



omnichannel

Omnichannel-Kurzstudie:

Wie stehen Shopper zu digitalen Informations- und Bestellmöglichkeiten am POS?

Fokus: Consumer Electronics Märkte

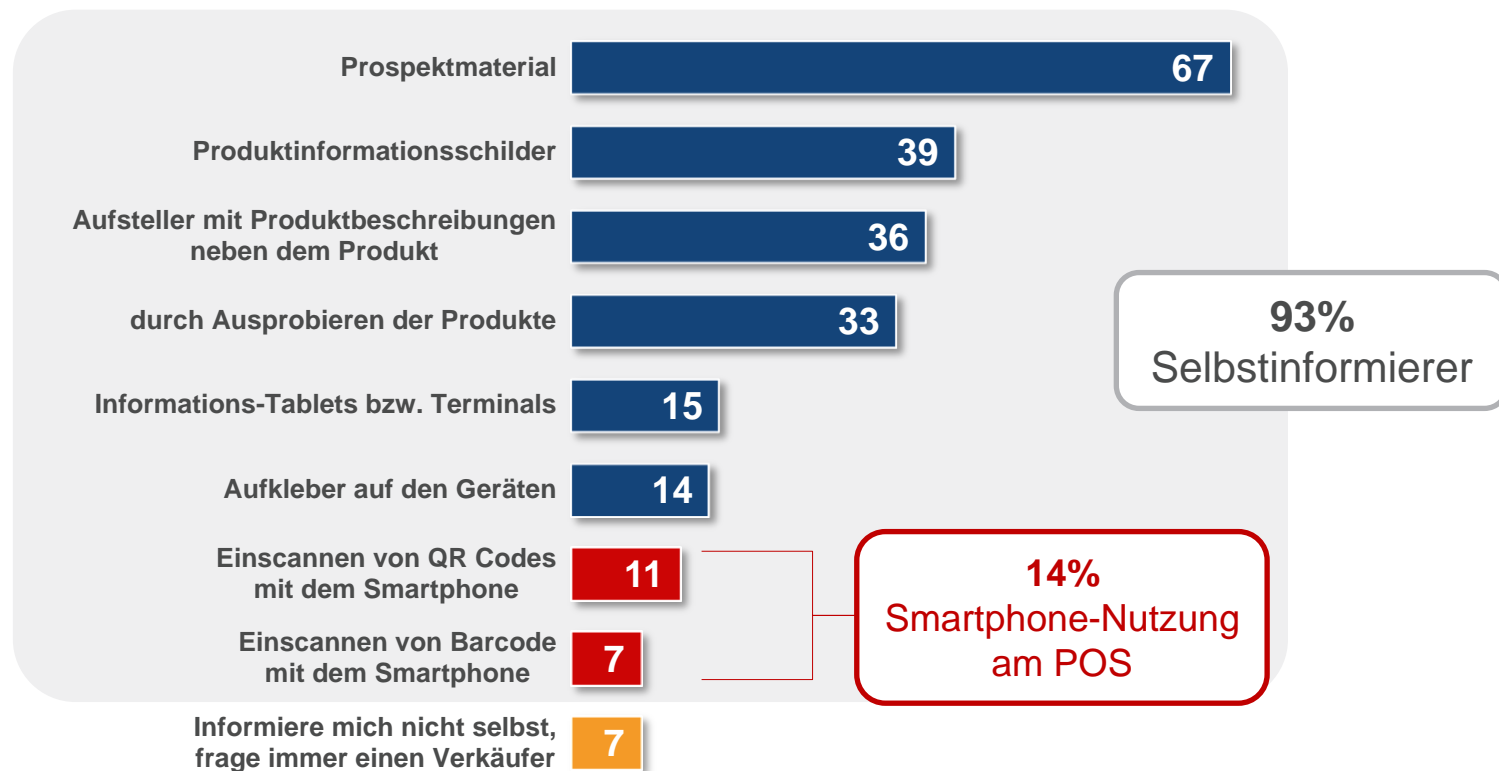
Hamburg, November 2014

Untersuchungssteckbrief

Befragungsmethode	Online-Kurzbefragung
Untersuchungszeitraum	06. Oktober bis 12. Oktober 2014
Befragungsgebiete	Deutschlandweit
Zielpersonen	Personen im Haushalt, die für den Einkauf der Dinge des täglichen Bedarfs zuständig sind (Gewichtung der Ergebnisse nach soziodemographischen Kriterien)
Branchen	Consumer Electronics (Fokus), Buchhandlung, Bekleidung, Baumarkt, Schuhgeschäft, Parfümerie, Sportgeschäft
Stichprobengröße	n = 1.001
Durchführendes Institut	Forschungsgruppe g/d/p, Hamburg

Über Unterhaltungselektronik informieren sich Kunden am POS fast immer selbstständig. Der wichtigste Infokanal bleibt dabei der Prospekt.

