

B2C-Handel:
Qualitative und quantitative Analyse
des Konsumenten- und
Anbieterverhaltens und deren
verkehrliche Auswirkungen
in Ballungsräumen
(B2C-VERRA)

**Datensatzbeschreibung
Haushaltsbefragung**

Forschungsvorhaben
gefördert vom



Bundesministerium
für Bildung
und Forschung

in Zusammenarbeit mit



Stadt Köln

Dr. Klaus Esser
Dr. Judith Kurte

KE-CONSULT

Kurte & Esser GbR

Köln 2005

Haushaltsbefragung - Variablen des Datensatzes und deren Ausprägungen

	Variable	Werte
	F1.1 Haben Sie schon mal im Versandhandel oder Internet bestellt?	nein ja, Internet ja, Versandhandel ja, beides
HEMMNISSE DES VERSAND- /INTERNETHANDELS Ich kaufe nicht im Internet/beim Versandhandel, weil ...	F1.2.1 Waren mit nach Hause nehmen	trifft nicht zu trifft zu
	F1.2.2 zu unsicher	trifft nicht zu trifft zu
	F1.2.3 Bedenken bzgl. Reklamation bzw. Garantie	trifft nicht zu trifft zu
	F1.2.4 zu aufwändig	trifft nicht zu trifft zu
	F1.2.5 pers. Beratung ist wichtig	trifft nicht zu trifft zu
	F1.2.6 Probleme hinsichtlich Empfang der Waren	trifft nicht zu trifft zu
	F1.2.7 Produkte gerne sehen, fühlen, ausprobieren	trifft nicht zu trifft zu
	F1.2.8 Einkaufserlebnis ist wichtig	trifft nicht zu trifft zu
	F1.2.9 Versand-/Internethandel zu ungewohnt	trifft nicht zu trifft zu
	T1.2.10 sonst.	Text
F1.2.10 sonst	trifft nicht zu trifft zu	
	F1.3 Kaufen Sie in Zukunft beim Versandhandel/ im Internet?	nein ja
	F1.4 Sind Sie Sammelbesteller?	nein ja
KÄUFE UND AUSGABEN IM VERSAND- /INTERNETHANDEL	F1.5.1.1 Bücher/Zeitungen/Kataloge vorwiegend gekauft im	Versandhandel Internet
	F1.5.1.2 Anzahl der Käufe	0 1-3 4-6 7-10 11-20 21-50 >50
	T1.5.1 Ausgaben	Zahl
	F1.5.2.1 CDs/videos/DVDs vorwiegend gekauft im	Versandhandel Internet
	F1.5.2.2 Anzahl der Käufe	0 1-3 4-6 7-10 11-20 21-50 >50
	T1.5.2 Ausgaben	Zahl
	F1.5.3.1 Kleidung/Schuhe vorwiegend gekauft im	Versandhandel Internet
	F1.5.3.2 Anzahl der Käufe	0 1-3 4-6 7-10 11-20 21-50 >50
	T1.5.3 Ausgaben	Zahl
	F1.5.4.1 Software vorwiegend gekauft im	Versandhandel Internet
	F1.5.4.2 Anzahl der Käufe	0 1-3 4-6 7-10 11-20 21-50 >50
	T1.5.4 Ausgaben	Zahl
