

# Pressemitteilung

Datum  
10. März 2008

Herbert Lechner  
GfK Panel Services Deutschland  
Tel. +49 (0)911 395-3668  
Fax +49 (0)911 395-4433  
herbert.lechner@gfk.com

Marion Eisenblätter  
Corporate Communications  
Tel. +49 (0)911 395-2645  
Fax +49 (0)911 395-4041  
marion.eisenblaetter@gfk.com

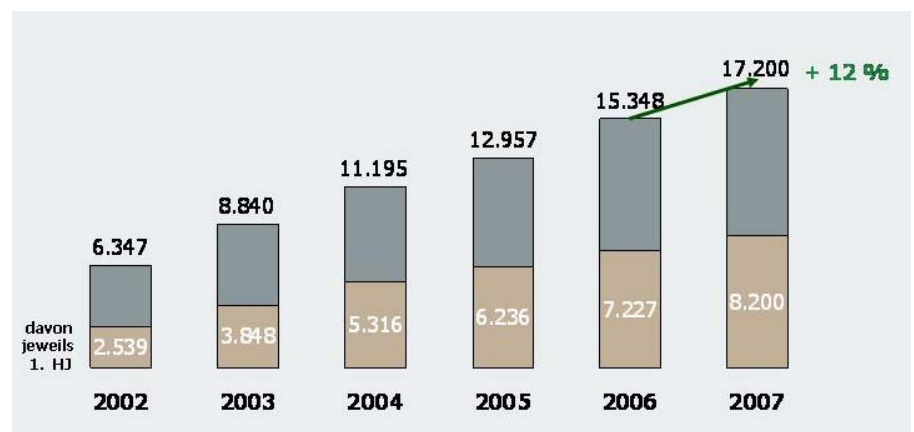
## Über 17 Milliarden Euro ins Netz gegangen

### Aktuelle Ergebnisse der GfK-Studie WebScope zum Kaufverhalten der Deutschen im Internet

**Nürnberg, 10. März 2008 – Deutsche Verbraucher haben im vergangenen Jahr 17,2 Milliarden Euro für Waren und Dienstleistungen ausgegeben, die sie direkt über das Internet gekauft haben. Das ist deutlich mehr als im Vorjahr. Das Web ist damit weiterhin der Vertriebskanal mit der höchsten Wachstumsdynamik. Das sind Ergebnisse aus der Studie WebScope, zu der die GfK Panel Services Deutschland kontinuierlich Käufe und Bestellungen von Waren und Dienstleistungen im Web erhebt.**

Im vergangenen Jahr wurden insgesamt 17,2 Milliarden Euro mit Einkäufen von privaten Verbrauchern im Internet erwirtschaftet. Das entspricht einer Zunahme von 12 Prozent im Vergleich zum Jahr 2006. Gegenüber dem Jahr 2002 hat sich der über das Internet generierte Umsatz fast verdreifacht. Damit weist dieser Vertriebsweg seit Jahren die größte Dynamik unter allen Absatzwegen im Einzelhandel auf. Besonders beliebt sind dabei Textilien und Reisen.

### E-Commerce-Umsatzentwicklung in Millionen Euro



GfK Aktiengesellschaft  
Nordwestring 101  
D-90319 Nürnberg

Tel. +49 (0) 911 395-0  
Fax +49 (0) 911 395-2209  
public.relations@gfk.com  
www.gfk.com

Vorstand:  
Professor Dr.  
Klaus L. Wübberhorst  
(Vorsitzender)  
Christian Weller von Ahlefeld  
(CFO)  
Petra Heinlein  
Debra A. Pruent  
Dr. Gérard Hermet  
Wilhelm R. Wessels

Vorsitzender des  
Aufsichtsrats:  
Hajo Riesenbeck

Registergericht  
Nürnberg HRB 9398



## **Wachstum durch mehr Konsumenten und höherer Kauffrequenz**

Der Umsatzzuwachs im Jahr 2007 resultiert im Wesentlichen aus zwei Gründen: Zum einen ist die Anzahl der Online-Käufer mit 800.000 auf 28,8 Millionen im Vergleich zum Vorjahr nochmals angestiegen. Zum zweiten haben die Konsumenten häufiger im Internet eingekauft. So hat sich die durchschnittliche Einkaufsfrequenz von 7,8 Online-Einkäufen pro Person im Jahr 2006 auf 8,5 Kaufakte im Jahr 2007 weiter erhöht.

Die Verbraucher nutzen damit das Internet vermehrt als Einkaufsquelle neben den stationären Geschäften. Der Anteil der Konsumenten, die nicht nur den stationären Einzelhandel für seine Besorgungen nutzt – die so genannten „Multichannel-Käufer“ –, ist in den letzten beiden Jahren um 1,8 Millionen auf 21,8 Millionen Haushalte angewachsen.

### **Zur Studie**

Mit GfK WebScope misst die GfK Panel Services Deutschland seit 2001 kontinuierlich alle Käufe und Bestellungen von Waren und Dienstleistungen im Internet. Neben dem Erwerb von Neuprodukten werden auch Auktions- und Tauschbörsen mit Gebrauchsgütern beobachtet. Basis ist eine repräsentative Stichprobe von 10.000 deutschen Internetnutzern ab 14 Jahren.

Weitere Informationen: Herbert Lechner, Tel. +49 (0)911 395-3668, [herbert.lechner@gfk.com](mailto:herbert.lechner@gfk.com)

### **Zur GfK Gruppe**

Die GfK Gruppe, weltweit die Nummer 5 der Marktforschungsunternehmen, ist in den drei Sektoren Custom Research, Retail and Technology und Media aktiv. Insgesamt gehören der GfK Gruppe 115 operative Unternehmen an, die über 90 Länder abdecken. Von den 9.070 Beschäftigten (Stand 31. Dezember 2007) arbeiten 81,1 Prozent außerhalb Deutschlands. Weitere Informationen erhalten Sie unter [www.gfk.com](http://www.gfk.com).

V.i.S.d.P.  
GfK AG, Corporate Communications  
Marion Eisenblätter  
Nordwestring 101  
90319 Nürnberg  
Tel. +49 (0) 911 395-2645  
Fax +49 (0) 911 395-4041  
[public.relations@gfk.com](mailto:public.relations@gfk.com)