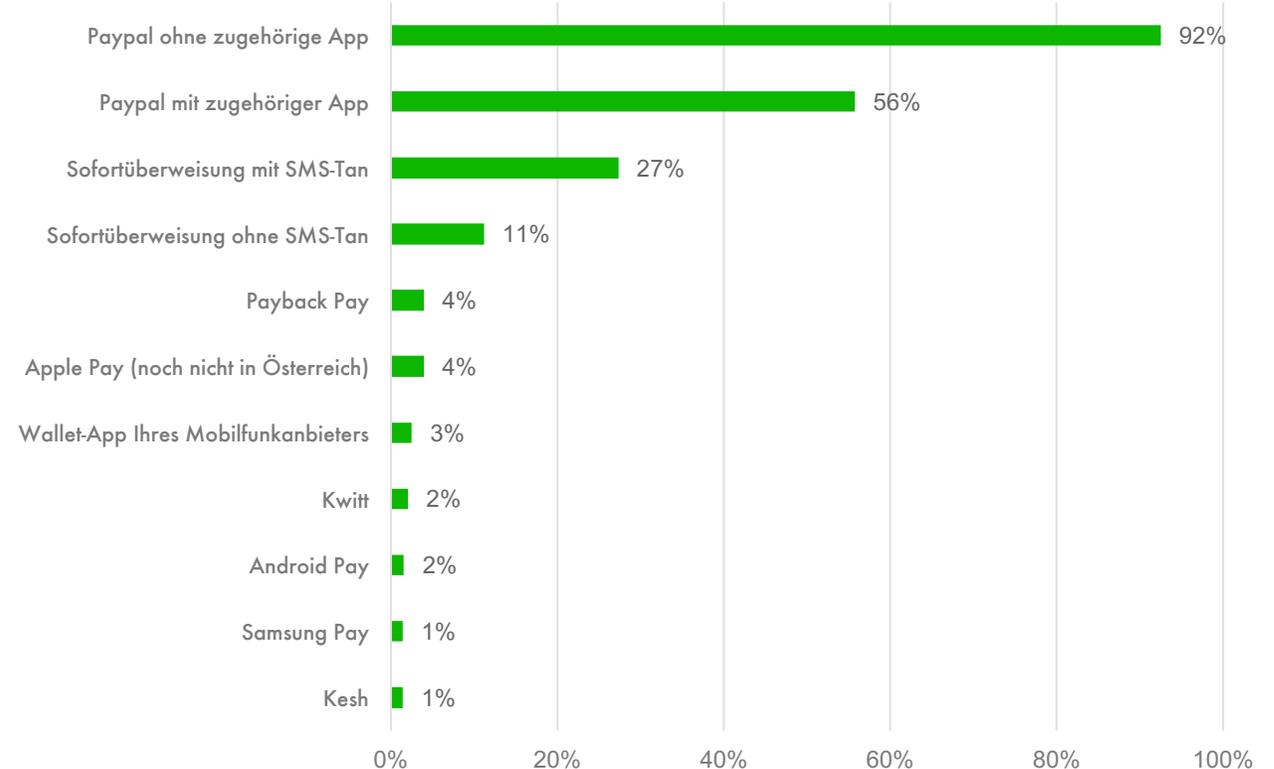
Wie häufig kaufen Sie in der Regel online ein? Anteil der Shopping-App-Fans



Mobile Payment

- | 33 Prozent der Umfrageteilnehmer nutzen Mobile Payment. (637 Personen)
- | Von den 67 Prozent, die bislang nicht via Smartphone bezahlen, kann sich jeder Vierte vorstellen, dies in Zukunft zu tun. 41 Prozent können es derzeit noch nicht sagen.
- | Unter den Nicht-Nutzern gibt es viele Skeptiker. Angst vor Datenmissbrauch, Gebühren, geringe Verbreitung im Handel und mangelnde Information hält die Smartphone-Nutzer derzeit vom mobilen Bezahlen ab.

Die folgenden Bezahlmethoden nutzen die Mobile-Payment-Nutzer häufig oder sehr häufig (n=637)



Zusammenfassung

- | Immer mehr Menschen **nutzen immer häufiger das Smartphone für den Online-Einkauf**. Shopping-Apps hingegen haben sich im vergangenen Jahr nicht weiter etabliert. Noch sieben von zehn Online-Käufer **ziehen die mobile Website der App vor**.
- | Shopping-App-Fans sind **Vielkäufer und eher männlich**. Shopping-Apps sind nicht mehr primär nur für junge Menschen interessant.
- | Geschätzt werden das **bequeme Zugreifen via Smartphone**, die **übersichtliche Navigation** und der **verkürzte Kaufprozess**. Weniger wichtig sind Features abseits des Kaufprozesses.
- | App-Verweigerer **schützen Ihre Daten** oder besitzen **zu wenig Speicherplatz bzw. Datenvolumen**. Zudem lässt das Einkaufserlebnis der bestehenden Shopping-Apps zu Wünschen übrig.
- | **Werbung via Push-Nachricht ist ein No-go**, Statusmeldungen zur Bestellung und die Erinnerung an ablaufende Gutscheine sind gewünscht.
- | **Mobile Payment** wird nur **zögerlich** angenommen.
- | Der **Desktop-PC** ist nach wie vor **Spitzenreiter beim Online-Einkauf**.



Über Connox

Connox gehört zu den marktführenden österreichischen Online-Shops für Wohndesign. Das Unternehmen mit Sitz in Hannover (Deutschland) führt auf [connox.at](https://www.connox.at), [connox.de](https://www.connox.de) und in weiteren internationalen Shops mehr als 22.000 ausgewählte Produkte aus dem Premiumsegment – prämierte Designobjekte, Designklassiker und andere schöne Dinge für den Wohnbereich. Für das 100-köpfige Team steht der Kunde im Fokus der täglichen Arbeit. Dieser profitiert von einer hohen Servicequalität, direkten Ansprechpartnern und einem modernen Shop, der sich an den Nutzergewohnheiten orientiert. Die eigenentwickelte Shop-Software ermöglicht eine hohe technologische Flexibilität und garantiert neueste Sicherheitsstandards.



Kontakt

Bei Fragen wenden Sie sich jederzeit gern an:

Anja Beckmann

Content-Marketing | Presse

Connox GmbH, Aegidientorplatz 2a, 30159 Hannover

Telefon: +43 (720) 303994 - 0

E-Mail: presse@connox.at

www.connox.at