Genutzte Informationskanäle bei Unterhaltungselektronik am POS

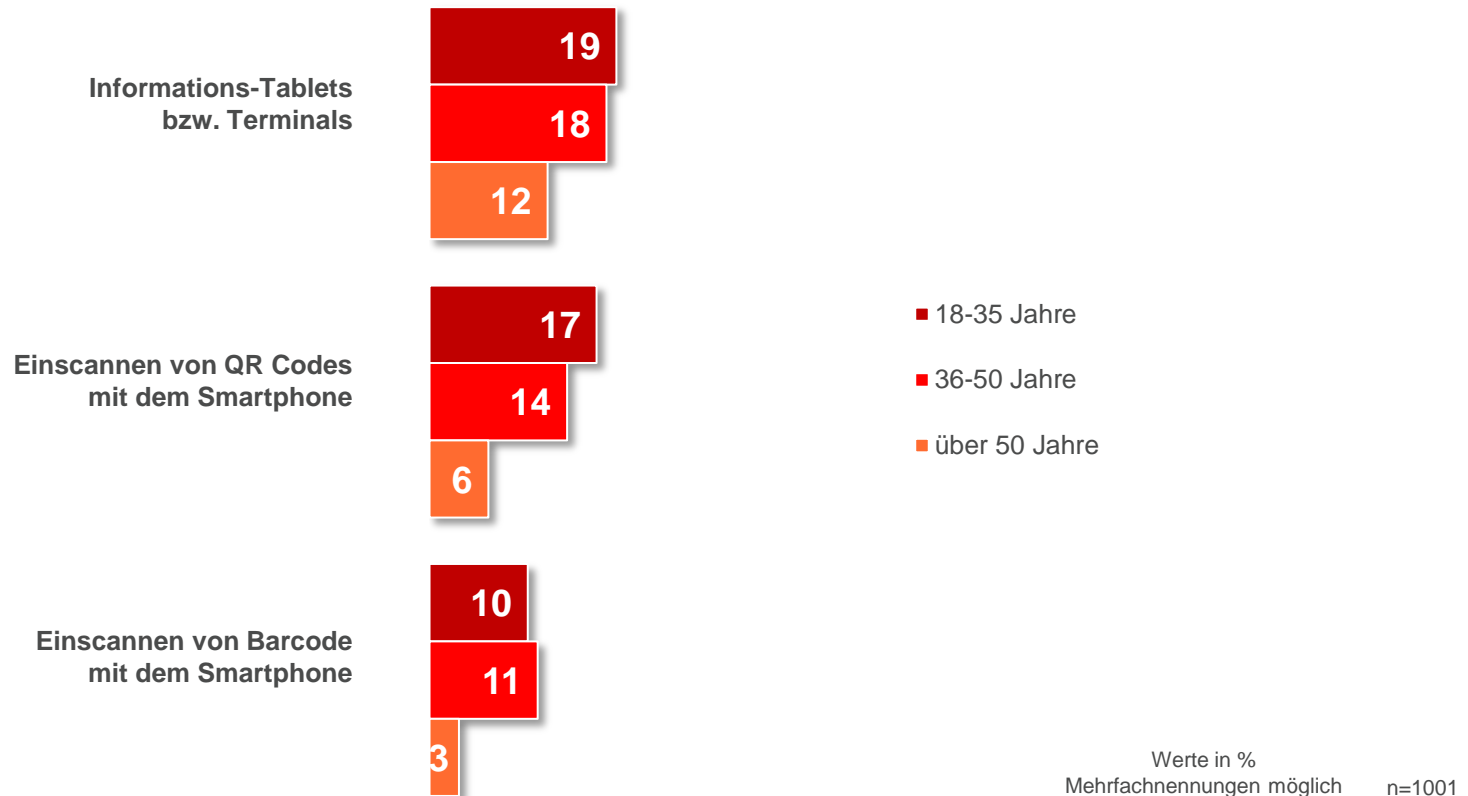


Werte in %
Mehrfachnennungen möglich n=1001

E1: Es gibt ja verschiedene Möglichkeiten sich im Geschäft über Unterhaltungselektronik, z.B. Tablets, Notebooks, DVD-Recorder, MP3 Player und TV selbst zu informieren. Welche der folgenden