

The background image shows a person's hands holding a tablet computer over a light-colored wooden desk. On the desk, there is a white cup of coffee on a saucer, a smartphone, and some papers. The scene is brightly lit, suggesting a modern office or home workspace.

Fittkau & Maaß Consulting

Verbraucherinformation 2.0

Nutzerbedürfnisse und -verhalten von Silver Surfern bis Generation Y

Susanne Fittkau

Fittkau & Maaß Consulting

Wasserwirtschaftliche Jahrestagung 2017

Berlin, 12. September 2017

Agenda

Hintergrund

Multiscreen und Mediennutzung heute

Nutzerverhalten und -präferenzen

Produktinformation und Kaufentscheidungen

Genutzte Devices und Kanäle

Kontakt



Hintergrund



Fittkau & Maaß Consulting

Spezialisten für Online-Forschung und Beratung seit 1995



Full-Service-Forschung und Beratung
für nutzer- und kundenorientierte
Websites und Webshops

Kundenzufriedenheits- & Bindungsstudien
Potenzial-, Produkt- und Konzepttests
Benchmarking- & Best-Practice-Analysen
Kaufssimulationen & Usability Tests
Leserumfragen & Mediadatastudien
Werbewirkungs- und Branding-Monitoring

Datenquelle: Die WWW-Benutzer-Analyse W3B

Internet-Trendstudie seit 1995

Studiensteckbrief	Internet-Studie seit 1995 Multi-Client- und Multi-Themen-Studie Jährlich zwei Erhebungswellen im Frühjahr und Herbst
Online-Erhebung	Zufallsgesteuertes Sampling, Methode des x-ten Besuchers
Stichprobe	Über 100.000 befragte deutschsprachige Internet-Nutzer pro Jahr, internet-repräsentative Gewichtung
Einsatzbereiche	Website-individuelle Forschung Benchmarking & Best Practice Internet-Trends und -Potenziale



Datenquelle: Die WWW-Benutzer-Analyse W3B

Internet-Trendstudie seit 1995

Studiensteckbrief	Internet-Studie seit 1995 Multi-Client- und Multi-Themen-Studie Jährlich zwei Erhebungswellen im Frühjahr und Herbst
Online-Erhebung	Zufallsgesteuertes Sampling, Methode des x-ten Besuchers
Stichprobe	Über 100.000 befragte deutschsprachige Internet-Nutzer pro Jahr, internet-repräsentative Gewichtung
Einsatzbereiche	Website-individuelle Forschung Benchmarking & Best Practice Internet-Trends und -Potenziale

