



ibi

Die Kunden verstehen – Wie ticken Verbraucher in Bayern?

- 1** Initiative „Erfolgreich handeln“
- 2** Einkaufsverhalten der bayerischen und deutschen Konsumenten
- 3** Bezahlverhalten – online & offline
- 4** Fazit



1

Initiative

„Erfolgreich handeln“

Projekt „Erfolgreich handeln“ des Bayerischen Wirtschaftsministeriums

Der Handel soll wettbewerbsfähig bleiben – wir unterstützen dabei!

Die Corona-Pandemie, der Krieg in der Ukraine und die damit verbundenen Preissteigerungen haben massiven Einfluss auf den Handel.

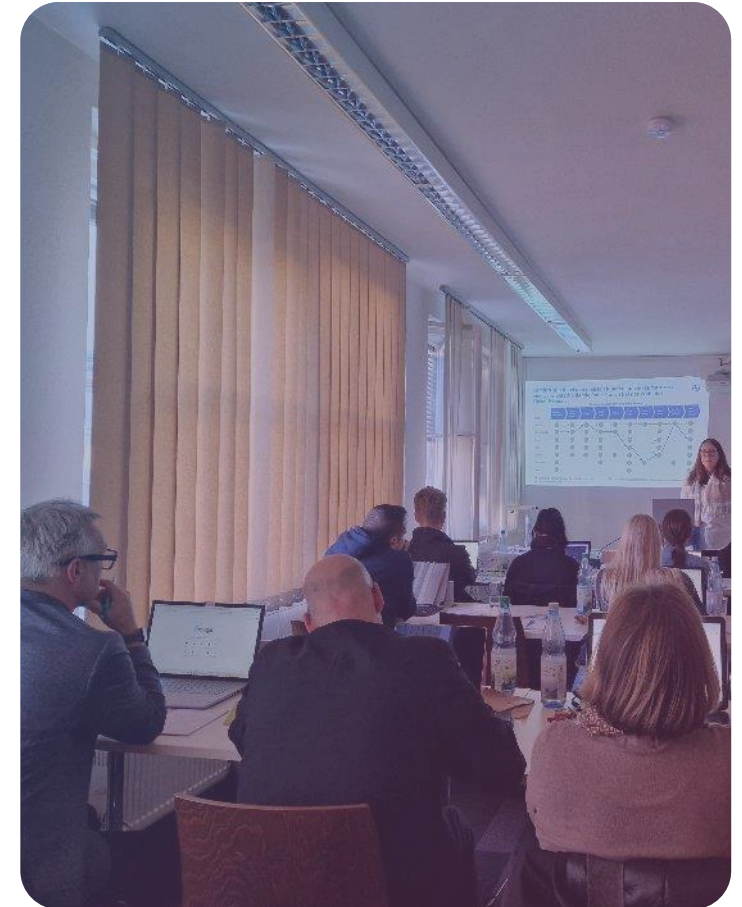
Geändertes Einkaufsverhalten, veränderte Kundenbedürfnisse, hohe Energiekosten – wer in Zukunft noch erfolgreich sein will, muss sich anpassen.

Die Initiative „Erfolgreich handeln“, **initiiert und finanziert durch das Bayerische Staatsministerium für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie**, hilft Ihnen dabei!

Projektlaufzeit: Januar 2023 bis Dezember 2024

Vorgängerprojekt: Die Förderinitiative „Bayern hilft seinen Händlern“

www.erfolgreich-handeln.bayern



Wie sieht unser Bildungsangebot aus?

Unsere Formate



Webseite &
Newsletter



Workshops



Webinare








Mediathek |
Webinar-
aufzeichnungen

Unsere Themen

 E-Commerce	 Digitale Prozesse	 Nachhaltigkeit
 Digitale Sichtbarkeit	 Neue Geschäftsmodelle	 Soziale Medien
 IT-Sicherheit	 Bezahlverfahren	 ... und vieles mehr

Über ibi research



-  1993 gegründet mit dem Ziel des Wissenstransfers in der Wirtschaftsinformatik zwischen Akademia und Praxis
-  Angewandte Forschung und Beratung in der Digitalisierung zweier Bereiche: Finanzdienstleistungen sowie Handel
-  Arbeit mit der Objektivität der Wissenschaft an den Anwendungen des Praktikers
-  Partnernetz von über 40 großen und kleinen Unternehmen
-  Ca. 20 Mitarbeiter vom erfahrenen Manager bis zum innovativen Doktoranden

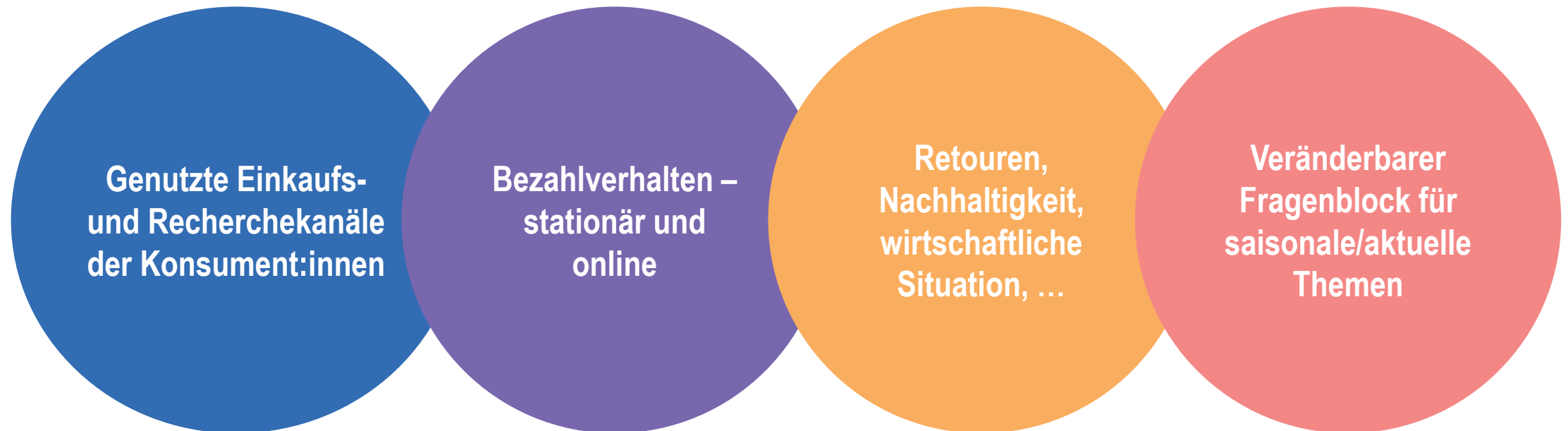
ibi-consumer-insights – Verbraucherverhalten im Lauf der Zeit

Themenschwerpunkte



Die Befragung wird monatlich durchgeführt und der Großteil der Fragen bleibt dabei unverändert, um die Ergebnisse über den Zeitverlauf betrachten zu können.

