



HANDELSSTUDIE

Kurzübersicht über die Inhalte der Studie und einige ausgewählte Ergebnisse

Insights zur Stadt Berlin und zum Handel

BEVÖLKERUNG

Mit 3,7 Mio. Einwohnern ist Berlin die zweitdichtbesiedelste Stadt der Europäischen Union.



EINKOMMEN

Das ø HHNE liegt mit einem Plus von 4% zum Vorjahr bei 2.763 Euro und damit 167 Euro unter dem dt. Bevölkerungsschnitt.***



MULTIKULTURELL

In Berlin leben Menschen aus ca. 200 verschiedenen Ländern.



TOURISMUS

Berlin ist das 3. beliebteste Reiseziel für Touristen in Europa.



KAUFKRAFT

Die Kaufkraft je Einwohner beträgt im Jahr 2018 in Berlin 21.033 Euro.**



START-UPS

Berlin ist das deutsche Gründerzentrum. 50% aller aktiven Start Ups gründen sich in Berlin.



BERLINER EINZELHANDEL

Der Berliner Einzelhandel mit positiver Entwicklung und einem realen Umsatzzuwachs von 5,9 Prozent in 2017.*



Quellen: *Amt für Statistik Berlin-Brandenburg, **GfK Kaufkraft Deutschland 2018 . *** best4planning 2018 I

Agenda

1

**Allgemeine Daten zur
Untersuchung**

2

**Elektronikmärkte –
Branchen Insights**

3

**Marke X-Käufer im Vergleich
mit dem Wettbewerb**

4

**Konsumverhalten und
Einkaufsanforderungen**

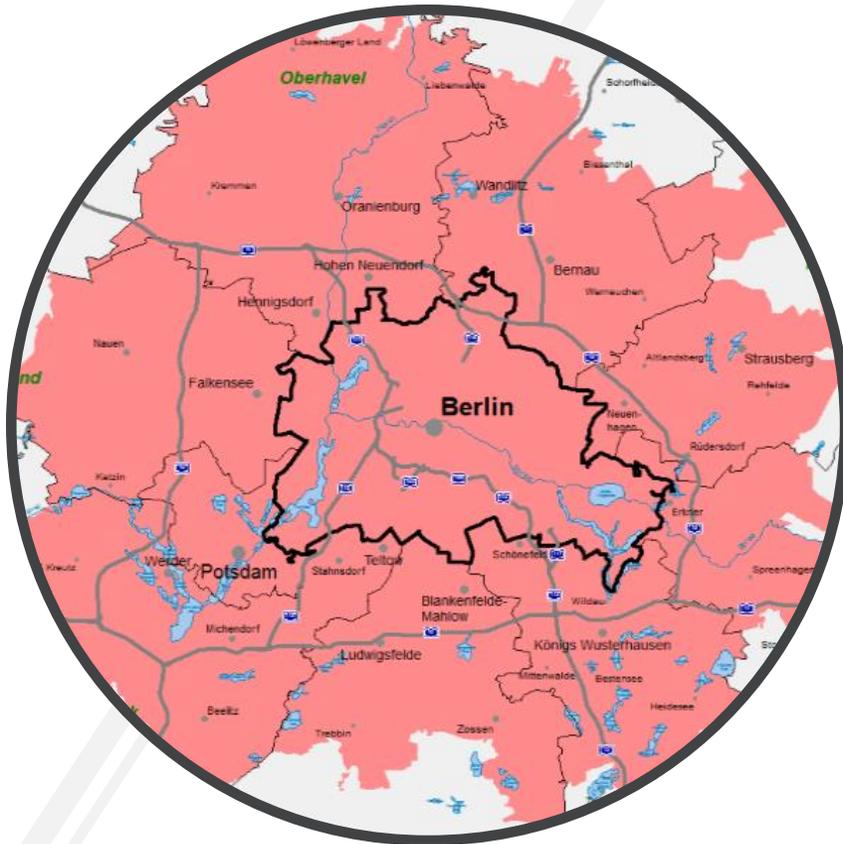
5

**Informationsverhalten der
Marke X-Käufer**

6

Trends der Zukunft

Daten zur **Untersuchung**



Grundgesamtheit:

Berliner Wohnbevölkerung sowie Wohnbevölkerung im B.Z. Verbreitungsgebiet in Brandenburg ab 14 Jahren

Stichprobe:

Quotaverfahren, Quotierung nach Alter, Geschlecht, Schulbildung, Wohnort

Fallzahlen:

Bevölkerung ab 14 Jahre im Verbreitungsgebiet der B.Z. 3,91 Mio. (n=1.500), Berlin 2,97 Mio. (n=1.140), Umland 0,94 Mio. (n=360)

Befragungsmethode:

Online-Befragung
13. bis 18 Juli 2018

Interviewdauer:

durchschnittlich 37 Minuten

Erhebung:

