

Pressemitteilung

Datum

17. März 2009

Martin Kaldik
GfK Panel Services Deutschland
Tel. +49 911 395-3949
Fax +49 911 395-4433
martin.kaldik@gfk.com

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

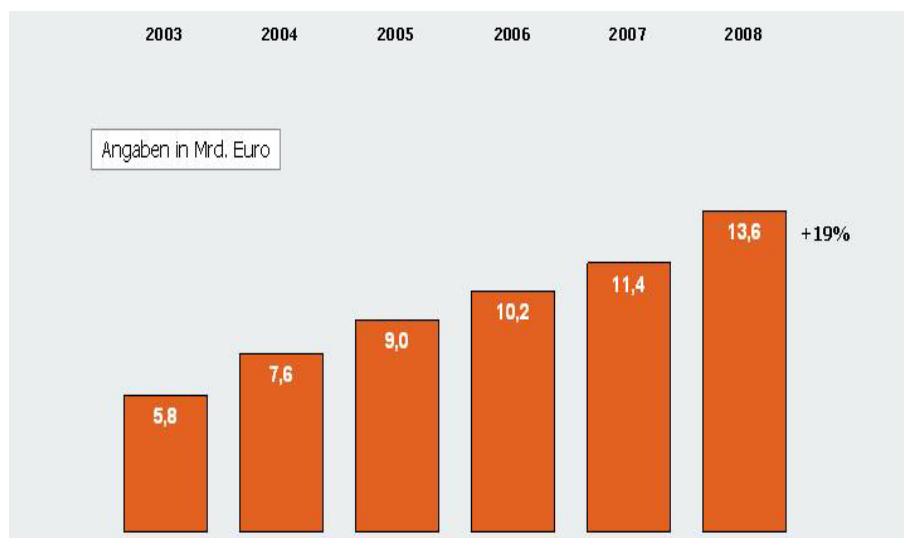
E-Commerce-Umsatz wächst weiter

Aktuelle Ergebnisse aus dem GfK WebScope zum Kaufverhalten der Deutschen im Internet

Nürnberg, 17. März 2009 – Die deutschen Konsumenten haben im vergangenen Jahr für rund 13,6 Milliarden Euro Waren im Internet gekauft. Insgesamt legte der E-Commerce-Umsatz mit einem Plus von 19 Prozent deutlich zu. Das sind Ergebnisse aus dem WebScope-Panel, mit dem die GfK Panel Services Deutschland kontinuierlich Käufe und Bestellungen von Waren im World Wide Web erhebt.

Immer mehr Menschen kaufen immer häufiger im Internet ein. Damit bleibt das Internet weiterhin der Vertriebskanal mit der höchsten Wachstumsdynamik. Entgegen dem allgemeinen Konsumtrend bei Nonfood-Produkten konnte der E-Commerce-Umsatz auch im Jahre 2008 deutlich gesteigert werden.

E-Commerce-Umsatzentwicklung in Milliarden Euro



GfK SE
Nordwestring 101
D-90419 Nürnberg

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

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

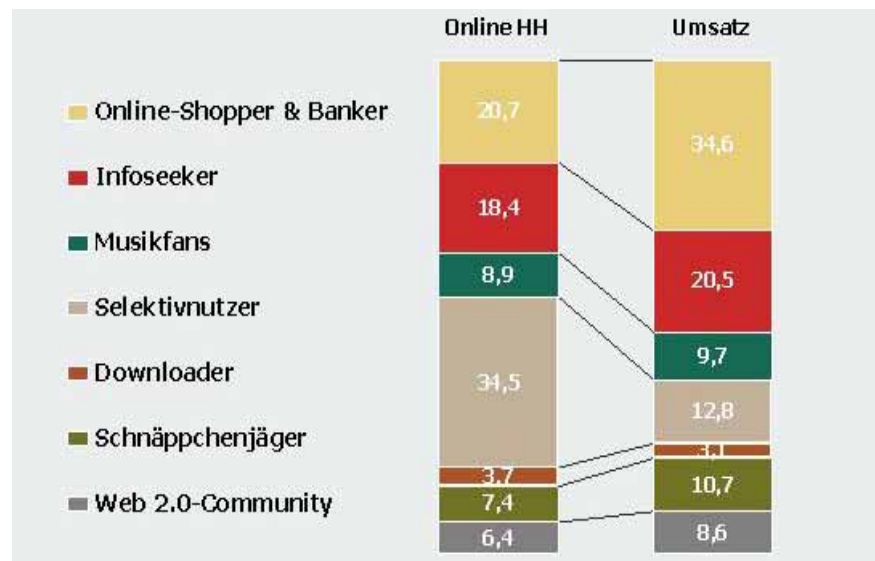
Vorsitzender des
Aufsichtsrats:
Dr. Arno Mahlert

Registergericht
Nürnberg HRB 25014

Die positive Entwicklung ist in erster Linie darauf zurückzuführen, dass immer mehr Menschen im Netz einkaufen. So stieg die Anzahl der Internet-Käufer um 12 Prozent auf 29,5 Millionen. Die Einkaufshäufigkeit blieb mit 9,4 Käufen pro Person und Jahr fast konstant; die Durchschnittsausgaben pro Kauf stiegen um 7 Prozent auf knapp 49 Euro.

Allerdings zeigt sich, dass einzelne Konsumentengruppen das Internet als Einkaufsmöglichkeit völlig unterschiedlich nutzen. Hierfür hat die GfK Panel Services Deutschland die Konsumenten in sieben verschiedene Online-Nutzer-Typen segmentiert. Die meisten Verbraucher – insgesamt knapp 35 Prozent – gehören zur Gruppe der Selektivnutzer. Diese Gruppe erwirtschaftet aber nur knapp 13 Prozent des Umsatzes. Den größten Anteil am Umsatz liefert die Gruppe der Online-Shopper und Banker, die mit gut 20 Prozent die zweitgrößte Gruppe der Internetnutzer stellen. Sie erwirtschafteten knapp 35 Prozent des E-Commerce-Umsatzes.

Anteil der verschiedenen Nutzergruppen am E-Commerce-Umsatz/ an allen Online-Haushalten



Zur Studie

Mit dem Panel GfK WebScope misst die GfK Panel Services Deutschland seit 2001 kontinuierlich alle Käufe und Bestellungen von Waren im Internet. In der Online-Nutzer-Typen-Studie werden die sieben Konsumenten-Segmente tiefergehend mit Blick auf ihr Ausgabeverhalten in rund 25 einzelnen Produktgruppen analysiert.

Zusätzlich werden umfangreiche soziodemographische Beschreibungen erhoben. 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: Martin Kaldik, Tel. +49 911 395-3949,
martin.kaldik@gfk.com

Zur GfK Gruppe

Die GfK Gruppe, weltweit die Nummer 4 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 100 Länder abdecken. Von den rund 10.000 Beschäftigten (Stand 30. September 2008) arbeiten mehr als 80 Prozent außerhalb Deutschlands. Weitere Informationen erhalten Sie unter www.gfk.com.

V.i.S.d.P.
GfK SE, Corporate Communications
Marion Eisenblätter
Nordwestring 101
90419 Nürnberg
Tel. +49 911 395-2645
Fax +49 911 395-4041
public.relations@gfk.com