Zusätzlich wird ein Fragenblock für saisonale (z. B. Weihnachten) oder aktuelle Themen berücksichtigt. Die Fragen innerhalb dieses Blocks können je nach Bedarf angepasst werden.



ibi-Konsum-Tracking – Verbraucherverhalten im Lauf der Zeit

Stichprobe

- n = 500 pro Monat
- Repräsentativ verteilt nach Alter (ab 16 Jahren), Geschlecht und Bundesland
- Zusätzliche Abfragen:
 - Familienstand
 - Haushaltsgröße
 - Haushaltsnettoeinkommen pro Monat
 - Bildungsabschluss



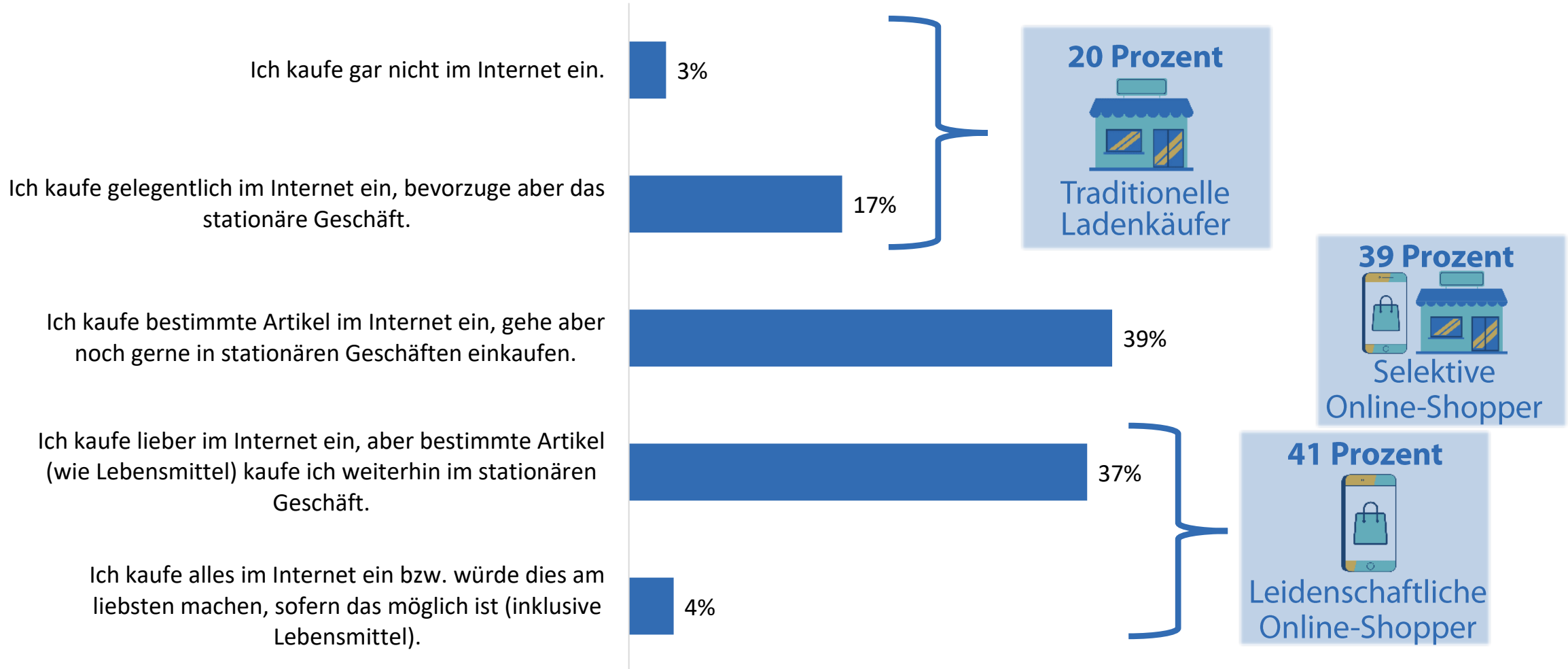


2

**Einkaufsverhalten der
bayerischen und
deutschen Konsumenten**

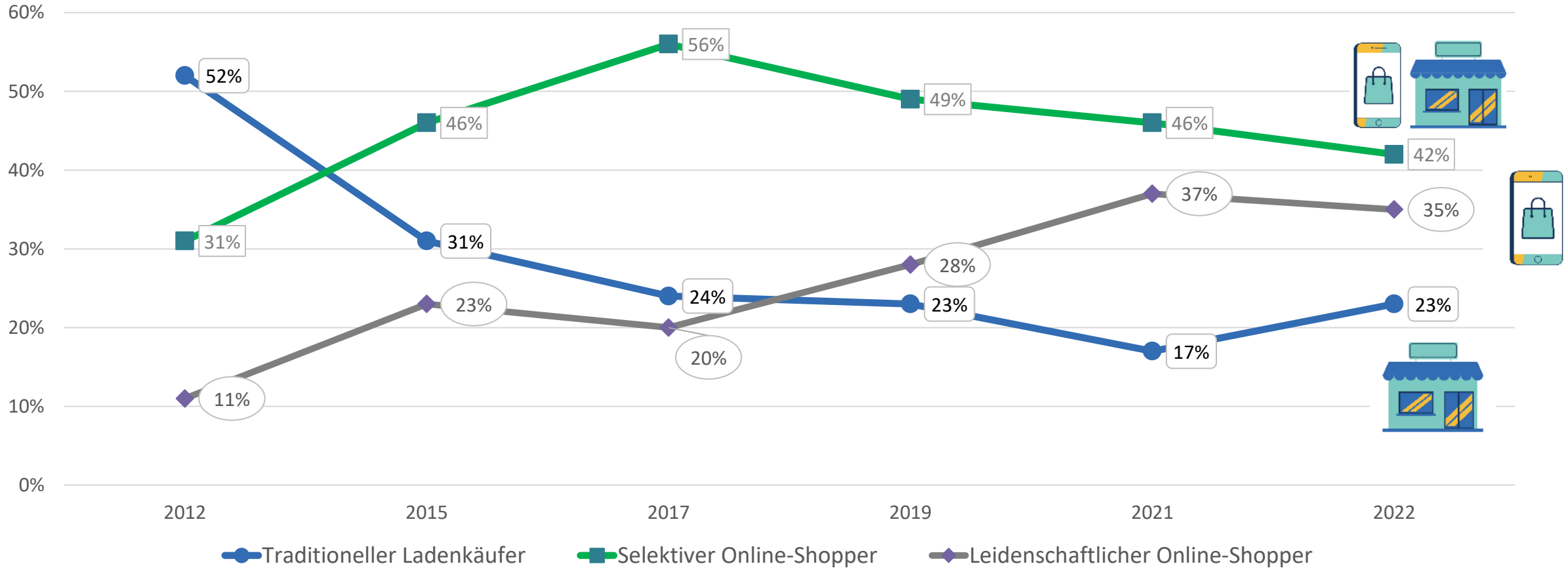
Zum ersten Mal seit 2012 sind die leidenschaftlichen Online-Shopper die größte Gruppe

Wie schätzen Sie Ihr Kaufverhalten ein?