Personengewichtung anhand der Merkmale Alter, Geschlecht, Haushaltsgröße, Schulbildung und ehemaliger Berliner Bezirk/Brandenburger Landkreis/ kreisfreie Stadt

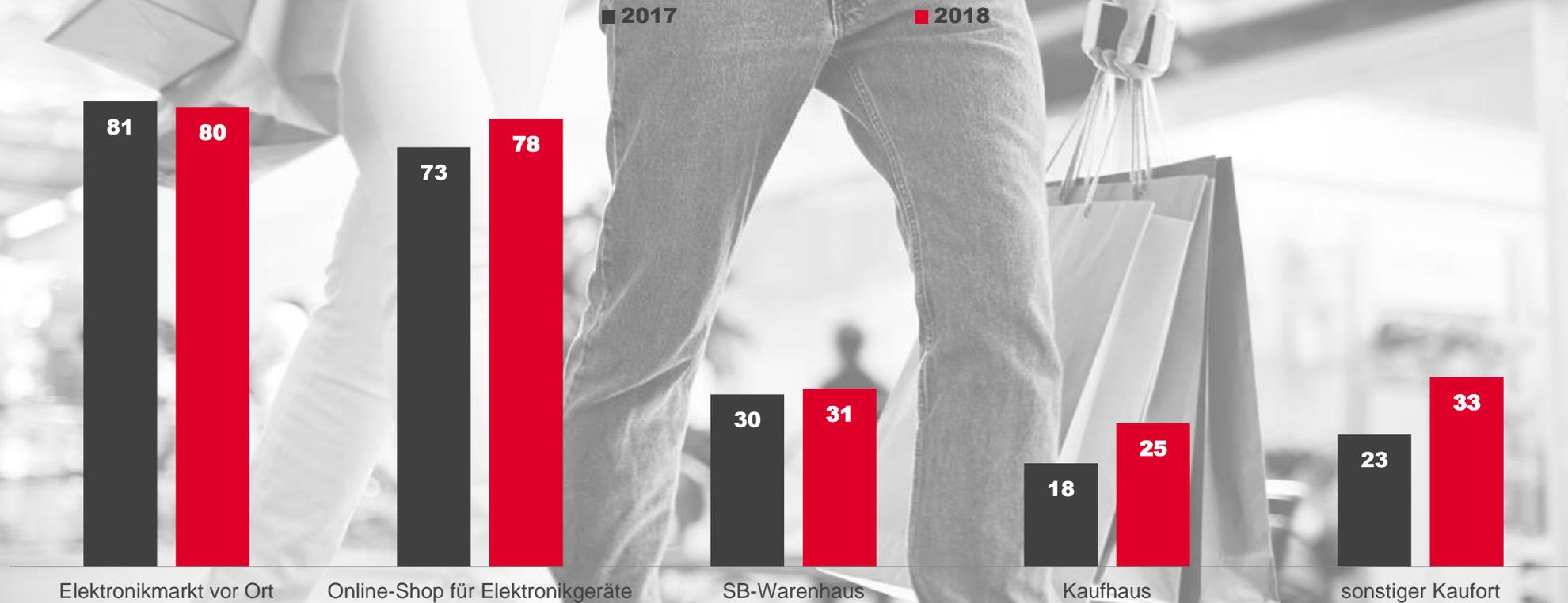
Institut:

Innofact, Düsseldorf



Entwicklung der Einkaufsorte für **elektronische Geräte**

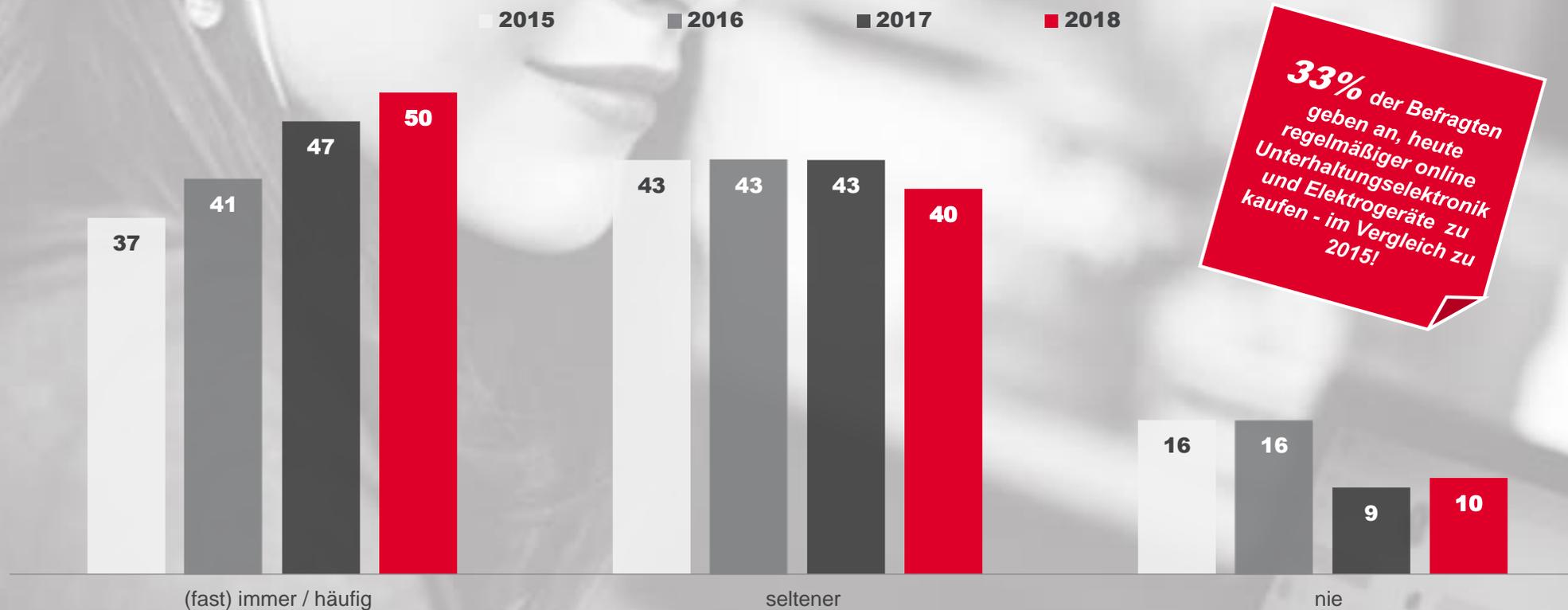
Vier von Fünf Befragten kaufen - über alle Produkte hinweg - im Elektronikmarkt vor Ort ein.



Quelle: Handelsstudie 2018/2017, alle Angaben in %; Basis: 3,91/3,87 Mio. (n=1.500/1.011); Frage: „Nun geht es darum, wo Sie Elektronikprodukte überwiegend einkaufen. Bitte entscheiden Sie sich jeweils für einen Einkaufsort. Wo kaufen Sie die folgenden Produkte überwiegend ein?"; Zusammenfassung/Überschneidung über alle abgefragten Produktkategorien (Erweiterung der Produktkategorien in 2018)

Häufigkeit der **Online-Käufe**

Online-Käufe steigend. Jeder Zweite kauft regelmäßig online ein.

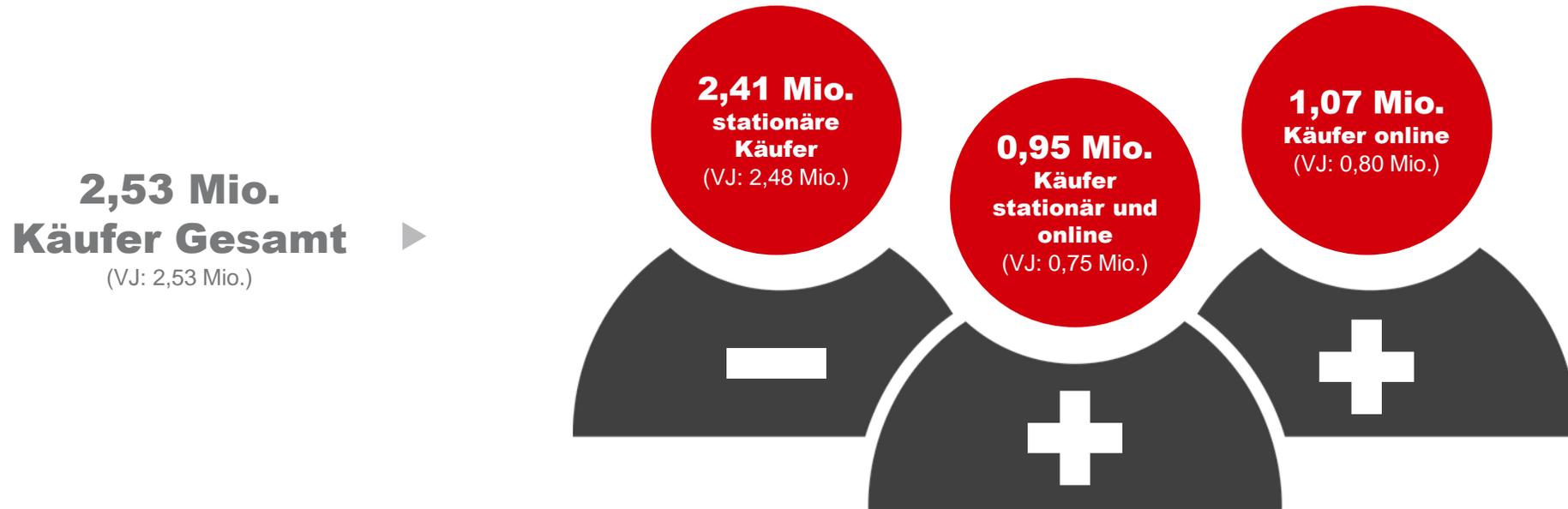


33% der Befragten geben an, heute regelmäßiger online Unterhaltungselektronik und Elektrogeräte zu kaufen - im Vergleich zu 2015!

