

Mode- Kundenwelten

Ergebnisse einer repräsentativen Mode-Studie
von h+p hachmeister + partner

h+p

hachmeister + partner
Unternehmensberatung

Inhalt

1. Key Results

2. Detailergebnisse

3. Anhang:

Befragungsmethode

Fragenkatalog

Stichprobenzusammensetzung

Key Results



„Convenience“ ist das entscheidene Stichwort beim Online Shopping von Mode! Unkompliziert muss es sein – und preisgünstig. Beratung ist dagegen deutlich weniger wichtig.



Die sofortige Verfügbarkeit ist stationär wichtiger als online – was im Laden nicht vorrätig ist, kommt auch nicht in Frage.



Das Geschäft vor Ort ist immer noch inspirierender als der Onlineshop!



Der Besuch eine Online-Shops vor dem stationären Kauf ist (noch?) etwas verbreiteter als der umgekehrte Weg.



Bekleidungsgeschäfte sind die wichtigste erste Anlaufstelle für Kunden, die gezielt ein neues Kleidungsstück kaufen wollen, dicht gefolgt von Online-Plattformen wie Zalando & Co.



Die Wichtigkeit von ansprechenden Umkleidekabinen und der Auswahl an neuen Trends geben Hinweise darauf, womit ein Modegeschäft beim Kunden heute punkten kann!

Inhalt

1. Key Results

2. Detailergebnisse

3. Anhang:

Befragungsmethode

Fragenkatalog

Stichprobenzusammensetzung

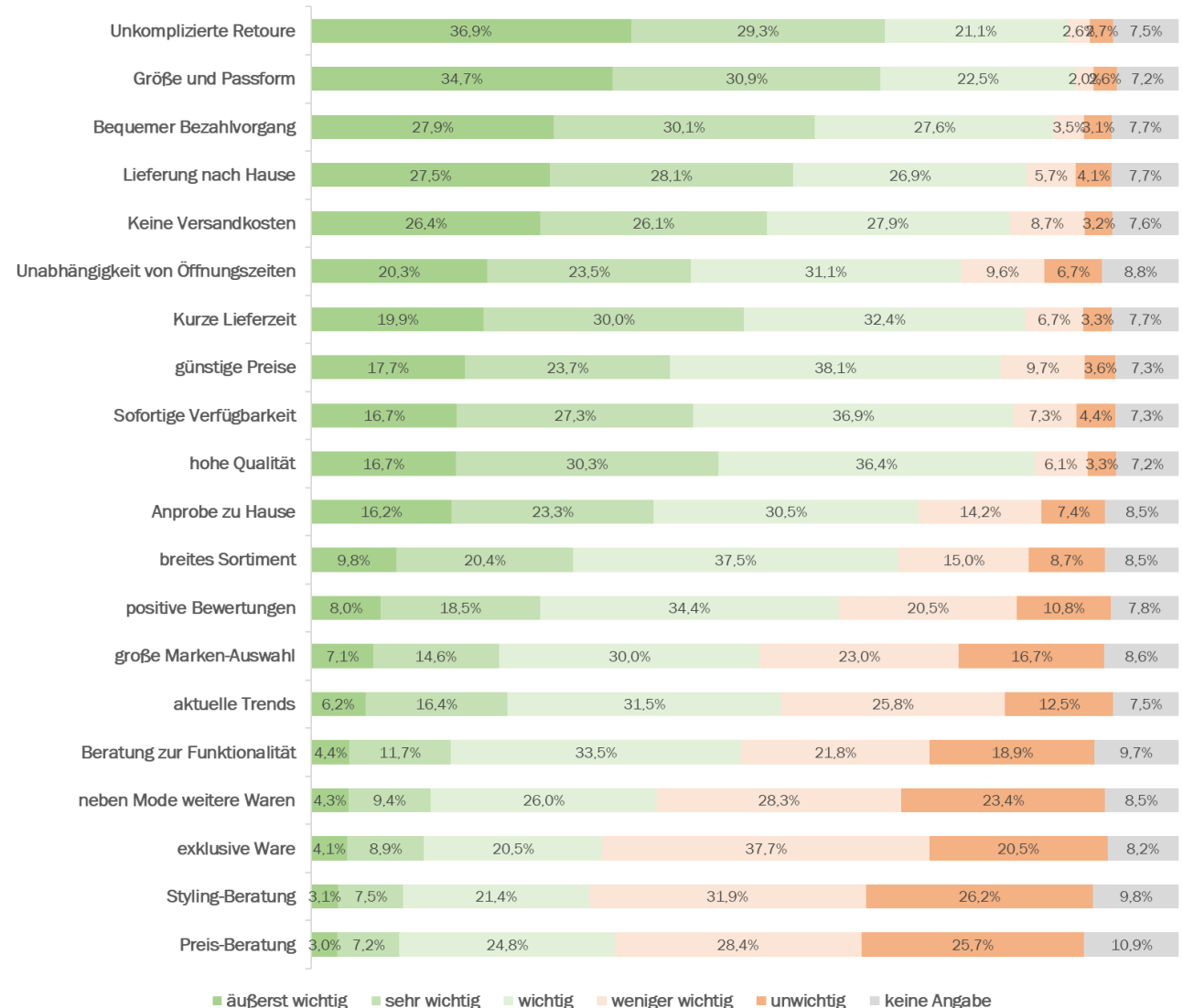
Wichtigkeit von Kriterien beim Onlinekauf von Mode



„Convenience“ ist das entscheidende Stichwort beim Online Shopping von Mode: Für die allermeisten Befragten sind Aspekte wie unkomplizierte Retouren, ein bequemer Bezahlvorgang oder die Lieferung nach Hause wichtig. Darüber hinaus spielen monetäre Aspekte eine bedeutende Rolle, so stoßen Versandkosten nur auf sehr wenig Akzeptanz.