Möglichkeiten zur Selbstinformation haben Sie schon einmal genutzt?

Digitale Infomöglichkeiten am POS werden von allen Altersgruppen relativ wenig genutzt, insbesondere Kunden über 50 Jahre sind zurückhaltend.

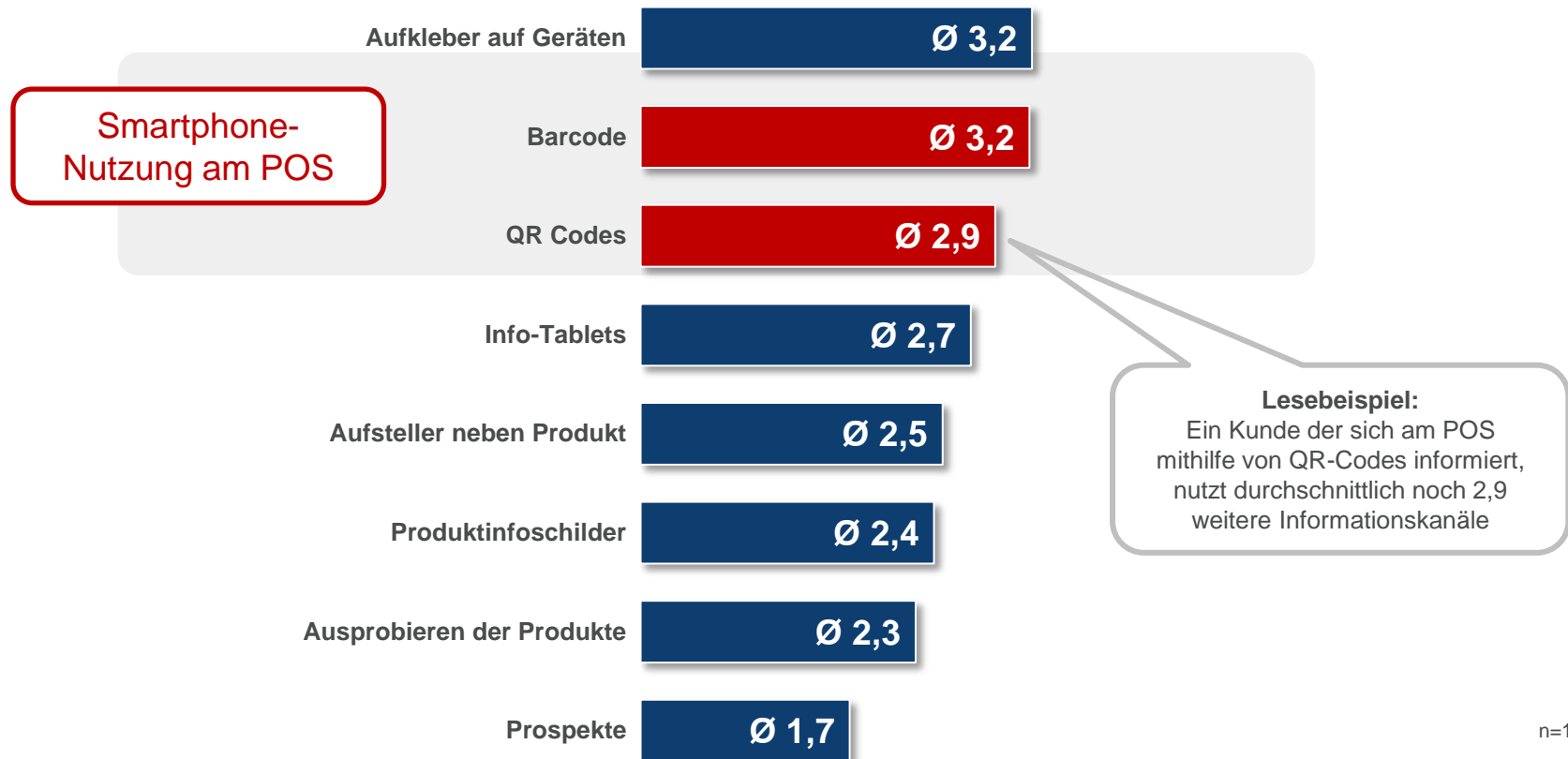
Genutzte Informationskanäle bei Unterhaltungselektronik am POS nach Altersklassen