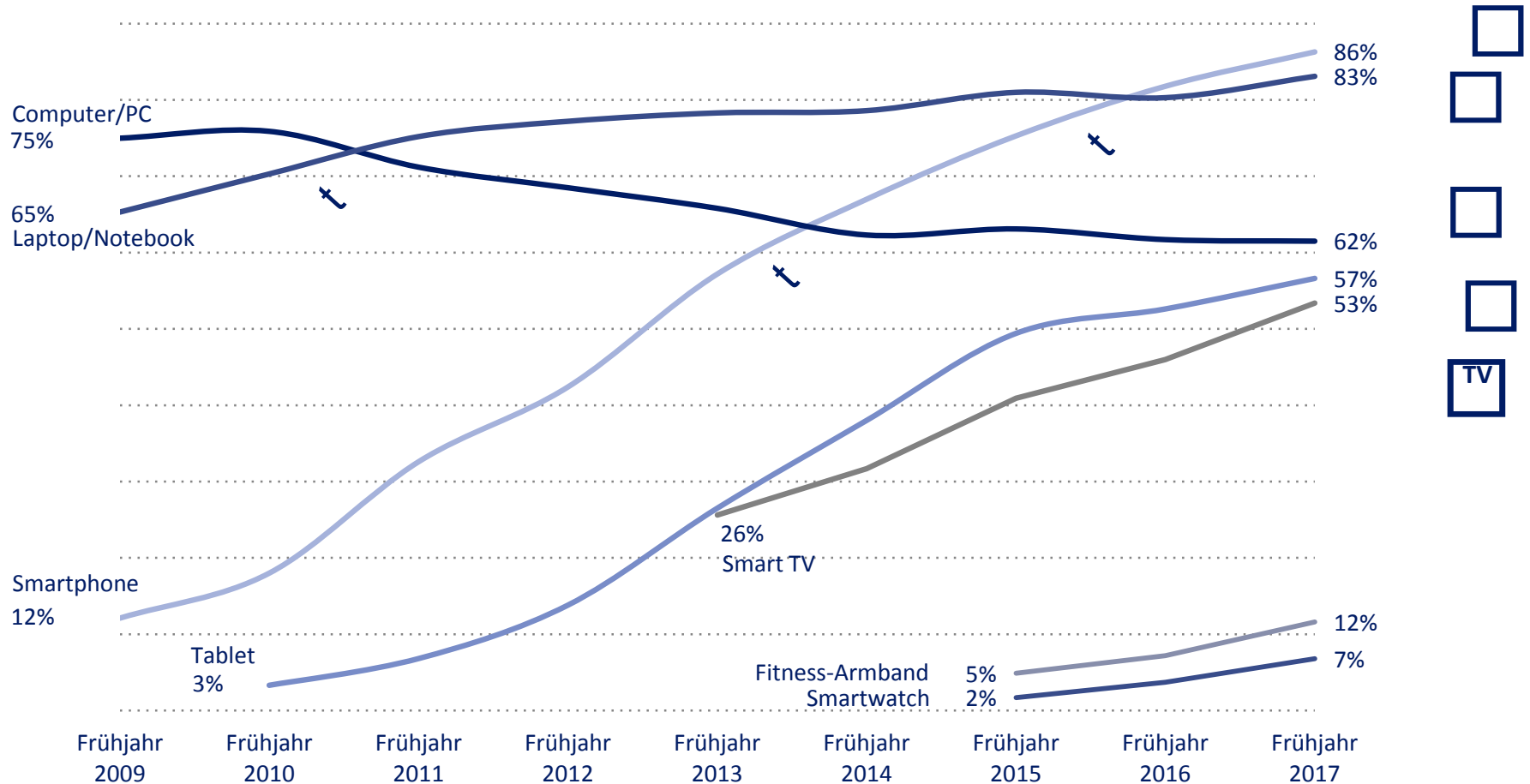


Multiscreen und Mediennutzung heute:
Nutzerverhalten und -präferenzen



Anteile mobiler Internet-Zugangsgeräte steigen weiter dynamisch

Besitz von Online-Zugangsgeräten in der Internet-Nutzerschaft: Trend

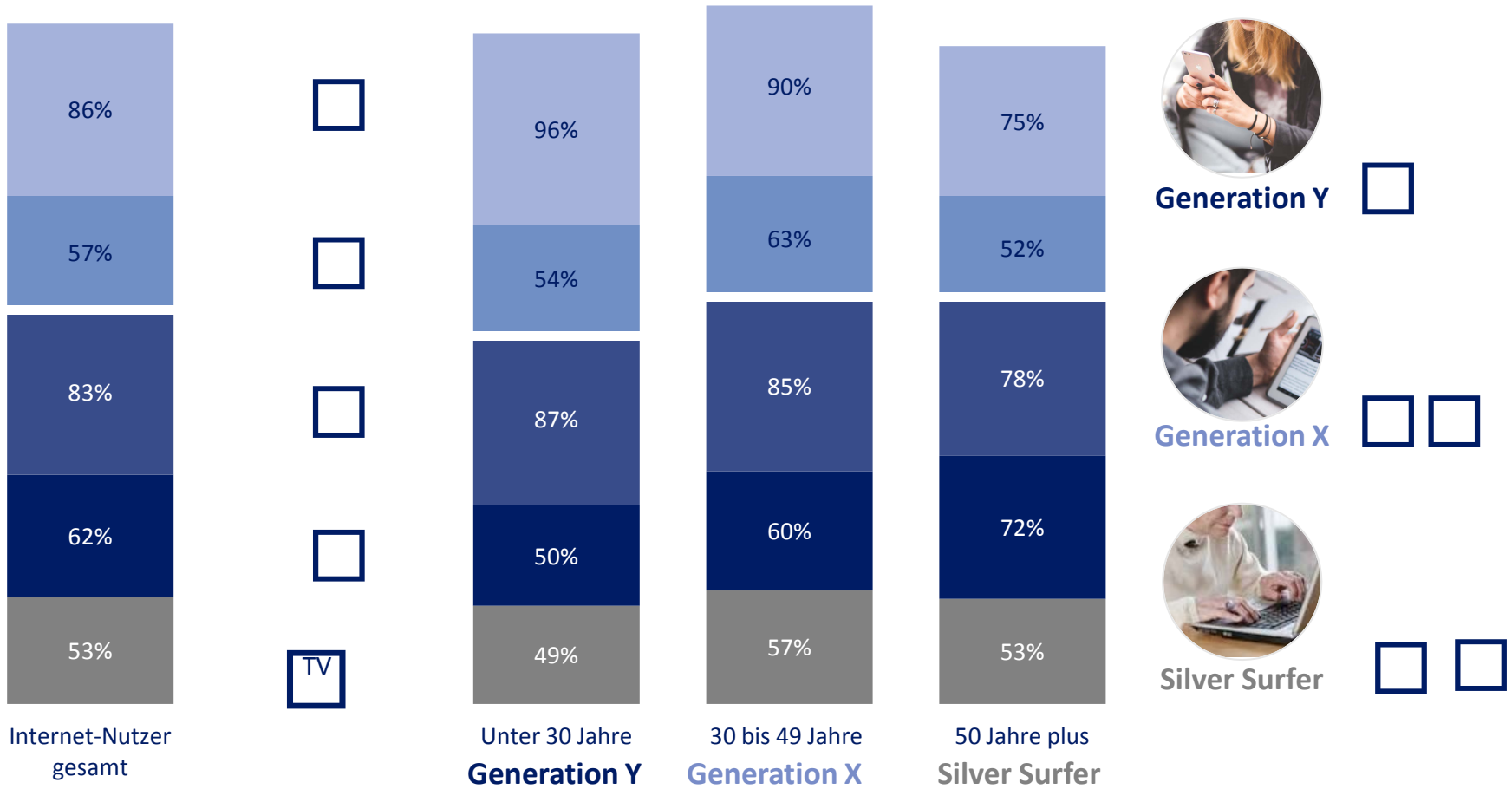


Quelle: W3B Report »Trends im Nutzerverhalten« Frühjahr 2017, www.fittkaumaass.de/reports

Basis: Befragte Internet-Nutzer, Mehrfachnennungen möglich, Auswahl

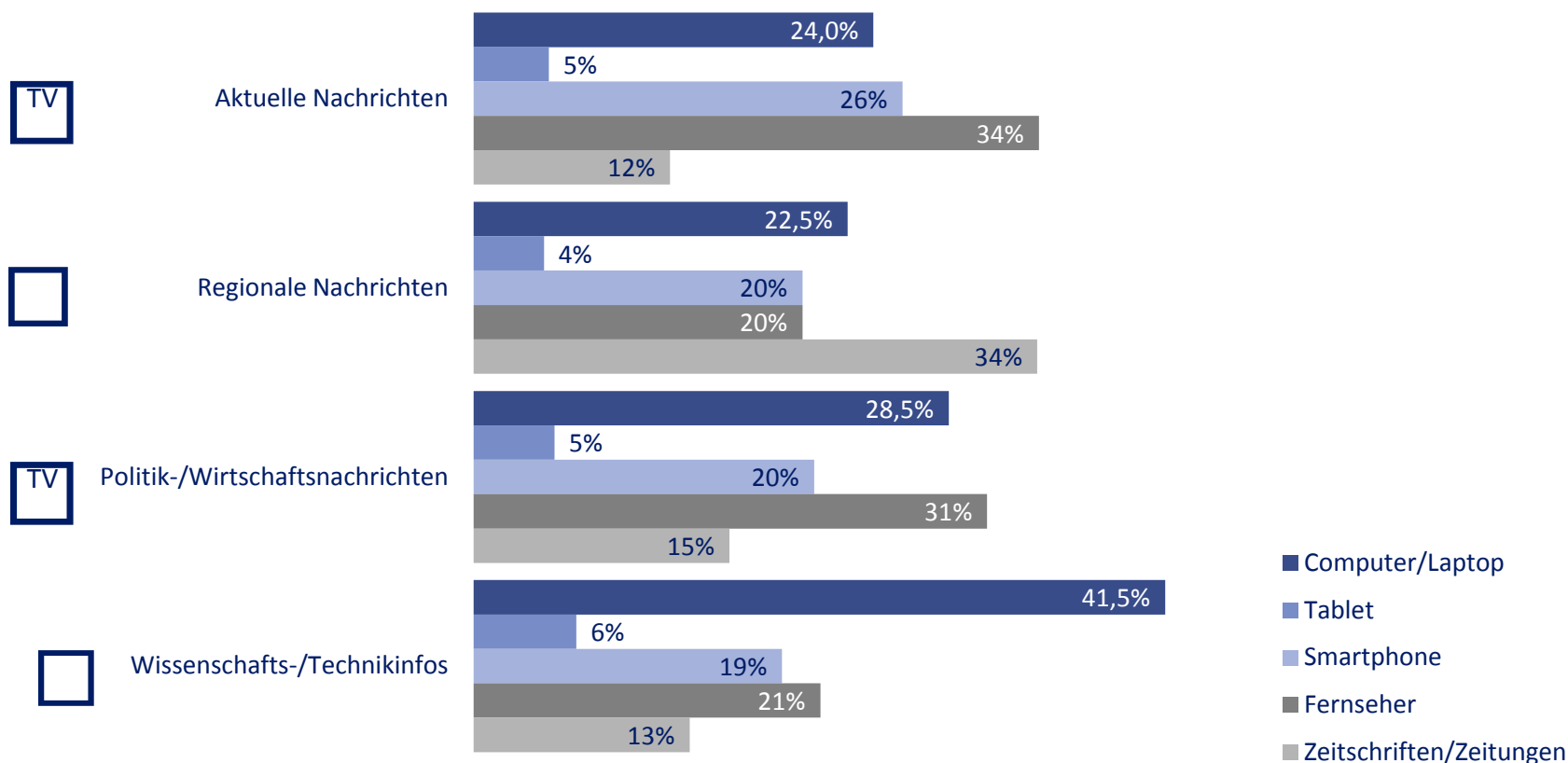
Der durchschnittliche Onliner nutzt heute 3,5 Internet-Devices