Dass Größe und Passform stimmen müssen, versteht sich natürlich von selbst.

Weniger wichtig ist hingegen das Thema Beratung, das online offenbar nur von einer Minderheit erwartet wird.



Frage: Wie wichtig sind Ihnen die folgenden Kriterien beim Kauf von Mode online?

Mode-Kundenwelten – Repräsentative Bevölkerungsbefragung

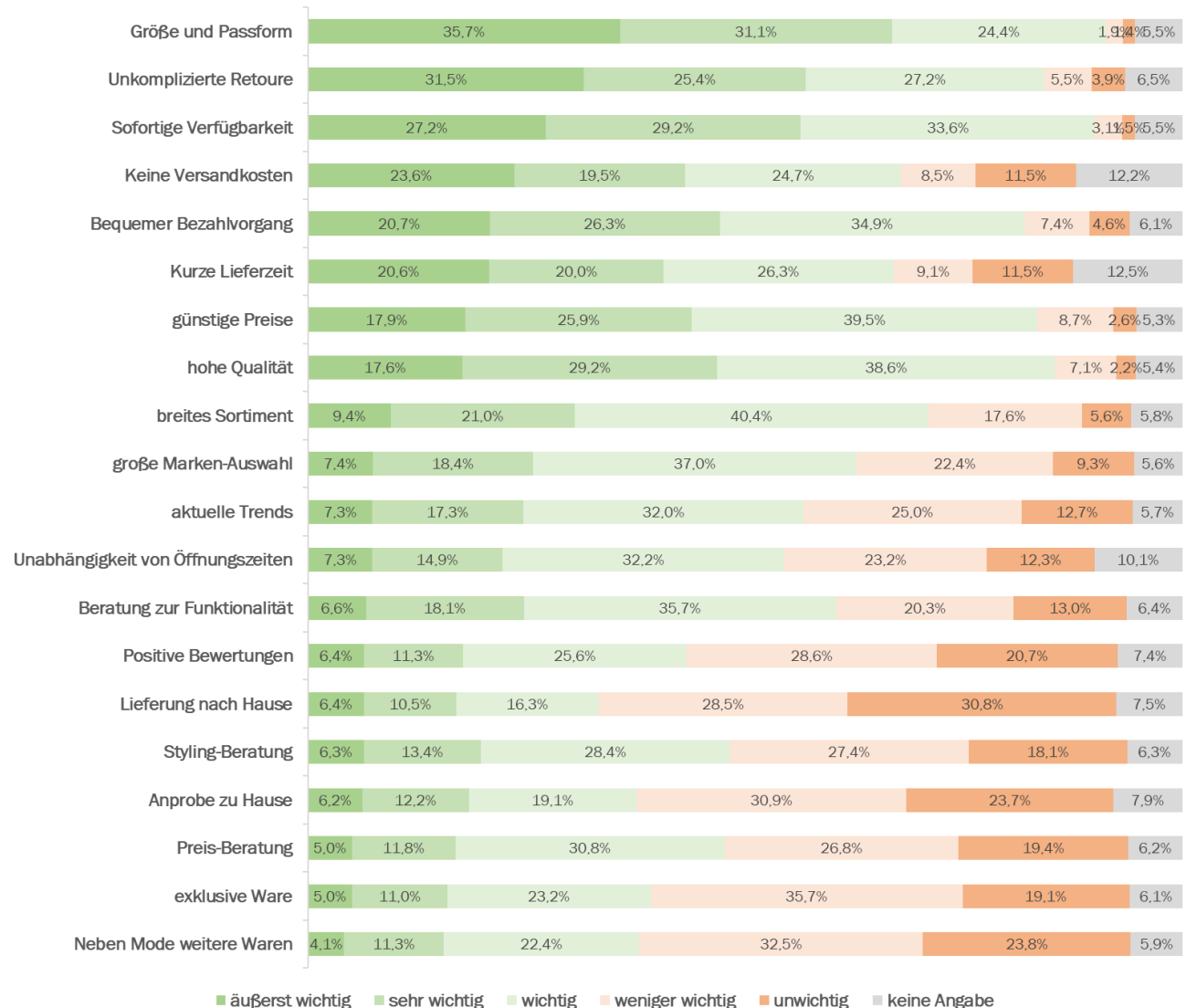
Wichtigkeit von Kriterien beim Kauf von Mode im Geschäft vor Ort



Beim stationären Modekauf spielen teilweise andere Aspekte eine Rolle als beim Onlineshopping. Größe und Passform stehen klar auf dem ersten Platz der Kriterien. Die sofortige Verfügbarkeit ist wichtiger als online – was im Laden nicht vorrätig ist, kommt auch nicht in Frage.

