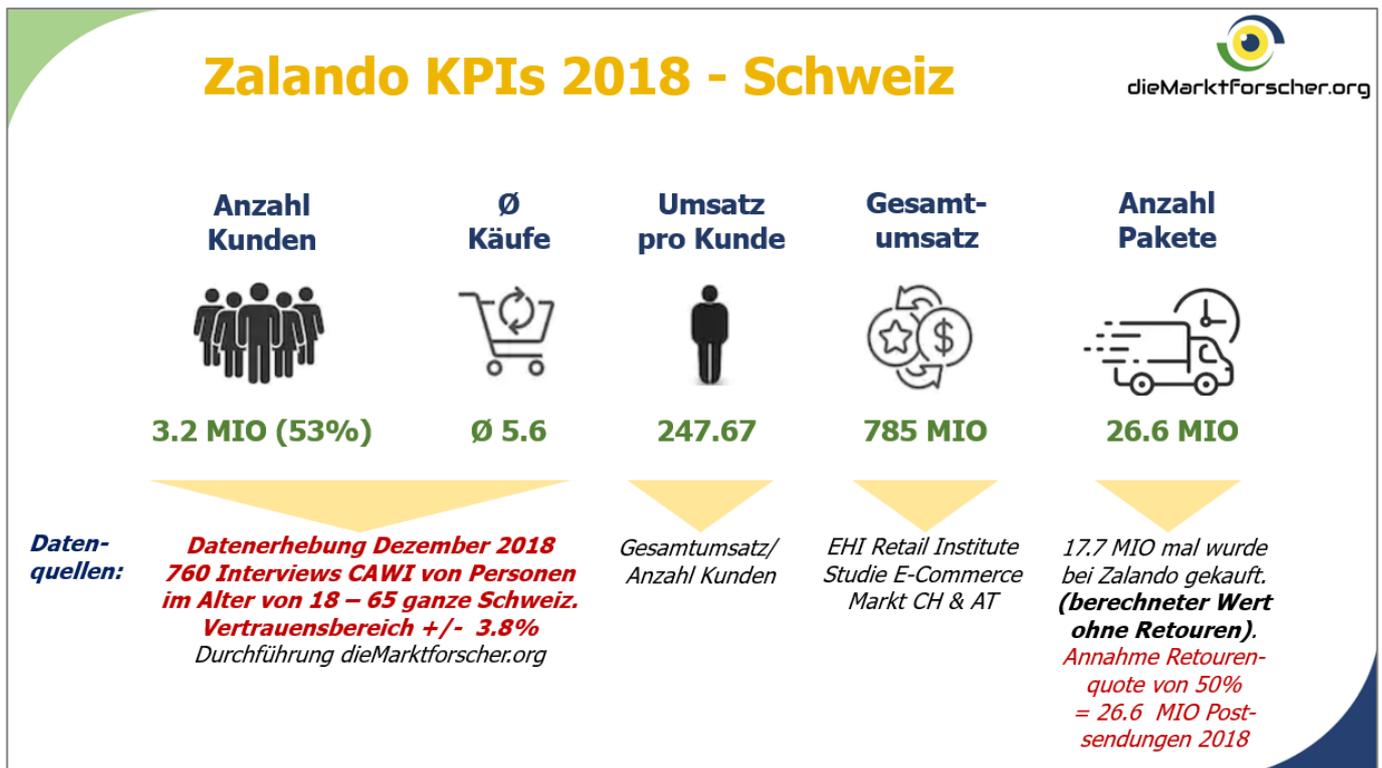


Letzte Woche wurden die Umsätze der Top 10 B2C-Onlineshops publiziert (Studie EHI Retail Institute). Wir haben es zum Anlass genommen das Kaufverhalten sowie die Heavy User von Zalando genauer zu betrachten.

Die Daten wurden im Dezember 2018 erhoben und sind repräsentativ für die ganze Schweiz (Vertrauensbereich +/- 3.6%). Insgesamt wurden 760 Personen im Alter von 18 – 69 online (repräsentatives Auswahlverfahren) zum Konsum- bzw. Kaufverhalten befragt.

