



# ROPO Studie 2008 - Deutschland

---

- Methode
- Kauf pro Produkt
- ROPO:
  - Pro Vertical
  - Pro Produkt
  - Wert pro ROPO Segment
- Onlinesuche:
  - Nutzung von Websites
- Onlinesuche:
  - Nutzung von Suchmaschinen
  - Meinung zu Suchmaschinen
- Bekanntheit & Nutzung von Textanzeigen
- Kaufaktivitäten
- Summary

# Methode

---



Zielgruppe:	Internetnutzer in Deutschland, 14 Jahre und älter
Stichprobe:	n = 1.014 Internetnutzer mit n = 11.421 Käufen in 25 Produktkategorien in den letzten 12 Monaten
Methode:	Online-Befragung
Befragungszeitraum:	01.-12. Februar 2008
Institut:	TNS Infratest

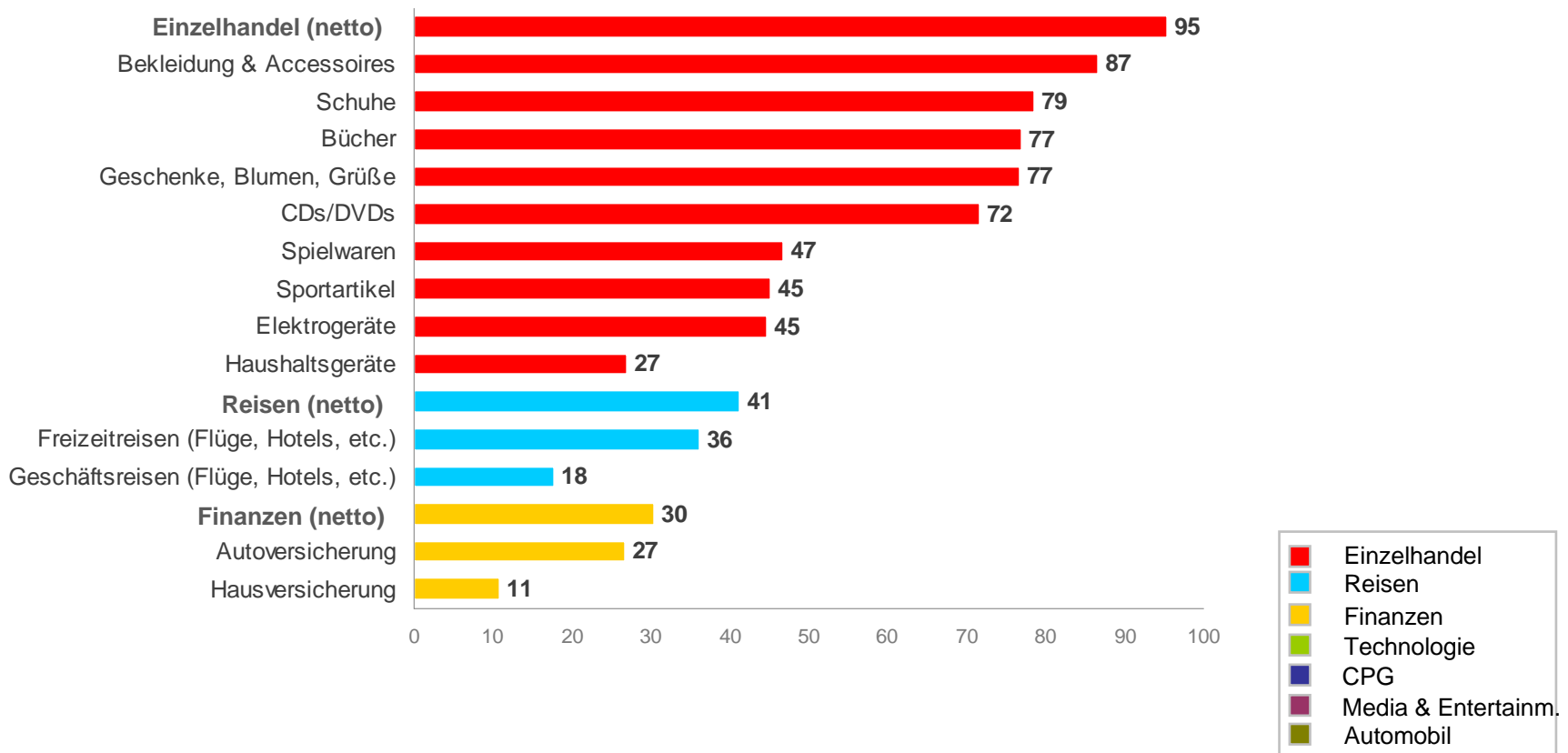
# Kauf pro Produkt

---



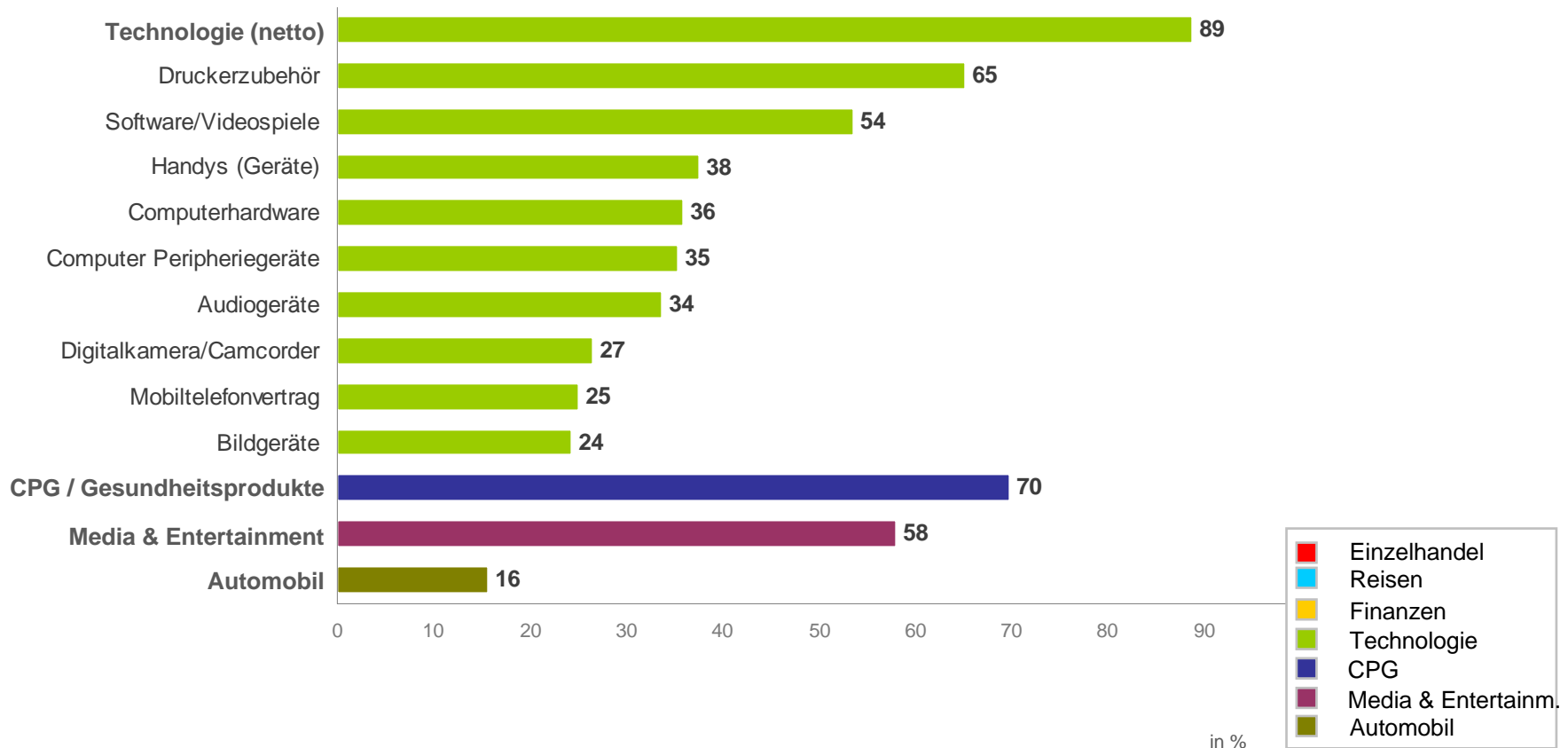
# Kauf pro Produkt (1/2)