Retouren sind jedoch im Geschäft genauso wichtig wie online!

Weitere Warengruppen neben Mode sind offenbar ziemlich uninteressant, und auch die Anprobe zu Hause wird nicht erwartet. Beratung hingegen ist stationär für mehr Menschen wichtig als online.



Frage: Wie wichtig sind Ihnen die folgenden Kriterien beim Kauf von Mode in einem Geschäft vor Ort?

Mode-Kundenwelten – Repräsentative Bevölkerungsbefragung

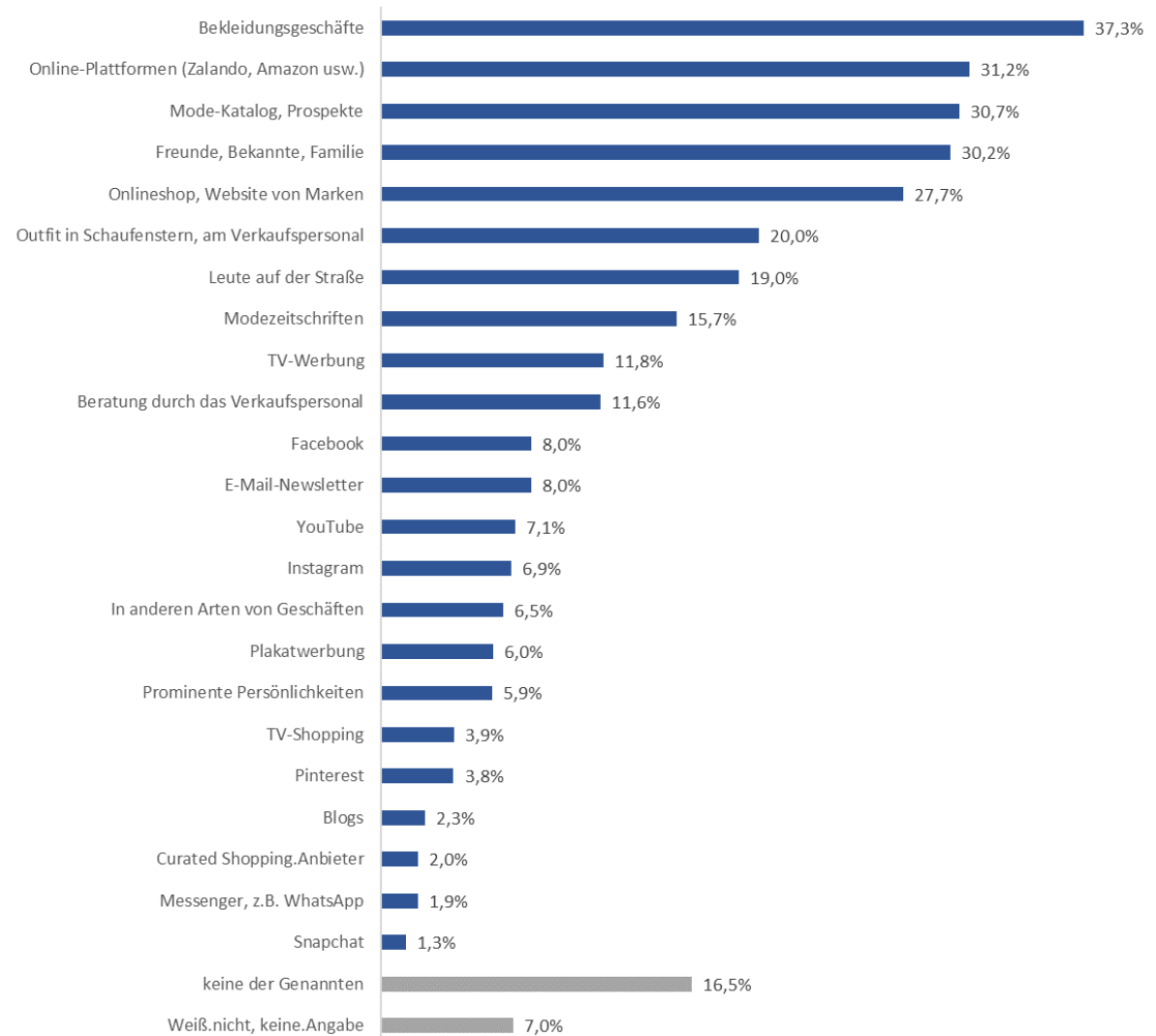
Inspirationsquellen in Sachen Mode



Das Geschäft vor Ort ist immer noch inspirierender als der Onlineshop – aber der Abstand ist nicht sehr groß!

Die wichtigsten Inspirationsquellen sind: Stores (offline wie online), Prospekte und das persönliche Umfeld.

Social Media spielt insgesamt noch eine eher untergeordnete Rolle, dies gilt jedoch nicht für alle Bevölkerungsgruppen: Jüngere Leute lassen sich durchaus von Facebook, Instagram & Co in Sachen Mode inspirieren.



