



Bild: © gpointstudio/fotolia

+++ Weltweite Studie in 15 Ländern +++ Studie erscheint am 11. Mai 2015 +++

# Mobile Shopping Trends 2015

„Die Welt des Konsums wird durch Smartphones mobil“

**YouGov**

# Mobile Shopping wächst und wächst

Die Studie „Mobile Shopping Trends 2015“ zeigt, dass der Konsum über das Smartphone immer stärker zunimmt. Branchenkenner wundert das nicht – unsere wissenschaftliche Studie zeigt die internationalen Trends auf.

Die zentralen Trends:

- ✓ Grundlegende Veränderung von Kommunikation durch Smartphones und des damit verbundenen Konsum- und Shoppingverhaltens
- ✓ Die Verlagerung von klassischem E-Commerce über PC und Notebook hin zu den mobilen Vertretern Smartphone & Tablet
- ✓ Enormes Wachstumspotential des jungen Marktes für Mobile-Commerce  
*„Schon heute shoppt jeder Dritte Verbraucher mindestens 1x im Monat via Smartphone.“ (Dennis Schulze, Senior Consultant, YouGov, Studienergebnis der SMIX-Studie von YouGov Deutschland)*
- ✓ Online-LEH wird der nächste Boom-Markt: Nach Büchern, Schuhe/Fashion und Reisen kommt jetzt der Lebensmittel-Kauf online/mobil.  
*„Der Online-LEH ist aktuell die größte digitale Herausforderung, die es zu lösen gilt.“ (Christoph Eltze, Digital Operations Director, Rewe Digital, 24.4.2015 beim Tag der Weltmarktführer, Köln)*
- ✓ International starke Wettbewerber (Google, Amazon, Ocado, Instacart, Shopwings) bereiten weltweit Markteintritte vor.



# Fokus der Studie

Studie „Mobile Shopping Trends 2015“

... ist von Bedeutung für:

- ✓ *Handel – stationär und online/mobil, wie LEH, Drogerien, Kaufhäuser*
- ✓ *Hersteller von Produkten des alltäglichen Bedarfs<sup>1</sup>*
- ✓ *Nahrungsmittel-Hersteller*
- ✓ *Telekommunikations-Anbieter und Betreiber von Apps*

Dabei werden die Ergebnisse aus 15 Ländern gegenübergestellt, um die internationalen Trends im Mobile-Shopping zu beleuchten. Profitieren Sie von wertvollen Rückschlüssen & neuen Erkenntnissen zu:

- *Relevanz der unterschiedlichen Informationskanäle*
- *Informationsbedürfnis der Kunden im Rahmen der Customer Journey*
- *Rolle des Smartphones beim stationären Einkauf (Omni-Channel, Multi-Channel)*
- *Neu entstehende Märkte, wie die „Virtual Grocery Stores“ aus Asien*



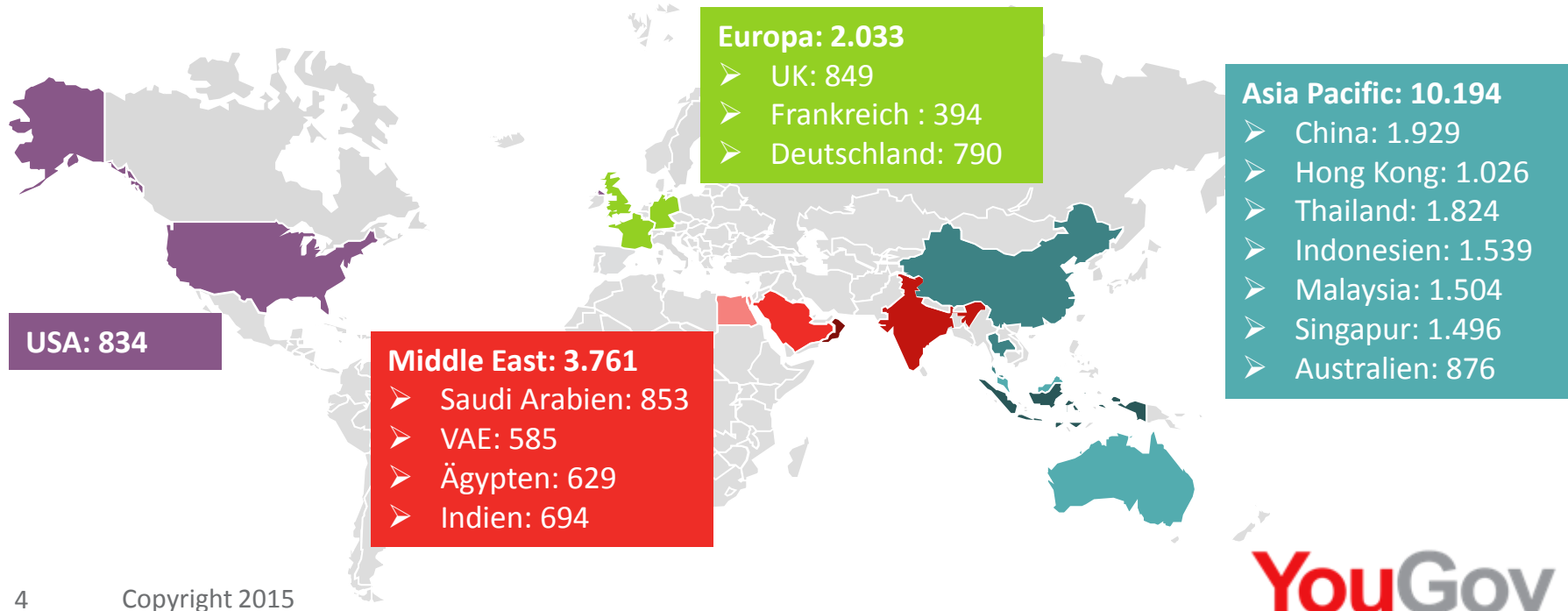
<sup>1</sup>darunter werden in dieser Studie Produkte wie Reinigungsmittel und Haushaltprodukte, Körperpflegeprodukte, Autopflege und Bürobedarf verstanden, also alles was auch im Supermarkt erhältlich ist

