

P R E S S E M I T T E I L U N G

Female Commerce Studie kauFRAUsch2014 präsentiert hochinteressante Ergebnisse für die Branche der Interaktiven Händler

Berlin, 06.02.2014 Die Ergebnisse der neuen und im zweiten Jahr durchgeführten **kauFRAUsch Studie 2014** liegen nun vor. Idee, Ausführung und Auswertung der Studie stammen von der GIM Gesellschaft für innovative Marktforschung mbh und der Rascasse GmbH, welche in Kooperation mit dem Bundesverband des Deutschen Versandhandels (bvh) das Projekt ermöglicht haben. Befragt wurden insgesamt über 1000 Frauen in Deutschland.

Nach der erfolgreichen Erstversion der Studie werden in der aktuellen Fassung die interessantesten Themen aus dem letzten Jahr verifiziert und um weitere relevante Aspekte ergänzt. Ebenfalls werden Rankings der bekanntesten Online-Shops Deutschlands erstellt. Zielstellung der Studie für die zweite Erhebung war auch, die entscheidenden Erfolgskriterien zu identifizieren, um Frauen in Onlineshops vom Kauf zu überzeugen.

Die aktuellen Ergebnisse verdeutlichen einmal mehr die Relevanz dieser Thematik und ermöglichen ein präzises Bild der E-Commerce-Nutzerin von heute. Hier einige Fakten:

1. Besonders Bewegtbild, Videos und Social Media sowie authentischer User Generated Content sind „die“ neuen Treiber für weibliche Kaufentscheidungen. Dort bekommen Frauen die nötigen Informationen, die sie für einen Kauf zusätzlich zu „offiziellen Quellen“ benötigen.

„Viele Marken und Shops haben Probleme damit, wenn ihre Produkte außerhalb der eigenen Kommunikationsstrategie stattfinden. Weil Frauen aber mit wachsender Begeisterung User Generated Content in Form von Bildern, Videos und Blogs vertrauen und sie zur Kaufentscheidung heranziehen, sollten derlei Inhalte und Formate begrüßt und deren Entstehung sogar gefördert werden“, **empfiehlt Sandra Kröger, Geschäftsführerin der Rascasse GmbH.**

2. Frauen haben im Jahr 2013 ihre Ausgaben im Internet um 20 Prozent erhöht.

„Die starke Steigerung im Kaufverhalten der Frauen zeigt einmal mehr, dass das E-Commerce-Geschäft eine immer größere Akzeptanz erfährt. Technologische Entwicklungen wie Mobile beflügeln das Geschäft zusätzlich. So steigt nicht nur die Frequenz der Käufe, sondern auch die Warenkörbe der Kundinnen werden kontinuierlich größer“, **so Christin Schmidt, Referentin für PR, Statistik und Wirtschaftspolitik beim bvh.**

3. Frauen verbringen 4,4 Stunden pro Woche in Online-Shops. 42 Minuten pro Woche mehr als im Jahr 2012. Zum Vergleich: Männer liegen konstant bei 3,5 Stunden pro Woche.

4. Das Amazon-Phänomen: 56 Prozent der Frauen verlassen vor dem Check Out den Shop und schauen bei Amazon nach, ob sie dort einen besseren Preis finden.

5. Die drei wichtigsten Faktoren für den Kauf liegen bei den Frauen darin, das bevorzugte Bezahlverfahren wählen zu können, dass ihnen eine kostenlose Rückgabe ermöglicht wird und die Webseite benutzerfreundlich aufgebaut ist.

Weitere Informationen zu den aktuellen Ergebnissen finden Sie unter:

<http://www.kaufrausch-studie.de/>

Bei weiteren Fragen zur Studie oder Interesse an der gesamten Auswertung wenden Sie sich bitte gern an untenstehende Kontakte.

Kontakt:

Rascasse GmbH

Monbijouplatz 5, 10178 Berlin
Sandra Kröger, Geschäftsführerin
Tel.: 030 609 899 782, 0179 215 94 65
kroeger@rascasse.com, www.rascasse.com

GIM Gesellschaft für Innovative Marktforschung mbH

Schumannstrasse 18, 10117 Berlin
Dr. Friedemann Weber, Director Data Experience
Tel.: 030 2400 09 18, 0162 252 58 84
F.Weber@g-i-m.com, www.g-i-m.com

Bundesverband des Deutschen Versandhandels (bvh)

Taubenstraße 20-22, 10117 Berlin
Christin Schmidt, Presseabteilung
Tel. 030 20 61 385 16, 0162 252 52 68
christin.schmidt@bvh.info, www.bvh.info, www.katalog.de

Über Rascasse

Die Rascasse GmbH ist eine auf Online-Themen spezialisierte Strategieagentur aus Berlin. Das Spezialgebiet ist die Konzeption innovativer Online-Geschäftsmodelle und das Rapid Prototyping des Frontends. Zu den Kunden der Rascasse GmbH gehören sowohl DAX30-Unternehmen als auch Startups. So bleibt das Unternehmen am Puls der Zeit. Das Kredo lautet: Kleines Team, individuelle Zusammenstellung der Projektteams für die unterschiedlichen Kundenwünsche. Agiles Vorgehen, schnelle Ergebnisse und Daten getriebene Optimierung.

Über GIM

Die GIM Gesellschaft für Innovative Marktforschung wurde 1987 gegründet und gehört zu den deutschlandweit führenden unabhängigen Full-Service-Marktforschungsinstituten. Das Institut forscht für alle Branchen in über 35 Ländern auf 5 Kontinenten und bietet mit seinen Kompetenzzentren spezielle Expertise in den Bereichen Handel und Logistik, Konsumgüter, Automobil und Mobilität, Gesundheit, Medien, Energie und Technologie. Es ist ein breites methodisches Spektrum sowohl in der qualitativen als auch der quantitativen Forschung vorhanden. An den Standorten Heidelberg, Berlin, Zürich und Lyon arbeiten ca. 110 Mitarbeiter.

Über den bvh

Im bvh sind derzeit rund 370 Versand- und Online-Händler organisiert. Zusätzlich haben sich etwa 120 Dienstleister dem bvh Preferred Business Partner Programm angeschlossen. Neben zielgerichteter Interessenvertretung bietet der bvh zahlreiche Services, die seine Mitglieder im Tagesgeschäft unterstützen. Dazu zählen z.B. Seminare, Arbeitskreise, Networking mit Versenderkollegen, ein wöchentlicher E-Mail-Newsletter mit Nachrichten aus der Welt des Versand- und Online-Handels sowie umfassende Rechtsberatung.