

## PRESSEINFORMATION

### Beim Onlineshopping werden manche Produktgruppen von deutschen Konsumenten gemieden

#### Aktuelle Umfrage von Konzept & Analyse zeigt: Küchen, Lebensversicherungen und Medikamente kaufen die Deutschen lieber offline

Nürnberg, 31. Oktober 2008 – Über [www.schlecker.com](http://www.schlecker.com) lassen sich schnell und einfach Lebensmittel über das Internet bestellen. Bei [www.kuechen.de](http://www.kuechen.de) gibt es Einbauküchen und DocMorris hat sich als Onlineapotheke etabliert. Trotz einer Vielzahl derartiger Angebote betrachten deutsche Konsumenten den Einkauf dieser Produkte über das Internet skeptisch. Lebensmittel (30 Prozent), verschreibungspflichtige Medikamente (27 Prozent), Lebensversicherungen (26 Prozent) und Einbauküchen (18 Prozent) sind die Waren, die die wenigsten Deutschen über das World Wide Web beziehen würden. Das ergibt eine aktuelle Umfrage des Nürnberger Marktforschungsunternehmens Konzept & Analyse unter 1.000 Befragten, die gemeinsam mit dem Online-Panel-Betreiber Respondi AG durchgeführt wurde. Software (81 Prozent), Mode (75 Prozent), Elektroartikel (75 Prozent), Reisen (69 Prozent) und Digitalkameras (67 Prozent) sind dagegen die fünf Produktgruppen, die Konsumenten jederzeit im Internet kaufen würden.

#### Geschlechterunterschiede beim Onlineshopping

Bei den meisten Waren stimmen männliche und weibliche Konsumenten darin überein, welche Produkte sie online kaufen würden und welche nicht. Eindeutige Unterschiede in der „Onlinekaufbereitschaft“ weisen Männer und Frauen lediglich bei Mode (Männer: 69 Prozent, Frauen: 82 Prozent), Unterhaltungselektronik (Männer: 78 Prozent, Frauen: 68 Prozent), Computern (Männer: 68 Prozent, Frauen: 54 Prozent), verschreibungsfreien Medikamenten (Männer: 53 Prozent, Frauen: 62 Prozent), Erotikartikeln (Männer: 57 Prozent, Frauen: 48 Prozent) und Großmöbeln (Männer: 32 Prozent, Frauen: 42 Prozent) auf.

#### Die Ergebnisse im Überblick

Welche der folgenden Artikel würden Sie über das Internet einkaufen?

Top-Box (1 = Ja, würde ich kaufen)

1. Software: 81 %
2. Mode: 75 %
2. Elektroartikel (Elektrokleingeräte: 77 %/Unterhaltungselektronik: 73 %): 75 %
3. Urlaubsreisen: 69 %
4. Digitalkameras: 67 %
5. Computer: 61 %
6. Verschreibungsfreie Medikamente: 57 %
7. Haushaltsgeräte: 56 %
7. Kleinmöbel: 56 %
8. Erotikartikel: 52 %
9. Vitamine/Mineralstoffe: 38 %
10. Wein/Spirituosen: 37 %
10. Großmöbel: 37 %
11. Delikatessen: 33 %

## PRESSEINFORMATION

- 12. KFZ-Versicherungen: 32 %
- 13. Lebensmittel: 30 %
- 14. Verschreibungspflichtige Medikamente: 27 %
- 15. Lebensversicherungen: 19 %
- 16. Küchen: 18 %

### Über Konzept & Analyse:

Konzept & Analyse gehört mit über 30 Mitarbeitern zu den führenden Unternehmen im Bereich der qualitativen Marktforschung und ist seit 20 Jahren für namhafte Markenartikler aus allen Branchen sowie für Verbände, Finanz- und Versicherungsdienstleister und Medienunternehmen tätig. Sie zählen zu den Experten im Bereich der BestAger Forschung. Alle Projekte werden von Marktforschungsspezialisten und erfahrenen Marketingexperten gemeinsam betreut. Einer der Schwerpunkte des Instituts liegt auf der Konsum- und Motivforschung. Auf der Basis des MarkenMonopol-Konzepts wurden Methoden wie das Psychodrama oder die MOT-Wirkungsanalyse entwickelt. Damit können die ursächlichen rationalen und emotionalen Gründe und Motive für das Kaufverhalten erhoben werden, an denen die Standardmarktforschung scheitert. Die Wirksamkeit der eigenen Methoden wurde in knapp 100 verschiedenen Märkten und Produktkategorien bewiesen.

### Über Respondi:

Die Respondi AG ist ein junges Unternehmen mit Sitz in Köln und als Feldinstitut im Bereich internetbasierter Marktforschung spezialisiert. Als Anbieterin internationaler Online-Access-Panels in acht europäischen Ländern führt die Respondi AG Online-Befragungen für namhafte nationale und internationale Marktforschungsinstitute durch. Die Respondi als eigenständige Aktiengesellschaft wurde 2005 gegründet.

### Weitere Informationen:

Ralph Ohnemus, CEO  
Konzept & Analyse AG  
Kinkelstraße 12 / 90482 Nürnberg  
Telefon 0911/99 542-0  
ralph.ohnemus@konzept-analyse.de  
www.konzept-analyse.de

Tchoko Souga  
Klenk & Hoursch Partner für Public Relations  
Hedderichstraße 108 / 60596 Frankfurt am Main  
Telefon 069/719168-19  
tchoko.souga@klenkhoursch.de