Besitz von Online-Zugangsgeräten: Altersgruppen im Vergleich

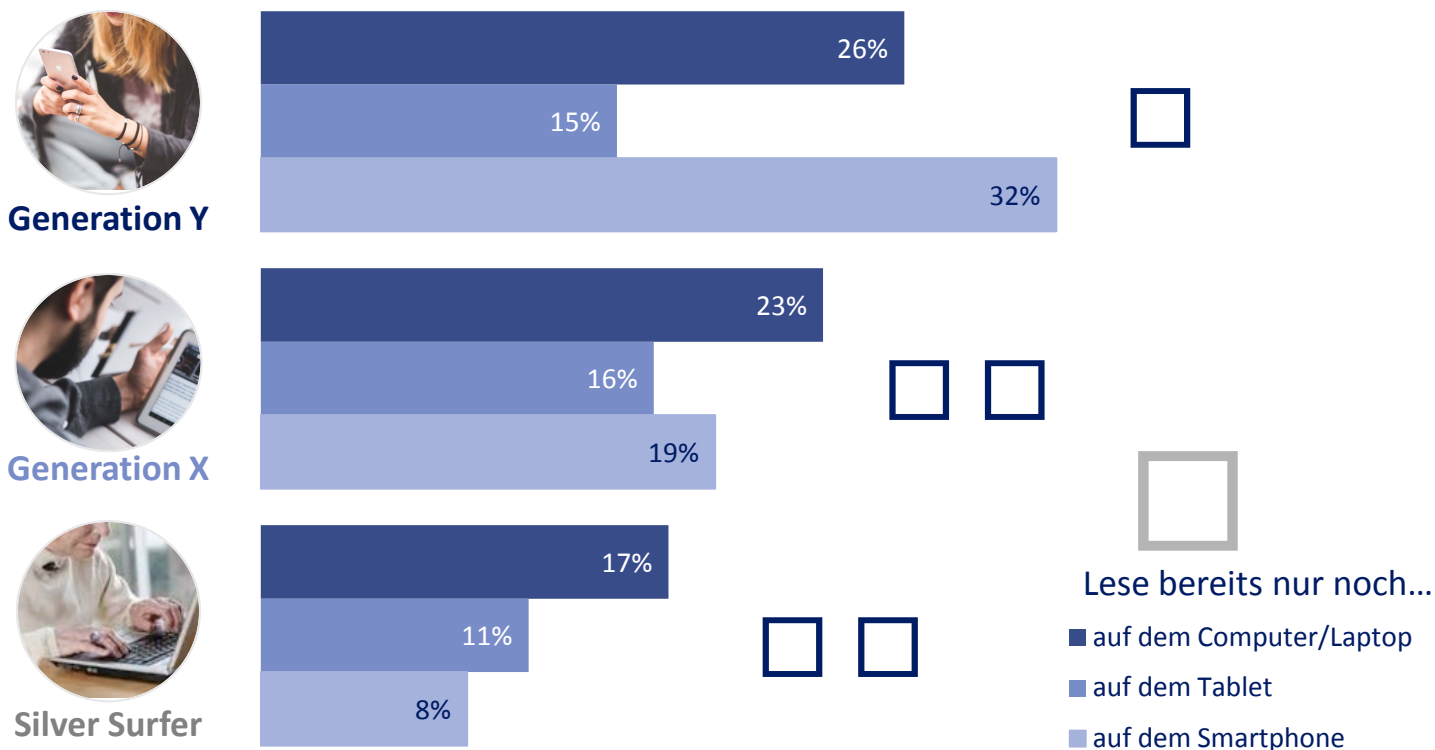


TV für Aktuelles/Politik/Wirtschaft – Print für Regionales – PC für Technik

Welche Devices/Medien werden für welche redaktionellen Inhalte genutzt?

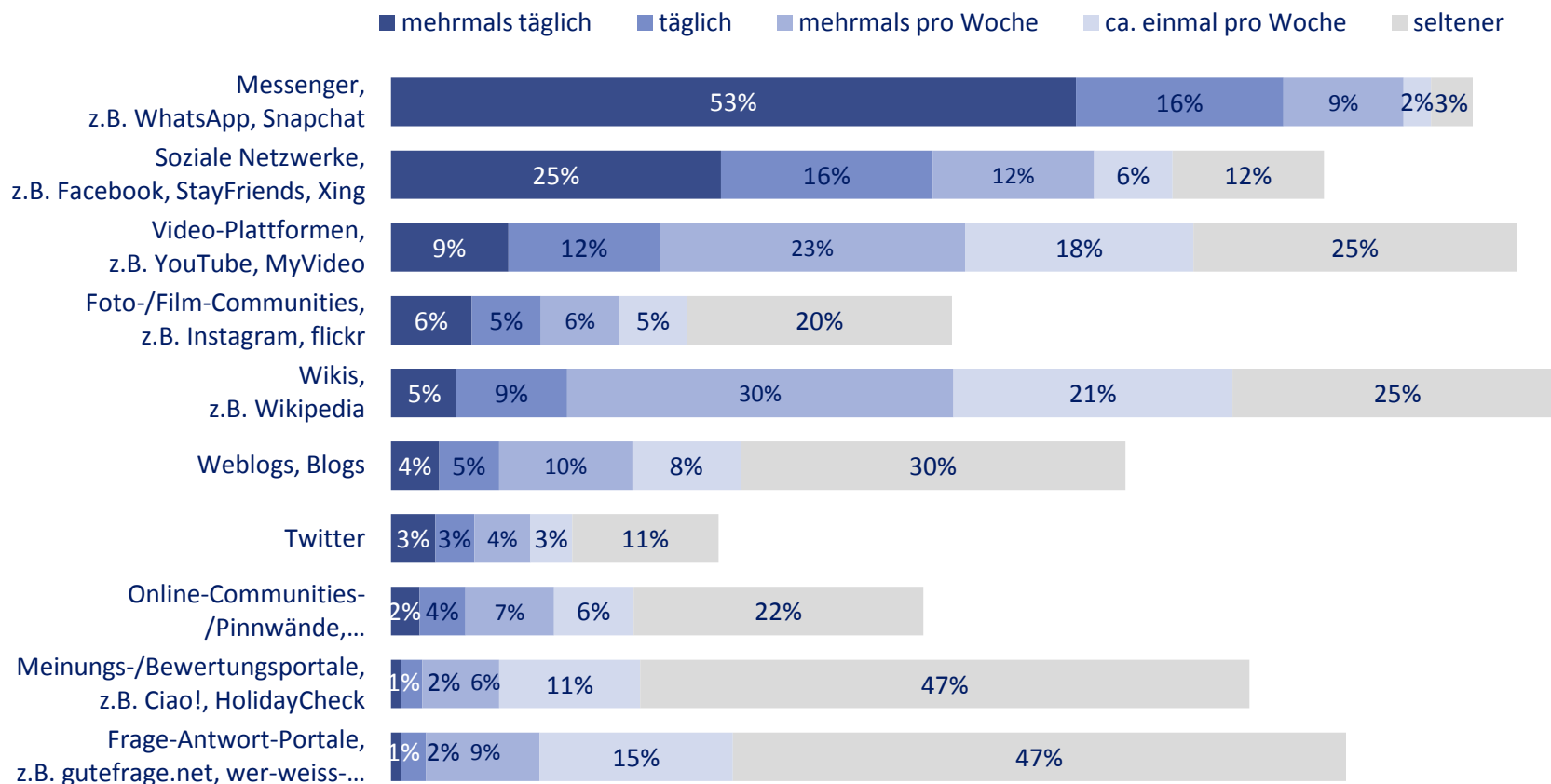


In der Generation Y liest ein Drittel bereits ausschließlich per Smartphone Lesen von Zeitungen/Zeitschriften ausschließlich digital