Kaufverhalten im Zeitverlauf von 2012 bis 2022

Wie schätzen Sie Ihr eigenes Kaufverhalten ein?



Einkaufsverhalten in den 16 Bundesländern



Wie schätzen Sie Ihr Kaufverhalten ein?

	Traditioneller Ladenkäufer	Selektiver Online-Shopper	Leidenschaftlicher Online-Shopper
Baden-Württemberg	18%	36%	46%
Bayern	19%	39%	41%
Berlin	23%	42%	35%
Brandenburg	18%	37%	45%
Bremen	35%	35%	29%
Hamburg	14%	47%	38%
Hessen	21%	37%	42%
Mecklenburg-Vorpommern	20%	38%	42%
Niedersachsen	20%	38%	42%
Nordrhein-Westfalen	22%	38%	41%
Rheinland-Pfalz	24%	39%	37%
Saarland	15%	59%	26%
Sachsen	17%	45%	38%
Sachsen-Anhalt	19%	42%	40%
Schleswig-Holstein	20%	34%	46%
Thüringen	24%	39%	37%

Etwa 90 Prozent der Fläche Bayerns sind ländlich geprägt – das wirkt sich auf die Dichte der stationären Geschäfte aus



Aus welchen Gründen kaufen Sie im Internet ein?
Mehrfachauswahl

	Bayern	Deutschland	Deutschland ohne Bayern
Günstigere Preise	50%	49%	49%
Lieferung nach Hause	47%	51%	51%
Einkauf rund um die Uhr möglich	36%	38%	38%
Zeitersparnis	36%	37%	38%
Zu wenig stationäre Geschäfte in der Nähe meines Wohnortes	23%	19%	19%
Produkte gibt es nur im Internet	22%	21%	20%
Mehr Varianten eines Produktes im Internet verfügbar	22%	18%	17%
Rabatte	20%	20%	20%
Rücktrittsrecht vom Kauf	7%	6%	6%
Zusätzliche Produktinformationen	6%	6%	6%
Anonymität	3%	3%	3%
Sonstiger Grund	1%	2%	2%

Viele Recherchen starten bei Amazon



Wo **recherchieren** Sie in der Regel zuerst bzw. wo würden Sie zuerst recherchieren, wenn Sie ein Produkt aus den folgenden Kategorien kaufen wollen?

	Amazon	Google	Preisvergleichsportal	auf einer konkreten Anbieter-Website	Soziale Medien	stationäres Geschäft	Sonstiges
Bücher, Musik, Filme und Videospiele	45%	18%	8%	9%	1%	13%	5%
Unterhaltungselektronik	33%	22%	18%	11%	1%	11%	4%
Haushaltsgeräte	31%	22%	18%	9%	1%	17%	3%
Spielzeug	35%	21%	9%	7%	1%	15%	11%
Sport und Outdoor	24%	23%	11%	13%	1%	19%	10%
Kleidung und Schuhe	16%	20%	8%	23%	2%	28%	5%
Heimwerken und Basteln (DIY)	22%	24%	7%	9%	3%	26%	8%
Schmuck und Uhren	16%	22%	10%	11%	1%	29%	11%
Gesundheit und Kosmetik	14%	21%	8%	11%	2%	39%	6%
Möbel, Einrichtung und Dekoration	12%	21%	8%	13%	2%	39%	5%
Lebensmittel	3%	8%	3%	5%	1%	72%	8%

Mehr als 40 Prozent der bayerischen Konsumenten kaufen Bücher, Musik, Filme, Videospiele und Spielzeug am liebsten bei Amazon