	F1.5.5.1 Computer/-zubehör vorwiegend gekauft im	Versandhandel Internet
	F1.5.5.2 Anzahl der Käufe	0 1-3 4-6 7-10 11-20 21-50 >50
	T1.5.5 Ausgaben	Zahl
	F1.5.6.1 Unterhalt.elekt./Handy/... vorwiegend gekauft im	Versandhandel Internet
	F1.5.6.2 Anzahl der Käufe	0 1-3 4-6 7-10 11-20 21-50 >50
	T1.5.6 Ausgaben	Zahl
	F1.5.7.1 Spielzeug vorwiegend gekauft im	Versandhandel Internet
	F1.5.7.2 Anzahl der Käufe	0 1-3 4-6 7-10 11-20 21-50 >50
	T1.5.8 Ausgaben	Zahl
	F1.5.8.1 Medikamente/Kosmetika vorwiegend gekauft im	Versandhandel Internet
	F1.5.8.2 Anzahl der Käufe	0 1-3 4-6 7-10 11-20 21-50 >50
	T1.5.8 Ausgaben	Zahl
	F1.5.9.1 Möbel vorwiegend gekauft im	Versandhandel Internet
	F1.5.9.2 Anzahl der Käufe	0 1-3 4-6 7-10 11-20 21-50 >50
	T1.5.9 Ausgaben	Zahl
	F15.10.1 Haushaltsartikel vorwiegend gekauft im	Versandhandel Internet
	F1.5.10.2 Anzahl der Käufe	0 1-3 4-6 7-10 11-20 21-50 >50
	T1.5.10 Ausgaben	Zahl
	F15.11.1 Lebensmittel vorwiegend gekauft im	Versandhandel Internet
	F1.5.11.2 Anzahl der Käufe	0 1-3 4-6 7-10 11-20 21-50 >50
	T1.5.11 Ausgaben	Zahl
	F15.12.1 Veranstaltungstickets vorwiegend gekauft im	Versandhandel Internet
	F1.5.12.2 Anzahl der Käufe	0 1-3 4-6 7-10 11-20 21-50 >50
	T1.5.12 Ausgaben	Zahl
	F15.13.1 Reisen vorwiegend gekauft im	Versandhandel Internet
	F1.5.13.2 Anzahl der Käufe	0 1-3 4-6 7-10 11-20 21-50 >50
	T1.5.13 Ausgaben	Zahl
	T15.14.1 sonst.	Text
F15.14.1 sonst. vorwiegend gekauft im	Versandhandel Internet	
F1.5.14.2 Anzahl der Käufe	0 1-3 4-6 7-10 11-20 21-50 >50	
T1.5.14 Ausgaben	Zahl	
	T1.6.1 Sind bei Bestellung/Auslieferung/ Bezahlung/Umtausch o.ä. Probleme aufgetreten	Text
	F1.7.1 Entwicklung der Versandhandelskäufe in Zukunft	keine Käufe Käufe sinken Käufe bleiben gleich Käufe steigen
	F1.7.2 Entwicklung der Internetkäufe in Zukunft	keine Käufe Käufe sinken Käufe bleiben gleich Käufe steigen
BEKANNTHEITSGRAD DER ZUSTELLKONZEPTE	F2.1.1 Abholstellen	nicht bekannt bekannt schon genutzt
	F2.1.2 Paketboxen	nicht bekannt bekannt schon genutzt
	F2.1.3 Zustellung nach Hause	nicht bekannt bekannt schon genutzt
	F2.1.4 Schließfachanlagen	nicht bekannt bekannt schon genutzt