Frage: Wovon lassen Sie sich in Sachen Mode inspirieren?

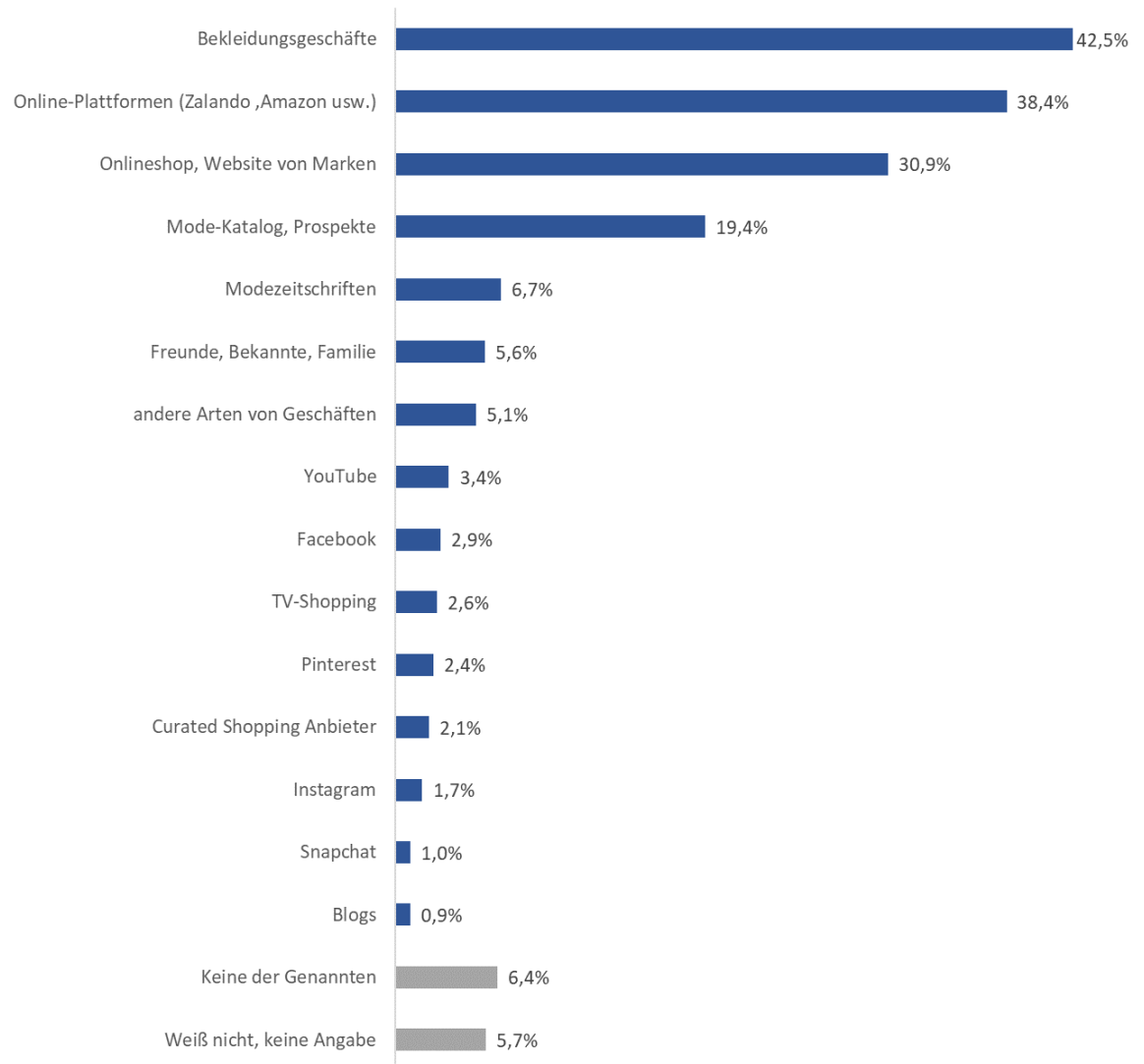
Mode-Kundenwelten – Repräsentative Bevölkerungsbefragung

Erste Anlaufstellen für den gezielten Bekleidungskauf



Bekleidungsgeschäfte sind die wichtigste erste Anlaufstelle für Kunden, die gezielt ein neues Kleidungsstück kaufen wollen, gefolgt von Online-Plattformen und Marken-Onlineshops. Prospekte, Zeitschriften, das persönliche Umfeld und Social Media fallen demgegenüber recht deutlich in der Wichtigkeit ab.

Summiert man Online- vs. Offline-Stellen, stellt sich heraus dass der Onlinebereich insgesamt den Offlinebereich überholt hat! Für 54,0% ist die erste Anlaufstelle online zu finden und nur für 44,4% offline. Für viele gilt offenbar: offline inspirieren lassen, online kaufen.



