

Pressekonferenz

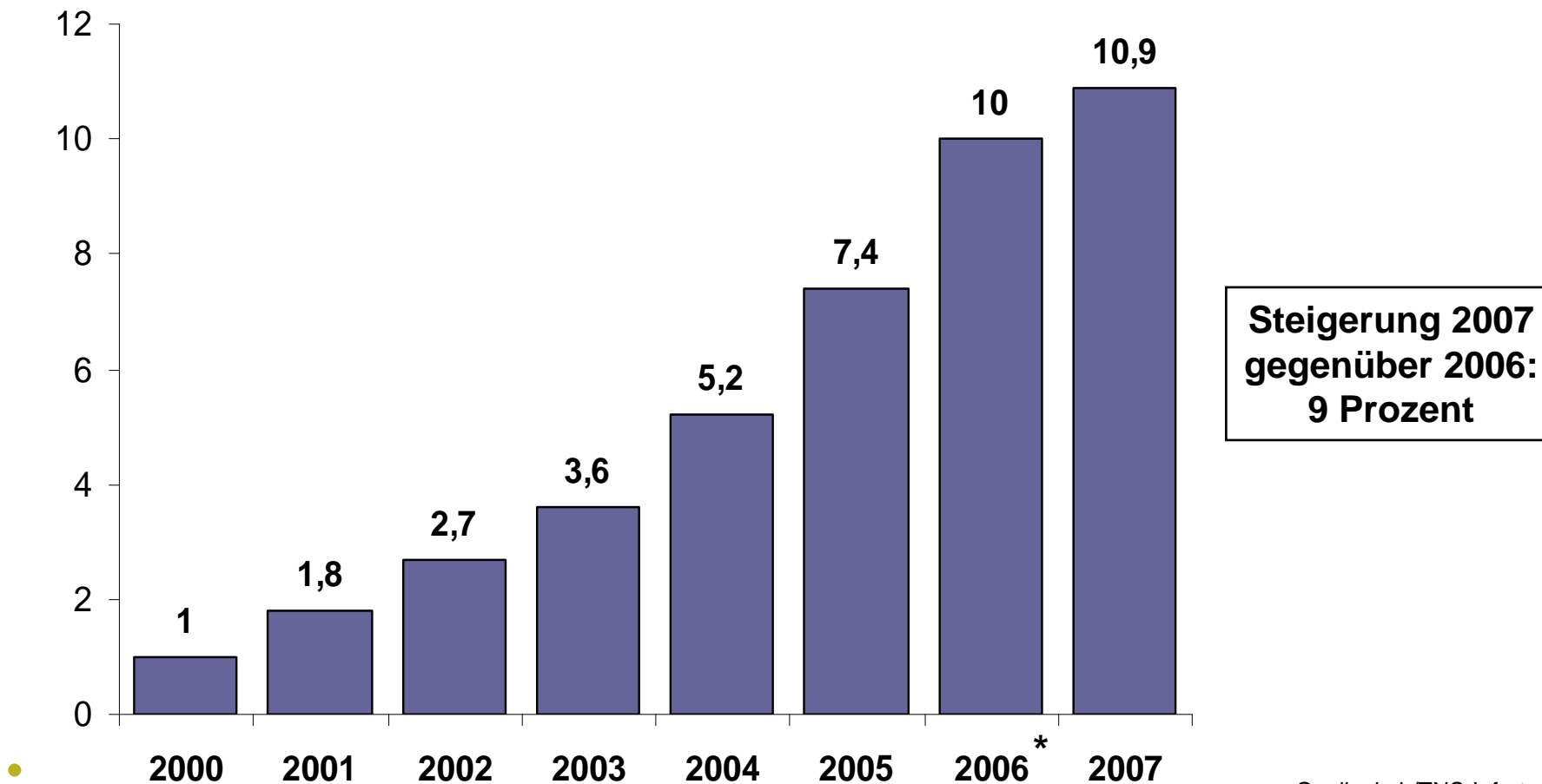
Entwicklung des E-Commerce in Deutschland (BtC)

