



# Pressemitteilung

Datum  
30. März 2011

Thomas Pauschert  
ENIGMA GfK  
Tel. +49 911 999-6044  
thomas.pauschert@enigma-  
gfk.de

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

## Mobiles Online Shopping nimmt zu

### Ergebnisse des Online Shopping Survey (OSS) 2011

**Wiesbaden, 30. März 2011 – Im letzten Jahr haben 38,1 Millionen Deutsche zwischen 14 und 69 Jahren Waren oder Dienstleistungen im Internet gekauft. Das sind vier Millionen Online Shopper mehr als im Jahr davor. Darunter waren 18,5 Millionen Onlinebucher von Reisedienstleistungen und 10,1 Millionen Verbraucher, die im Internet etwas bei Privatpersonen gekauft haben. Die Ergebnisse stammen aus dem Online Shopping Survey (OSS) 2011 der ENIGMA GfK.**

Die Rangliste der Produktkategorien mit den meisten Onlinekäufern wird weiterhin angeführt von Büchern (18,9 Millionen), gefolgt von Bekleidung (17,2 Millionen), Veranstaltungstickets (13,3 Millionen), Tonträgern (11,3 Millionen) und Hotelübernachtungen (10,9 Millionen). Der stärkste Zuwachs an Online-Käufern entfiel erneut auf Bücher (+4,0 Millionen), gefolgt von Hotelübernachtungen (+3,4 Millionen) und Tonträgern (+2,8 Millionen).

### Erneuter Wechsel an der Spitze der Shopping Sites

Amazon hat sich mit 24,7 Millionen Onlinekäufern den Spitzenplatz nach Kundenzahl von ebay (20,9 Millionen) zurückgeholt. Weltbild dringt mit 7,6 Millionen Onlinekäufern erstmals an Otto vorbei auf den 3. Platz vor und ist damit höchstplatzierte Shopping Site eines Multichannel-Anbieters:

GfK SE  
Nordwestring 101  
90419 Nürnberg

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

Vorstand:  
Prof. Dr. Klaus L. Wübberhorst  
(Vorsitzender)  
Pamela Knapp (CFO)  
Dr. Gerhard Hausruckinginger  
Petra Heinlein  
Debra A. Pruent  
Wilhelm R. Wessels

Vorsitzender des  
Aufsichtsrats:  
Dr. Arno Mahler

Registergericht  
Nürnberg HRB 25014

Shopping Site	Onlinekäufer (in Mio.)	Ranking 2011	Ranking 2010
Amazon.de	24,7	1	2
ebay.de	20,9	2	1
Weltbild.de	7,6	3	4
Otto.de	7,0	4	3
Tchibo.de	5,5	5	5

(Basis: 38,1 Millionen Onlinekäufer von Waren oder Dienstleistungen in Deutschland)

### Einfluss des mobilen Internets auf das Kaufverhalten wächst

Unter den insgesamt 49 Millionen Personen zwischen 14 und 69 Jahren, die im letzten Jahr in Deutschland von irgendeinem Ort aus das Internet genutzt haben, gibt ein Drittel an, dafür auch über internetfähige Mobiltelefone zu verfügen. Einhergehend mit dem Markterfolg von Mobiltelefonen mit verbesserten Internetfunktionen ist die Zahl der Nutzer, die im letzten Jahr vom Handy aus tatsächlich online waren, mit einem großen Sprung um 4,7 Millionen auf 10,6 Millionen Verbraucher gestiegen. Das entspricht einem Zuwachs von 79 Prozent.

Besonders dynamisch entwickelte sich die Zahl derjenigen Verbraucher, die das Mobiltelefon für Transaktionen nutzen. Sie legte im Lauf des Jahres 2010 von 2,1 Millionen um 157 Prozent auf 5,4 Millionen User zu. Spiele laden 2,6 Millionen Handynutzer herunter, Musik 2,1 Millionen und Online Banking per Handy praktizieren 1,9 Millionen. Gleich danach folgt Online Shopping von Waren und Dienstleistungen jenseits des reinen Downloads mit 1,4 Millionen Nutzern.