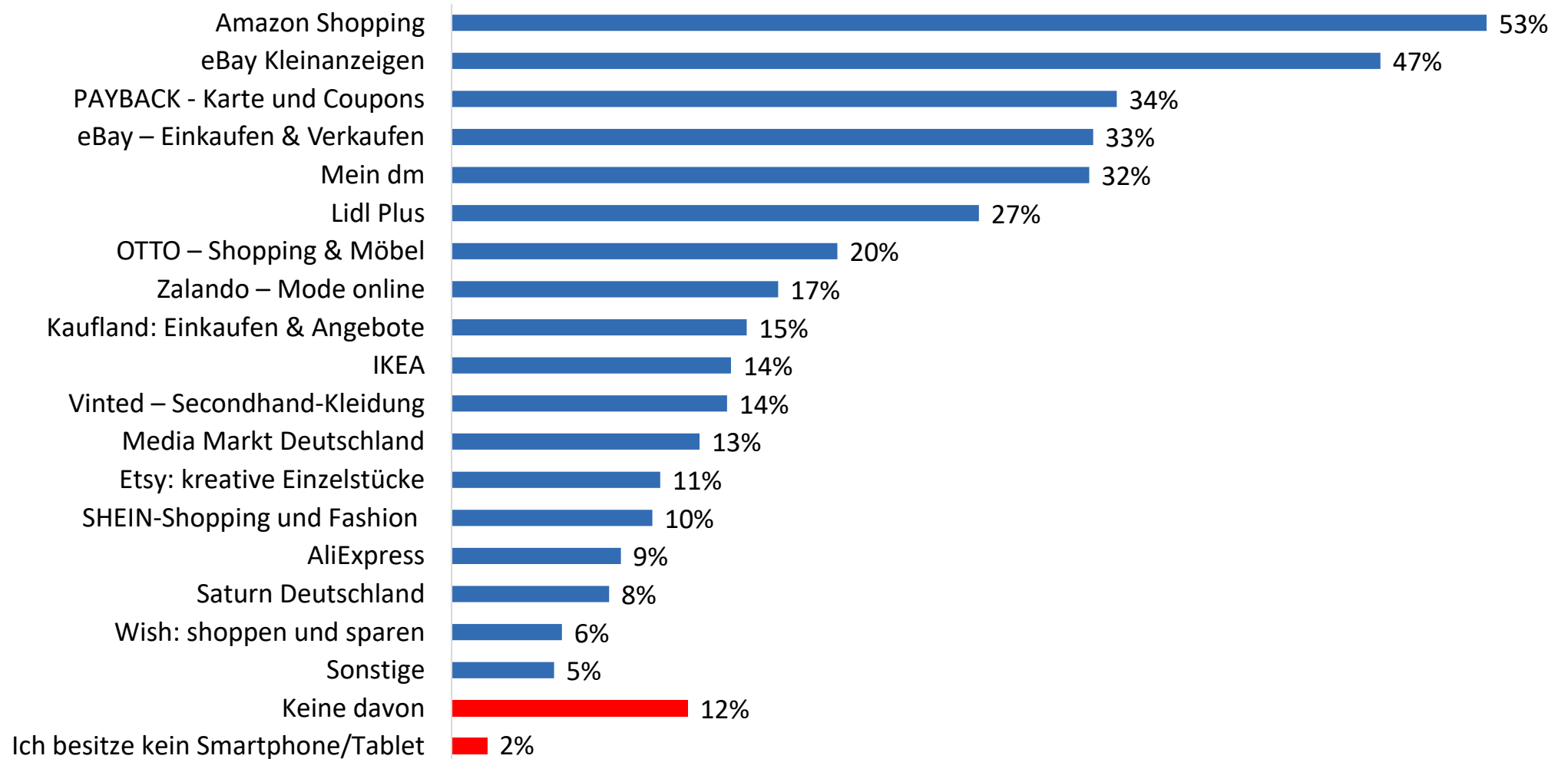


Wo **kaufen** Sie ein Produkt der folgenden Kategorien am liebsten?

	Amazon	Anderer Online-Shop/-Marktplatz	über ein Preisvergleichsportal	in einem stationären Geschäft	Sonstiges
Bücher, Musik, Filme und Videospiele	46%	23%	8%	19%	5%
Unterhaltungselektronik	38%	20%	15%	24%	4%
Haushaltsgeräte	31%	18%	15%	34%	2%
Spielzeug	43%	16%	10%	28%	3%
Sport und Outdoor	25%	28%	10%	34%	4%
Kleidung und Schuhe	12%	36%	6%	43%	3%
Heimwerken und Basteln (DIY)	25%	14%	10%	47%	5%
Schmuck und Uhren	18%	22%	8%	48%	4%
Gesundheit und Kosmetik	12%	20%	8%	55%	5%
Möbel, Einrichtung und Dekoration	11%	14%	8%	64%	3%
Lebensmittel	4%	5%	4%	85%	2%

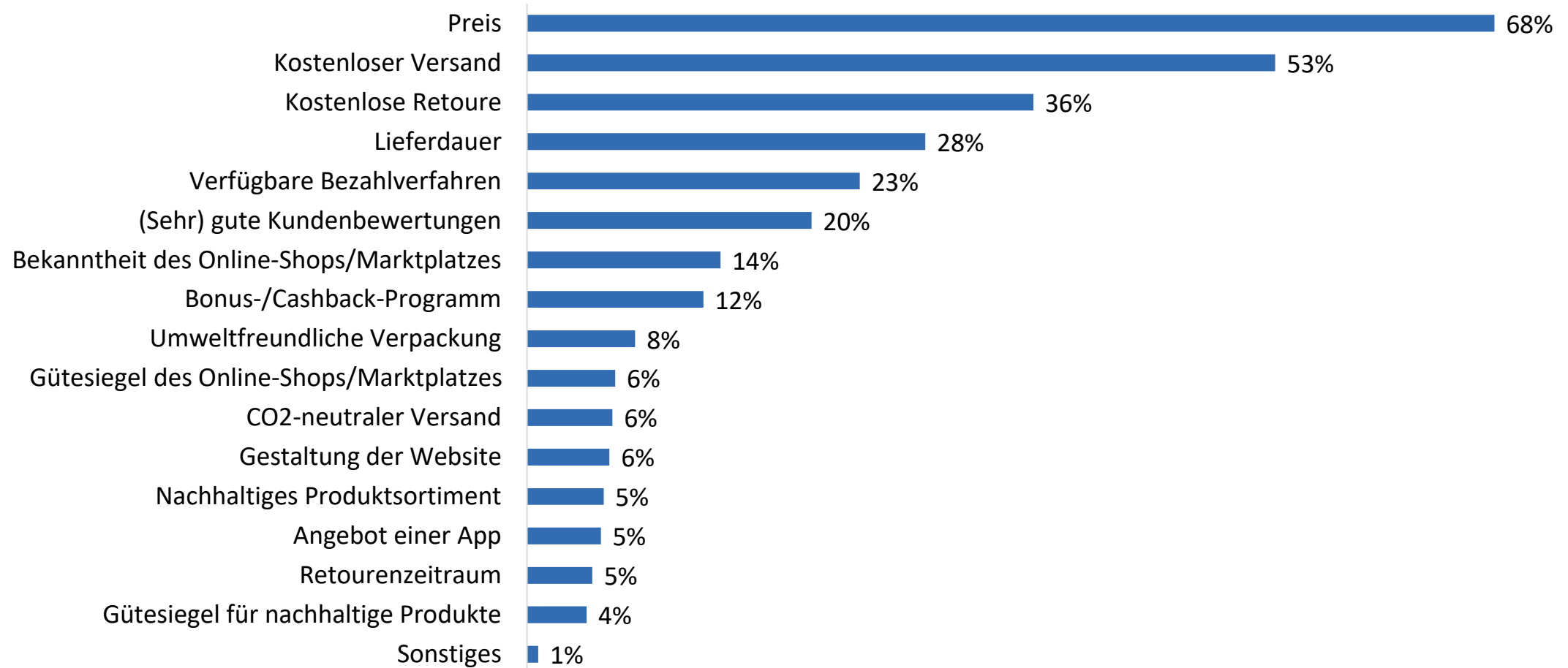
Über die Hälfte der Bayern nutzt die Amazon-App auf dem Smartphone oder Tablet

Welche der folgenden Shopping-Apps nutzen Sie aktuell auf Ihrem Smartphone oder Tablet?
Mehrfachauswahl