E1: Es gibt ja verschiedene Möglichkeiten sich im Geschäft über Unterhaltungselektronik, z.B. Tablets, Notebooks, DVD-Recorder, MP3 Player und TV selbst zu informieren. Welche der folgenden Möglichkeiten zur Selbstinformation haben Sie schon einmal genutzt?

Shopper, die sich am POS mithilfe von Barcodes / QR Codes informieren, sind auch sonst sehr aktiv bei der Informationssuche und nutzen durchschnittlich noch 3,2 bzw. 2,9 weitere Informationskanäle.

Durchschnittliche Anzahl der weiteren genutzten Infokanäle bei Unterhaltungselektronik am POS



E1: Es gibt ja verschiedene Möglichkeiten sich im Geschäft über Unterhaltungselektronik, z.B. Tablets, Notebooks, DVD-Recorder, MP3 Player und TV selbst zu informieren. Welche der folgenden Möglichkeiten zur Selbstinformation haben Sie schon einmal genutzt?

Wenn das gewünschte Produkt am POS nicht verfügbar ist, weichen viele Kunden auf den Onlinekauf oder auf ein anderes Geschäft aus.

Verhalten bei Out of Stock - Unterhaltungselektronik

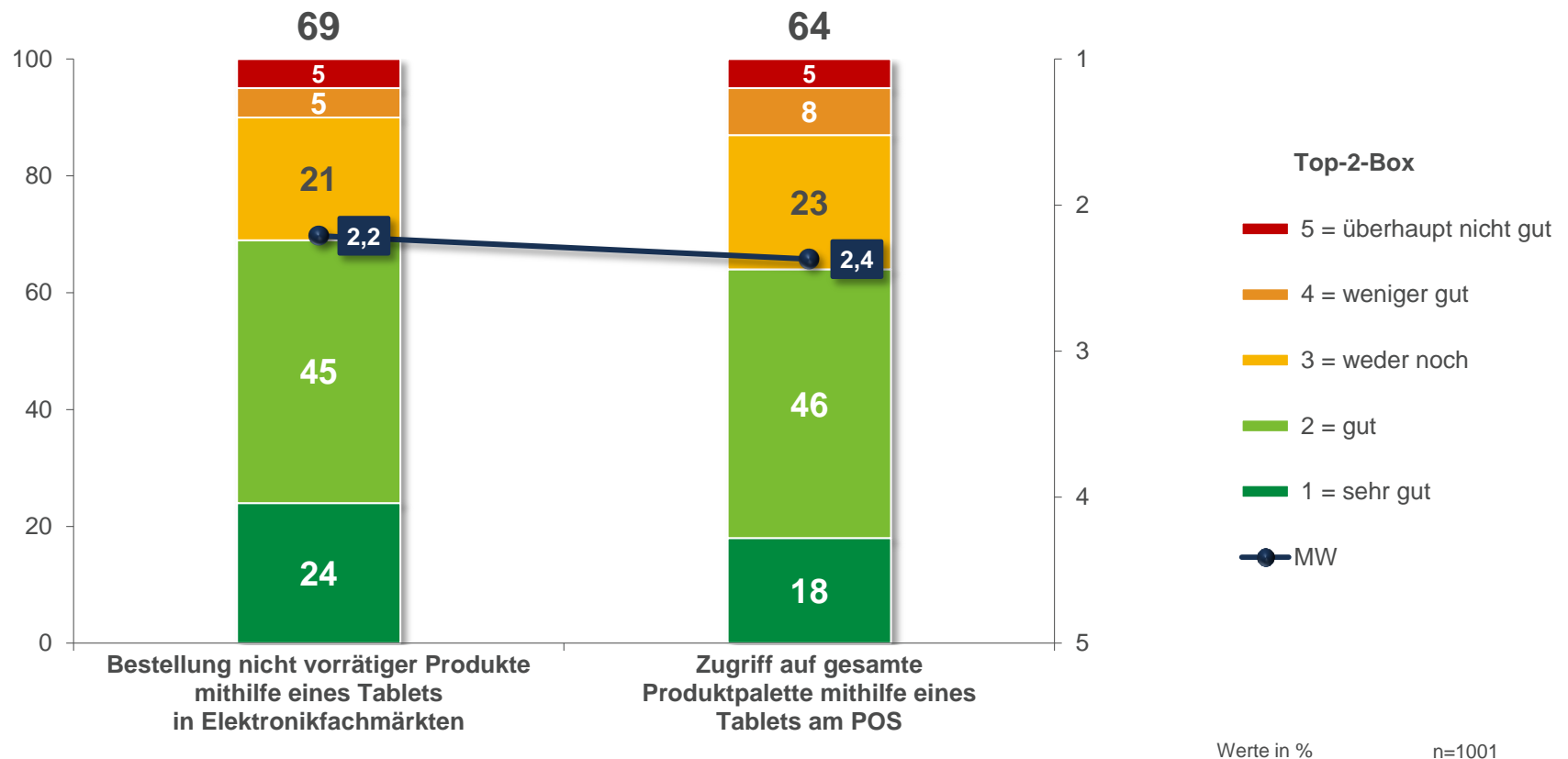


Werte in %
Mehrfachnennungen möglich n=1001

E2: Wenn das gewünschte Produkt im Geschäft aus dem Bereich Unterhaltungselektronik nicht vorrätig ist, wie würden Sie dann vorgehen?

Der Zugriff über ein Tablet am POS auf die gesamte Produktpalette und die Bestellung nicht vorrätiger Produkte im Fachmarkt werden begrüßt.