Quelle: Handelsstudie 2018/2017/2016/2015, alle Angaben in %; Basis: Bevölkerung ab 18 Jahren 3,79/3,71/3,84/3,84 Mio. (n=1.454/967/500/507); Frage: „Wie häufig kaufen Sie Ihre Elektrogeräte bzw. Computer, Telefone, Unterhaltungselektronik oder elektrische Haushaltsgeräte online ein?“

Zusammensetzung der **Käuferschaft von Marke X**

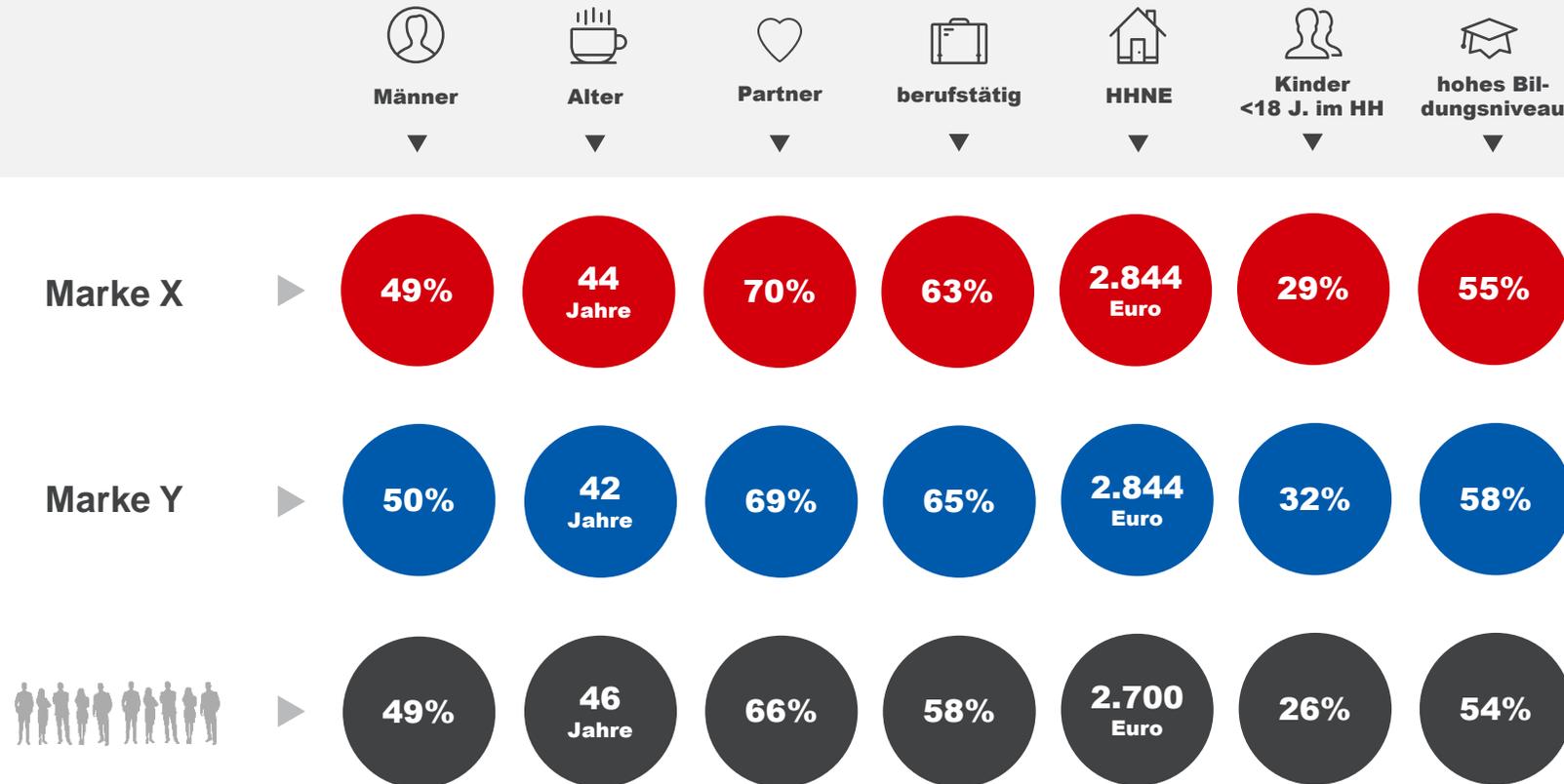
Käuferschaft stabil – Zuwächse bei den Online-Käufern