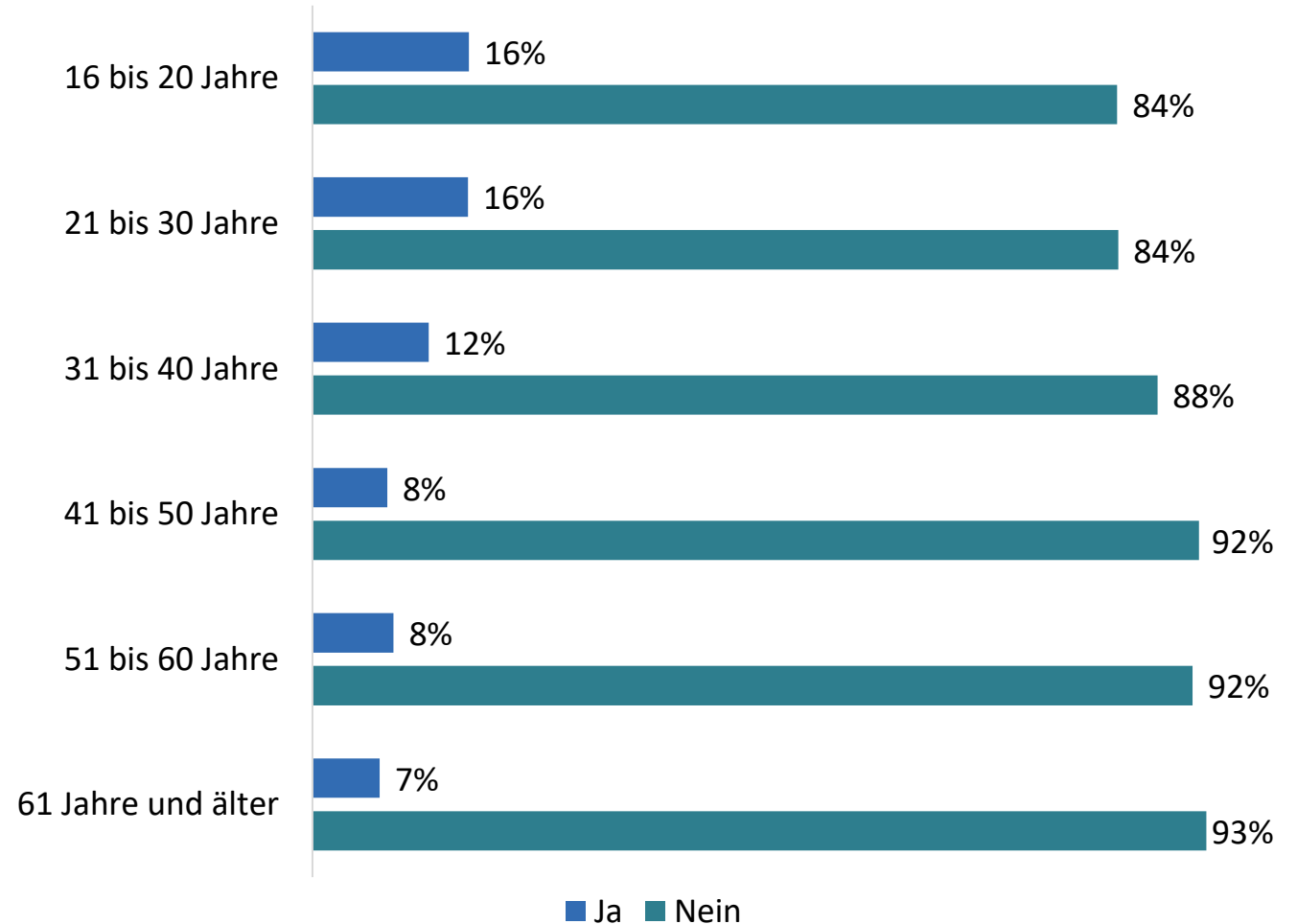
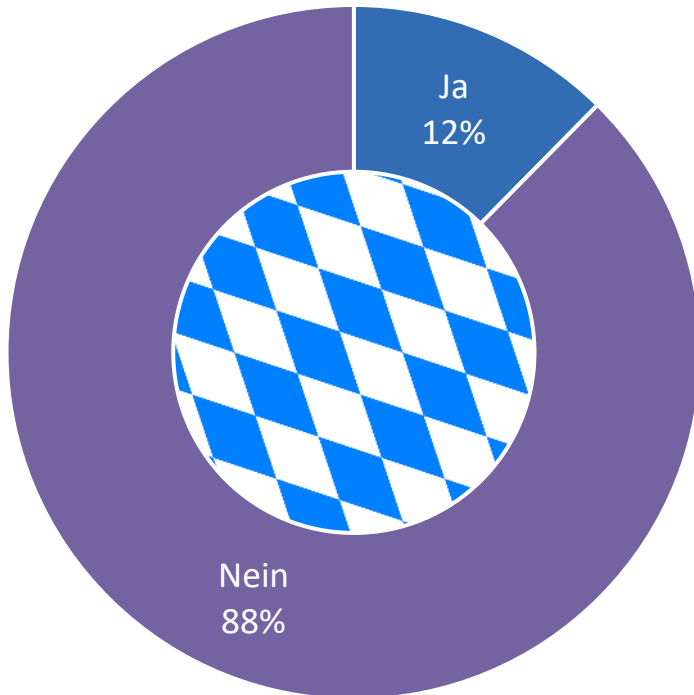
Zuerst schaut der bayerische Konsument auf den Preis und mögliche Zusatzkosten

Stellen Sie sich vor, Sie möchten ein bestimmtes Produkt kaufen und haben mehrere Online-Shops/Marktplätze zur Auswahl. Welche **drei** Aspekte sind Ihnen bei der Auswahl des Online-Shops/Marktplatzes am wichtigsten?
Mehrfachauswahl