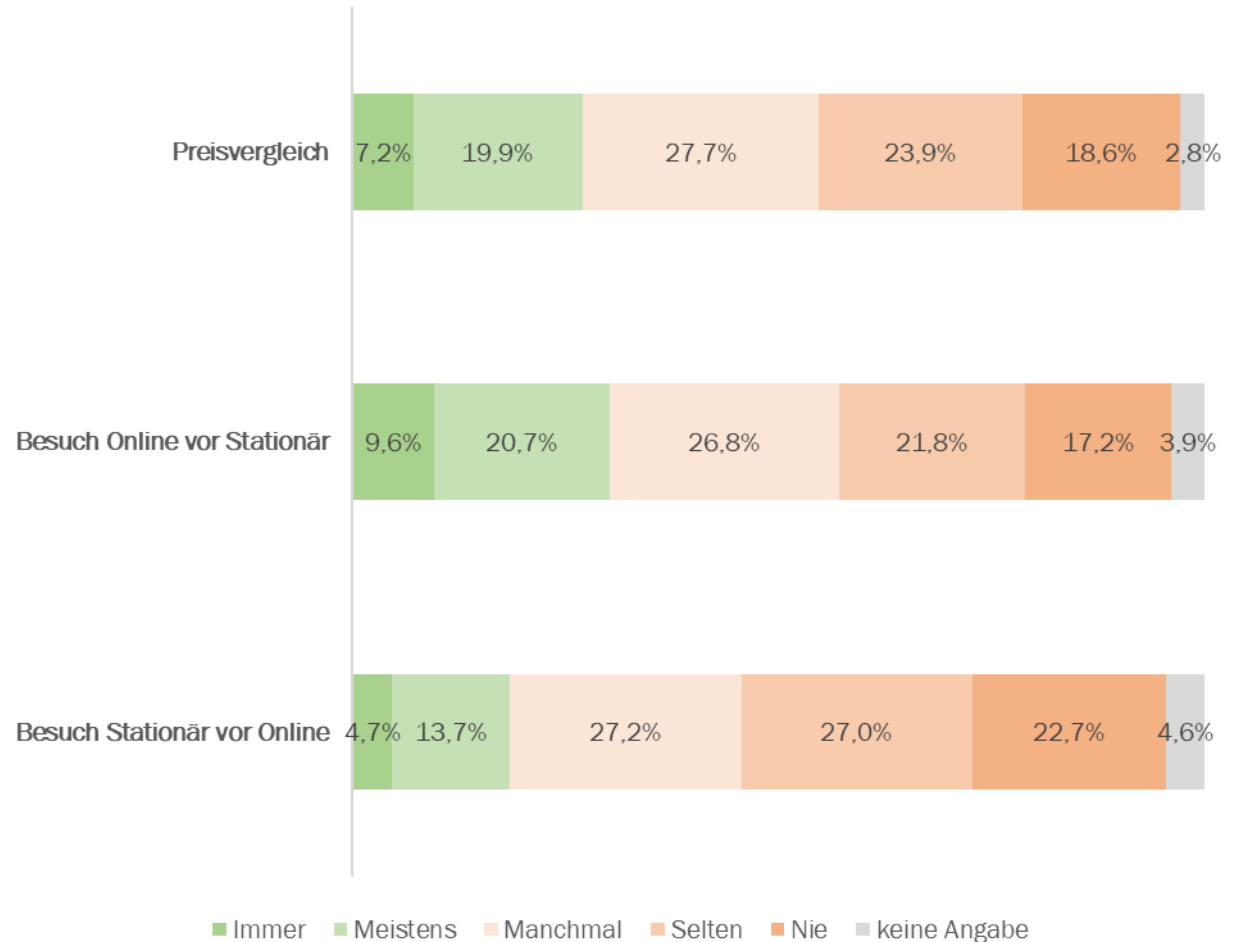
Frage: Wenn Sie gezielt ein neues Kleidungsstück kaufen wollen, wo beginnt Ihre Suche in den meisten Fällen?



Auch wenn der direkte Vergleich zwischen Online-Shop und stationärem Geschäft noch nicht absolut die Regel ist, so ist es doch nur eine Minderheit, die niemals solche Vergleiche vornimmt.

Mehr als jeder Vierte vergleicht vor den meisten Bekleidungskäufen die Preise, nicht einmal 20% tun dies nie.

Interessanterweise ist der Besuch eine Online-Shops vor dem stationären Kauf sogar (noch?) etwas verbreiteter als der umgekehrte Weg, sich stationär umzusehen und dann im Netz zu kaufen.



Fragen:

Wie häufig vergleichen Sie Preise zwischen Online-Shops und Bekleidungsgeschäften?

