

PRESSEMITTEILUNG

Kunden wissen lokale Online-Marktplätze zu schätzen

Consumer Barometer von IFH Köln und KPMG zeigt: Informationen und Bequemlichkeit stehen im Vordergrund

Konsumenten in Deutschland bewerten lokale Online-Marktplätze grundsätzlich positiv. Das zeigt das aktuelle Consumer Barometer von IFH Köln und KPMG. Die Kunden wissen insbesondere Informationen über Händler und deren Sortimente zu schätzen und freuen sich über neue Service-Angebote, die Einkäufe bequemer machen.

Köln, 07. Dezember 2015 – Das Konzept des lokalen Online-Marktplatzes wird von deutschen Konsumenten äußerst positiv bewertet. Das zeigen die Ergebnisse des aktuellen Consumer Barometers von IFH Köln und KPMG, einer repräsentativen Umfrage unter 500 Bundesbürgern. Rund 85 Prozent der Befragten, die einen lokalen Online-Marktplatz in ihrer Stadt oder Region kennen, befürworten dieses Angebot und nutzen es auch.

Informationen: Wer bietet was in der Region an?

Vor allem, dass lokale Online-Marktplätze Informationen über Händler in der Umgebung verfügbar machen, ist aus Konsumentensicht ein großer Vorteil des Konzeptes. So sind sich 93 Prozent der Befragten sicher, auf entsprechenden Internet-Plattformen schnell und einfach lokale Händler angezeigt zu bekommen. Fast ebenso viele Konsumenten sind der Meinung, sich über einen lokalen Online-Marktplatz bequem darüber informieren zu können, was Händler in ihrer Stadt oder Region anbieten.

„Lokale Online-Marktplätze eignen sich für Händler nicht nur, um in den E-Commerce einzusteigen, sondern auch, um die Sichtbarkeit im Netz zu erhöhen – ohne die Kosten für einen professionellen Web-Auftritt allein tragen zu müssen. Konsumenten werden so in ihrem Informationsbedürfnis abgeholt und auch das stationäre Geschäft kann gepusht werden“, erklärt Dr. Kai Hudetz, Geschäftsführer des IFH Köln.

Services: Convenience wichtig

Nicht verwunderlich: In puncto Service spielen Zusatznutzen und Bequemlichkeit für die Befragten eine große Rolle. Dazu zählt auch, dass der Online-Marktplatz auf möglichst kundenfreundliche Weise mit dem stationären Geschäft verknüpft wird. So erwarten 95 Prozent der befragten Konsumenten, über den Online-Marktplatz die Warenverfügbarkeit im Ladenlokal prüfen zu können, um unnötige Wege zu vermeiden. Rund 86 Prozent der Befragten ist es wichtig, online Waren reservieren und dann im lokalen Geschäft abholen zu können. Ebenso viele Konsumenten möchten darüber hinaus den Online-Marktplatz als zentrale Stelle für Retouren nutzen können.

„Das Konzept ‚lokaler Online-Marktplatz‘ trifft den Nerv der Zeit. Allerdings haben die Omni-Channel-Konsumenten von heute auch hohe Erwartungen an die Funktionalität und Services der Plattformen. Besonders für kleinere Händler bieten die neuen Marktplätze gute Chance, am E-Commerce teilzuhaben“, so Mark Sievers, Head of Consumer Markets bei KPMG.

Konsumenten möchten über lokale Online-Marktplätze jedoch nicht nur die Angebote kleinerer Händler finden, sondern auch Angebote größerer Händler oder Filialisten, die in ihrer Stadt oder Region aktiv sind (82 %).

Wörter der Meldung: 413

Zeichen (inkl. Leerzeichen): 3.044

Wichtigkeit ausgewählter Services lokaler Online-Marktplätze



Frage: Wenn Sie an einen lokalen Online-Marktplatz denken, wie wichtig sind Ihnen die folgenden Aspekte? (unabhängig davon, ob Sie so einen Marktplatz bisher genutzt haben); Top-2-Box (sehr wichtig, eher wichtig)