95% haben in den letzten 12 Monaten ein Produkt im Einzelhandel gekauft – Bekleidung & Accessoires sind die meist gekauften Produkte



Frage: Wann haben Sie zuletzt die folgenden Produkte oder Dienstleistungen gekauft: innerhalb [...] der letzten 12 Monate [...]? in %

Neben Produkten aus dem Einzelhandelsbereich haben die Befragten in den letzten 12 Monaten Technologie- und Gesundheitsprodukte gekauft



Frage: Wann haben Sie zuletzt die folgenden Produkte oder Dienstleistungen gekauft: innerhalb [...] der letzten 12 Monate [...]

# ROPO:

pro Vertical, pro Produkt & Wert pro ROPO Segment





# ROPO pro Vertical – Lesebeispiel



<sup>1</sup> 91% der Befragten haben vor ihrem Kauf online recherchiert.

<sup>2</sup> 84% der Befragten haben ihren Kauf offline getätigt, nachdem sie online recherchiert haben.

	Research Online	Research Online AND Purchase		Research Offline	Research Offline AND Purchase	
		Online	Offline		Online	Offline
<b>Alle Branchen</b>	<b>91%<sup>1</sup></b>	81%	<b>84%<sup>2</sup></b>	94%	80%	89%
<b>Technologie</b>	81%	63%	64%	67%	42%	62%
<b>Media &amp; Entertainment</b>	49%	32%	18%	51%	11%	40%
<b>Reisen</b>	68%	51%	22%	41%	18%	28%
<b>Einzelhandel</b>	72%	56%	65%	93%	63%	86%
<b>Automobil</b>	60%	11%	50%	40%	3%	37%
<b>CPG</b>	28%	18%	10%	72%	8%	65%
<b>Finanzen</b>	51%	32%	29%	<b>55%<sup>3</sup></b>	<b>6%<sup>4</sup></b>	58%

<sup>3</sup> 55% der Befragten, die eines der aufgelisteten Finanzprodukte gekauft haben, haben vor ihrem Kauf offline recherchiert.

<sup>4</sup> 6% der Befragten, die eines der aufgelisteten Finanzprodukte gekauft haben, haben online gekauft, nachdem sie offline recherchiert haben.

Auswahl: Mindestens ein Produkt aus der vorgegebenen Kategorie in den letzten 12 Monaten gekauft



# ROPO pro Produkt – Lesebeispiel



<sup>1</sup> 65% der Handy-Käufer haben online recherchiert

<sup>2</sup> 35% der Handy-Käufer haben das Handy offline gekauft, nachdem sie online recherchiert haben.

	Research Online	Research Online AND Purchase		Research Offline	Research Offline AND Purchase	
		Online	Offline		Online	Offline
<b>Alle Branchen</b>	<b>91%</b>	<b>81%</b>	<b>84%</b>	<b>94%</b>	<b>80%</b>	<b>89%</b>
<b>Technologie</b>	<b>81%</b>	<b>63%</b>	<b>64%</b>	<b>67%</b>	<b>42%</b>	<b>62%</b>
Handys (Geräte)	65% <sup>1</sup>	30%	35% <sup>2</sup>	35%	9%	27%
Druckerzubehör	53%	39%	14%	47%	8%	39%
Computerhardware	66%	31%	35%	34%	5%	29%
Digitalkamera/Camcorder	67%	34%	33%	33%	7%	26%
Computer Peripheriegeräte (z.B. Drucker)	59%	28%	32%	41%	7%	34%
Mobiltelefonvertrag	62%	34%	28%	39%	5%	34%
Bildgeräte	57%	19%	38%	43%	5%	38%
Audiogeräte	56%	30%	26%	44%	8%	36%
Software/Videospiele	60%	39%	21%	40%	14%	26%
<b>Media &amp; Entertainment</b>	<b>49%</b>	<b>32%</b>	<b>18%</b>	<b>51%</b>	<b>11%</b>	<b>40%</b>
Eintrittskarten für Events	49%	32%	18%	51%	11%	40%
<b>Reisen</b>	<b>68%</b>	<b>51%</b>	<b>22%</b>	<b>41%</b>	<b>18%</b>	<b>28%</b>
Freizeitreisen	70%	51%	19%	30%	11% <sup>3</sup>	19%
Geschäftsreisen	49%	36%	13%	51%	16%	35%

<sup>3</sup> 11% der Käufer von Freizeitreisen haben die Reise online gekauft, nachdem sie offline recherchiert haben.

Auswahl: Mindestens ein Produkt aus der vorgegebenen Kategorie in den letzten 12 Monaten gekauft

# Die Mehrzahl der gekauften Produkte wird vorher online recherchiert



	Research Online	Research Online AND Purchase		Research Offline	Research Offline AND Purchase	
		Online	Offline		Online	Offline
<b>Alle Branchen</b>	<b>91%</b>	<b>81%</b>	<b>84%</b>	<b>94%</b>	<b>80%</b>	<b>89%</b>
<b>Technologie</b>	<b>81%</b>	<b>63%</b>	<b>64%</b>	<b>67%</b>	<b>42%</b>	<b>62%</b>
Handys (Geräte)	65%	30%	35%	35%	9%	27%
Druckerzubehör	53%	39%	14%	47%	8%	39%
Computerhardware	66%	31%	35%	34%	5%	29%
Digitalkamera/Camcorder	67%	34%	33%	33%	7%	26%
Computer Peripheriegeräte (z.B. Drucker)	59%	28%	32%	41%	7%	34%
Mobiltelefonvertrag	62%	34%	28%	39%	5%	34%
Bildgeräte	57%	19%	38%	43%	5%	38%
Audiogeräte	56%	30%	26%	44%	8%	36%
Software/Videospiele	60%	39%	21%	40%	14%	26%
<b>Media &amp; Entertainment</b>	<b>49%</b>	<b>32%</b>	<b>18%</b>	<b>51%</b>	<b>11%</b>	<b>40%</b>
Eintrittskarten für Events	49%	32%	18%	51%	11%	40%
<b>Reisen</b>	<b>68%</b>	<b>51%</b>	<b>22%</b>	<b>41%</b>	<b>18%</b>	<b>28%</b>
Freizeitreisen	70%	51%	19%	30%	11%	19%
Geschäftsreisen	49%	36%	13%	51%	16%	35%