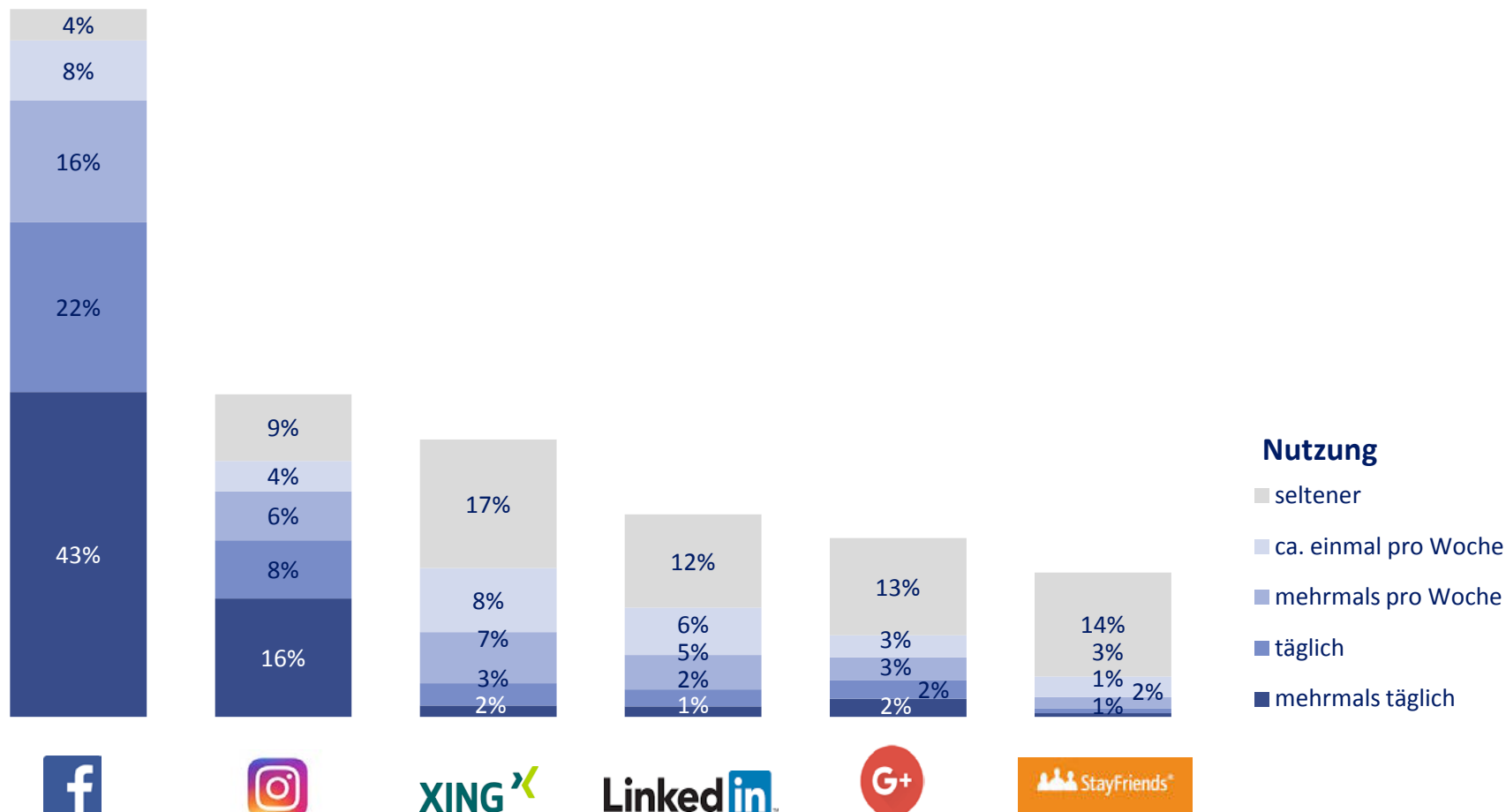
Messenger und soziale Netzwerke werden sehr aktiv genutzt

Ranking täglich genutzter Social-Web-Angebote



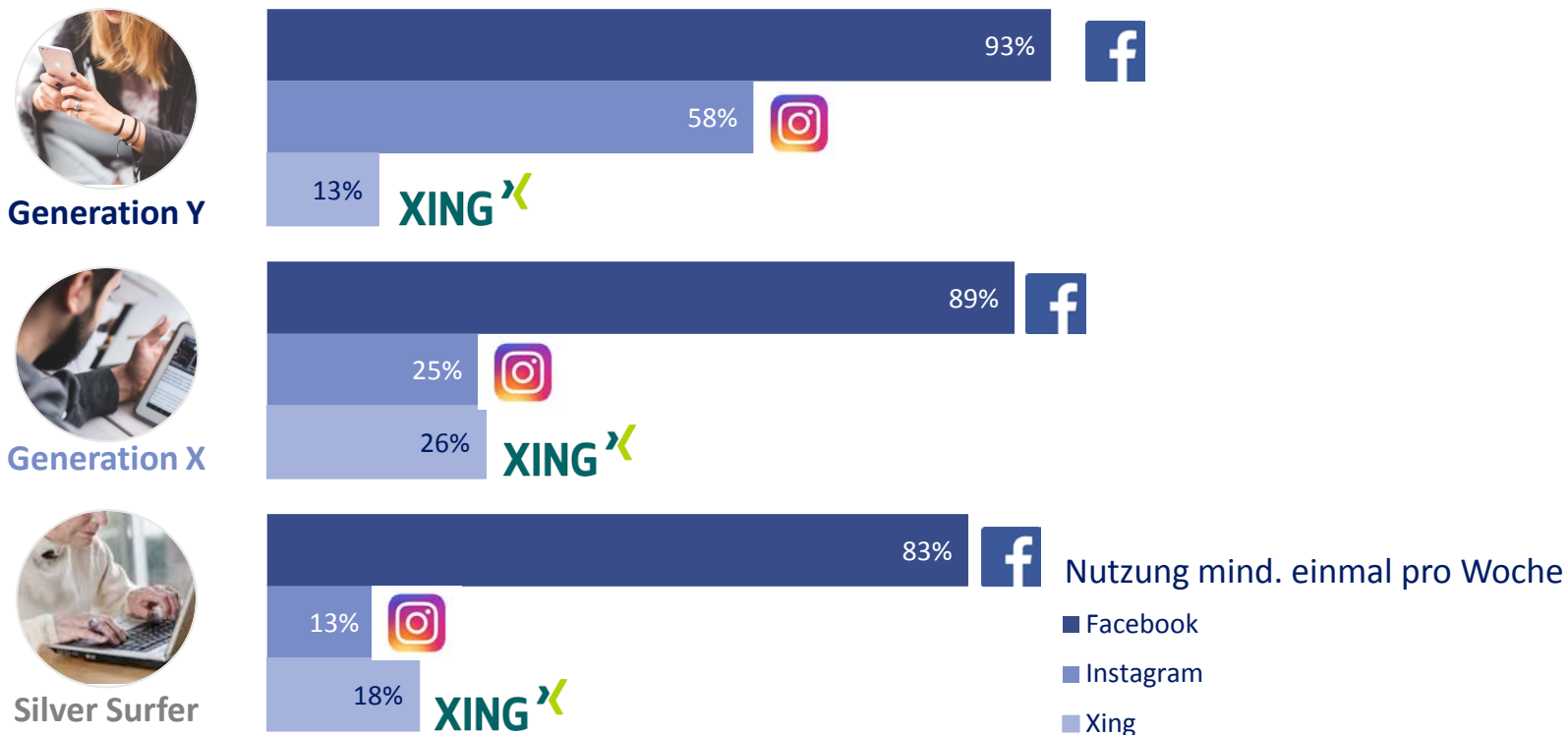
Facebook und Instagram sind die meistgenutzten Netzwerke