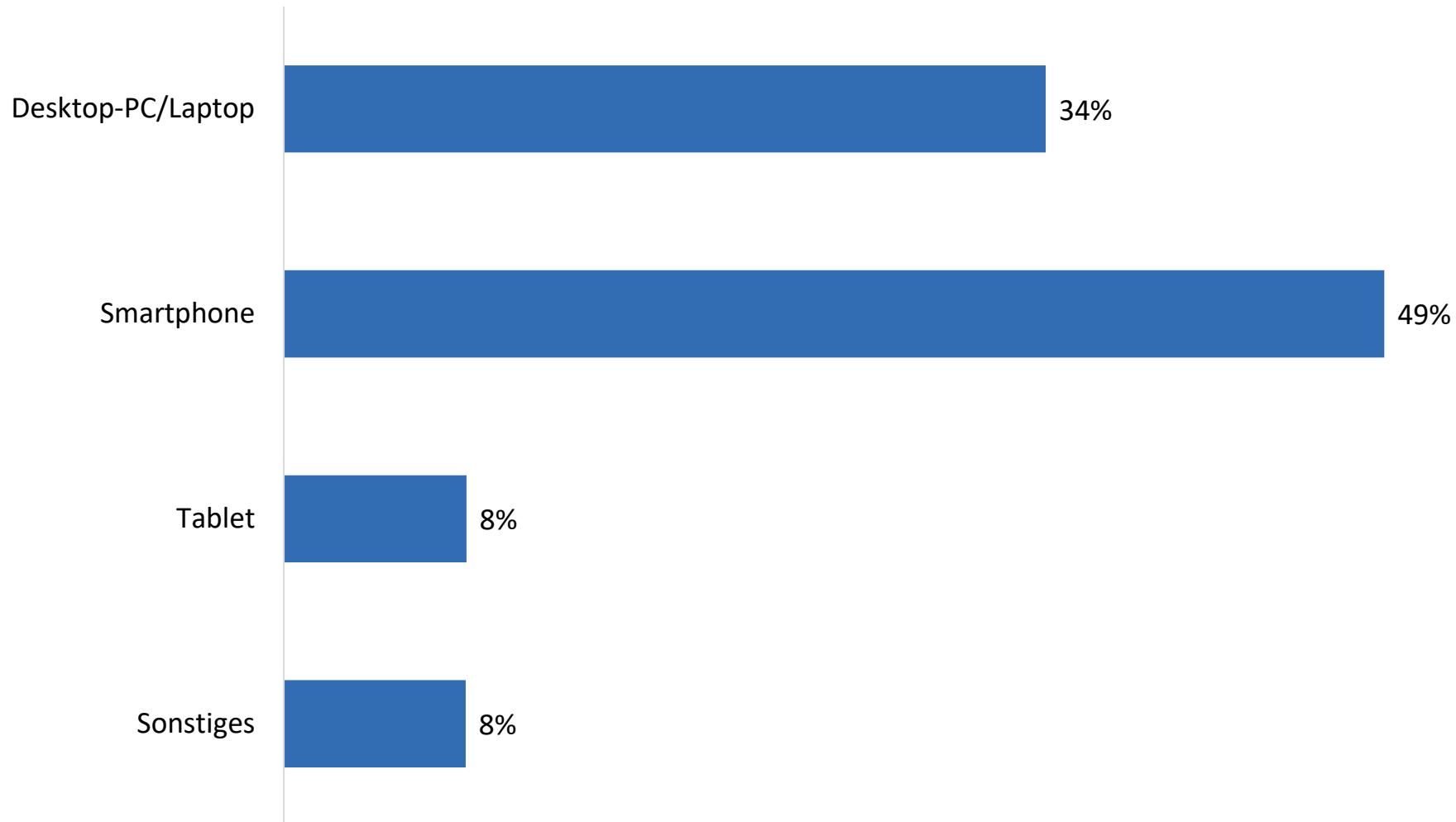
Klimafreundlicher Versand – nur wenige bezahlen dafür

Haben Sie im letzten Monat bei Online-Bestellungen eine (freiwillige) zusätzliche Gebühr für klimafreundlichen Versand bezahlt?



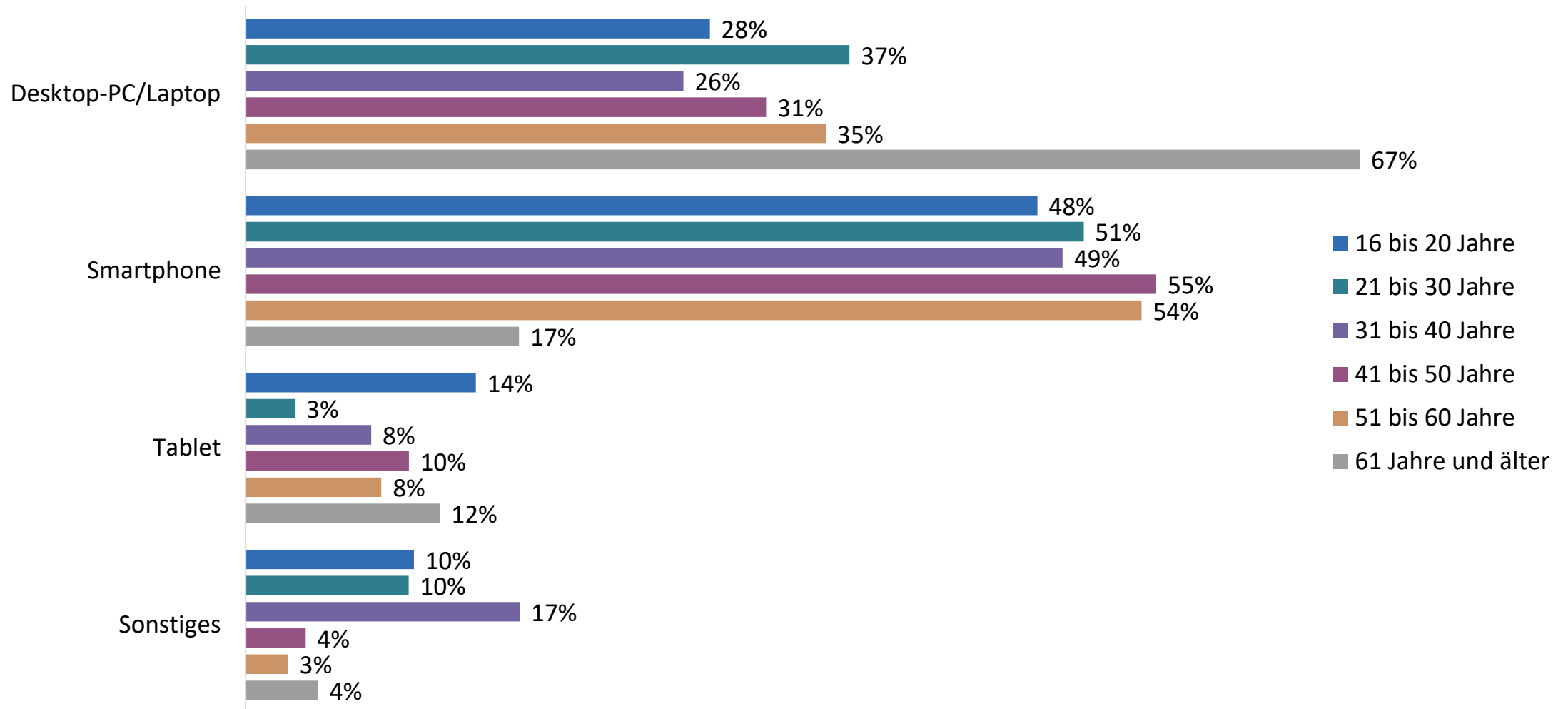
Fast 50 Prozent der Online-Bestellungen aus Bayern werden über das Smartphone getätigt

Bitte schätzen Sie, welchen Anteil Ihrer Online-Bestellungen Sie über folgende Geräte getätigt haben.