Quelle: Handelsstudie 2018, alle Angaben in %; Basis: 3,95 Mio. (n=1.500), Frage: „In welchen dieser Elektronikmärkte haben Sie innerhalb der letzten 12 Monaten eingekauft?“ und „Bei welchen dieser Internetportale haben Sie in den letzten 12 Monaten schon einmal Elektrogeräte bzw. Computer, Telefone, Unterhaltungselektronik oder elektrische Haushaltsgeräte eingekauft?“, Vergleich zu Handelsstudie 2017, Basis 3,87 Mio. (n=1.011)

Steckbrief der stationären Käufer von Marke X

Im Vergleich zur Bevölkerung und den Käufern von Marke Y



Quelle: Handelsstudie 2018, Basis Kaufhäufigkeit innerhalb der letzten 12 Monate bei Marke X 2,41 Mio. (n=926), Marke Y 1,92 Mio. (n=737), Bevölkerung im Verbreitungsgebiet der B.Z. 3,91 Mio. (n=1.500), Definition Partnerschaft: verheiratet mit Ehepartner/in zusammenlebend oder ja, und lebe mit ihm/ihr zusammen oder ja, lebe aber nicht mit ihm/ihr zusammen; Definition hohes Bildungsniveau: Abitur, Hochschulreife, Studium

Online-Shopping **Versand und Verfügbarkeit**

Schnelle Verfügbarkeit hat für die junge Generation einen hohen Stellenwert.

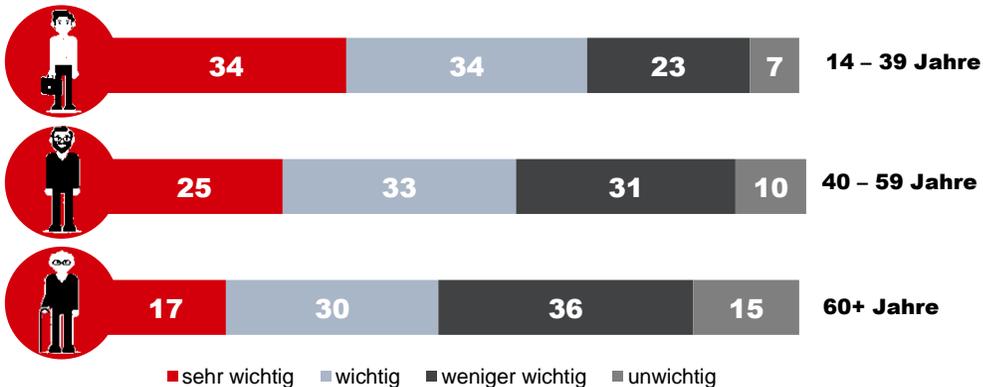


Stephan Fetsch, Head of Retail KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

„Jüngere Kunden wollen sofortige Warenverfügbarkeit. Substanzielle Mangelerfahrungen gibt es in ihrem Leben nicht. Konsum und Rückgabe sind beide unmittelbare Verhaltensmuster.“¹

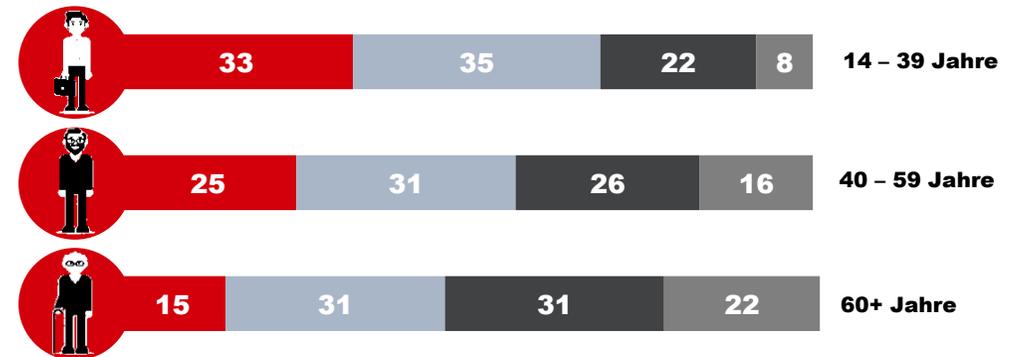
Anforderung an Online-Elektronikmärkte:

Die Möglichkeit, Artikel online bestellen zu können und am gleichen Tag geliefert zu bekommen.



Anforderung an Online-Elektronikmärkte:

Die Möglichkeit, die Produkte online zu bestellen und vor Ort abzuholen.