Nutzungsgrad führender sozialer Netzwerke



Instagram ist unter jungen Nutzern weit verbreitet

Aktive Nutzung sozialer Netzwerke (Nutzung mindestens wöchentlich)



In der Kundenkommunikation werden E-Mail und Telefon klar bevorzugt

Präferierte Kommunikationswege mit Websites und Webshops

Berater per E-Mail, Telefon

Schriftlich per
E-Mail, Online-Kontaktformular

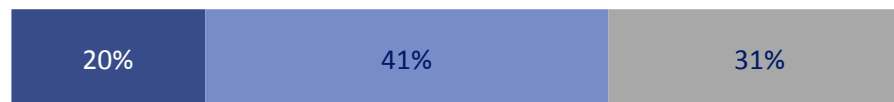


Telefonat
mit Berater/Mitarbeiter



Berater per Chat, Video

Online-Chat
mit Berater/Mitarbeiter



Online-Videogespräch
mit Berater/Mitarbeiter



Beratung virtuell, per Chatbot

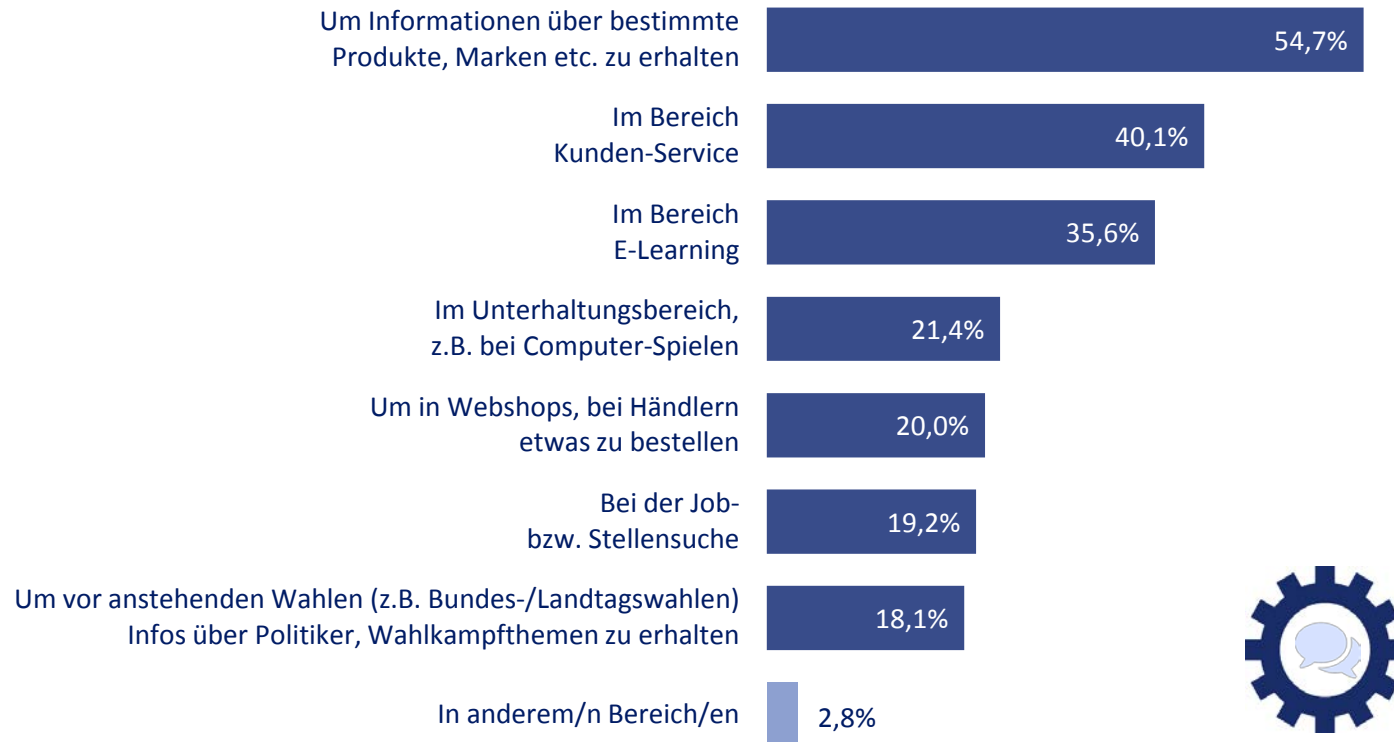
Chatbot per
Text-/Spracheingabe



- Nutzung gern
- Nutzung eventuell
- Nutzung ungern

Chatbots sind vor allem für Produktinfo und Kundendienst interessant