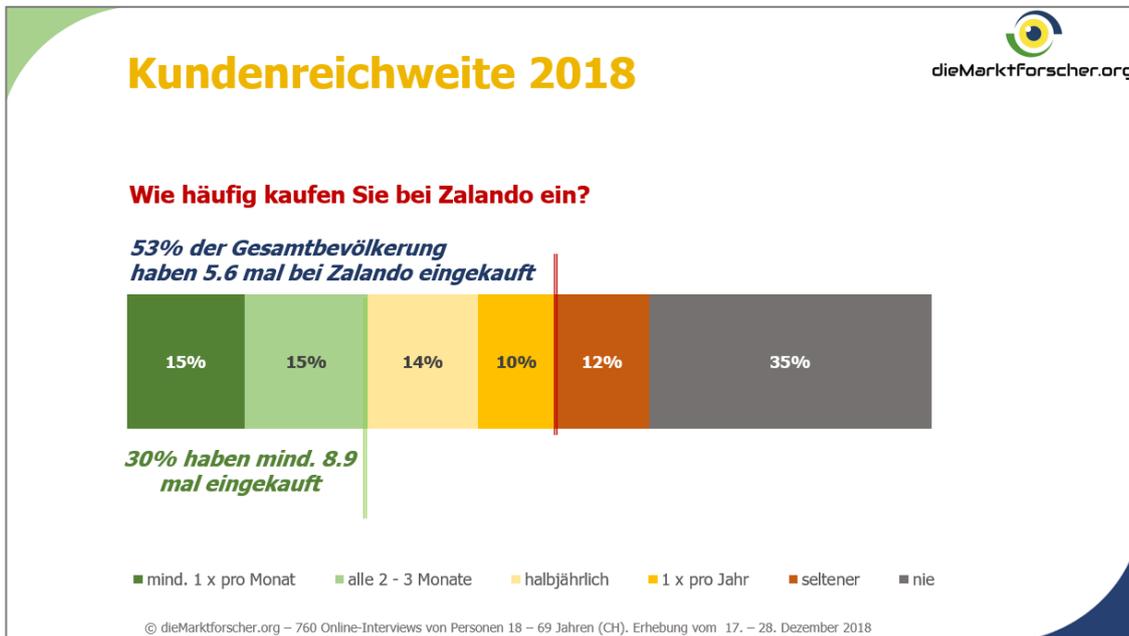
Zur Marktdurchdringung von Zalando:

- 53% der Gesamtbevölkerung haben im 2018 durchschnittlich 5.6 mal bei Zalando eingekauft.
- **Geht man davon aus, dass jeder zweite Artikel zurückgeschickt wurde, erreicht Zalando im 2018 ein Volumen von 26.6 MIO Post-Sendungen!** Branchen-Insider gehen von einer höheren Retourenquote aus!



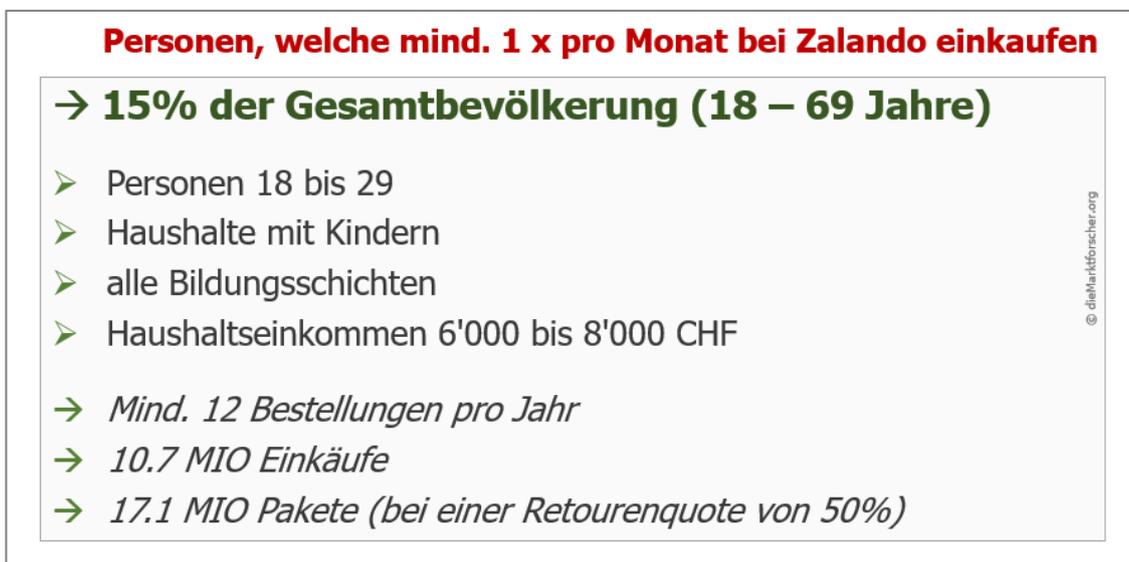
Der engste Nutzerkreis von Zalando:

- 30% der Gesamtbevölkerung kaufen mind. 9 x pro Jahr ein
- 15% kaufen monatlich



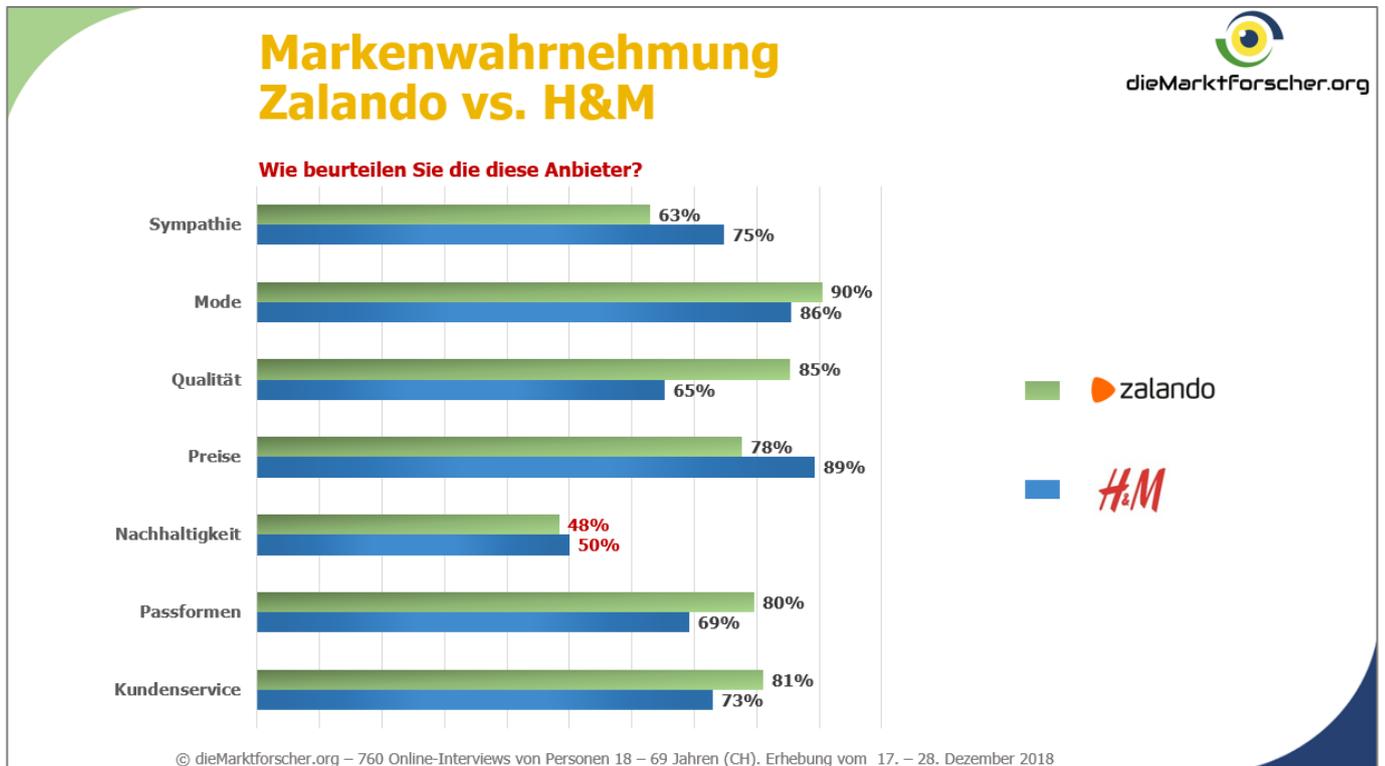
Merkmale der Heavy User von Zalando:

- Junge Erwachsene kaufen monatlich!



Die Wahrnehmung von Zalando:

- Unschlagbar bei Mode, Qualität & Passformen
- 50% beurteilen die Nachhaltigkeit von Zalando negativ bzw. sehr negativ. Der Kaufentscheid wird dadurch nicht negativ beeinflusst!



Seit mehreren Jahren messen wir im Rahmen unserer Werbetests auch die Beweggründe für den Kaufentscheid. **Gerade im Bereich Mode bzw. Bekleidung spielt das Thema Nachhaltigkeit beim Kaufentscheid nach wie vor eine untergeordnete Rolle.**

Die Analyse steht als Download zu Verfügung (<https://diemarktforscher.org/Wichtige-Daten>) und darf publiziert werden.

Für Rückfragen oder weitere Informationen:

Thorsten Stutzmann & Team
++41 43 530 01 43
kontakt@diemarktforscher.org

dieMarktforscher.org
Muristrasse 20
CH-8913 Ottenbach