Auswahl: Mindestens ein Produkt aus der vorgegebenen Kategorie in den letzten 12 Monaten gekauft

# Käufe von Gesundheitsprodukte werden normalerweise offline vorbereitet – wachsende Tendenz zu Onlinekäufen



	Research Online	Research Online AND Purchase		Research Offline	Research Offline AND Purchase	
		Online	Offline		Online	Offline
<b>Einzelhandel</b>	<b>72%</b>	<b>56%</b>	<b>65%</b>	<b>93%</b>	<b>63%</b>	<b>86%</b>
Bücher	49%	35%	14%	51%	19%	32%
Kleidung & Accessoires	27%	17%	10%	73%	14%	60%
Spielwaren	35%	24%	11%	65%	16%	49%
Schuhe	15%	7%	7%	85%	8%	77%
Sportartikel	23%	13%	10%	77%	13%	64%
CDs / DVDs	50%	33%	17%	50%	15%	35%
Geschenke, Blumen, Grüße	19%	12%	7%	81%	9%	72%
Haushaltsgeräte	53%	21%	32%	47%	9%	39%
Elektrogeräte	37%	18%	20%	63%	10%	52%
<b>Automobil</b>	<b>60%</b>	<b>11%</b>	<b>50%</b>	<b>40%</b>	<b>3%</b>	<b>37%</b>
Autos	60%	11%	50%	40%	3%	37%
<b>CPG</b>	<b>28%</b>	<b>18%</b>	<b>10%</b>	<b>72%</b>	<b>8%</b>	<b>65%</b>
Gesundheitsprodukte	28%	18%	10%	72%	8%	65%
<b>Finanzen</b>	<b>51%</b>	<b>32%</b>	<b>29%</b>	<b>55%</b>	<b>6%</b>	<b>58%</b>
Autoversicherung	53%	28%	25%	47%	4%	43%
Hausversicherung	31%	15%	16%	69%	3%	66%

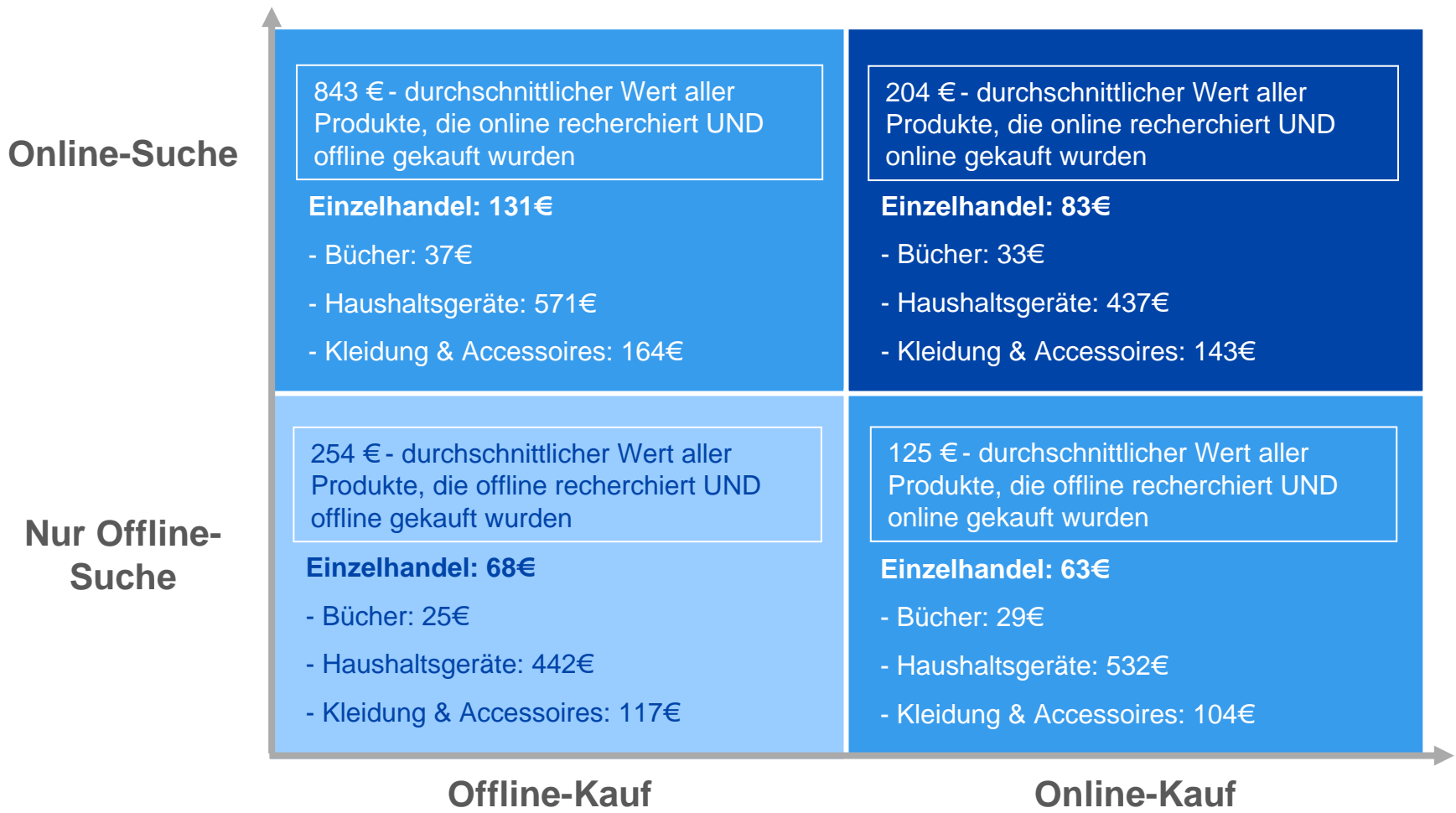
Auswahl: Mindestens ein Produkt aus der vorgegebenen Kategorie in den letzten 12 Monaten gekauft



# Wert pro ROPO Segment - Einzelhandel



1,5-mal so großes Potenzial für Offline-Erlöse bei Haushaltsgeräten



Frage: Was haben diese kürzlich gekauften Produkte oder Dienstleistungen beim jeweils letzten Einkauf ungefähr gekostet?