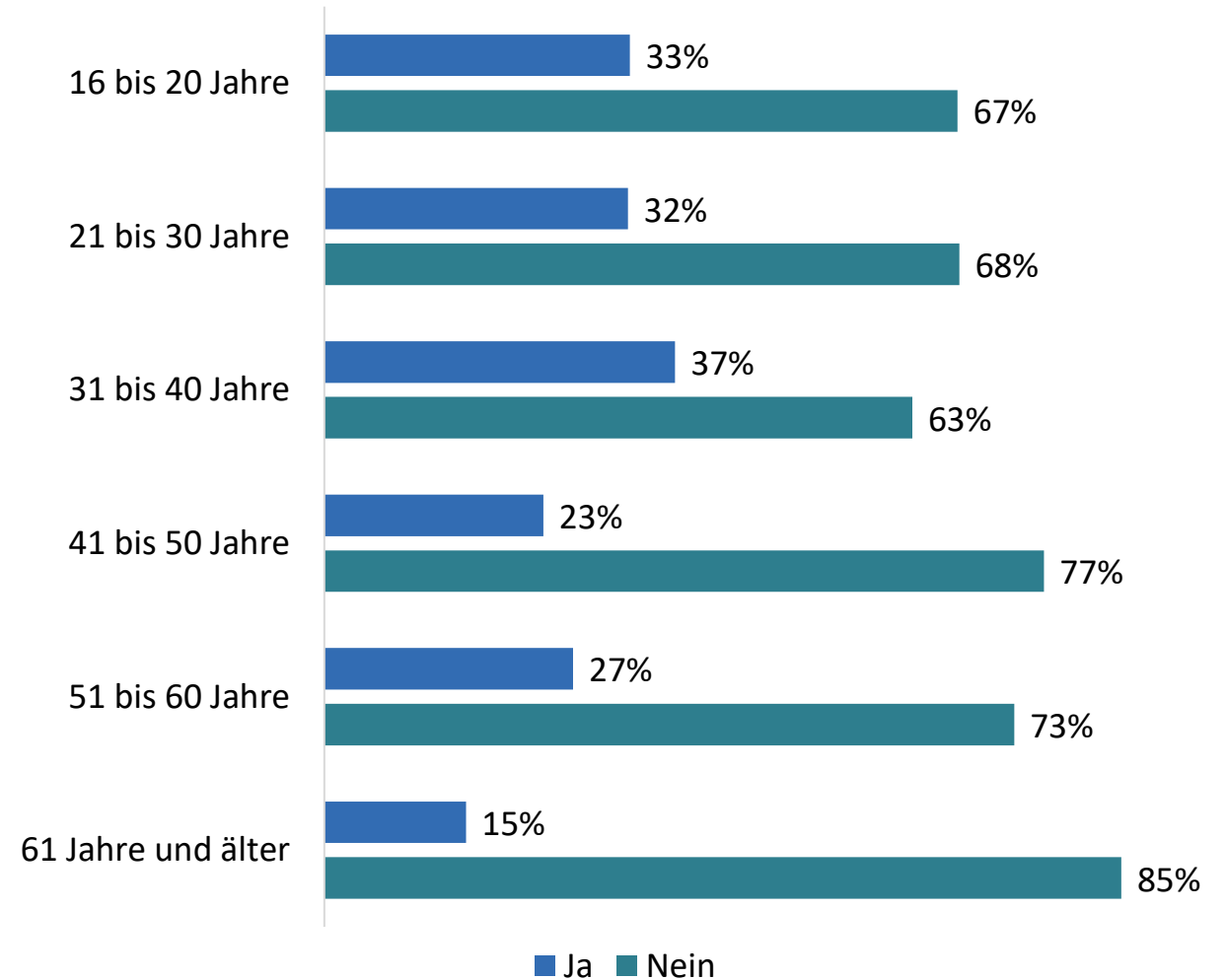
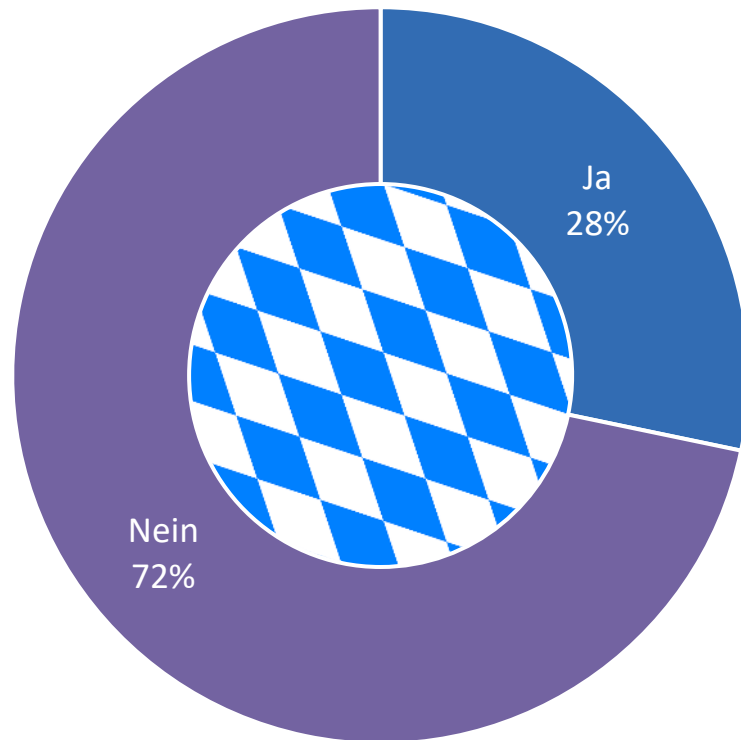
Die bayerischen Konsumenten über 60 Jahre bestellen lieber über den PC oder Laptop

Bitte schätzen Sie, welchen Anteil Ihrer Online-Bestellungen Sie über folgende Geräte getätigt haben.



Mehr als ein Viertel der Bayern kauft online gebrauchte Produkte

Haben Sie im letzten Monat gebrauchte Produkte im Internet gekauft?



Der bayerische Konsument – monatliche Online-Ausgaben, bestellte Artikel und Retourenquote



	Durchschnittliche monatliche Online-Ausgaben (Januar bis Juli 2023)	Bestellte Artikel	Retourenquote
Gesamt	265,30 €	9,4	14,3%
Frauen	265,79 €	12,0	17,3%
Männer	265,91 €	7,2	9,9%
16 bis 20 Jahre	131,98 €	7,6	19,3%
21 bis 30 Jahre	278,81 €	11,8	13,9%
31 bis 40 Jahre	288,16 €	10,5	15,7%
41 bis 50 Jahre	316,16 €	10,0	12,9%
51 bis 60 Jahre	227,52 €	8,1	10,1%
61 Jahre und älter	287,90 €	7,5	17,8%

Werbung in Sozialen Medien – wo sind die bayerischen Konsumenten vertreten?