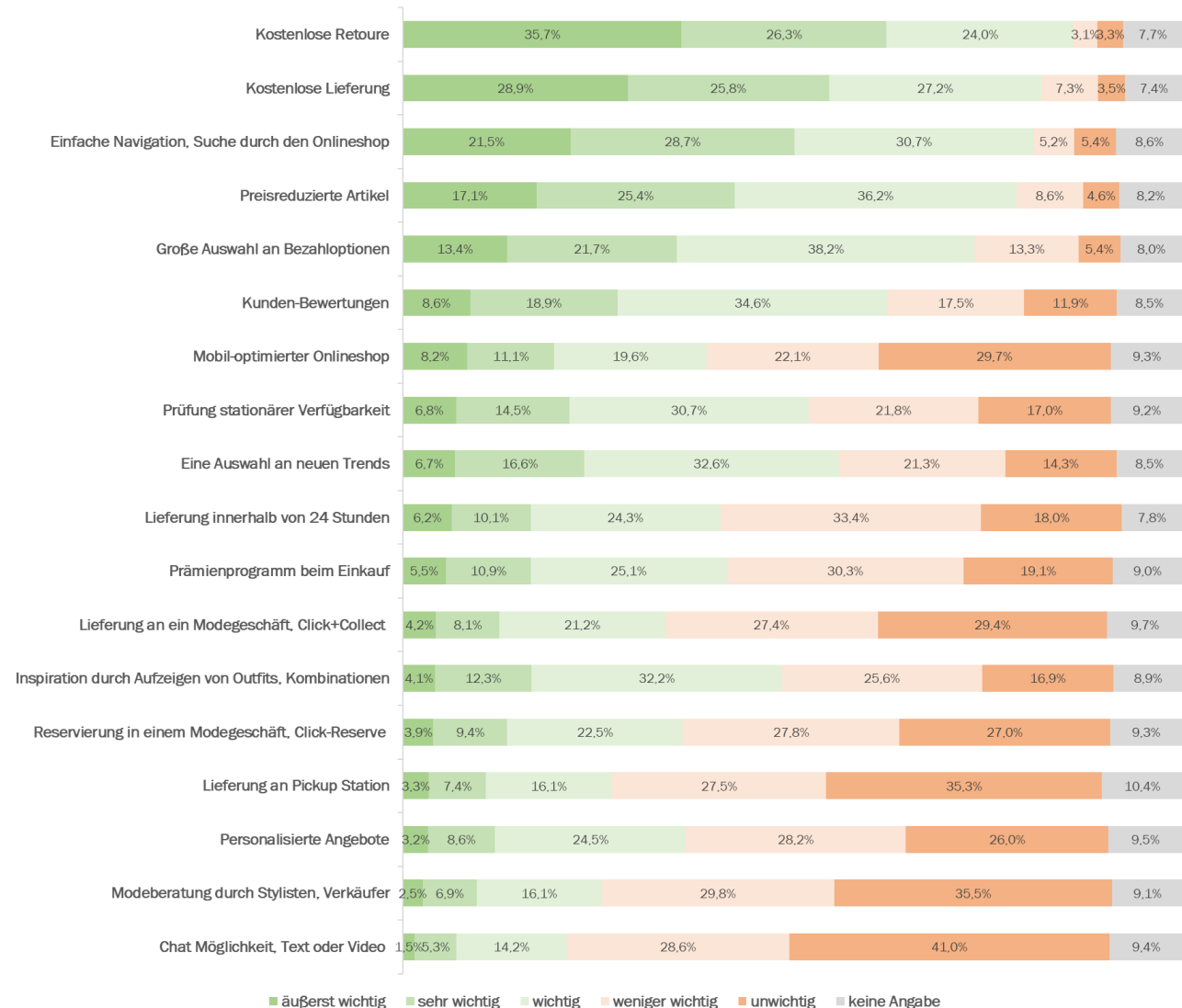
Wie häufig besuchen Sie Online-Shops, bevor Sie in einem Bekleidungsgeschäft etwas kaufen?

Wie häufig besuchen Sie ein Bekleidungsgeschäft, bevor Sie online etwas kaufen?

Wichtigkeit von Eigenschaften eines Online-Shops



Was ist den Kunden wichtig bei einem Online-Shop? Wiederum stehen die kostenlosen Retouren an erster Stelle, gefolgt von einer kostenlosen Lieferung. Verwöhnt von Amazon & Co sind die Kunden selten bereit etwas anderes als „kostenlos“ zu akzeptieren. Die Schnäppchen-Mentalität endet aber nicht bei diesen Dienstleistungen – auch preisreduzierte Artikel sind der Mehrheit wichtig. Eine einfache Navigation durch den Shop ist ebenfalls Pflicht. Kaum jemand möchte ich heute noch umständlich durch verzweigte Internetseiten klicken. Auf vergleichsweise wenig Interesse stoßen Zusatzleistungen wie Beratung. Auch personalisierte Angebote interessieren nur eine Minderheit.