	Variable	Werte
ANFORDERUNGEN AN ZUSTELLKONZEPTE	F2.2.1 Ich möchte verfolgen, wo sich meine Bestellung befindet	0 unwichtig/trifft nicht zu ... 5 wichtig/trifft zu
	F2.2.2 Ich erwarte eine Handy- oder e-Mail-Benachrichtigung, wenn Ware abholbereit	0 unwichtig/trifft nicht zu ... 5 wichtig/trifft zu
	F2.2.3 Ich erwarte eine Benachrichtigung über Festnetz, wenn Ware abholbereit	0 unwichtig/trifft nicht zu ... 5 wichtig/trifft zu
	F2.2.4 Ich möchte die Möglichkeit der Barzahlung bei Wareneingang	0 unwichtig/trifft nicht zu ... 5 wichtig/trifft zu
	F2.2.5 Ich möchte eine Empfangsbestätigung bei jeder Zustellung abgeben	0 unwichtig/trifft nicht zu ... 5 wichtig/trifft zu
	F2.2.6 Die Haftung bei Beschädigungen an der Ware ist klar zu regeln	0 unwichtig/trifft nicht zu ... 5 wichtig/trifft zu
	F2.2.7 Für die Rücksendung von Retouren nehme ich den Weg zur Post in Kauf	0 unwichtig/trifft nicht zu ... 5 wichtig/trifft zu
	F2.2.8 Für die Retourenabwicklung durch Zusteller/Abholstelle nehme ich eine Gebühr in Kauf	0 unwichtig/trifft nicht zu ... 5 wichtig/trifft zu
	F2.2.9 Für Beschwerden/Rückfragen sollte eine einheitliche Beschwerdestelle eingerichtet sein	0 unwichtig/trifft nicht zu ... 5 wichtig/trifft zu
	F2.2.10 Ich bin bereit, mich je nach Wahl der Zustellung vorab zu registrieren	0 unwichtig/trifft nicht zu ... 5 wichtig/trifft zu
	F2.2.11 Ich möchte auch Waren im Ausland bestellen	0 unwichtig/trifft nicht zu ... 5 wichtig/trifft zu
	F2.2.12 Ich möchte auch private Päckchen senden und/oder empfangen (z.B. eBay)	0 unwichtig/trifft nicht zu ... 5 wichtig/trifft zu
	F2.2.13 Ich ziehe pauschale Kosten/Gebühren den Kosten je Bestellung vor	0 unwichtig/trifft nicht zu ... 5 wichtig/trifft zu
	F2.2.14 Für Auslandssendungen akzeptiere ich höhere Gebühren	0 unwichtig/trifft nicht zu ... 5 wichtig/trifft zu
	F2.3 bevorzugte Zustellungsart	Abholstelle Paketbox nach Hause Schließfachanlage
BEWERTUNG VON AUSSAGEN ZUR ABHOLSTELLE Die Abholstelle soll ...	F2.4.1 täglich (Mo.-So.) 24 Std. geöffnet sein	0 unwichtig ... 5 wichtig
	F2.4.2 zu Fuß/mit dem Rad erreichbar sein	0 unwichtig ... 5 wichtig
	F2.4.3 mit dem Pkw direkt anfahrbar sein	0 unwichtig ... 5 wichtig
	F2.4.4 mit Bus und Bahn erreichbar sein	0 unwichtig ... 5 wichtig
	F2.4.5 auf meinem Arbeits- / Ausbildungsweg liegen	0 unwichtig ... 5 wichtig
	F2.4.6 auf meinem Einkaufsweg liegen	0 unwichtig ... 5 wichtig
	F2.4.7 auf meinem Freizeitweg liegen	0 unwichtig ... 5 wichtig
	F2.4.8 die Waren bis zu 1 Woche lagern	0 unwichtig ... 5 wichtig
	F2.4.9 auch große Waren (z.B. Fernseher) annehmen	0 unwichtig ... 5 wichtig
	F2.4.10 auch gekühlte Waren (Lebensmittel) annehmen	0 unwichtig ... 5 wichtig
	T2.4.11 sonst.	Text
	F2.4.11 sonst.	0 unwichtig ... 5 wichtig
BEWERTUNG VON AUSSAGEN ZUR ABHOLSTELLE Ich möchte die Waren abholen	F2.4.12 auf meinem Weg zur Arbeit / Ausbildung	trifft nicht zu trifft zu
	F2.4.13 auf meinem Heimweg von der Arbeit / Ausbildung	trifft nicht zu trifft zu
	F2.4.14 in der Mittagspause	trifft nicht zu trifft zu
	T2.4.15 sonst.	Text
	F2.4.15 sonst.	trifft nicht zu trifft zu
RANKING VON ALTERNATIVEN DER ABHOLSTELLE	verschiedene Kombinationen der Merkmale Öffnungszeit (täglich 24 Std. / Mo.-Fr., 8-20 Uhr) Kosten (keine Kosten / 1,50€ je Abholung) Lagerdauer (1 Woche / 1 Tag) Warenbeschränkung (alle Waren / keine großen oder gekühlten Waren)	Ranking von 1 bis 6
BEWERTUNG VON AUSSAGEN ZUR PAKETBOX Die Paketbox soll ...	F2.5.1 auch große Waren (z.B. Fernseher) aufnehmen	0 unwichtig ... 5 wichtig
	F2.5.2 auch gekühlte Waren (Lebensmittel) aufnehmen	0 unwichtig ... 5 wichtig
	F2.5.3 nichts kosten (Anschaffungskosten)	0 unwichtig ... 5 wichtig
	F2.5.4 weniger als 100 € kosten (Anschaffungskosten)	0 unwichtig ... 5 wichtig
	T2.5.1 sonst.	Text
	F2.5.5 sonst.	0 unwichtig ... 5 wichtig

