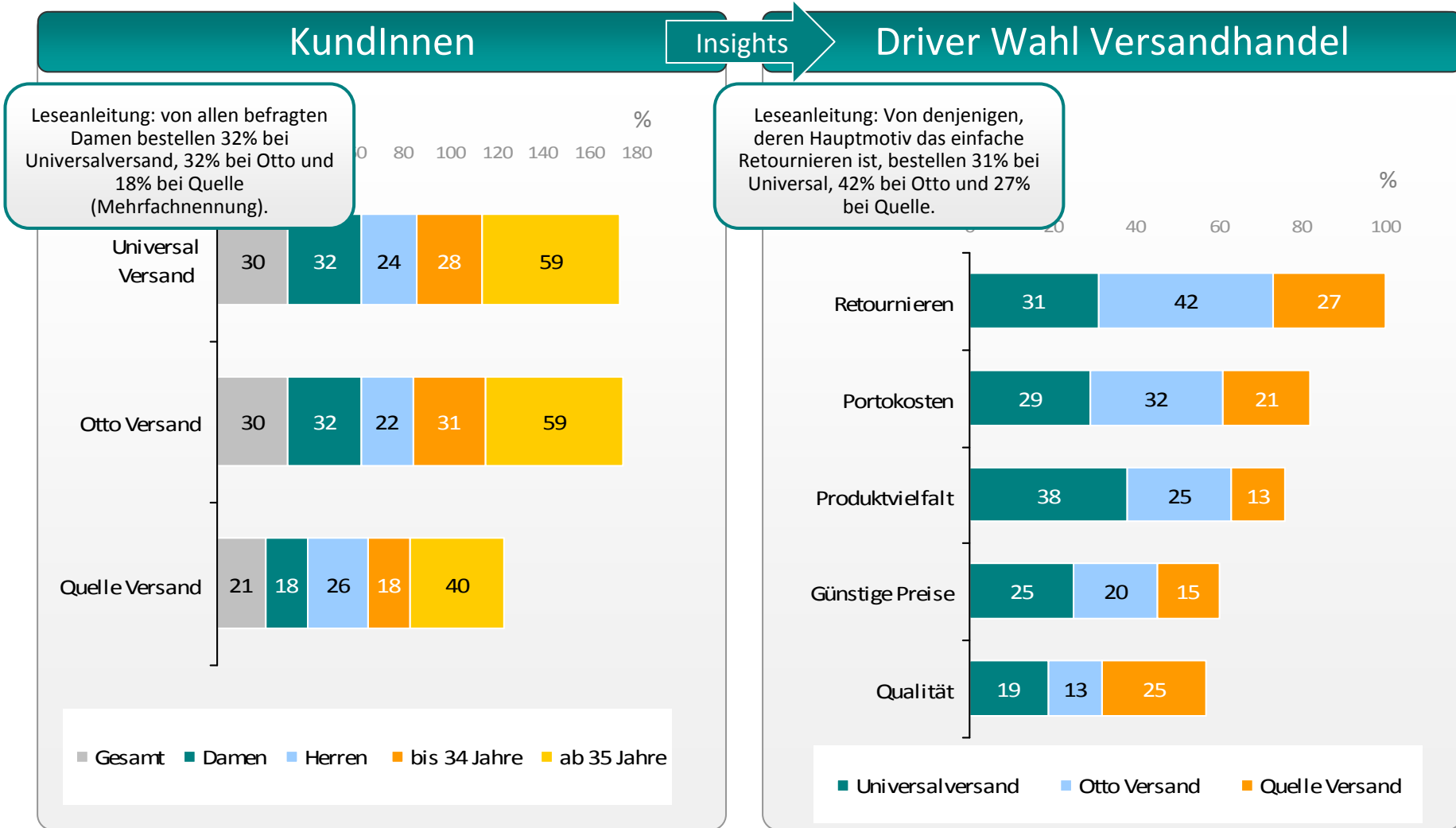


Universal und Otto als am häufigsten genannte Versandhändler.