Attraktive Einsatzbereiche von Chatbots

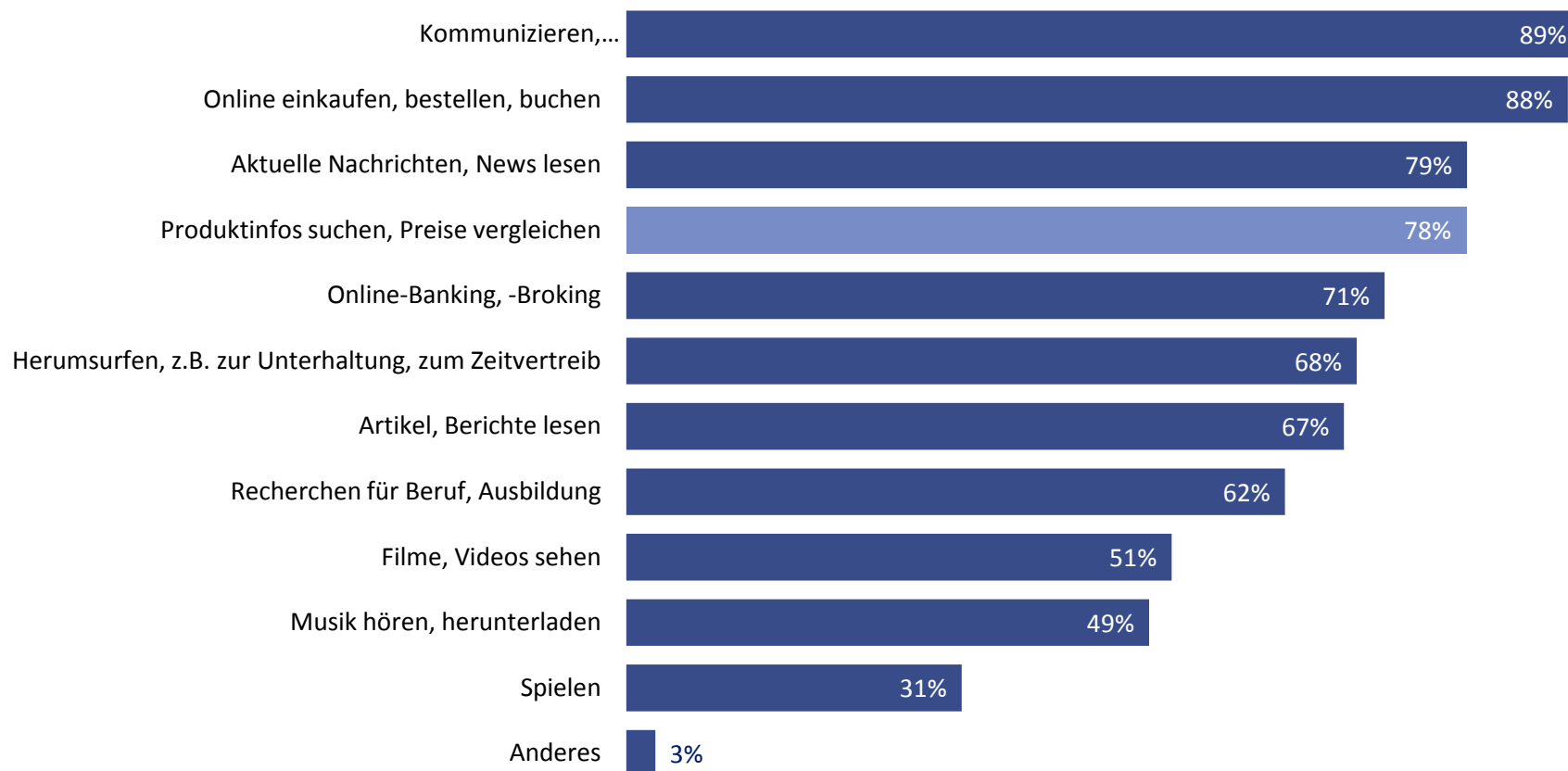


**Produktinformation und
Kaufentscheidungen:**
Genutzte Devices und Kanäle



Produktinfo zählt zu den wichtigsten Internet-Nutzungsmotiven

Nutzungsmotive, regelmäßige Einsatzbereiche des Internet



Smartphones werden bereits aktiv bei der Kaufvorbereitung eingesetzt

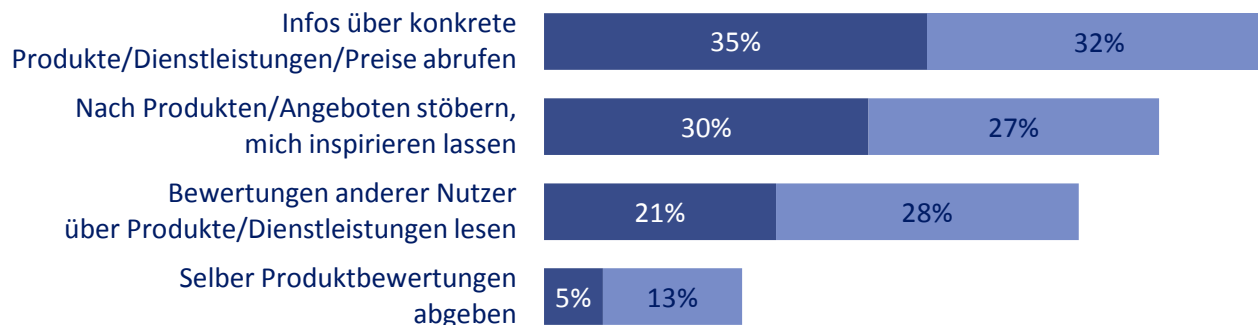
Einsatz von Smartphones für Produkt- und Preisinformation



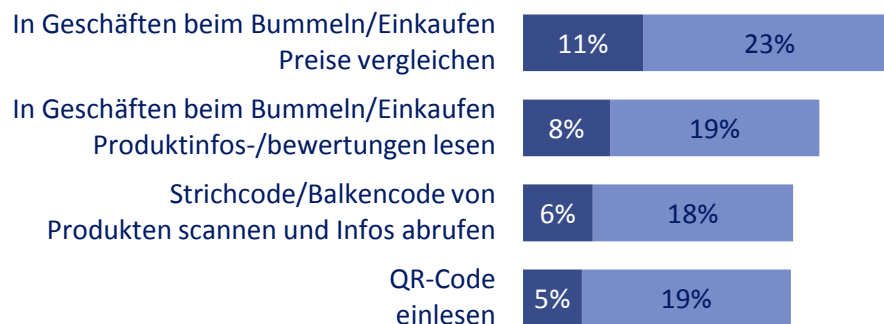
Im Internet

■ regelmäßig

■ gelegentlich



In Ladengeschäften

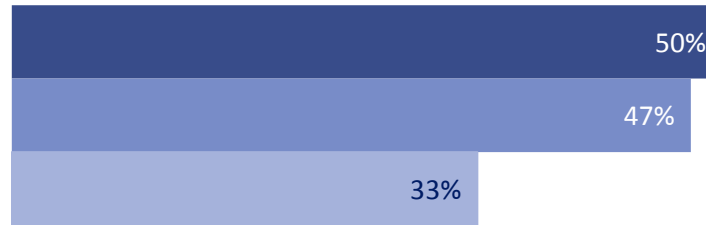


Vor allem unter jungen Zielgruppen ist mobile Produktinfo verbreitet

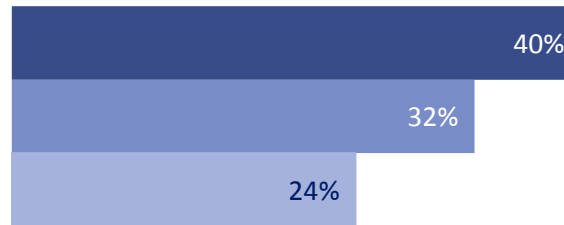
Einsatz von Smartphones für Produkt- und Preisinformation: Zielgruppenvergleich