# Ihr Vorteil

Studie: Mobile Shopping Trends 2015

Wussten Sie, dass in den USA Couponing auch mobil sehr beliebt ist. Hingegen lieben es die Asiaten Preise mit entsprechenden Apps zu vergleichen. In der Mena-Region sucht man lieber selbst entsprechende Informationen anstatt blind zu vertrauen.

Globalität bedeutet auch Diversität. Setzen Sie die kulturspezifischen Erkenntnisse für Ihr Business gewinnbringend ein. Dafür haben wir weltweit über 15.000 Menschen interviewt und vielschichtige Erkenntnisse für einen sich stark verändernden Markt gewonnen.



# Fragestellungen, die die Studie beantwortet (1)

Kernfragen der Studie: Mobile Shopping Trends 2015

## **Sie denken „mobile“ betrifft Sie nicht?! → FALSCH! Es betrifft auch Sie!**

*"Google ist für jeden Händler eine wichtige Institution. Googles jüngstes und gleichzeitig wichtigstes Update der Firmengeschichte macht „mobile“ für jeden Händler zum Thema. Umso wichtiger ist ein fundiertes Verständnis für einen neuen und sich permanent verändernden Markt. Die deutschen Unternehmen müssen im Online-Business und besonders im Bereich mobile aufholen, möchten sie den Anschluss an die Weltspitze nicht verlieren."  
(Manuel Mattern, CEO, matternandfriends Unternehmensberatung)*

Folgende Fragen spielen eine Rolle:

- Wie ist der Status Quo in Bezug auf Online- & Mobile-Shopping im internationalen Vergleich?
- Ein Verbraucher, viele Gadgets, unterschiedliche Conversions: Welche Geräte werden regelmäßig beim „Shoppen“ genutzt? (PC, Notebook, Tablet und Smartphone im Vergleich)
- Wie hoch ist die Nutzung von mobile Payment in unterschiedlichen Märkten bereits?
- Und inwieweit spielt das Smartphone eine Rolle beim Austausch von Informationen, der Informationssuche oder dem Online-Banking?

# Fragestellungen, die die Studie beantwortet (2)

Kernfragen der Studie: Mobile Shopping Trends 2015

## Die Konstante „Content ist King!“ bleibt, egal ob Web oder mobil.

### Welche Inhalte sind gefragt und welches sind neue Trends

- Welche sozialen Netzwerke und Chat-Apps werden regelmäßig besucht und sind somit wichtig bei der Platzierung von Werbung?
- Bedeutung von Peer-Reviews: Wie wirken sich Produkttests/Kundenbewertungen auf die Kaufbereitschaft aus?
- Welche Seiten oder Apps werden mobil zur Informationssuche genutzt?
- Ein neuer Trend aus Asien – Virtual Grocery Stores: Wie ist das internationale Potenzial für die Nutzung von virtuellen Supermärkten?

## Der Kaufknopf und die Macht der Kaufgelegenheiten – auch auf dem Smartphone.

### Wie ist die Relevanz von Mobile Advertising & Mobile Couponing?

- Welche Art von Werbung würden sich die Kunden auf mobilen Geräten wünschen?
- Welche Arten von Shopping-Apps sind interessant für den Download oder werden bereits genutzt?
- Welche Potenziale haben Anzeigen/Coupons auf mobilen Geräten (wie Smartphone, Tablet)?



