

PRESSEMITTEILUNG

Drogerieprodukte online kaufen: Wie affin sind Berlins Online-Shopper?

[Karte des Monats von Nexiga](#) nimmt Amazon-Kooperation mit Rossmann zum Anlass und zeigt, wo die affinen Online-Shopper von Drogerieartikeln in Berlin zu finden sind.

Bonn, 06. September 2017_ Die Grenzen zwischen klassischem Handel und E-Commerce verschwimmen weiter: Seit August können beispielsweise rund 5.000 Artikel aus dem Rossmann-Sortiment in Berlin via Amazon online bestellt und binnen einer Stunde geliefert werden.

Online-Shopper sind in der Regel vorrangig männlich und meist zwischen 1973-1982 geboren (lt. Quelle: <https://e-commerce-blog.de/wie-sieht-der-typische-onlineshopper-aus/>) doch wie sieht es bei den Berlinern aus? Wie hoch ist die Bereitschaft, Kosmetikprodukte bei dm, Müller oder Rossmann online zu bestellen? Und wo genau in Berlin leben eben genau diese Einwohner, die bevorzugt Drogerieartikel online shoppen? Nexiga ist der Sache nachgegangen und hat aus aktuellem Anlass die Ergebnisse in der [neuen Karte des Monats](#) zusammengefasst. Dargestellt ist die Affinität der Haushalte in Berlin in 5 Abstufungen von sehr niedrig bis sehr hoch.

Shampoo & Creme online bestellen: Höhere Bereitschaft in den Randgebieten Berlins

Wie die Karte zeigt, ist die generelle Affinität, Drogerieprodukte online zu ordern, in den Randbezirken Berlins deutlich höher als in den Zentren bzw. Subzentren. Erkennbar ist, dass dies Gebiete mit größerer Distanz zur nächsten Drogeriefiliale bzw. mit einer geringeren Filialdichte sind. Gerade hier sind die Bürger Berlins geneigt, den Vorteil der Drogerie-Lieferdienste in Anspruch zu nehmen.

Interessant ist, dass sich ein Zusammenhang zwischen Sozialstruktur und Kaufkraft ableiten lässt: Einwohner aus der für seine Plattenbauten bekannten Siedlung Marzahn etwa zeigen eine deutlich geringere Affinität zum Online-Shoppen als jene aus „Edel“-Vierteln wie Dahlem oder Wannsee. Die Berechnung der Daten ergab außerdem, dass Frauen im Vergleich zu Männern affiner für den Online-Kauf von Drogerieartikeln sind und je seltener Personen außer Haus unterwegs sind, desto höher ist die Wahrscheinlichkeit eines Online-Kaufs.

Quellen: Ermittelt hat Nexiga diese Merkmale durch Verknüpfung der Markt-Media-Studie „Best for Planning“ mit der Geomarketing-Lösung LOCAL® Haus. Dafür wurden die Studienergebnisse zu Online-Bestellungen aus dem Drogerie-Bereich sowie der generellen Internet-Nutzung und der Einstellung zu Internet-Käufen mit soziodemographischen Merkmalen und Informationen zum Wohnumfeld aus der Geomarketing-Lösung LOCAL® Haus von Nexiga verknüpft und in einem Score-Modell klassifiziert.

Über Nexiga

Die Nexiga GmbH ist Pionier und einer der Marktführer für Geomarketing. Mit der

zunehmenden Integration von Geomarketing-Komponenten in den Geschäftsprozessen der Unternehmen unterstützt der Full-Service-Anbieter diese in der Planung und Bewertung von Standorten, Vertriebsgebieten, Zielgruppen und der Ermittlung von Marktpotenzialen.

Mit LOCAL® - der ganzheitlichen Geomarketing-Lösung - bietet Nexiga neben einer enormen Datenbasis auch die notwendigen Technologien für detaillierte und passgenaue Analysen: So beschreiben die hausgenauen Daten von LOCAL® Data Standorte anhand von Markt- und Geodaten samt branchenspezifischer Merkmale und liefern damit essentielle Inhalte für genaue Analysen über das Marktpotenzial sowie die Infrastruktur der Standorte vor Ort. Eine systematische Marketing- und Vertriebsplanung ist über die automatische Anreicherung von Datensätzen mit raumbezogenen Informationen durch die Geomarketing-Systeme von LOCAL® Systems möglich. Adressen werden schnell und präzise verifiziert, lokalisiert und dargestellt, so dass sie als Basis für die strategische Marktbearbeitung dienen. Werbe- und Marketingmaßnahmen sind mess- und planbar, weil genau ermittelt werden kann, wo potenzielle Neukunden zu erreichen sind.

LOCAL® Competence rundet das Full-Service-Paket von Nexiga ab. Das erfahrene Expertenteam sorgt mit seiner langjährigen Erfahrung und dem gezielten Einsatz von umfassenden Analyse-, Planungs- und Berechnungsmethoden für eine zuverlässige Beratungskompetenz.

Über Geomarketing

„All success is local“: Die räumliche Komponente spielt in der Wirtschaft eine herausragende Rolle und hilft Unternehmen, optimal und effizient zu steuern und strategisch fundierte Entscheidungen mit minimalem wirtschaftlichen Risiko zu treffen. Für die wirtschaftliche Betrachtung und Bewertung eines Marktes macht Nexiga räumliche Zusammenhänge nach den relevanten Parametern für die weitere Bearbeitung transparent und beantwortet zusätzlich durch exakte Geoinformationen und -daten die wichtige Frage nach dem „Wo“. Darüber hinaus gibt der Kompetenzführer für Geomarketing Unternehmen ergänzende Marktinformationen und -daten an die Hand, mit denen sie die für sich interessanten Gebiete nach wirtschaftlichen und soziodemographischen Gesichtspunkten, wie Kaufkraft, Alter, Wohnumfeld oder Produktaffinität noch besser und exakter einschätzen können. Auf dieser Basis erhalten Kunden eine optimale Planungsgrundlage für Up- und Cross-Selling-Maßnahmen sowie Neukundengewinnung.

Weitere Informationen unter www.nexiga.com

###

Kontakt Nexiga:

Ina Wagner, Senior Marketing Manager
wagner@nexiga.com

Pressekontakt:

Christoph Hausel,
Tel.: 089 720 137 – 20
nexiga@elementc.de