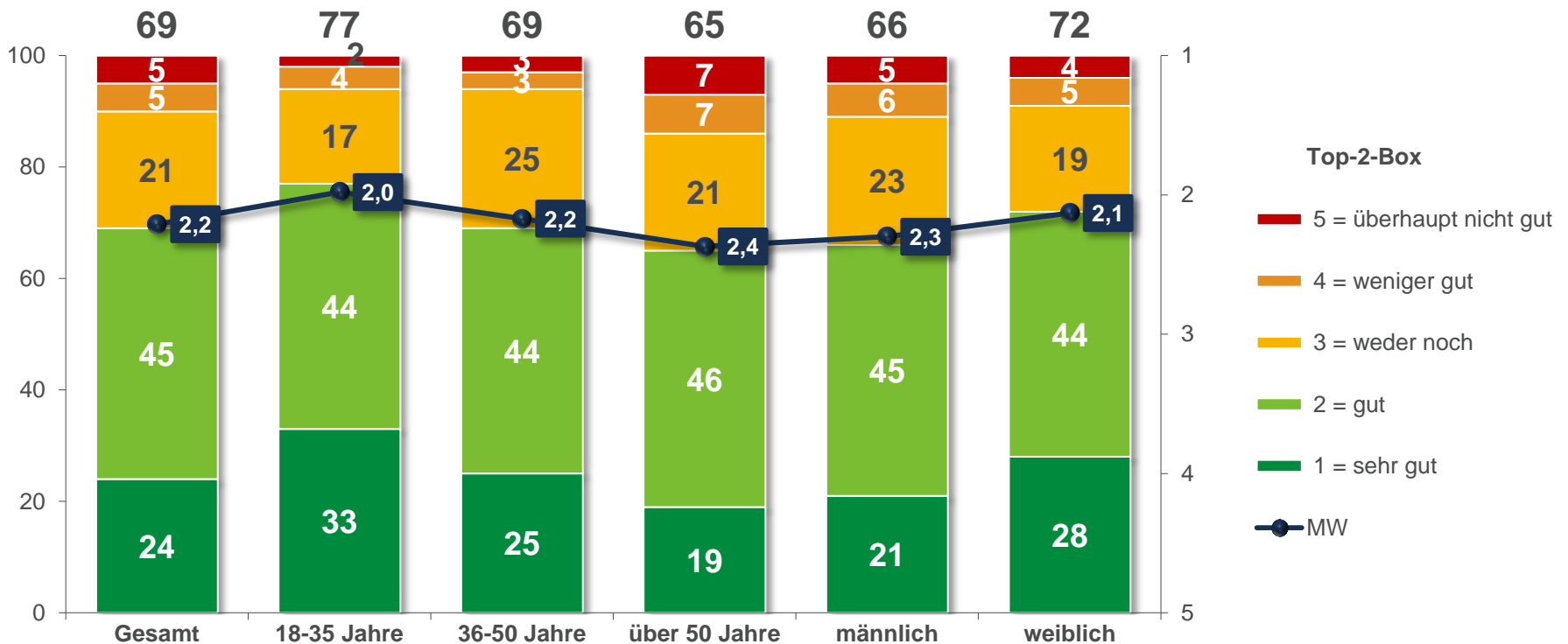
Bestellung oder Zugriff auf weitere Produkte im Elektronikfachmarkt



E3: Einige Elektronikfachmärkte überlegen, ihren Kunden bei nicht vorrätigen Produkten eine Möglichkeit zu schaffen, direkt selbst über ein Tablet im Geschäft zu bestellen. Das Produkt wird ihnen auf Wunsch direkt nach Hause oder in eine Filiale geliefert. Wie würden Sie diese Möglichkeit des Kaufs beurteilen?
 C1: Was halten Sie allgemein, unabhängig von Unterhaltungselektronik, von der Idee sich direkt selbst im Geschäft über Info-Terminals über das gesamte Produkt-Sortiment des Geschäfts und des dazugehörigen Onlineshops zu informieren und/oder direkt zu bestellen?
 Das Produkt wird Ihnen dann auf Wunsch direkt nach Hause oder in eine Filiale geliefert.

Die Bestellmöglichkeit von nicht vorrätigen Produkten mithilfe eines Tablets am POS findet in allen Kundengruppen Interesse.

Bewertung der Möglichkeit nicht vorrätige Produkte über Tablet am POS zu bestellen mit anschließender Lieferung nach Hause oder in die Filiale