Durchschnittswert in €

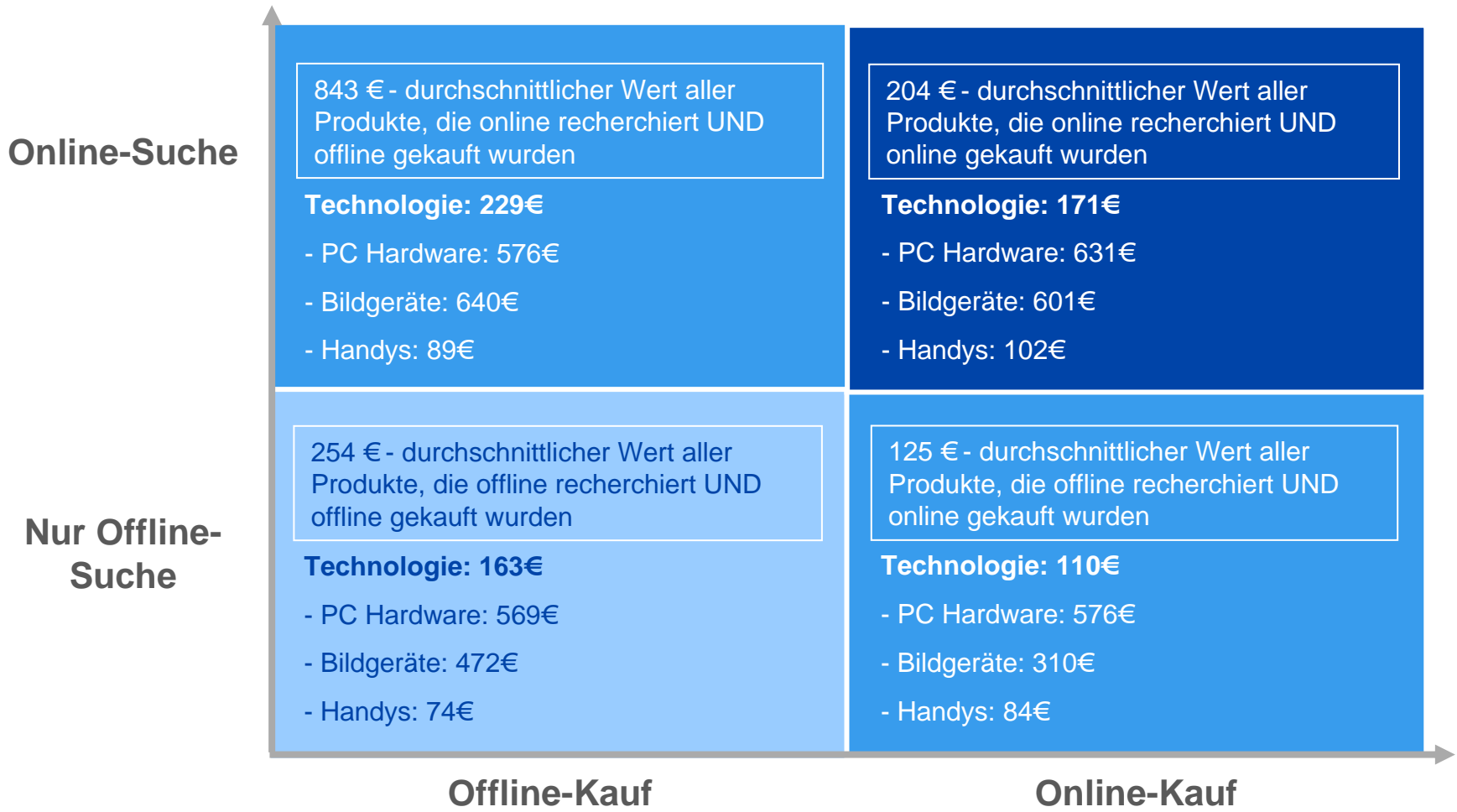
Quelle: TNS Infratest, Basis: Alle Käufe (n=11.241), Auswahl: Mindestens ein Produkt in den letzten 12 Monaten gekauft, Februar 2008 Google Confidential and Proprietary



# Wert pro ROPO Segment - Technologie



## Zweimal so großes Potenzial für Offline-Erlöse bei Bildgeräten

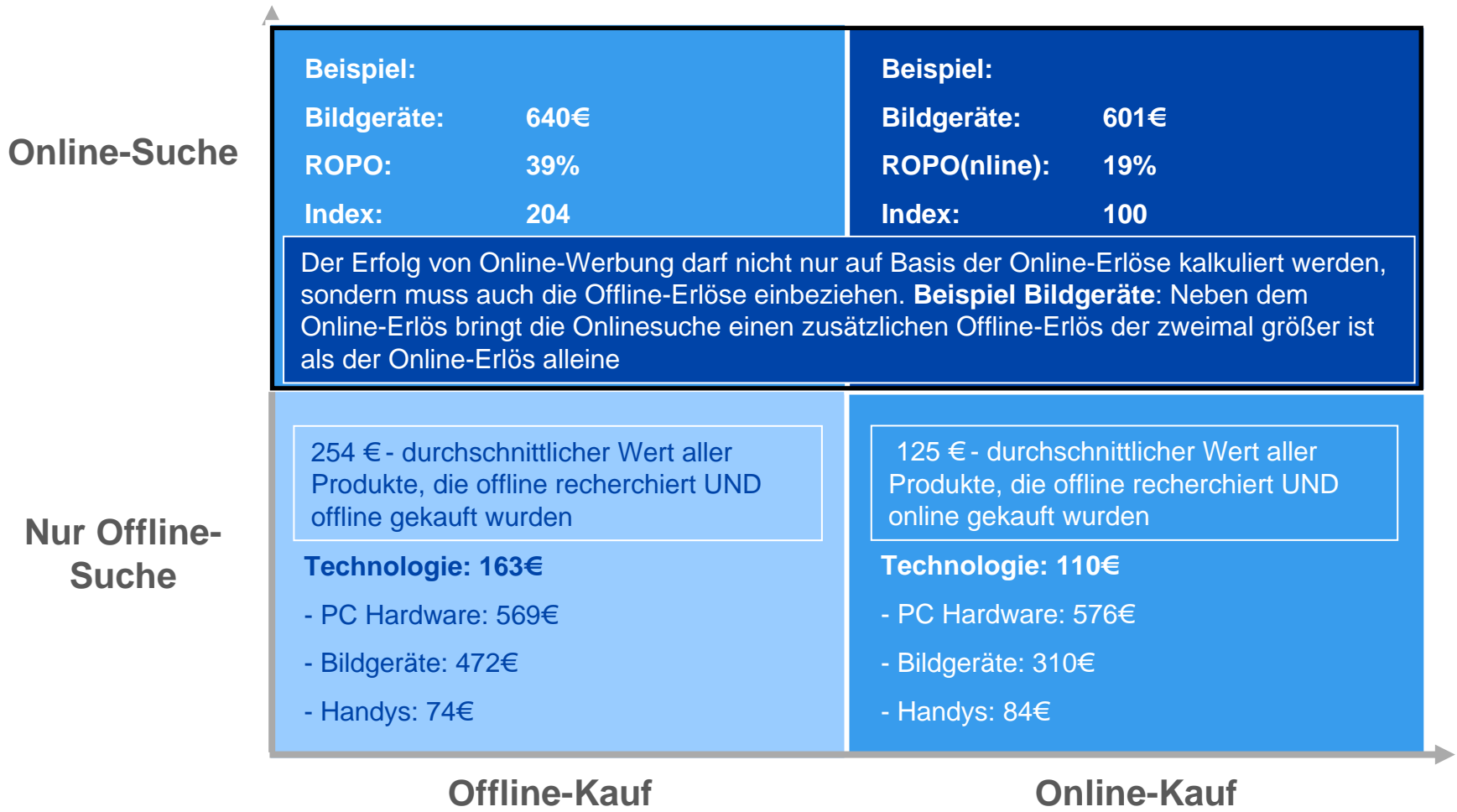


Frage: Was haben diese kürzlich gekauften Produkte oder Dienstleistungen beim jeweils letzten Einkauf ungefähr gekostet?