Quelle: Handelsstudie 2018, alle Angaben in %; Basis: Wenn mindestens selten Elektroartikel online gekauft werden 3,49 Mio. (n= 1.340), 14 – 39 Jahre 1,37 Mio. (n=524), 40 – 59 Jahre 1,19 Mio. (n=456), 60+ Jahre 0,94 Mio. (n=359), Frage: „Und jetzt geht es um Anforderungen, die ein Online-Elektronikmarkt für Sie erfüllen muss, damit Sie dort etwas bestellen bzw. kaufen würden. Bitte geben Sie auf den folgenden Seiten an, wie wichtig für Sie persönlich die folgenden Anforderungen für einen Einkauf bei einem Online-Elektronikmarkt sind / wären..“; ¹Quelle: KPMG Deutschland 2018

Übersicht Trendfragen - **Verkaufsraum**



Vor-Ort-Pop-Up



Wechselnde Aussteller



Elektronik-Fachmarkt im Container



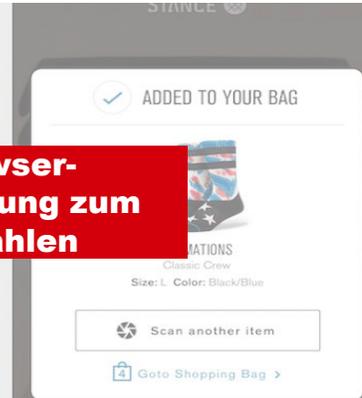
Einkauf-Button in Sozialen Netzwerken



Übersicht Trendfragen - **Legitimation**



**Browser-
Anwendung zum
Bezahlen**



Bewertung der TOP-Trends

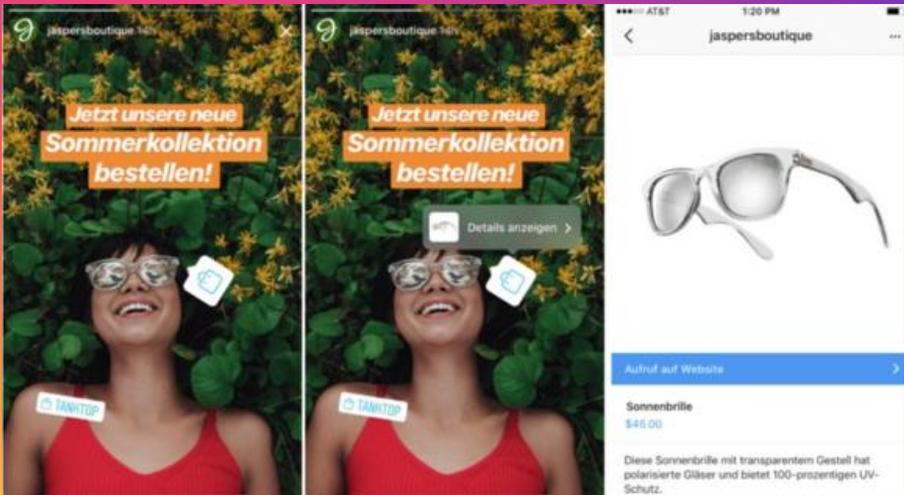
Das mobile Kassensystem, autonom fahrender Lieferwagen und wechselnde Aussteller

	 interessant	 innovativ	 kaufanregend	 macht Spaß	 gefällt mir	 Macht mir Angst	 unnötig
1	Mobiles Kassensystem	Autonom fahrender Lieferwagen	Wechselnde Aussteller	Mobiles Kassensystem	Lieferung zu einem Hotspot	Smarte Paketzustellung via Türschloss	Paketlieferung ins Auto
2	Autonom fahrender Lieferwagen	Intelligenter Einkaufskorb	Shopen nach Ladenschluss	Wechselnde Aussteller	Mobiles Kassensystem	Paketlieferung ins Auto	selbstfahrender Mini-Elektro-Fachmarkt
3	Lieferung zu einem Hotspot	Kassenfreier Supermarkt	Mobiles Kassensystem	Shopen nach Ladenschluss	Wechselnde Aussteller	Speed-Checkout	Vor-Ort-Pop-Up