	Variable	Werte
RANKING VON ALTERNATIVEN DER PAKETBOX	verschiedene Kombinationen der Merkmale Kosten (keine Kosten / Anschaffungskosten 50 € / 100 € / mehr als 100 €) Warenbeschränkung (alle Waren / keine großen oder gekühlten Waren)	Ranking von 1 bis 6
BEWERTUNG VON AUSSAGEN ZUR HAUSZUSTELLUNG Die Hauszustellung soll ...	F2.6.1 kostenfrei erfolgen	0 unwichtig ... 5 wichtig
	F2.6.2 innerhalb eines vorgegebenen Zeitraums erfolgen	0 unwichtig ... 5 wichtig
	F2.6.3 bei Abwesenheit mehrfach wiederholt werden	0 unwichtig ... 5 wichtig
	T2.6.1 sonst.	Text
	F2.6.4 sonst.	0 unwichtig ... 5 wichtig
RANKING VON ALTERNATIVEN DER HAUSZUSTELLUNG	verschiedene Kombinationen der Merkmale Kosten (keine Kosten / 5€ / 10 € je Zustellung) vereinbarter Zeitraum (keiner / 2 Stunden Zeitraum) Zustellversuche (einmal / dreimal)	Ranking von 1 bis 6
BEWERTUNG VON AUSSAGEN ZUR SCHLISSFACHANLAGE Die Schließfachanlage soll ...	F2.7.1 täglich (Mo.-So.) 24 Std. geöffnet sein	0 unwichtig ... 5 wichtig
	F2.7.2 zu Fuß/mit dem Rad erreichbar sein	0 unwichtig ... 5 wichtig
	F2.7.3 mit dem Pkw direkt anfahrbar sein	0 unwichtig ... 5 wichtig
	F2.7.4 mit Bus und Bahn erreichbar sein	0 unwichtig ... 5 wichtig
	F2.7.5 auf meinem Arbeits- / Ausbildungsweg liegen	0 unwichtig ... 5 wichtig
	F2.7.6 auf meinem Einkaufsweg liegen	0 unwichtig ... 5 wichtig
	F2.7.7 auf meinem Freizeitweg liegen	0 unwichtig ... 5 wichtig
	F2.7.8 die Waren bis zu 1 Woche lagern	0 unwichtig ... 5 wichtig
	F2.7.9 auch große Waren (z.B. Fernseher) annehmen	0 unwichtig ... 5 wichtig
	F2.7.10 auch gekühlte Waren (Lebensmittel) annehmen	0 unwichtig ... 5 wichtig
	T2.7.11 sonst.	Text
BEWERTUNG VON AUSSAGEN ZUR ABHOLSTELLE Ich möchte die Waren abholen	F2.7.11 sonst.	0 unwichtig ... 5 wichtig
	F2.7.12 auf meinem Weg zur Arbeit / Ausbildung	trifft nicht zu trifft zu
	F2.7.13 auf meinem Heimweg von der Arbeit / Ausbildung	trifft nicht zu trifft zu
	F2.7.14 in der Mittagspause	trifft nicht zu trifft zu
	T2.7.15 sonst.	Text
RANKING VON ALTERNATIVEN DER SCHLISSFACHANLAGE (Ranking von 1 bis 6)	verschiedene Kombinationen der Merkmale Lagerdauer (1 Woche / 1 Tag) Erreichbarkeit (zu Fuß / auf dem Weg / mit Umweg) Warenbeschränkung (alle Waren / keine großen oder gekühlten Waren)	Ranking von 1 bis 6
Durch Käufe im Internet/Versandhandel spare ich ...	F3.1.1 eine Einkaufsfahrt mit dem Auto	nie gelegentlich meistens immer
	F3.1.2 eine Einkaufsfahrt mit Bus/Bahn	nie gelegentlich meistens immer
	F3.1.3 einen Umweg mit dem Auto	nie gelegentlich meistens immer
	F3.1.4 einen Umweg mit Bus/Bahn	nie gelegentlich meistens immer
	T3.1.1 sonst.	Text
	F3.1.5 sonst.	nie gelegentlich meistens immer
Die im Internet/Versandhandel bestellten Waren hätte ich sonst besorgt ...	F3.1.6 zusammen mit anderen Waren bei einem Einkauf	nie gelegentlich meistens immer
	F3.1.7 auf dem Weg von/zur Arbeit/Freizeit/Ausbildung u.ä.	nie gelegentlich meistens immer
	F3.1.8 auf einem Einkauf, bei dem ich nur diese eine Ware kaufe	nie gelegentlich meistens immer
	T3.1.2 sonst.	Text
	F3.1.9 sonst.	nie gelegentlich meistens immer
Über die im Internet/Versandhandel bestellten Waren informiere ich mich ...	F3.1.10 im Internet	nie gelegentlich meistens immer
	F3.1.11 in einem Geschäft	nie gelegentlich meistens immer
	F3.1.12 in Zeitschriften u.ä.	nie gelegentlich meistens immer
	T3.1.3 sonst.	Text
	F3.1.13 sonst.	nie gelegentlich meistens immer
EINKAUSVERHALTEN - WO KAUFEN SIE EIN?	F3.2.1.1 Täglicher Einkauf im Wohnstadtteil	nie gelegentlich meistens immer
	F3.2.1.2 Shopping im Wohnstadtteil	nie gelegentlich meistens immer
	F3.2.2.1 Täglicher Einkauf im Arbeits-Stadtteil	nie gelegentlich meistens immer
	F3.2.2.2 Shopping im Arbeits-Stadtteil	nie gelegentlich meistens immer
	F3.2.3.1 Täglicher Einkauf in Kölner Innenstadt	nie gelegentlich meistens immer
	F3.2.3.2 Shopping in Kölner Innenstadt	nie gelegentlich meistens immer
	F3.2.4.1 Täglicher Einkauf am Stadtrand	nie gelegentlich meistens immer
	F3.2.4.2 Shopping am Stadtrand	nie gelegentlich meistens immer
	F3.2.5.1 Täglicher Einkauf außerhalb der Stadt	nie gelegentlich meistens immer
	F3.2.5.2 Shopping im außerhalb der Stadt	nie gelegentlich meistens immer
	T3.2 sonst.	Text
	F3.2.6.1 Täglicher Einkauf sonst.	nie gelegentlich meistens immer
	F3.2.6.2 Shopping sonst.	nie gelegentlich meistens immer