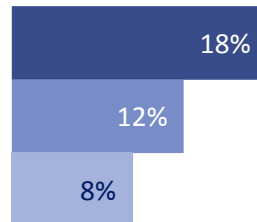
Generation Y



Generation X



Silver Surfer

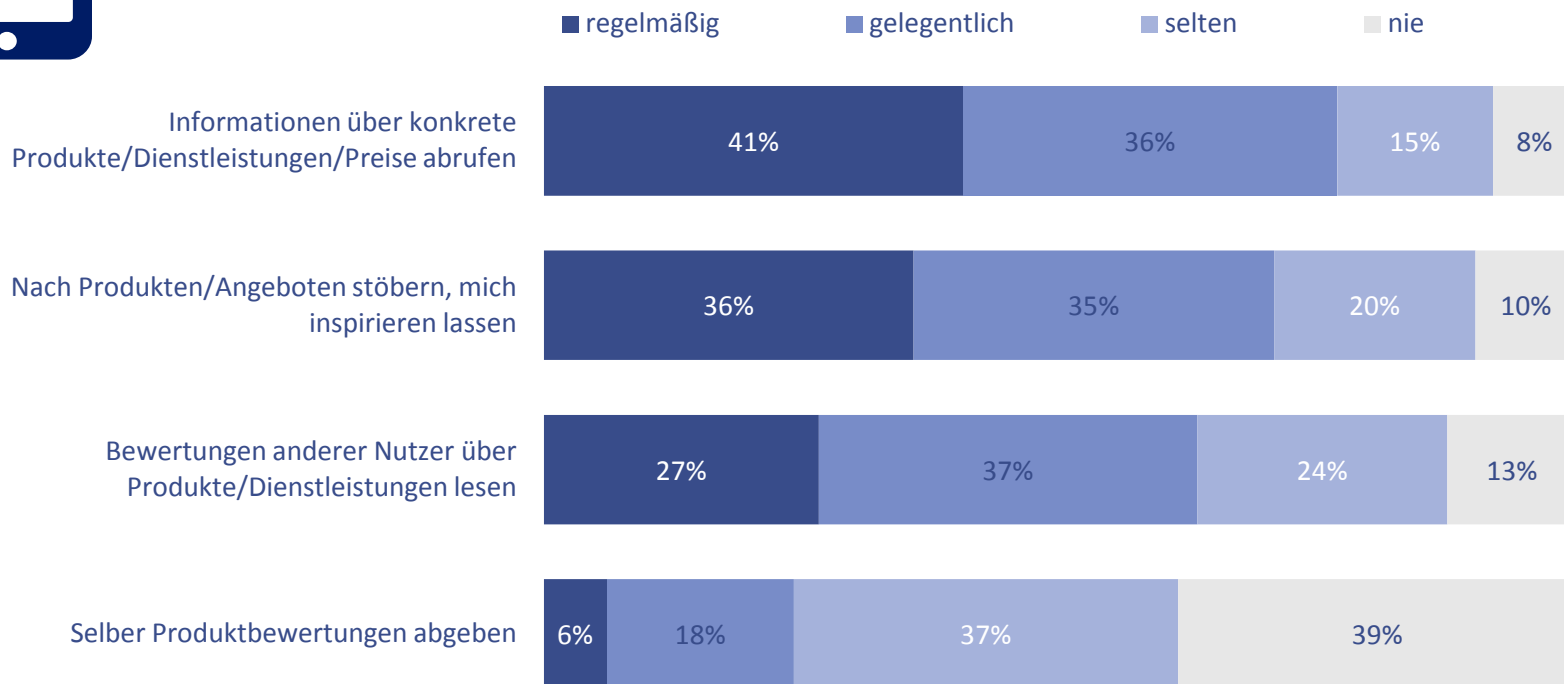


Regelmäßige Nutzung

- Infos über Produkte, Preise abrufen
- Angebote suchen, stöbern, inspirieren lassen
- Produktbewertungen anderer Nutzer lesen

Auch Tablets sind sehr relevant im Bereich Produkt- und Preisinfo

Einsatz von Tablets für Produkt- und Preisinformation

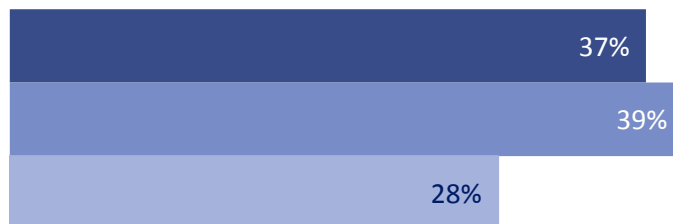


Tablets spielen vor allem in der Generation X eine wichtige Rolle

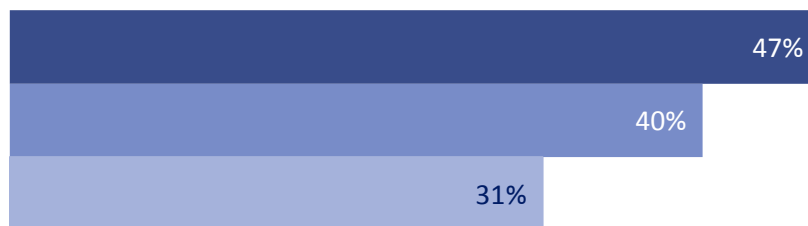
Einsatz von Tablets für Produkt- und Preisinformation: Zielgruppenvergleich



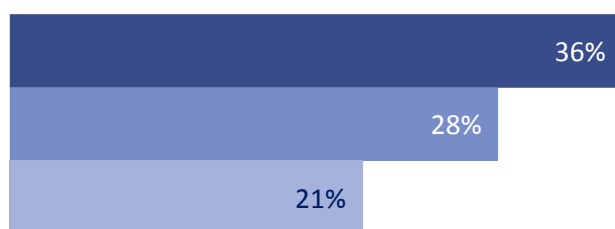
Generation Y



Generation X



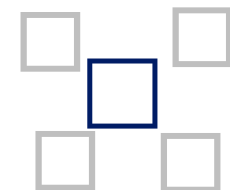
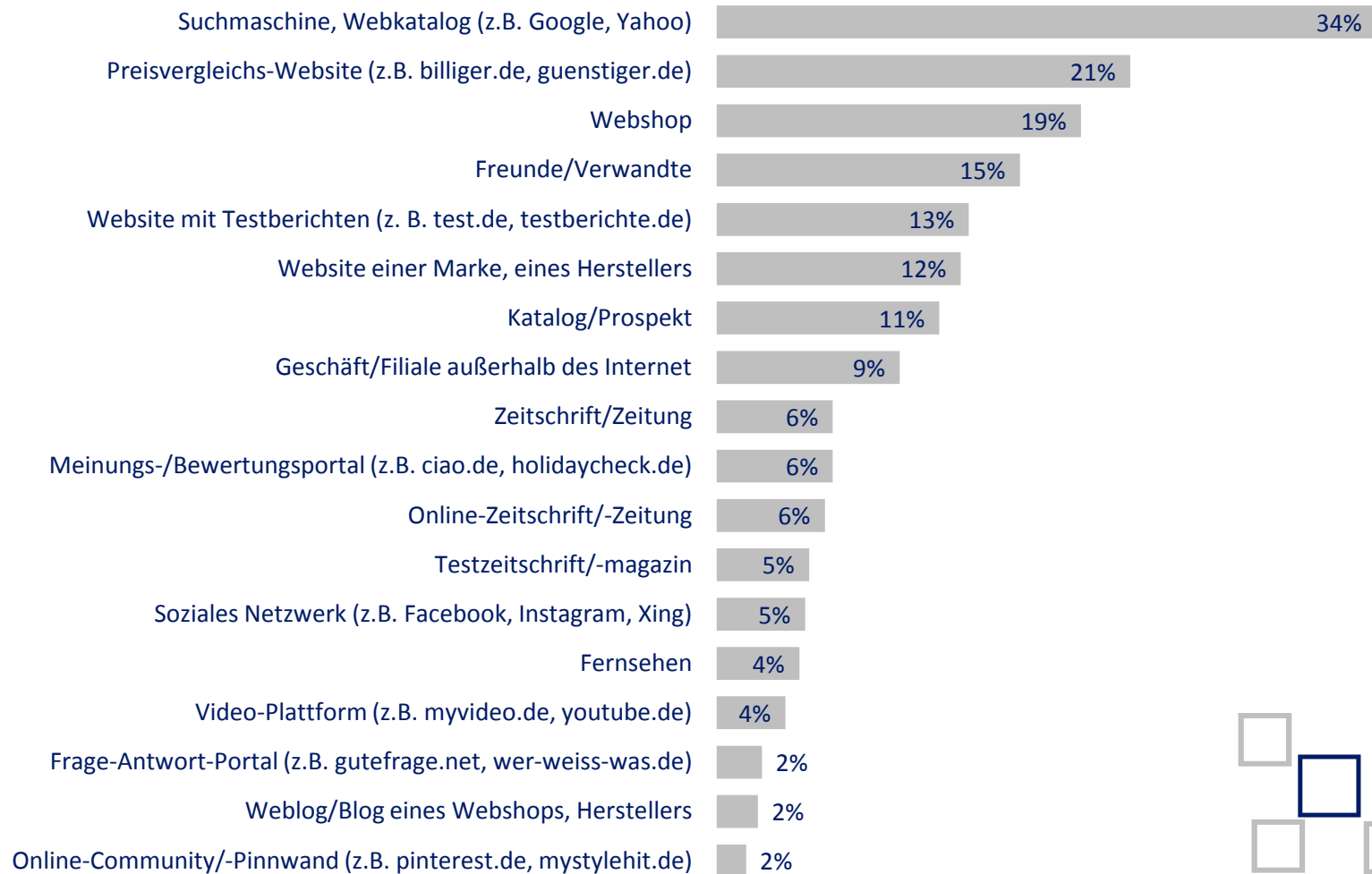
Silver Surfer