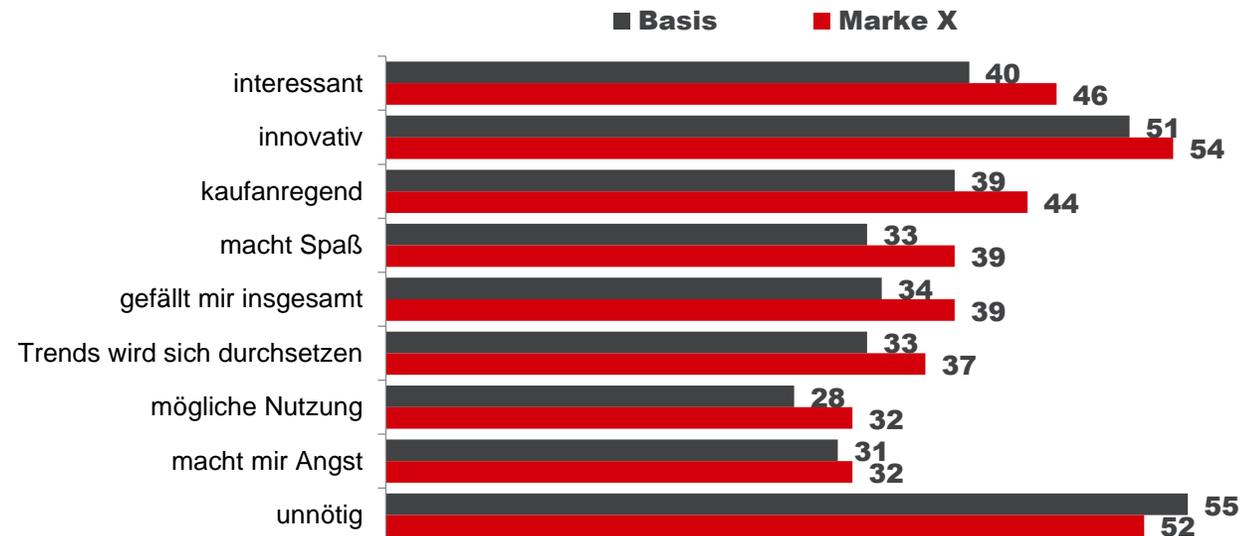
Quelle: Handelsstudie 2018, Basis: 3,91 Mio.; Fragen: „Wie bewerten Sie diesen Trend? Wie sehr treffen die folgenden Eigenschaften auf den Trend zu?“, TOP2: trifft voll und ganz/eher zu; „Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie dieses Angebot nutzen würden?“ TOP2 sehr/eher wahrscheinlich; „Was denken Sie, welche der Trends werden sich in Zukunft durchsetzen?“, Mehrfachauswahl

Einkauf-Button in Sozialen Netzwerken

Shoppingfunktion in „Instagram Stories“



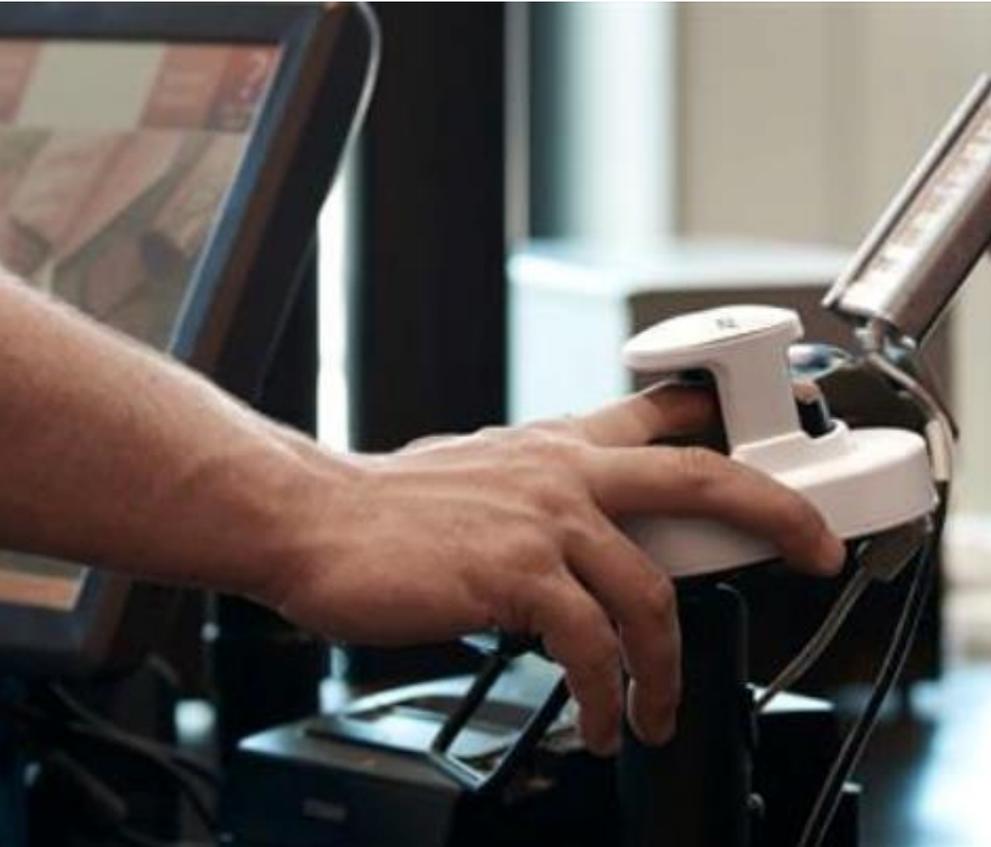
Stellen Sie sich vor, dass Sie Instagram, eine Plattform, die hauptsächlich zur Betrachtung von Bildern und Videos dient, nutzen. Im Rahmen der Instagram Storys können Marken Ihre Produkte mit einem kleinen Hinweis in Form einer Einkaufstasche markieren. Diese Produkte können dann direkt aus Instagram heraus per Click im Online-Shop der Marke aufgerufen werden.