# Die Studie im Überblick

Studie: Mobile Shopping Trends 2015

Erscheinungsdatum:  
Ende 11. Mai 2015

|                                 |   |
|---------------------------------|---|
| <b>Methode</b>                  | <ul style="list-style-type: none"><li>• Quantitative Online-Befragung über das internationale YouGov Online Panel</li><li>• Befragungslänge: 15 Minuten</li></ul>   |
| <b>Zielgruppe</b>               | <ul style="list-style-type: none"><li>• Repräsentative Stichproben von Smartphone- und Tablet-Nutzern</li><li>• Personen, die in den letzten 3 Monaten Alltagsgegenstände gekauft haben</li></ul>   |
| <b>Stichprobengröße je Land</b> | <ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Europa:</b> Deutschland (n=790), UK (n=849), Frankreich (n=394)</li><li>• <b>Asia Pacific:</b> Indonesien (n=1.539), Singapur (n=1496), Malaysia (n=1.504), Thailand (n=1.824), China (n=1.929), Hong Kong (n=1.026), Australien (n=876)</li><li>• <b>Middle East:</b> Indien (n=694), Saudi Arabien (n=853), Vereinigte Arabische Emirate (n=585), Ägypten (n=629)</li><li>• <b>USA</b> (n=834)</li></ul> |
| <b>Ergebnisbericht</b>          | <ul style="list-style-type: none"><li>• PowerPoint-Bericht mit ca. 60 Seiten</li><li>• Grafische Ergebnisdarstellung unterteilt nach Ländern</li><li>• Management Summary mit Empfehlungen</li><li>• Zusatzanalysen auf Anfrage möglich</li></ul>   |

# Boost-Studie – Mobile Shopping Deutschland



Kernfragen, die nur in Deutschland in einem extra Boost gestellt wurden

Neben den Ergebnissen der internationalen Studie stehen noch weitere tiefergehende Daten zum mobile Shopping in Deutschland zur Verfügung. Diese wurden im Rahmen einer zusätzlichen Studie erhoben und können als sogenannte Boost-Studie erworben werden.

Da diese Boost-Studie schon mehrfach durchgeführt wurde, können die Ergebnisse auf Wunsch auch im Zeitvergleich berichtet werden. Insgesamt wurden zusätzlich 1.333 Smartphone-Nutzer befragt.

Kernaussagen, die hierüber getroffen werden können:

- *Häufigkeit / Dauer mobiler Internetnutzung ganz generell*
- *Häufigkeit mobiler Internetnutzung fürs Mobile Shopping*
- *Nutzung von Browser oder Apps für Mobile Shopping*
- *Tageszeiten zu denen Mobile Shopping hauptsächlich passiert (morgens/tagsüber/abends/nachts)*
- *Orte an denen mobil geshoppt wird*
- *Anteil Mobile Shopping über das Mobilfunknetz und über WLAN / WiFi*




Die Ergebnisse werden in einer Tabelle zur Verfügung gestellt, als Zusatz zum internationalen Bericht der Studie: Mobile Shopping Trends 2015.



# Bestellformular

Bestellung eingescannt per E-Mail an [info@yougov.de](mailto:info@yougov.de) oder per +49 221 420 61-100 an Sonja Laude

Hiermit bestelle ich verbindlich (bitte ankreuzen):

- Trendstudie: Mobile Shopping Trends 2015** **4.600 EUR**  
quantitative Befragung in 15 Ländern, ca. 60 Seiten, Studienbericht erscheint 11. Mai 2015
- Boost-Studie – Mobile Shopping Deutschland** **790 EUR**  
quantitative Befragung, Tabelle mit Ergebnissen der einzelnen Fragen 

Mit unserer Bestellung akzeptieren wir die [AGB](#) und die [Regelungen zu Mehrbezieherstudien](#).

*alle Preise zzgl. 7% MwSt.*

|                             |       |                      |       |
|-----------------------------|-------|----------------------|-------|
| <b>Name, Vorname:</b>       | _____ | <b>Telefon:</b>      | _____ |
| <b>Unternehmen:</b>         | _____ | <b>E-Mail:</b>       | _____ |
| <b>Funktion, Abteilung:</b> | _____ | <b>Ort, Datum:</b>   | _____ |
| <b>Straße:</b>              | _____ | <b>Unterschrift:</b> | _____ |
| <b>PLZ, Ort:</b>            | _____ |                      | _____ |

# Haben Sie Fragen?

Sprechen Sie uns gerne an.



**Catherine-Thérèse Keller**

Consultant

T +49 221 42061 - 251

F +49 221 42061 - 100

Catherine-Therese.Keller@yougov.de



**Sonja Laude**

Senior Consultant

T +49 221 42061 - 352

F +49 221 42061 - 100

Sonja.Laude@yougov.de



**Martin Stolze**

Manager Marketing & Sales

T +49 221 42061 - 420

F +49 221 42061 - 100

Martin.Stolze@yougov.de