Regelmäßige Nutzung

- Infos über Produkte, Preise abrufen
- Angebote suchen, stöbern, inspirieren lassen
- Produktbewertungen anderer Nutzer lesen

Fast alle nutzten Google/Suchmaschinen bei der Kaufvorbereitung Genutzte Informationsquellen vor dem letzten Kauf

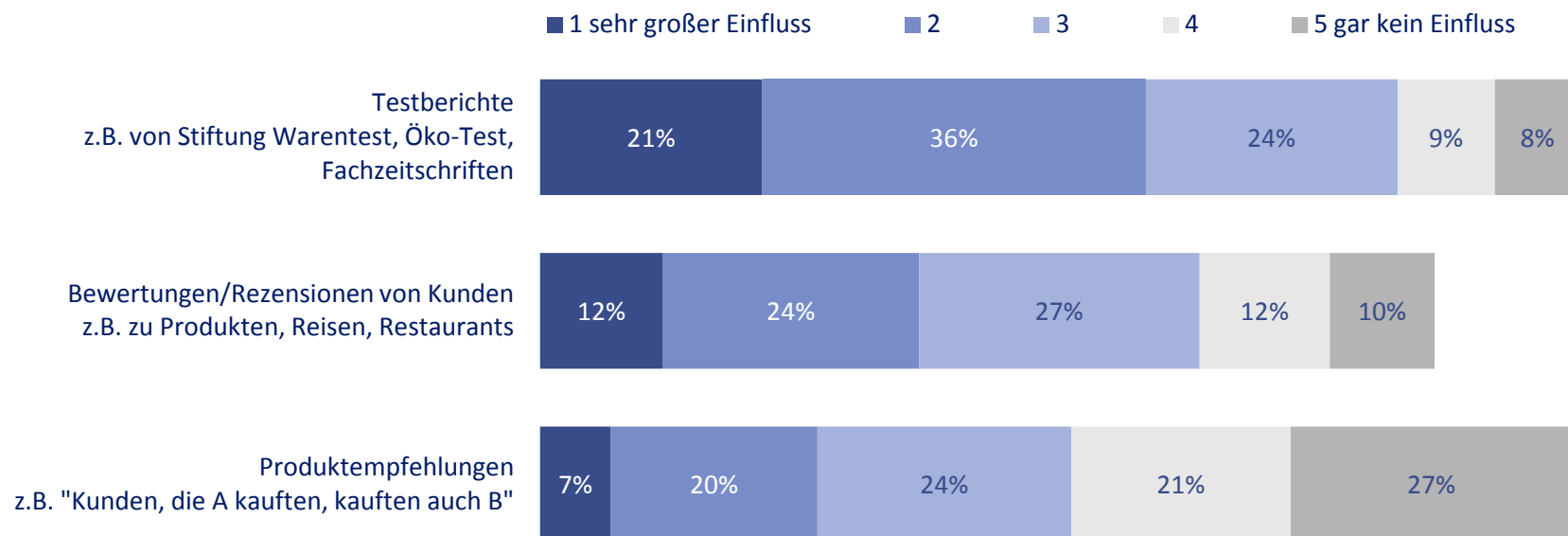


Testberichte haben einen hohen Einfluss auf Kaufentscheidungen

Einfluss von Testberichten, Kundenbewertungen etc. auf Kaufentscheidungen

Und worauf verlassen Sie sich bei Kaufentscheidungen bevorzugt?

Wie groß ist der Einfluss der Informationsquellen darauf, für welche Produkte Sie sich entscheiden?



Online-Käufer stufen Kundenbewertungen durchaus kritisch ein

Glaubwürdigkeit von Kundenbewertungen

Wenn Sie noch einmal speziell an die Bewertungen/Rezensionen denken, die Kunden im Internet z.B. zu Produkten, Reisen, Restaurants etc. veröffentlichen: Wie schätzen Sie persönlich diese Bewertungen/Rezensionen ein?



**Kommunikations- und
Informationskanäle
für Ihre Kunden –
heute und morgen**

Make your move



Fittkau & Maaß Consulting

Internet Consulting & Research Services

Kontakt **Fittkau & Maaß Consulting GmbH**

Gänsemarkt 31
20354 Hamburg

Telefon 040–30100770
Telefax 040–30100777

infos@fittkaumaass.de
www.fittkaumaass.de

Susanne Fittkau
fittkau@fittkaumaass.de



IMPRESSUM



BDEW-Fachtagung
„16. Wasserwirtschaftliche Jahrestagung“
von Montag, 11. September 2017 bis Dienstag, 12. September 2017 in Berlin

Veranstalter und Herausgeber
EW Medien und Kongresse GmbH
Kleyerstraße 88
60326 Frankfurt am Main
www.ew-online.de

Ansprechpartner/in
Denise Ahrendt
E-Mail: denise.ahrendt@ew-online.de

September 2017

Copyright:

Sämtliche Texte, Bilder und andere veröffentlichten Informationen sind urheberrechtlich geschützt und unterliegen dem Copyright von EW Medien und Kongresse GmbH. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung von EW Medien und Kongresse GmbH unzulässig und strafbar. Das gilt vor allem für Vervielfältigungen in jeglicher Form, Übersetzung, die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen, sowie Verlinkung, Weiterleitung per Mail oder Verbreitung auf Websites oder im Intranet.