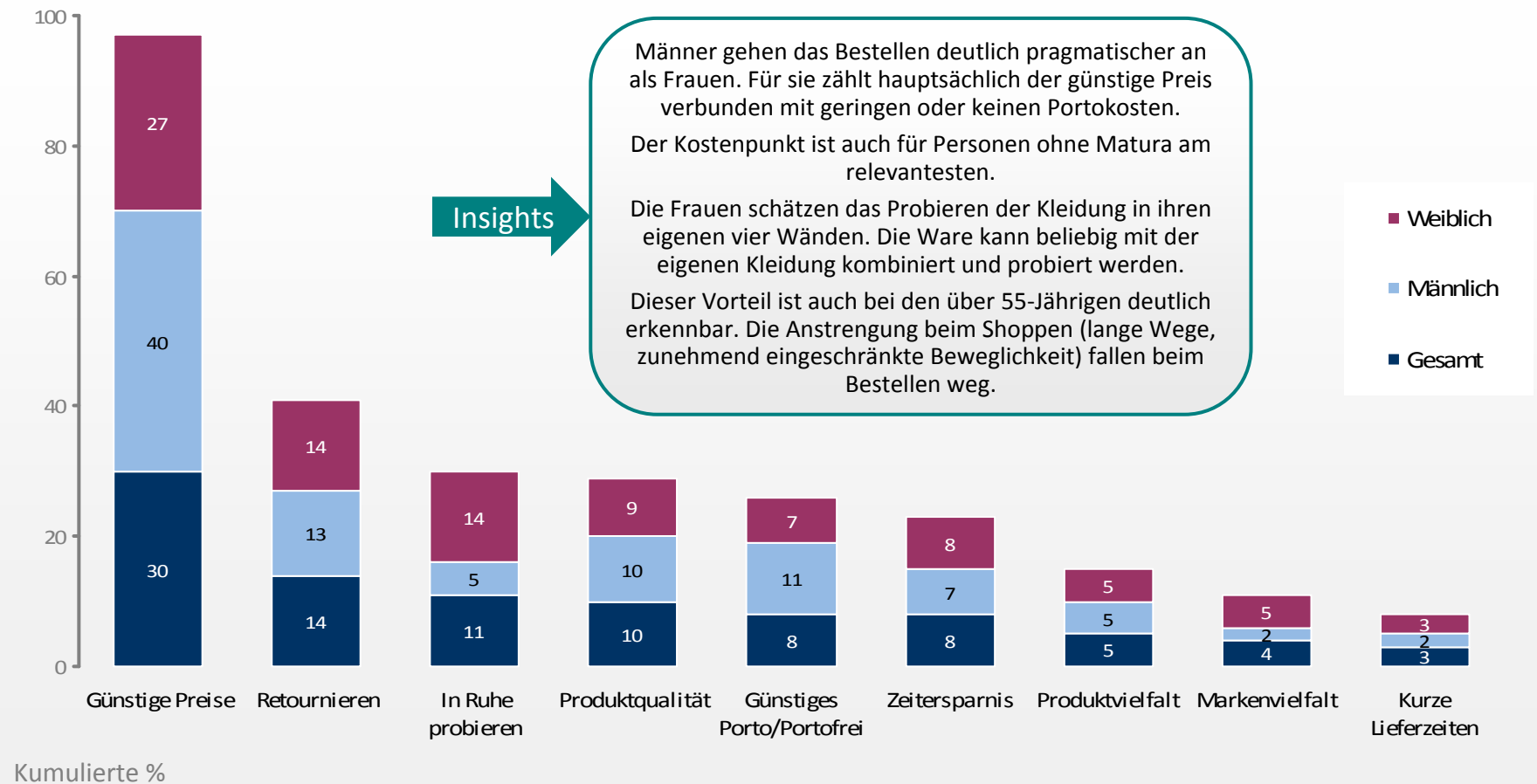
Die Zielgruppe von Universal Versand polarisiert zwischen 25- und 34 Jahren und 45- bis 54 Jahren. Signifikante Unterschiede beim Geschlecht gibt es bei Otto Versand: die Damen dominieren.



Produktpreis als Main-Driver für die Wahl des Versandhändlers.

Der Kostenaspekt steht deutlich im Vordergrund. Durch die große Auswahl an Katalogen ist ein Preisvergleich sehr gut möglich. Weitere Driver: problemloses/kostenloses Retournieren und das Anprobieren in vertrauter Umgebung.