Basis: 460 ≤ n ≤ 481

Quelle: IFH Köln, KPMG, 2015

Die wichtigsten Zahlen im Überblick

- 85 Prozent der Befragten, die einen lokalen Online-Marktplatz in ihrer Stadt oder Region kennen, finden es gut, dass es dieses Angebot gibt, und nutzen es.
- 93 Prozent der Befragten stimmen zu, dass es ein Vorteil lokaler Online-Marktplätze sei, schnell und einfach lokale Händler einer Stadt oder Region online angezeigt zu bekommen.
- 95 Prozent der Befragten ist es wichtig, über einen lokalen Online-Marktplatz Informationen zur Warenverfügbarkeit im stationären Geschäft zu erhalten.
- 86 Prozent der Befragten ist es wichtig, über einen lokalen Online-Marktplatz Waren reservieren und im stationären Geschäft abholen zu können.
- 82 Prozent der Befragten stimmen zu, dass sie erwarten, neben den Angeboten kleinerer lokaler Händler auch Angebote größerer Anbieter auf einem lokalen Online-Marktplatz zu finden.

Über das Consumer Barometer

Das Consumer Barometer beleuchtet quartalsweise aktuelle Entwicklungen, Trends und Treiber im Handel und Konsumgütermarkt. Die vierteljährlich durchgeführte Konsumenten-Befragung von IFH Köln und KPMG beschäftigt sich mit aktuellen Trends im Handel und im Konsumentenverhalten. Im Fokus der aktuellen Ausgabe steht das Thema „Lokale Online-Marktplätze“. Für die Kurzstudie wurden 500 Konsumenten über ein Online-Panel befragt (bevölkerungsrepräsentativ nach Alter und Geschlecht). Die ausführlichen Ergebnisse können unter www.kpmg.de/consumerbarometer heruntergeladen werden – außerdem ist eine Anmeldung für den Newsletter möglich.

Über das IFH Köln

Als Schnittstelle zwischen Wissenschaft und Praxis bietet das IFH Köln seit 1929 fundierte Analysen und Strategieberatung für Handel und Konsum. Ob individuelle Fragestellungen oder bewährte Branchen-Insights – umfassende Datenbanken sowie maßgeschneiderte Projekte helfen, Managemententscheidungen vorzubereiten und abzusichern. Dabei greift das IFH Köln auf bewährte Methoden der Marktforschung und

Strategieberatung zurück. Händler, Hersteller, Dienstleister, Verbände und öffentliche Institutionen vertrauen auf das IFH Köln als unabhängigen Partner. Die Kunden des IFH profitieren dabei von branchenspezifischer und praxisrelevanter Information, Forschung und Beratung in den dynamischen Feldern des stationären Handels. Die Online-Experten des E-Commerce-Center (ECC) Köln analysieren seit 1999 Fragestellungen rund um das Thema E-Commerce.

Pressekontakt

IFH Institut für Handelsforschung GmbH

Christina Fingerhut

Tel.: +49 (0) 221 94 36 07-92, Fax: +49 (0) 221 94 36 07-99

E-Mail: c.fingerhut@ifhkoeln.de

www.ifhkoeln.de

Über KPMG

KPMG ist ein Firmennetzwerk mit mehr als 162.000 Mitarbeitern in 155 Ländern. Auch in Deutschland gehört KPMG zu den führenden Wirtschaftsprüfungs- und Beratungsunternehmen und ist mit rund 9.600 Mitarbeitern an mehr als 20 Standorten präsent. Wir suchen immer die bestmögliche Lösung – für uns und für unsere Mandanten. Wir schaffen Pläne und Visionen für Prozesse, Optimierungen und ganze Unternehmen. Durch eine Jahrzehnte währende Prüfungs- und Beratungspraxis verfügt KPMG über eine umfassende nationale und internationale Branchenexpertise im Handel und in der Konsumgüterindustrie. Hier laufen die Erfahrungen unserer Experten weltweit zusammen und tragen zusätzlich zur Beratungsqualität bei. Im Sektor Consumer Markets sind weltweit etwa 1.000 Partner sowie rund 13.000 fachliche Mitarbeiter für KPMG-Gesellschaften tätig. In Deutschland betreut KPMG zurzeit aktiv mehr als 1.000 Mandate in diesem Bereich.

Pressekontakt

KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Marita Reuter / Thomas Blees

Tel.: +49 (0) 30 20 68-11 18, Fax: +49 (0) 30 20 68-11 48

E-Mail: mreuter@kpmg.com / tblees@kpmg.com

www.kpmg.de