



Laden versus Online-Shop: Wo kaufen Kunden lieber?

- **Geschäfte punkten bei Beratung – Online-Shops in Sachen Vielfalt**
- **Kunden wechseln je nach Vorteil bewusst zwischen beiden Einkaufswelten**
- **Online-Shops und stationärer Handel sollten verstärkt voneinander lernen**

Nürnberg, 05.12.2017

Wenn es ums Einkaufen geht, lassen sich die Deutschen nichts vormachen: Sie kaufen Waren gezielt dort ein, wo man ihnen die meisten Vorteile bietet – und das kann mal der stationäre Handel sein, mal ein Online-Shop. Zu diesem Ergebnis kommt die Studie „Einkaufswelten 2017“ der TeamBank AG. Die Experten haben genau herausgearbeitet, wie deutsche Kunden einkaufsspezifische Vorzüge für sich nutzen.

Da sich die meisten Verbraucher mittlerweile ebenso gut im Internet auskennen wie beim Shopping vor Ort, wissen sie ganz genau, welche Vorteile sich ihnen wo bieten. In Sachen Vielfalt hat klar das Internet die Nase vorn: Rund 74 Prozent der Befragten lassen sich von der größeren Auswahl in Online-Shops begeistern und 57 Prozent von der besseren Verfügbarkeit. Mehr als die Hälfte der Umfrageteilnehmer bewertet zudem die Produktinformationen und die Erreichbarkeit im Netz deutlich positiver. Schlussendlich punkten Internet-Anbieter auch noch mit einem schnelleren Einkaufsprozess und vielen verschiedenen Bezahlmöglichkeiten – so das Urteil von immerhin 50 und 60 Prozent der Befragten.

Klarer Sieger in puncto Vertrauen sind jedoch die Ladengeschäfte: 88 Prozent der deutschen Kunden verlassen sich eher auf die Beratung vor Ort, während sich 71 und 46 Prozent wegen der besseren Warenpräsentation und Übersichtlichkeit im Laden leichter orientieren können. Auch die Sicherheit persönlicher Daten ist ein großes Thema beim Einkaufen: Mit 84 Prozent vertrauen hier erheblich mehr Deutsche dem stationären Handel. Knapp die Hälfte der Befragten empfindet zudem den Bezahlvorgang als einfacher. Und auch die Betreuung macht den Einkauf im Geschäft für viele Kunden vorteilhafter. So nannten 75 Prozent der Umfrageteilnehmer Kundenservices für einkaufsentscheidend und gut die Hälfte der Befragten verlässliche Terminvereinbarungen zum Beispiel für die Anlieferung von Möbeln oder für Retouren.

„Insbesondere bei größeren Anschaffungen vertrauen viele Kunden Ladengeschäften nach wie vor mehr als Online-Shops“, sagt Alexander Boldyreff, Vorstandsvorsitzender der TeamBank AG, die ratenkauf by easyCredit anbietet. „Händler im Netz wiederum punkten mit Vielfalt. Beide Einkaufswelten können viel



Pressekontakt

Ute Scharnagl
T +49 (0) 911 / 53 90-10 30
F +49 (0) 911 / 53 90-10 38
E presse@teambank.de

TeamBank AG Nürnberg

Beuthener Str. 25
90471 Nürnberg
Germany

www.teambank.de



voneinander lernen und den Verbrauchern so ein ganzheitliches Shopperlebnis bieten.“ Ein Shopperlebnis, das durch maßgeschneiderte und sichere Bezahlprozesse auf allen Ebenen Freude macht.

Hintergrundinformationen

Die Studie „Einkaufswelten 2017“ untersucht das Verhalten und die Einstellungen der Deutschen beim Einkaufen online und im Ladengeschäft. Dazu befragte das Marktforschungsinstitut Forsa im Auftrag der TeamBank AG 1.004 Personen im Alter von 18 bis 79 Jahren. Die Interviews der repräsentativen Bevölkerungsbefragung wurden mit der Methode des Computer Assisted Telephone Interview (CATI) durchgeführt.

Kurzprofil:

Die TeamBank AG ist mit der Produktfamilie easyCredit der Experte für Liquiditätsmanagement in der Genossenschaftlichen FinanzGruppe Volksbanken Raiffeisenbanken. Durch die Bereitstellung und Vernetzung innovativer Produkte und Services erhalten die Kunden einfach, überall und zu jeder Zeit Zugang zu Liquidität. Wichtige Elemente des digitalen Ökosystems sind zum Beispiel der Ratenkredit easyCredit und das medienbruchfreie Bezahlverfahren ratenkauf by easyCredit.



Pressekontakt

Ute Scharnagl
T +49 (0) 911 / 53 90-10 30
F +49 (0) 911 / 53 90-10 38
E presse@teambank.de

TeamBank AG Nürnberg

Beuthener Str. 25
90471 Nürnberg
Germany

www.teambank.de