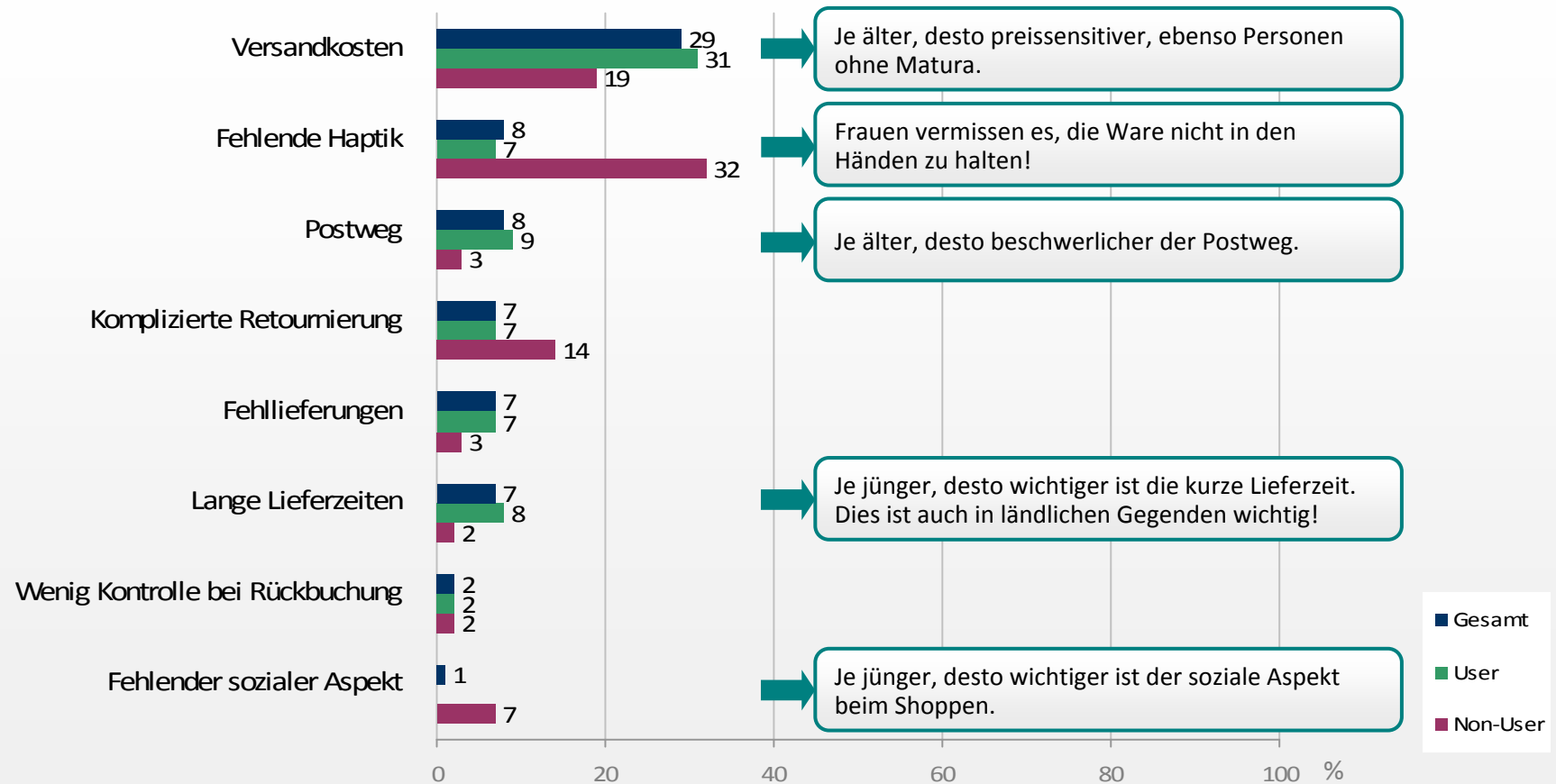
Main Drivers für die Wahl des Versandhändlers



Versandkosten als Main-Barrier.

Der Vorteil der günstigen Preise wird durch die Versandkosten wieder abgeschwächt. Das Erlebnis „Shoppern“ wird von den Non-Usern besonders vermisst. Zusätzlich kommt die „Angst“ vor komplizierter Retournierung der Ware!

Barriers Nutzung Versandhandel



Haben Sie Fragen zu konkreten Marketingempfehlungen?

Ansprechpartnerin für Rückfragen:

Michaela Krenner, MA

T: +43 1 205 15 25 – 10

E: michaela.krenner@consent-research.com

W: www.consent-research.com

Consent Markt- und Sozialforschung

Schweglerstraße 37

A-1150 Wien