Durchschnittswert in €

Quelle: TNS Infratest, Basis: Alle Käufe (n=11.241), Auswahl: Mindestens ein Produkt in den letzten 12 Monaten gekauft, Februar 2008 Google Confidential and Proprietary

# Wert pro ROPO Segment – Beispiel für onlinebeeinflusstes Umsatzpotenzial



Frage: Was haben diese kürzlich gekauften Produkte oder Dienstleistungen beim jeweils letzten Einkauf ungefähr gekostet?

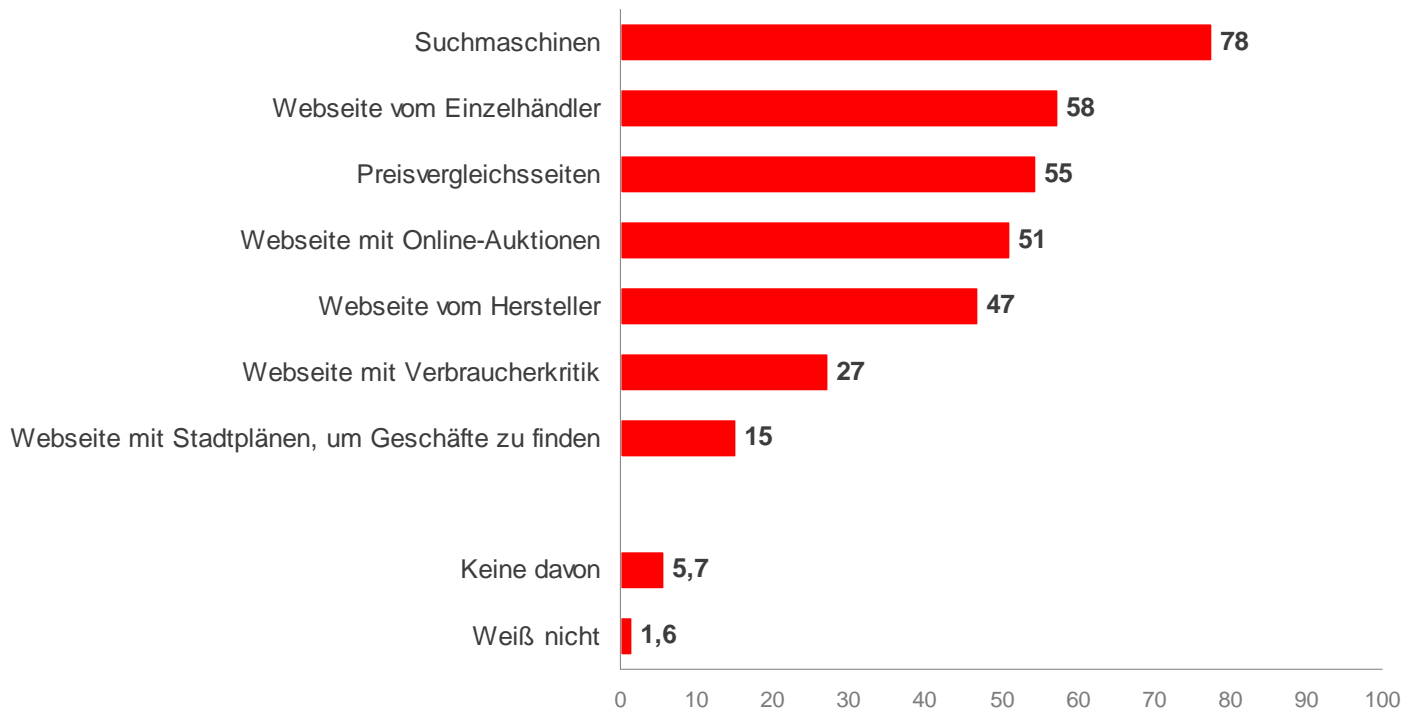
Durchschnittswert in €

# Onlinesuche:

Nutzung von Websites



## Die Suche startet am häufigsten auf einer Suchmaschine – hohes Potenzial für Websites von Einzelhändlern



Frage: Ganz allgemein gedacht, was für Websites verwenden Sie bei der Recherche für Käufe, die Sie entweder online oder andernorts tätigen, z.B. in einem Geschäft/einer Agentur/einem Büro/per Telefon etc.