	Bayern	16 bis 20 Jahre	21 bis 30 Jahre	31 bis 40 Jahre	41 bis 50 Jahre	51 bis 60 Jahre	61 Jahre und älter
WhatsApp	81%	91%	82%	86%	75%	84%	71%
YouTube	62%	88%	68%	71%	63%	47%	35%
Facebook	56%	26%	52%	66%	65%	55%	57%
Instagram	55%	86%	76%	65%	52%	33%	23%
TikTok	26%	60%	46%	25%	18%	10%	9%
Telegram	19%	21%	13%	25%	22%	14%	14%
Pinterest	18%	28%	26%	22%	18%	9%	9%
Snapchat	18%	69%	35%	9%	9%	2%	2%
LinkedIn	15%	3%	17%	21%	25%	8%	8%
Twitter	15%	22%	25%	15%	13%	8%	6%
Xing	14%	5%	11%	20%	22%	11%	8%
Signal	12%	14%	12%	13%	12%	8%	12%
Discord	9%	38%	12%	6%	7%	1%	0%
BeReal	6%	29%	8%	4%	3%	0%	0%
Mastodon	1%	0%	1%	2%	3%	0%	0%
Sonstige	1%	0%	1%	1%	1%	1%	0%
Keine davon	3%	2%	0%	0%	3%	3%	11%



3

Bezahlverhalten – online & offline

Die Kreditkarte wird in Bayern häufiger als in der restlichen Bundesrepublik genutzt



Welche Zahlungsverfahren haben Sie mindestens einmal im letzten Monat für Einkäufe in **stationären** Ladengeschäften, Restaurants, Apotheken oder an Tankstellen etc. genutzt?
Mehrfachauswahl

	Bayern	Deutschland	Deutschland ohne Bayern
Bargeld	80%	82%	83%
Girocard kontaktlos	47%	53%	53%
Girocard durch Einstecken	28%	26%	25%
Kreditkarte kontaktlos	35%	30%	29%
Kreditkarte durch Einstecken	17%	15%	14%
Smartphone mit PayPal über Google Pay	8%	8%	8%
Smartphone mit hinterlegter Kreditkarte	7%	8%	8%
Smartphone mit hinterlegter Girocard in Apple Pay	4%	5%	5%
Smartphone mit App einer Discounter-Kette	3%	3%	3%
Smartphone mit hinterlegter Girocard in einer Bank-App	3%	3%	4%
Smartphone mit hinterlegter Kreditkarte in einer Bank-App	3%	2%	2%
Bezahlung über die Smartwatch	2%	2%	2%

PayPal ist in Bayern – wie auch in ganz Deutschland – das meistgenutzte Bezahlverfahren für Online-Käufe



Welche Zahlungsverfahren haben Sie **mindestens einmal im letzten Monat** für Online-Einkäufe genutzt?

	Bayern	Deutschland	Deutschland ohne Bayern
PayPal	71%	73%	73%
Rechnung (Zahlung per Überweisung nach Lieferung)	37%	39%	39%
Kreditkarte	30%	28%	28%
Lastschrift	24%	22%	22%
Sofortüberweisung	12%	12%	12%
Amazon Pay (bei anderen Shops als Amazon)	11%	10%	9%
Vorkasse (Zahlung per Überweisung vor Lieferung)	7%	7%	7%
Apple Pay/Google Pay	5%	7%	7%
giropay/paydirekt	5%	6%	6%
Teilzahlung via Finanzierung/Ratenkauf	4%	3%	3%
Nachnahme	2%	2%	2%
Sonstiges Zahlungsverfahren	3%	2%	2%

Jedes Bezahlverfahren hat seine Fans!



Welches Zahlungsverfahren nutzen Sie **allgemein am liebsten**, wenn Sie bei Online-Shops einkaufen?

	Bayern	Deutschland	Deutschland ohne Bayern
PayPal	54%	53%	52%
Rechnung (Zahlung per Überweisung nach Lieferung)	18%	20%	20%
Kreditkarte	10%	10%	10%
Lastschrift	7%	7%	7%
Sofortüberweisung	3%	3%	3%
Amazon Pay (bei anderen Shops als Amazon)	2%	2%	2%
Vorkasse (Zahlung per Überweisung vor Lieferung)	2%	1%	1%
Apple Pay/Google Pay	2%	2%	2%
giropay/paydirekt	1%	1%	1%
Teilzahlung via Finanzierung/Ratenkauf	1%	1%	1%
Nachnahme	1%	1%	1%
Sonstiges Zahlungsverfahren	1%	1%	1%



4

Fazit

Das Konsumentenverhalten ändert sich – mal wieder

- Aktuell ist der Anteil der leidenschaftlichen Online-Shopper – sowohl in Deutschland als auch in Bayern – höher als im Corona-Jahr 2021
- In Bayern wird häufiger aufgrund von zu wenigen Ladengeschäften online bestellt als in anderen Bundesländern
- Marktriese Amazon – auch in Bayern: Oft startet die Recherche bei Amazon und endet dort auch mit dem Kauf
- Bei der Auswahl von Online-Anbietern entscheidet meist der Preis und Versand- bzw. Retourkosten
- Mittlerweile werden mehr Online-Bestellungen über das Smartphone als über den PC getätigt

The background of the slide is a blurred photograph of a meeting or workshop. Several people are visible, with their hands raised in the air, suggesting an interactive session. The image is overlaid with a semi-transparent blue filter. At the top, there are decorative, wavy, light-colored lines that resemble smoke or fabric.

Fragen?

- 26.07.2023 | 08:30 Uhr | **Online bezahlen** – Wie komme ich an mein Geld?
- 27.07.2023 | 08:30 Uhr | **Digital Recruiting** – Mitarbeiter finden und binden
- 01.08.2023 | 08:30 Uhr | **Fördermöglichkeiten und finanzielle Unterstützung für den bayerischen Einzelhandel**
- 10.08.2023 | 08:30 Uhr | **Cybercrime Awareness-Vortrag**
- 17.08.2023 | 08:30 Uhr | **Produkte online optimal in Szene setzen** – Produktfotografie als Umsatz-Multiplikator für Ihren Online-Vertrieb
- 22.08.2023 | 08:30 Uhr | **Ihr Weg zum Google Unternehmensprofil**
- und weitere: <https://www.stmwi.bayern.de/erfolgreich-handeln/veranstaltungskalender>



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

ibi research an der Universität Regensburg GmbH

Galgenbergstr. 25

93053 Regensburg

Tel.: 0941 943-1901

Fax: 0941 943-1888

E-Mail: info@ibi.de