	Variable	Werte
VERKEHRSMITTELWAHL	F3.3.1.1 mit dem Pkw zum Einkauf	nie gelegentlich meistens immer
	F3.3.1.2 mit dem Pkw zur Arbeit/Ausbildung	nie gelegentlich meistens immer
	F3.3.2.1 mit Bus/Bahn zum Einkauf	nie gelegentlich meistens immer
	F3.3.2.2 mit Bus/Bahn zur Arbeit/Ausbildung	nie gelegentlich meistens immer
	F3.3.3.1 mit dem Rad /zu Fuß zum Einkauf	nie gelegentlich meistens immer
	F3.3.3.2 mit dem Rad / zu Fuß zur Arbeit/Ausbildung	nie gelegentlich meistens immer
	T3.3 sonst.	Text
	F3.3.4.1 sonst. zum Einkauf	nie gelegentlich meistens immer
	F3.3.4.2 sonst. zur Arbeit/Ausbildung	nie gelegentlich meistens immer
	F4.1 Geschlecht	weiblich männlich
F4.2 Alter	jünger als 14 Jahre 14-17 Jahre 18-25 Jahre 26-30 Jahre 31-40 Jahre 41-50 Jahre 51-60 Jahre 61-70 Jahre älter als 70 Jahre	
F4.3 Anzahl Personen im Haushalt	1 2 3 4 5 mehr als 5	
T4.4 PLZ des Wohnortes		
T4.5 PLZ des Arbeitsortes		
F4.6 Erwerbstätigkeit	selbständig abhängig beschäftigt Ausbildung nicht berufstätig sonst	
F4.7 Ausbildung	Studium Abitur mittl. Reife u.ä. Haupt-/Volksschule Lehre Meister sonst.	
F4.8 monatl. Haushaltsnettoeinkommen	weniger als 700 € 700 € bis 1.100 € 1.100 € bis -1.500 € 1.500 € bis 1.700€ 1.700 € bis 2.000 € 2-000 € bis 2.300 € 2.300 € bis 2.600 € 2.600 € bis 3.200 € 3.200 € bis 4.000 € 4.000 € bis 5.000 € mehr als 5.000 €	
F4.9.1 Internetzugang	nein zu Hause am Arbeitsplatz 4 Internetcafé, Bibliothek, ... sonst.	
F4.10 Internetnutzung	täglich mehrmals pro Woche 1 mal pro Woche weniger als 1 mal pro Woche nie	
F4.11.1 Internetnutzung	Information Spiele e-mails Einkauf Banking sonst.	

KE-CONSULT

Kurte & Esser GbR
Wirtschafts- und Verkehrsberatung
Dr. Judith Kurte Dr. Klaus Esser
Oskar-Jäger-Str. 175
50825 Köln
Tel. 0221 5503075
<http://www.ke-consult.de>
kontakt@ke-consult.de

Köln, Mai 2005