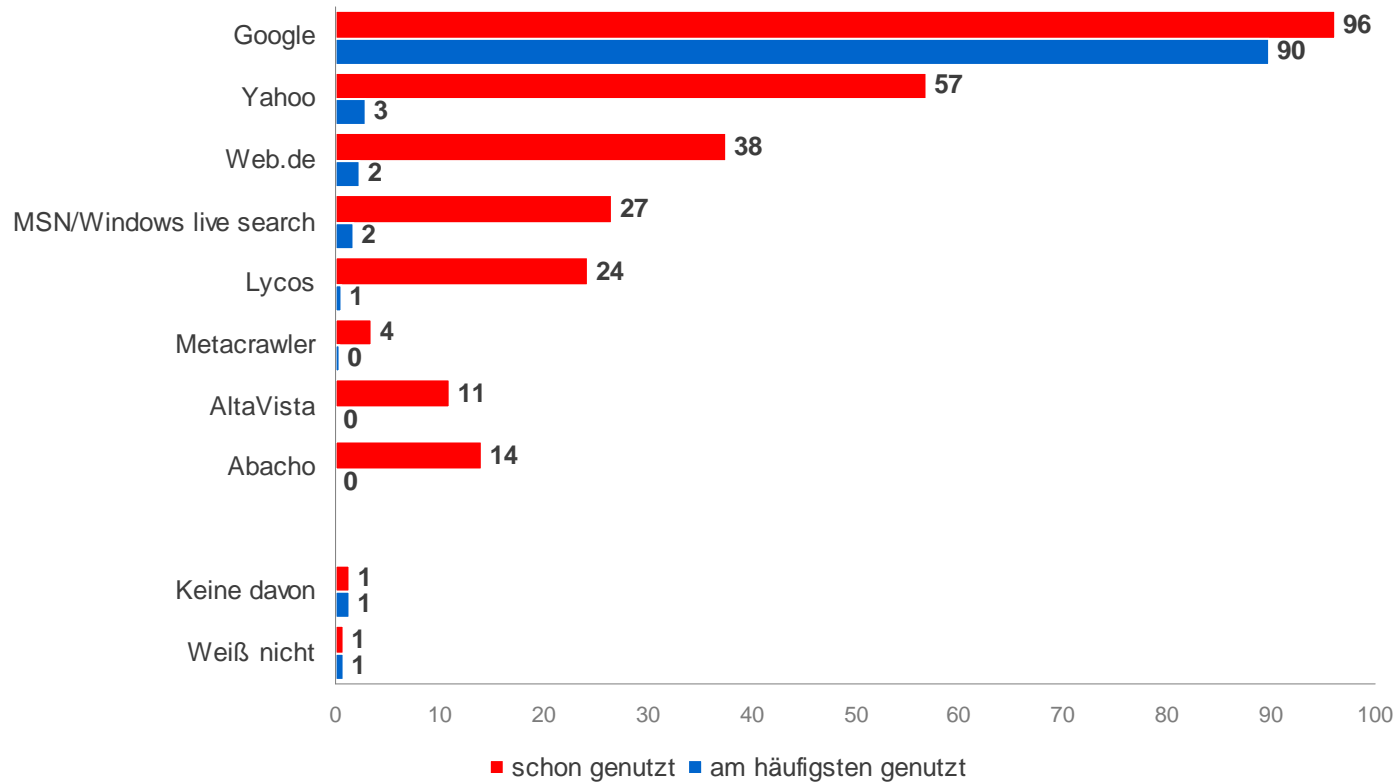
in %

# Onlinesuche:

Nutzung von Suchmaschinen und Meinung zu Suchmaschinen



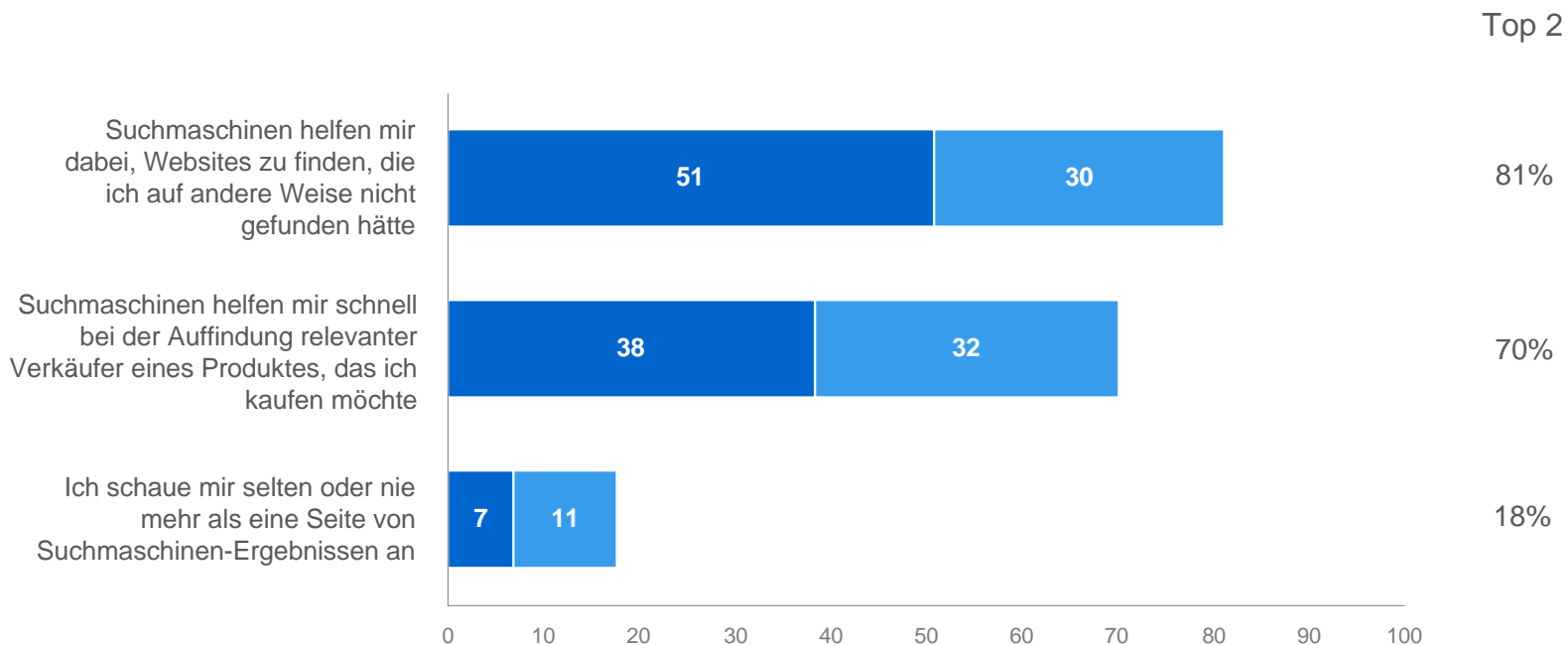
## Google ist die meistgenutzte und bevorzugte Suchmaschine für die Produktrecherche



Frage: Welche der folgenden Suchmaschinen haben Sie schon genutzt / Welche dieser Suchmaschinen nutzen Sie am häufigsten?

in %

## Suchmaschinen fungieren als Vermittler bei der Suche nach relevanten Webseiten – geringes Erlöspotenzial für Anzeigen aus der zweiten Suchergebnisseite

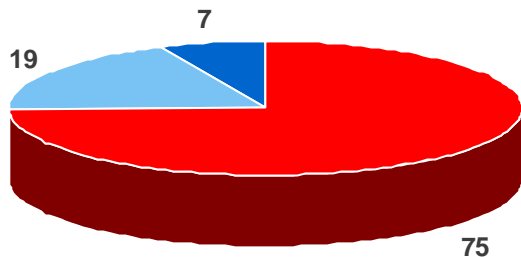


Frage: Denken Sie einmal an Gelegenheiten, bei denen Sie Suchmaschinen zur Unterstützung Ihrer Recherche zu Produkten oder Dienstleistungen genutzt haben. In welchem Maße stimmen Sie den folgenden Aussagen zu oder nicht zu (5er Skala)

in %

75% der Befragten kennen Textanzeigen – sie sind sehr relevant und hilfreich bei der Suche

## Bekanntheit von Textanzeigen

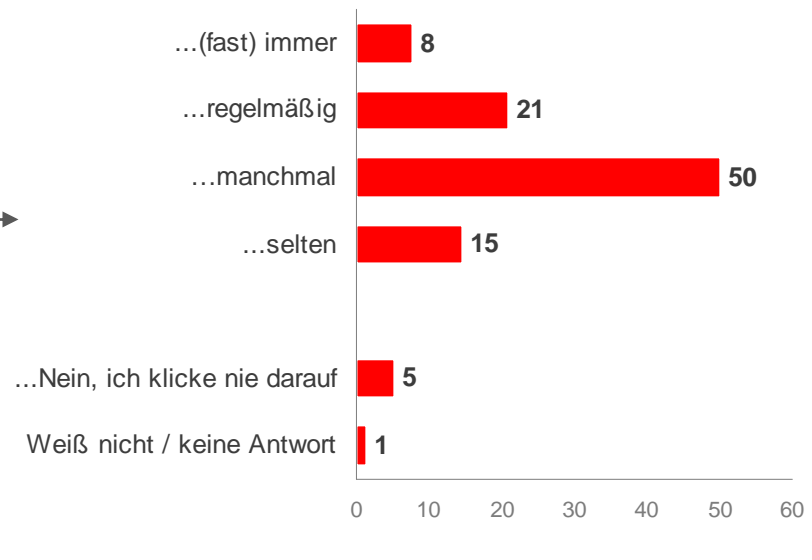


■ Ja ■ Nein ■ Weiß nicht

in %

## Nutzung von Textanzeigen

Ja, ich klicke auf Textanzeigen, wenn ich im Internet Einkaufsrecherchen betreibe...



in %

Frage: Wenn Sie Suchmaschinen nutzen. Nehmen Sie hier Textanzeigen wahr?