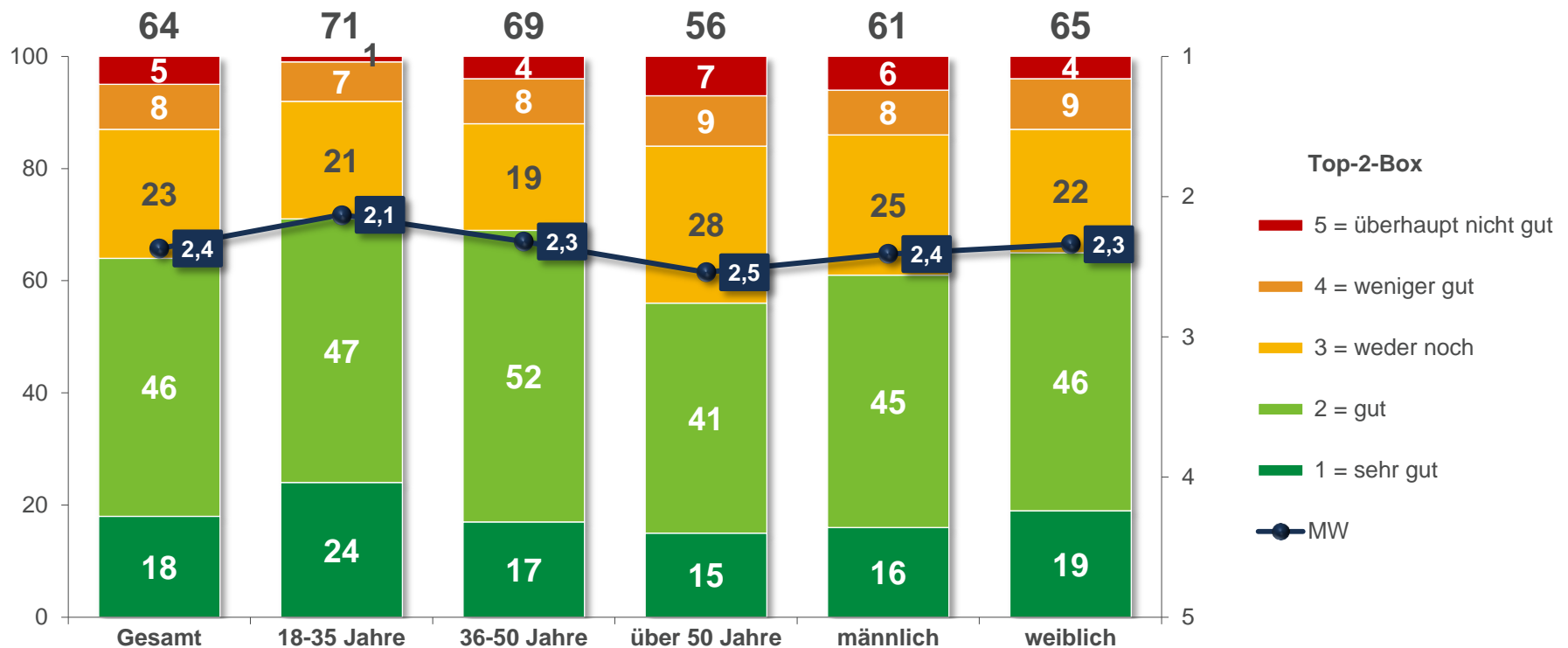
Werte in %

n=1001

E3: Einige Elektronikfachmärkte überlegen, ihren Kunden bei nicht vorrätigen Produkten eine Möglichkeit zu schaffen, direkt selbst über ein Tablet im Geschäft zu bestellen. Das Produkt wird ihnen auf Wunsch direkt nach Hause oder in eine Filiale geliefert. Wie würden Sie diese Möglichkeit des Kaufs beurteilen?

Auch die Bestellmöglichkeit weiterer Produkte per Tablet findet großen Zuspruch in allen Altersgruppen - bei Männern und bei Frauen.

Bewertung der Möglichkeit des Zugriffs auf die gesamte Produktpalette per Tablet am POS zur Information bzw. Bestellung mit optionaler Lieferung nach Hause / in die Filiale