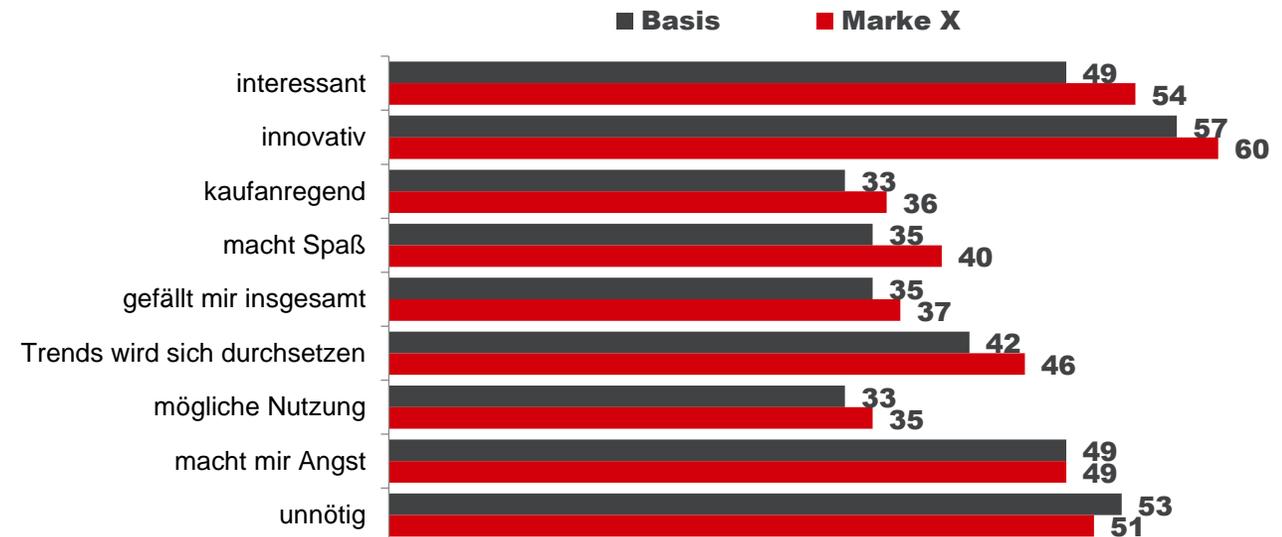
Quelle: Handelsstudie 2018, Befragte zum Trend „Einkauf-Button in Sozialen Netzwerken“: 3,91 Mio. (n=501); Kaufhäufigkeit innerhalb der letzten 12 Monate bei Marke X 2,41 Mio. (n=309); Fragen: „Wie bewerten Sie diesen Trend? Wie sehr treffen die folgenden Eigenschaften auf den Trend zu?“, TOP2: trifft voll und ganz/eher zu; „Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie dieses Angebot nutzen würden?“ TOP2 sehr/eher wahrscheinlich; „Was denken Sie, welche der Trends werden sich in Zukunft durchsetzen?“, Mehrfachauswahl; Angaben in %

Fingerabdruck-Bezahlung

Bezahlung per Finger



Stellen Sie sich vor, Sie können im Laden komplett gegenstandslos zahlen. Anstelle von Bargeld, Karte oder Smartphone setzen Sie einfach Ihren Finger ein. Dazu wird Ihr Fingerabdruck gescannt und Geld von Ihrem gängigen Konto abgebucht. Der Zahlungsprozess ähnelt solchen mit biometrischer Authentifizierung und soll die Sicherheit der Transaktionen erhöhen.



Quelle: Handelsstudie 2018, Befragte zum Trend „Fingerabdruck-Bezahlung“: 3,91 Mio. (n=430); Kaufhäufigkeit innerhalb der letzten 12 Monate bei Marke X 2,41 Mio. (n=278); Fragen: „Wie bewerten Sie diesen Trend? Wie sehr treffen die folgenden Eigenschaften auf den Trend zu?“, TOP2: trifft voll und ganz/eher zu; „Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie dieses Angebot nutzen würden?“ TOP2 sehr/eher wahrscheinlich; „Was denken Sie, welche der Trends werden sich in Zukunft durchsetzen?“, Mehrfachauswahl; Angaben in %

**Haben Sie Interesse an der
kompletten Studie?
Wir präsentieren Ihnen gerne
die Ergebnisse.
Bitte sprechen Sie uns an!
Vielen Dank!**

Kontakt:

Steffi Laursen
Leiterin Key Account
B.Z./B.Z. am Sonntag / BILD BERLIN-BRANDENBURG
Tel.: +49 30 2591 73384
Mobil: +49 151 1680 3294
steffi.laursen@axelspringer.de