Frage: Klicken Sie auf Textanzeigen, wenn Sie Einkaufsrecherchen betreiben, und falls ja, wie oft?

# Bekanntheit & Nutzung von Textanzeigen

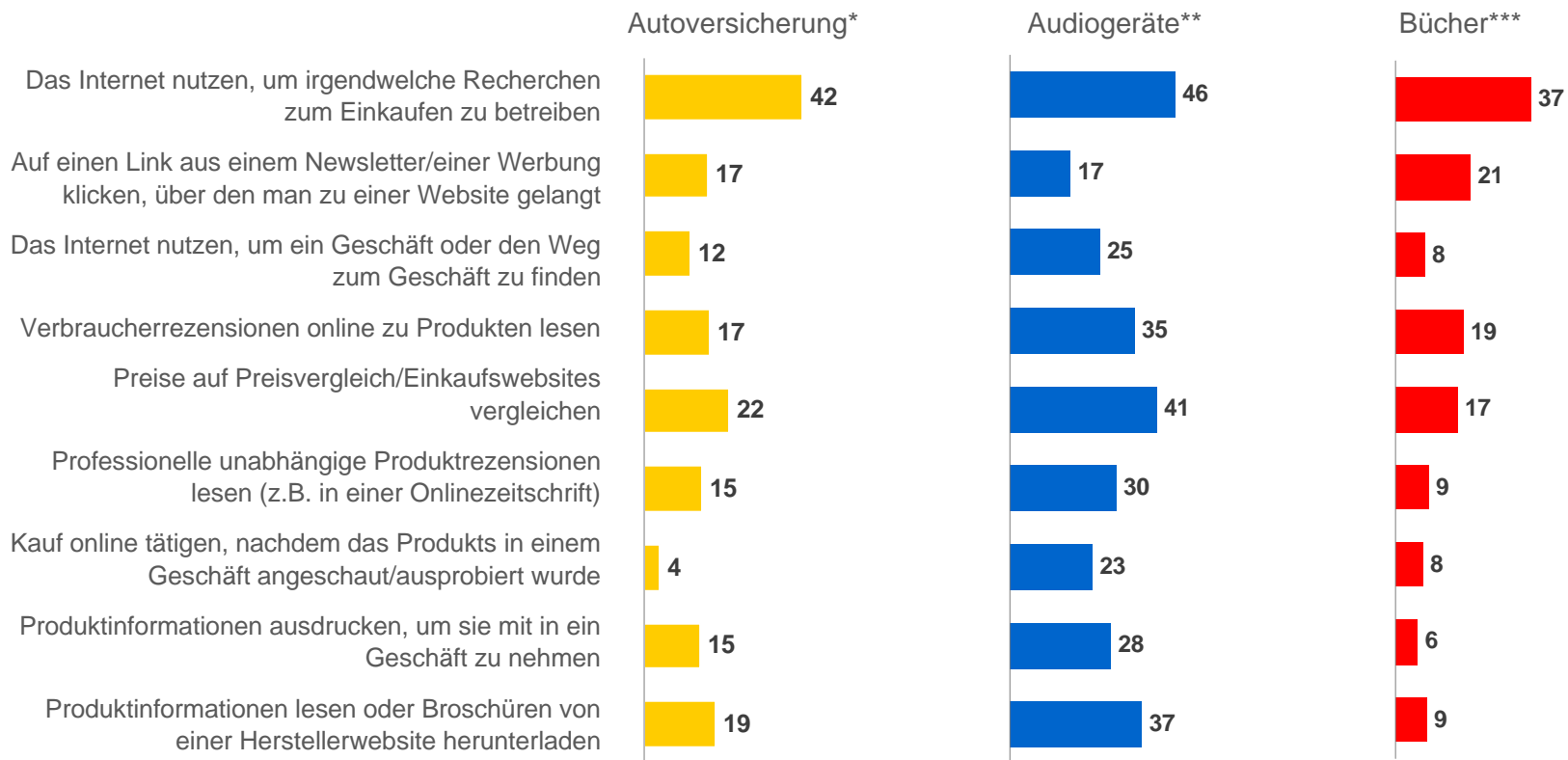
---

# Einkaufsaktivitäten

---



## Die Rolle des Internets wird im Kaufprozess über alle Produkten immer bedeutender; Preisvergleichseiten sind sehr wichtig bei Technologieprodukten



Frage: Welche der folgenden Aktivitäten haben Sie in Bezug auf Ihren letzten Kauf der folgenden Produkte oder Dienstleistungen unternommen?

in %

# Summary

---



# 5 Key Learnings

---



- 1** Offline-Käufe werden im hohen Maße online vorbereitet.

---

- 2** Die Stärke des Effektes ist abhängig von der Produktkategorie.

---

- 3** Fast jeder Informationsprozess startet mit einer Suchmaschine.

---

- 4** Google ist die bevorzugte Suchmaschine.

---

- 5** Textanzeigen werden im Prozess vielfach genutzt, da sie als relevante Werbung angesehen werden.

# Appendix

---



# Wert pro ROPO Segment – in Euro (1/2)



	Research Online AND Purchase		Research Offline AND Purchase	
	Online	Offline	Online	Offline
<b>Alle Branchen</b>	<b>204€</b>	<b>843€</b>	<b>125€</b>	<b>254€</b>
<b>Technologie</b>	<b>171€</b>	<b>229€</b>	<b>110€</b>	<b>163€</b>
Handys (Geräte)	102€	89€	84€	74€
Druckerzubehör	36€	39€	33€	31€
Computerhardware	631€	576€	576€	569€
Digitalkamera/Camcorder	269€	270€	143€	235€
Computer Peripheriegeräte (z.B. Drucker)	168€	101€	119€	89€
Mobiltelefonvertrag	25€	48€	11€	114€
Bildgeräte	601€	640€	310€	472€
Audiogeräte	131€	229€	110€	163€
Software/Videospiele	50€	52€	36€	46€
<b>Media &amp; Entertainment</b>	<b>87€</b>	<b>58€</b>	<b>76€</b>	<b>33€</b>
Eintrittskarten für Events	87€	58€	76€	33€
<b>Reisen</b>	<b>651€</b>	<b>1.074€</b>	<b>674€</b>	<b>716€</b>
Freizeitreisen	747€	1.224€	850€	1.030€
Geschäftsreisen	298€	374€	386€	224€

Frage: Was haben diese kürzlich gekauften Produkte oder Dienstleistungen beim jeweils letzten Einkauf ungefähr gekostet?