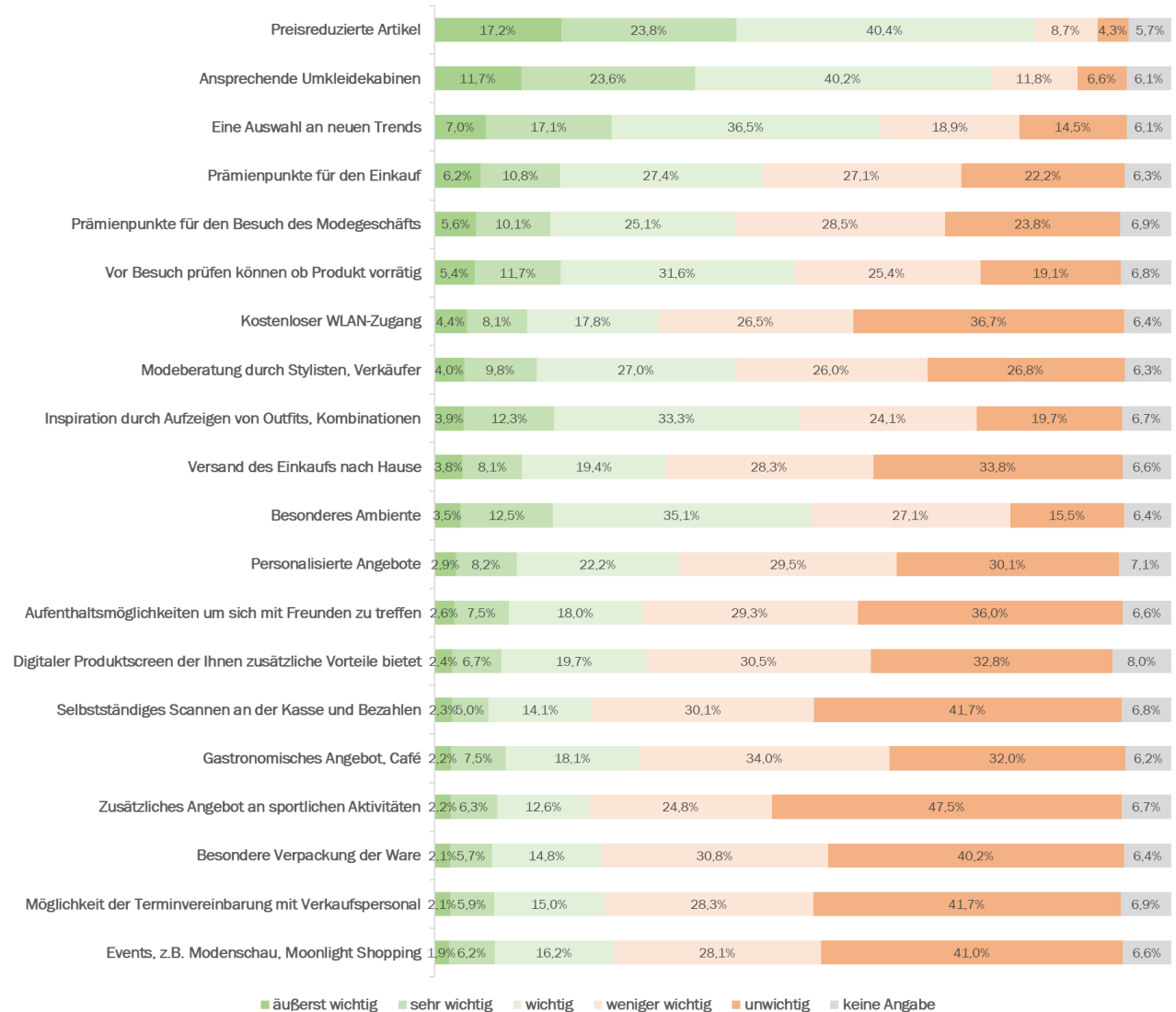
Frage: Wie wichtig sind Ihnen die folgenden Eigenschaften bei einem Online-Shop?

Mode-Kundenwelten – Repräsentative Bevölkerungsbefragung

Wichtigkeit von Eigenschaften eines Modegeschäfts vor Ort



Die Wichtigkeit spezieller Eigenschaften eines stationären Modegeschäfts fallen im Durchschnitt niedriger aus als bei Online-Shops. Dies sollte jedoch nicht als Anspruchslosigkeit interpretiert werden – vielmehr ist es wohl so, dass die Auswahl an Geschäften an den meisten Orten eher begrenzt ist, wenn man nicht gerade in einer Großstadt lebt. Dass der Preis auch stationär wichtig ist kann nicht überraschen. Der zweite Platz für die „ansprechenden Umkleidekabinen“ und dritte Platz für die „Auswahl an neuen Trends“ geben aber Hinweise darauf, womit ein Modegeschäft beim Kunden heute punkten kann!



Frage: Wie wichtig sind Ihnen die folgenden Eigenschaften in einem Modegeschäft vor Ort?

Mode-Kundenwelten – Repräsentative Bevölkerungsbefragung

Inhalt

1. Key Results

2. Detailergebnisse

3. Anhang:

Befragungsmethode

Fragenkatalog

Stichprobenszusammensetzung

Anhang: Befragungsmethodik

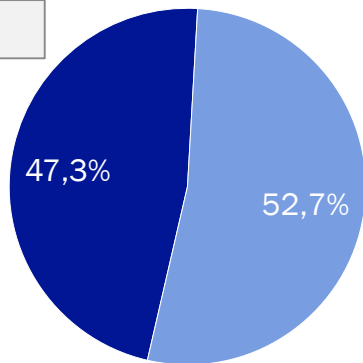
Studienkonzeption	▪ h+p Hachmeister + Partner
Durchführendes Institut	▪ YouGov, Köln
Befragungsmethode	▪ OmnibusDaily: Online-Interviews im YouGov Access Panel
Grundgesamtheit	▪ Deutschsprachige Online-Bevölkerung ab 18 Jahren
Stichprobengröße	▪ 2.054 Befragte
Befragungszeitraum	▪ August 2017

