



DMEXCO 2011: Tablet Revolution fördert Online- und mobilen Kommerz

Trends im Onlinehandel verändern sich mit dem Wandel der Mode, der Jahreszeit und den Ausverkäufen. Aber wie beeinflusst die Technik, die wir benutzen, die Art, wie wir einkaufen? Eine europäische Online-Umfrage zeigt: iPad & Co sind das neue It-Ba

(ddp direct) London, 20. September 2011 Seit der Veröffentlichung des Apple iPad im April 2010 ist die Tablet Revolution auch in Europa nicht mehr aufzuhalten. Die schlanken Geräte zählen seitdem zu den begehrtesten technischen Gadgets auf dem Markt. Im Zuge dieser Entwicklungen untersucht die internationale Einkaufs-Suchmaschine Shopzilla (<http://www.shopzillasolutions.de>) mögliche Auswirkungen für den Handel im Internet und veröffentlicht die Ergebnisse ihrer internationalen Online-Studie zur Marketing-Fachveranstaltung Digital Marketing Exposition & Conference 2011 (DMEXCO, www.dmexco.de). Ihre Zahlen belegen eindrucksvoll den Einfluss durch Apples iPad und andere Tablet-Geräte auf das Online-Einkaufsverhalten der User.

Aus Medienkonsum wird Online-Konsum

Shopzillas Analyse von 4.721 aktiven Online-Shoppern in ganz Europa zeigt, dass 6 Prozent der Shopper zur Zeit ein Tablet (einschließlich des iPads) besitzen, und weitere 20 Prozent einen Kauf im nächsten Jahr in Erwägung ziehen. Das auffälligste Ergebnis: Tablet Shopper sind Multitasker, noch mehr als Handy-Benutzer. Denn 70 Prozent der befragten Kunden surfen mit ihren Tablets in Online-Shops, während sie TV schauen, im Vergleich zu nur 29 Prozent der Smartphone-Besitzer. Dabei spielt auch die komfortable Bedienung der modernen Tablet-Geräte eine große Rolle, denn 61 Prozent halten den Online-Einkauf darüber für ebenso leicht, wie mit einem herkömmlichen Computer. Der klassische Fernsehabend wird durch mobile Shopping zur attraktiven Chance für den Internet-Handel. Das hat potentiell wichtige Auswirkungen für Händler, die ihre Onlineverkäufe durch TV Werbung erhöhen wollen.

Social Commerce geht über Kundenbewertungen hinaus

Der Begriff Social Commerce wird oft genutzt, um die Nutzung von Sozialen Netzwerken und Online Communities im Ablauf des Online-Einkaufens zu erklären, wie zum Beispiel die Nutzung von sozialen Medien, um Kundenbewertungen zu teilen. Es sieht jedoch so aus, als würde das Online-Einkaufen wirklich auf andere Art kontaktfreudiger. Denn 53% der Befragte sagten, dass sie iPad oder Tablet zum gemeinsamen Online-Shopping mit Freunden benutzen, wohingegen nur 27% der Befragten ihr Handy auf diese Weise einsetzen. Sharing wird damit zu einem weiteren, wichtigen Bestandteil der Einkaufserfahrung.

Rachel Smith Business Services Senior Director bei Shopzilla, kommentiert die Ergebnisse der Studie: Seit der Einführung des iPad wurden weltweit 25 Millionen iPads verkauft. Unsere Umfrage zeigt, dass diese Explosion des Tablet-Marktes umfangreiche Veränderungen für den mobilen E-Commerce-Sektor mitbringt. In unseren Augen ist dies eine große Chance für den Handel.

Die Umfrage berücksichtigt 4.721 Verbraucher aus Deutschland, England und Frankreich und wurde im Mai 2011 erhoben. Weitere Ergebnisse stehen auf Anfrage für Sie bereit.

Pressekontakt Agentur:

Anke Kisters
wildcard communications
Steinstraße 129, 47798 Krefeld
Tel.: +49 (0) 2151 65 35 444
shopzilla@wildcard-communications.de

Pressekontakt Unternehmen:

Helen Beckett
Shopzilla Europe
Tel.: +44 (0) 7551 005877
hbecket@shopzilla.com

Shortlink zu dieser Pressemitteilung:

<http://shortpr.com/1tmfbu>

Permanentlink zu dieser Pressemitteilung:

<http://www.themenportal.de/medien/dmexco-2011-tablet-revolution-foerdert-online-und-mobilen-kommerz-77193>

Pressekontakt

wildcard communications GmbH

Frau Anke Kisters
Steinstr. 129
47798 Krefeld

shopzilla@wildcard-communications.de

Firmenkontakt

wildcard communications GmbH

Frau Anke Kisters
Steinstr. 129
47798 Krefeld

shortpr.com/1tmfbu
shopzilla@wildcard-communications.de

=== Über Shopzilla, Inc. ===

Shopzilla, Inc. verwaltet ein erstklassiges Portfolio an Online-Shopping-Marken in den USA und Europa, bestehend aus Shopzilla, Bizrate, Beso, TaDa, PrixMoinsCher und SparDeinGeld. Shopzilla verbindet Käufer mit mehr als 100 Millionen Produkten von Zehntausenden Einzelhändlern mit dem einzigartigen Portfolio an ansprechenden und informativen Webseiten. Shopzilla erreicht ein globales Publikum von mehr als 40 Millionen Kunden pro Monat durch die Ziel Webseiten und das Publisher Syndication-Netzwerk, und ist damit eine führende Quelle von Vertriebs- und Kunden-Feedback für Online-Händler und Einzelhandelsinserenten. Mit Büros in London, Los Angeles und San Diego betreibt das Unternehmen Standorte und Business-Services in den Vereinigten Staaten, dem Vereinigten Königreich, Frankreich und Deutschland.

Für weitere Informationen zu Shopzilla und seinen Möglichkeiten, Einzelhändler zu unterstützen, besuchen Sie <http://www.shopzillasolutions.de>.