Durchschnittswert in €

# Wert pro ROPO Segment – in Euro (2/2)



	Research Online AND Purchase		Research Offline AND Purchase	
	Online	Offline	Online	Offline
<b>Einzelhandel</b>	<b>83€</b>	<b>131€</b>	<b>63€</b>	<b>68€</b>
Bücher	33€	37€	29€	25€
Kleidung & Accessoires	143€	164€	104€	117€
Spielwaren	63€	47€	41€	38€
Schuhe	64€	66€	61€	65€
Sportartikel	82€	185€	49€	58€
CDs / DVDs	38€	30€	29€	23€
Geschenke, Blumen, Grüße	52€	46€	40€	38€
Haushaltsgeräte	437€	571€	532€	442€
Elektrogeräte	63€	47€	43€	36€
<b>Automobil</b>	<b>6.001€</b>	<b>16.179€</b>	<b>7.758€</b>	<b>13.981€</b>
Autos	6.001€	16.179€	7.758€	13.981€
<b>CPG</b>	<b>52€</b>	<b>53€</b>	<b>51€</b>	<b>30€</b>
Gesundheitsprodukte	52€	53€	51€	30€
<b>Finanzen</b>	<b>232€</b>	<b>237€</b>	<b>200€</b>	<b>289€</b>
Autoversicherung	264€	263€	222€	369€
Hausversicherung	86€	138€	62€	134€

Frage: Was haben diese kürzlich gekauften Produkte oder Dienstleistungen beim jeweils letzten Einkauf ungefähr gekostet?

Durchschnittswert in €

# Einkaufsaktivitäten (1/3)



	Hausversicherung	Autoversicherung	PC Hardware	Autos	Digitalkamera	Bildgeräte	Elektrogeräte	Haushaltsgeräte	Software	Druckzubehör
Das Internet nutzen, um irgendwelche Recherchen zum Einkaufen zu betreiben	32%	42%	48%	49%	57%	46%	34%	42%	50%	36%
Auf einen Link aus einem Newsletter/einer Werbung klicken, über den man zu einer Website gelangt	10%	17%	21%	15%	19%	17%	9%	15%	26%	15%
Das Internet nutzen, um ein Geschäft oder den Weg zum Geschäft zu finden	12%	12%	15%	24%	19%	25%	9%	20%	16%	12%
Verbraucherrezensionen online zu Produkten lesen	17%	17%	36%	22%	38%	35%	18%	26%	30%	12%
Preise auf Preisvergleich/Einkaufswebsites vergleichen	15%	22%	40%	24%	50%	41%	24%	44%	35%	32%
Professionelle unabhängige Produktrezensionen lesen (z.B. in einer Onlinezeitschrift)	17%	15%	34%	18%	32%	30%	7%	22%	19%	9%
Kauf online tätigen, nachdem das Produkts in einem Geschäft angeschaut/ausprobiert wurde	4%	4%	21%	11%	24%	23%	10%	17%	12%	11%
Produktinformationen ausdrucken, um sie mit in ein Geschäft zu nehmen	10%	15%	19%	14%	22%	28%	6%	16%	8%	12%
Produktinformationen lesen oder Broschüren von einer Herstellerwebsite herunterladen	17%	19%	37%	30%	48%	37%	20%	34%	21%	19%

Frage: Welche der folgenden Aktivitäten haben Sie in Bezug auf Ihren letzten Kauf der folgenden Produkte oder Dienstleistungen unternommen?

# Einkaufsaktivitäten (2/3)



	Handy	PC Periph.	Handy-vertrag	Audio-geräte	Bücher	Freizeit-reisen	Beklei-dung	Tickets	CDs / DVDs	Spiel-waren
Das Internet nutzen, um irgendwelche Recherchen zum Einkaufen zu betreiben	39%	46%	37%	46%	37%	38%	27%	41%	41%	39%
Auf einen Link aus einem Newsletter/einer Werbung klicken, über den man zu einer Website gelangt	16%	14%	18%	17%	21%	21%	17%	18%	26%	20%
Das Internet nutzen, um ein Geschäft oder den Weg zum Geschäft zu finden	5%	15%	8%	13%	8%	11%	21%	19%	6%	16%
Verbraucherrezensionen online zu Produkten lesen	25%	24%	17%	33%	19%	13%	7%	8%	20%	18%
Preise auf Preisvergleich/Einkaufswebsites vergleichen	28%	36%	29%	45%	17%	31%	19%	14%	27%	27%
Professionelle unabhängige Produktrezensionen lesen (z.B. in einer Onlinezeitschrift)	19%	20%	14%	23%	9%	11%	5%	6%	16%	11%
Kauf online tätigen, nachdem das Produkts in einem Geschäft angeschaut/ausprobiert wurde	14%	11%	7%	16%	8%	4%	14%	5%	8%	16%
Produktinformationen ausdrucken, um sie mit in ein Geschäft zu nehmen	8%	17%	16%	12%	6%	9%	3%	2%	8%	12%
Produktinformationen lesen oder Broschüren von einer Herstellerwebsite herunterladen	35%	34%	25%	35%	9%	17%	10%	12%	15%	12%

Frage: Welche der folgenden Aktivitäten haben Sie in Bezug auf Ihren letzten Kauf der folgenden Produkte oder Dienstleistungen unternommen?

# Einkaufsaktivitäten (3/3)



	Schuhe	Gesundheits- produkte	Sportartikel	Geschäfts- reisen	Geschenke
Das Internet nutzen, um irgendwelche Recherchen zum Einkaufen zu betreiben	27%	28%	36%	40%	29%
Auf einen Link aus einem Newsletter/einer Werbung klicken, über den man zu einer Website gelangt	18%	11%	11%	10%	19%
Das Internet nutzen, um ein Geschäft oder den Weg zum Geschäft zu finden	14%	8%	21%	17%	18%
Verbraucherrezensionen online zu Produkten lesen	5%	20%	13%	11%	5%
Preise auf Preisvergleich/Einkaufswebsites vergleichen	17%	17%	22%	22%	14%
Professionelle unabhängige Produktrezensionen lesen (z.B. in einer Onlinezeitschrift)	3%	13%	10%	8%	4%
Kauf online tätigen, nachdem das Produkts in einem Geschäft angeschaut/ausprobiert wurde	10%	6%	12%	4%	10%
Produktinformationen ausdrucken, um sie mit in ein Geschäft zu nehmen	4%	5%	13%	8%	6%
Produktinformationen lesen oder Broschüren von einer Herstellerwebsite herunterladen	5%	21%	16%	15%	11%

Frage: Welche der folgenden Aktivitäten haben Sie in Bezug auf Ihren letzten Kauf der folgenden Produkte oder Dienstleistungen unternommen?