Anhang: Fragenkatalog

- Wie wichtig sind Ihnen die folgenden **Kriterien beim Kauf** von Mode **online**?
- Wie wichtig sind Ihnen die folgenden **Kriterien beim Kauf** von Mode **in einem Geschäft vor Ort**?
- Wovon lassen Sie sich in Sachen Mode **inspirieren**?
- Wenn Sie gezielt ein neues Kleidungsstück kaufen wollen, wo beginnt Ihre **Suche** in den meisten Fällen?
- Wodurch werden Sie auf **Onlineshops** für Mode **aufmerksam**?
- Wodurch werden Sie auf ein **Bekleidungsgeschäft** (z.B. Warenhaus, Fachhandel, etc.) **aufmerksam**?
- Wie häufig **vergleichen** Sie **Preise** zwischen Online-Shops und Bekleidungsgeschäften?
- Wie **häufig** besuchen Sie **Online-Shops**, bevor Sie in einem Bekleidungsgeschäft etwas kaufen?
- Wie **häufig** besuchen Sie ein **Bekleidungsgeschäft**, bevor Sie online etwas kaufen?
- Wenn Sie einen **Online-Shop** besuchen, **bevor** Sie in einem Bekleidungsgeschäft Mode kaufen, möchten Sie...
- Wenn Sie ein **Bekleidungsgeschäft** besuchen, **bevor** Sie Mode in einem Online-Shop kaufen, möchten Sie...
- **Wo** kaufen Sie in der Regel Mode?
- **Wie viele** Ihrer Einkäufe haben Sie in den letzten Monaten online bzw. in einem Bekleidungsgeschäft getätigt?
- Wenn Ihr Wunschartikel in einem Modegeschäft **nicht mehr verfügbar** ist, ...
- Wie wichtig sind Ihnen die folgenden **Eigenschaften** bei einem **Online-Shop**?
- Wie wichtig sind Ihnen die folgenden **Eigenschaften** in einem **Modegeschäft vor Ort**?
- Wie erhalten Sie am liebsten **Rabatte**, Angebote oder Gutscheine?
- Welche Vorteile erwarten Sie von einer **Kundenkarte** im Geschäft vor Ort?
- Welche der folgenden **Marken** haben Sie in den letzten 12 Monaten **gekauft**?
- **Statistische Angaben:** Alter, Geschlecht, Wohnsituation, Autobesitz, Kinder unter 18, Bildungsabschluss, Haushaltsführung, Haushaltseinkommen, Migrationshintergrund, Familienstand, Region, Mitgliedschaft in Social Media

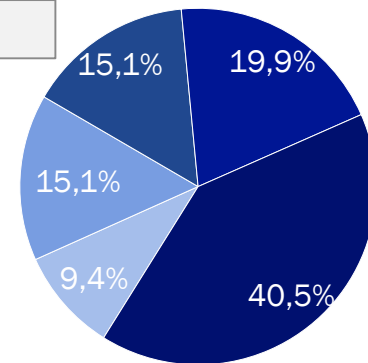
Anhang: Stichprobenzusammensetzung

Geschlecht



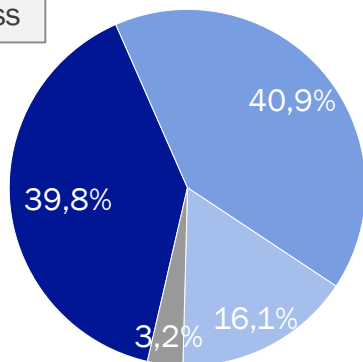
- männlich
- weiblich

Alter



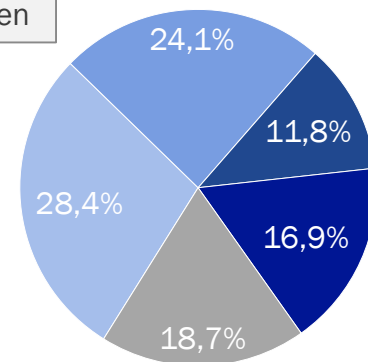
- 18 bis 24
- 25 bis 34
- 35 bis 44
- 45 bis 54
- 55 und älter

Schulabschluss



- Abitur, Fachhochschulreife
- Realschul- oder gleichwertiger Abschluss
- Haupt-(Volks-)schulabschluss
- (noch) keiner, keine Angabe

HH-Einkommen



- unter 2000 €
- 2000 bis unter 3000 €
- 3000 bis unter 4000 €
- 4000 € und mehr
- keine Angabe



Lassen Sie uns sprechen!

- Für Fragen zur Studie stehen wir Ihnen jederzeit gerne zur Verfügung.
- Gerne diskutieren wir mit Ihnen auch über andere, individuelle Fragestellungen und erstellen Ihnen ein auf Ihre Bedürfnisse zugeschnittenes Angebot.
- Ihr Ansprechpartner:
Jörg Erren
+49 521 2995-194
jerren@hachmeister-partner.de

h+p hachmeister + partner GmbH & Co. KG

h+p hachmeister + partner GmbH & Co. KG
Meisenstraße 94
D-33607 Bielefeld
Tel.: +49 521 2995-0
Fax: +49 521 2995-222
info@hachmeister-partner.de
www.hachmeister-partner.de