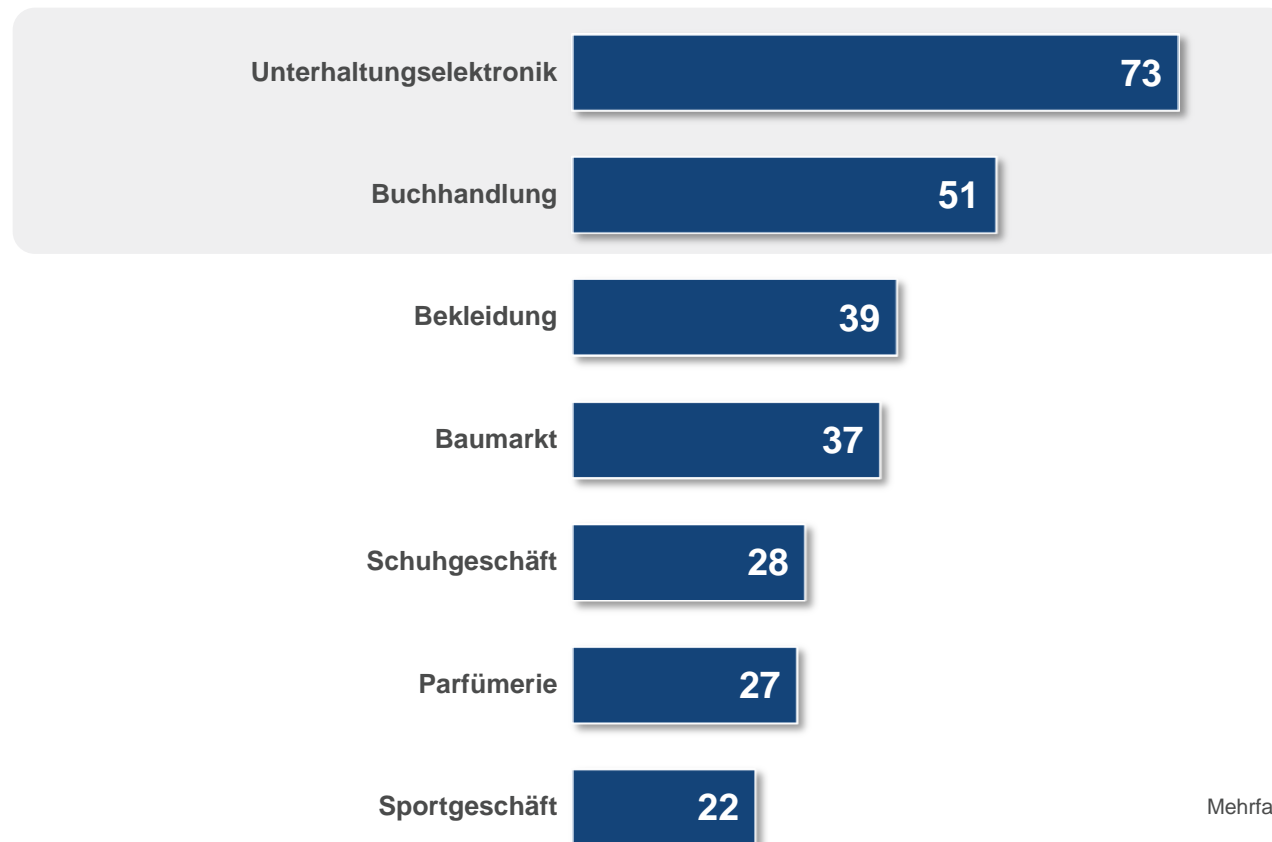
Werte in %

n=1001

C1: Was halten Sie allgemein, unabhängig von Unterhaltungselektronik, von der Idee sich direkt selbst im Geschäft über Info-Terminals über das gesamte Produkt-Sortiment des Geschäfts und des dazugehörigen Onlineshops zu informieren und/oder direkt zu bestellen? Das Produkt wird Ihnen dann auf Wunsch direkt nach Hause oder in eine Filiale geliefert.

Der Tablet-Informations- und Bestellservice über das gesamte Sortiment passt vor allem in den Bereichen Unterhaltungselektronik und Bücher. Hier würden die meisten Shopper diesen Service nutzen.

Nutzungswahrscheinlichkeit nach Branchen



Werte in %
Mehrfachnennungen möglich n=635

Filter: Potentielle Nutzer von Tablet-Informations- und Bestellservice über das gesamte Sortiment (TOP2)
C2: In welchen Branchen würde Sie diese Art der Information und des Kaufs nutzen?

- **g/d/p**
Markt- und
Sozialforschung GmbH
- **g/d/p**
Marktanalysen GmbH

Möchten Sie mehr über die Forschungsgruppe g/d/p wissen?

Ich freue mich auf ein Gespräch mit Ihnen!



Ole Dettmann

Senior Sales Consultant

Fon: 040 – 298 76 159

Mobil: 0179 – 137 01 51

E-Mail: dettmann@gdp-group.com

Richardstraße 18

22081 Hamburg

www.gdp-group.com

www.facebook.com/forschungsgruppe.gdp