Internetnutzung via Mobiltelefon im Jahr 2010		Nutzer (in Mio.)
<b>Transaktionen</b>	<b>gesamt</b>	<b>5,4</b>
	Download von Spielen	2,6
	Download von Musik	2,1
	Online Banking	1,9
	Online Shopping	1,4
	Download von Klingeltönen	0,5
	Download von Handylogos	0,4
<b>Funktionen</b>	E-Mailing	6,9
	Verschicken/Empfangen von Fotos	5,6
	Navigation	5,5
<b>Redaktionelle Inhalte</b>	Wetterbericht	5,9
	Politiknachrichten	3,7
	Sportnachrichten	3,6
<b>Social Media</b>	Onlinenetzwerke	5,4
	Videoportale	5,0
	Blogs	0,9

(Basis: 10,6 Millionen Personen zwischen 14 und 69 Jahren, die in den letzten zwölf Monaten mobil das Internet genutzt haben)

Bei den mobil genutzten Internetfunktionen führt E-Mailing vor dem Verschicken und Empfangen von Bildern (MMS). An dritter Stelle der genutzten Funktionen folgt dann bereits die Navigation mit Hilfe von GPS-



Funktionen. Bei redaktionellen Angeboten im Mobile Web steht der Abruf des Wetterberichts ganz oben, mit weitem Abstand gefolgt von Politik- und Sportnachrichten. Die meisten mobilen Social-Media-Tätigkeiten finden in Onlinenetzen und auf Videoportalen statt.

Für den stationären Handel wie auch für den Onlinehandel bedeutet der zunehmende Erfolg des mobilen Internets, dass sich die Konkurrenz untereinander weiter verschärft. Günstigere, hochwertigere, nähere und schnellere Angebote sind im Zeitalter des World Wide Web für den User schließlich nur einen Klick weit entfernt. Die Geräte, die solche Klicks ermöglichen, haben die Verbraucher in Zukunft immer öfter in der Jacken- oder Handtasche.

### **Zur Studie**

Der Online Shopping Survey (OSS) ist eine jährlich wiederkehrende Studie der ENIGMA GfK, dem deutschen auf Medienforschung spezialisierten Instituts der GfK Gruppe, das Informationsservices für die Mediengattungen Fernsehen, Print, Radio und Internet anbietet. Im Januar und Februar 2011 wurden für den OSS in Deutschland 1.179 Personen zwischen 14 und 69 Jahren telefonisch zum Internet und dessen Einfluss beim Einkauf von 29 Produkt- und Dienstleistungsbereichen befragt.

Weitere Informationen: Thomas Pauschert, ENIGMA GfK, Tel. +49 611 999-6044, [thomas.pauschert@enigma-gfk.de](mailto:thomas.pauschert@enigma-gfk.de)

### **Zur GfK Gruppe**

Die GfK Gruppe bietet das grundlegende Wissen, das Industrie, Handel, Dienstleistungsunternehmen und Medien benötigen, um Marktentscheidungen zu treffen. Ihr umfassendes Angebot beinhaltet Informations- und Beratungsservices in den drei Sektoren Custom Research, Retail and Technology und Media. Weltweit ist die Nummer 4 der Marktforschungsunternehmen in mehr als 100 Ländern aktiv und beschäftigt über 10.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Im Jahr 2009 betrug der Umsatz der GfK Gruppe 1,16 Milliarden Euro. Weitere Informationen erhalten Sie unter [www.gfk.com](http://www.gfk.com). Folgen Sie uns auf Twitter: [www.twitter.com/gfk\\_gruppe](http://www.twitter.com/gfk_gruppe)

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](mailto:public.relations@gfk.com)