Düsseldorf, 29. Oktober 2007

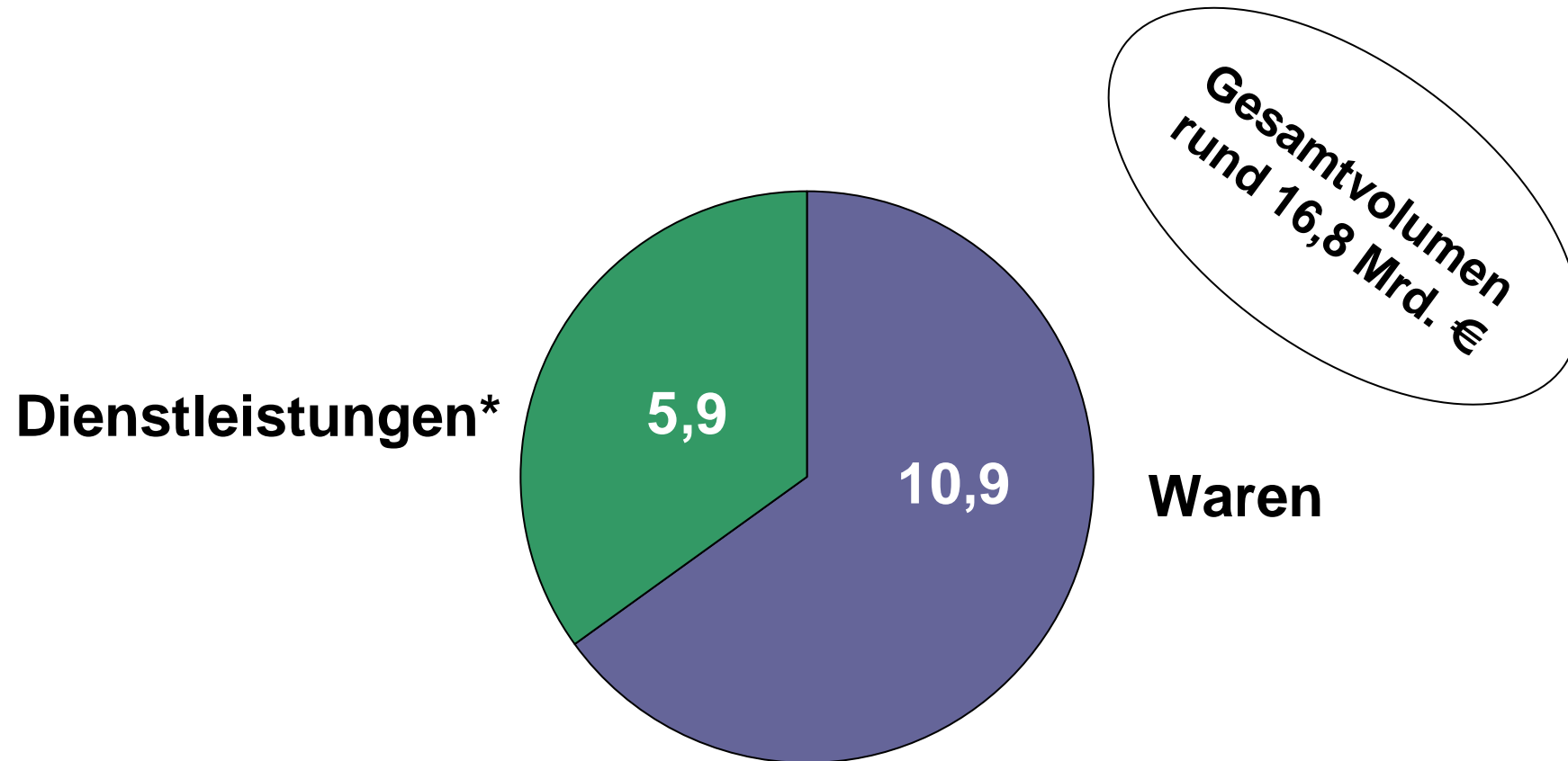
• • •

• • • • •
• • • • •
• • • • •

Onlineumsätze mit Waren in Mrd. Euro, 2000 – 2007



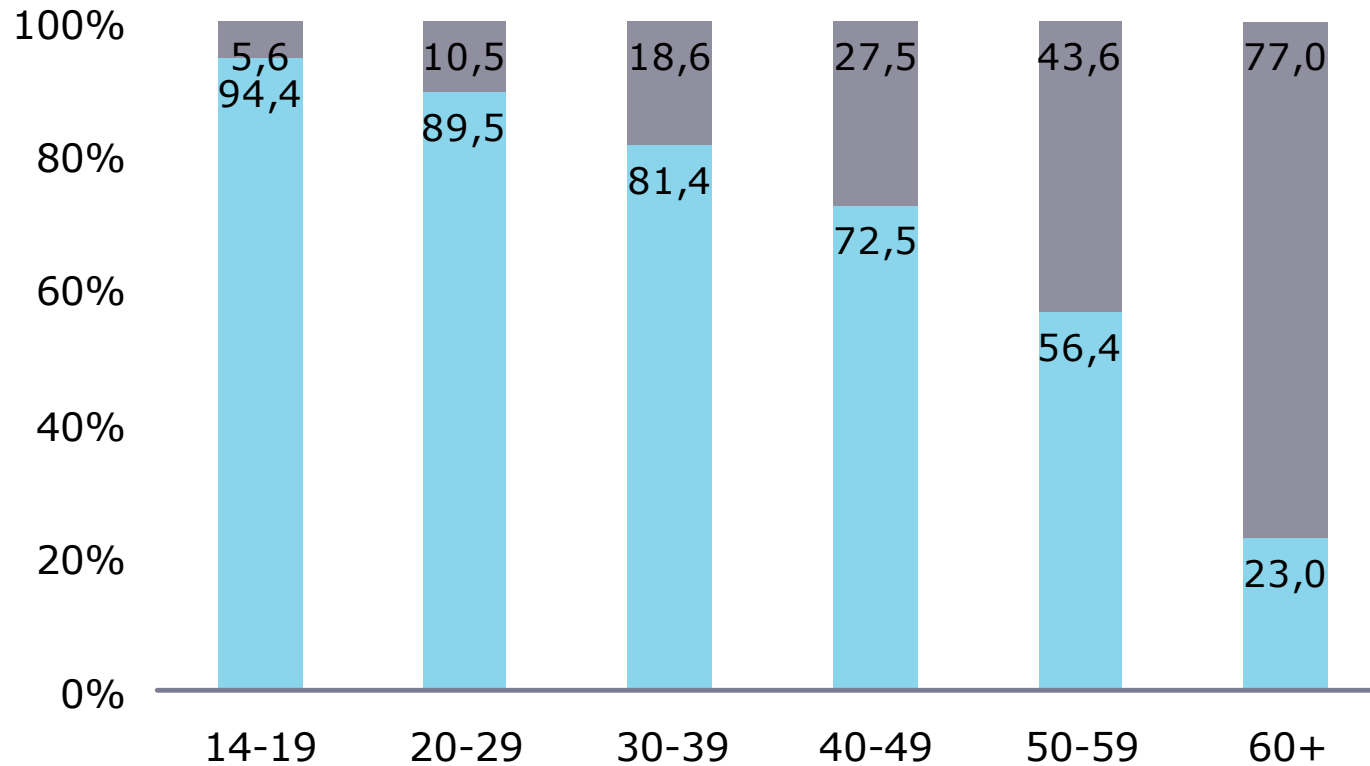
* Statistischer Sprung. Änderung der Erhebungsmethode.



Quelle: bvH/TNS-Infratest 2007

*Nicht im Gesamtumsatz des deutschen Versandhandels in Höhe von 27,6 Mrd. Euro enthalten. Umsatzangaben in Mrd. Euro

Onliner vs. Nonliner (gestaffelt nach Altersgruppen)

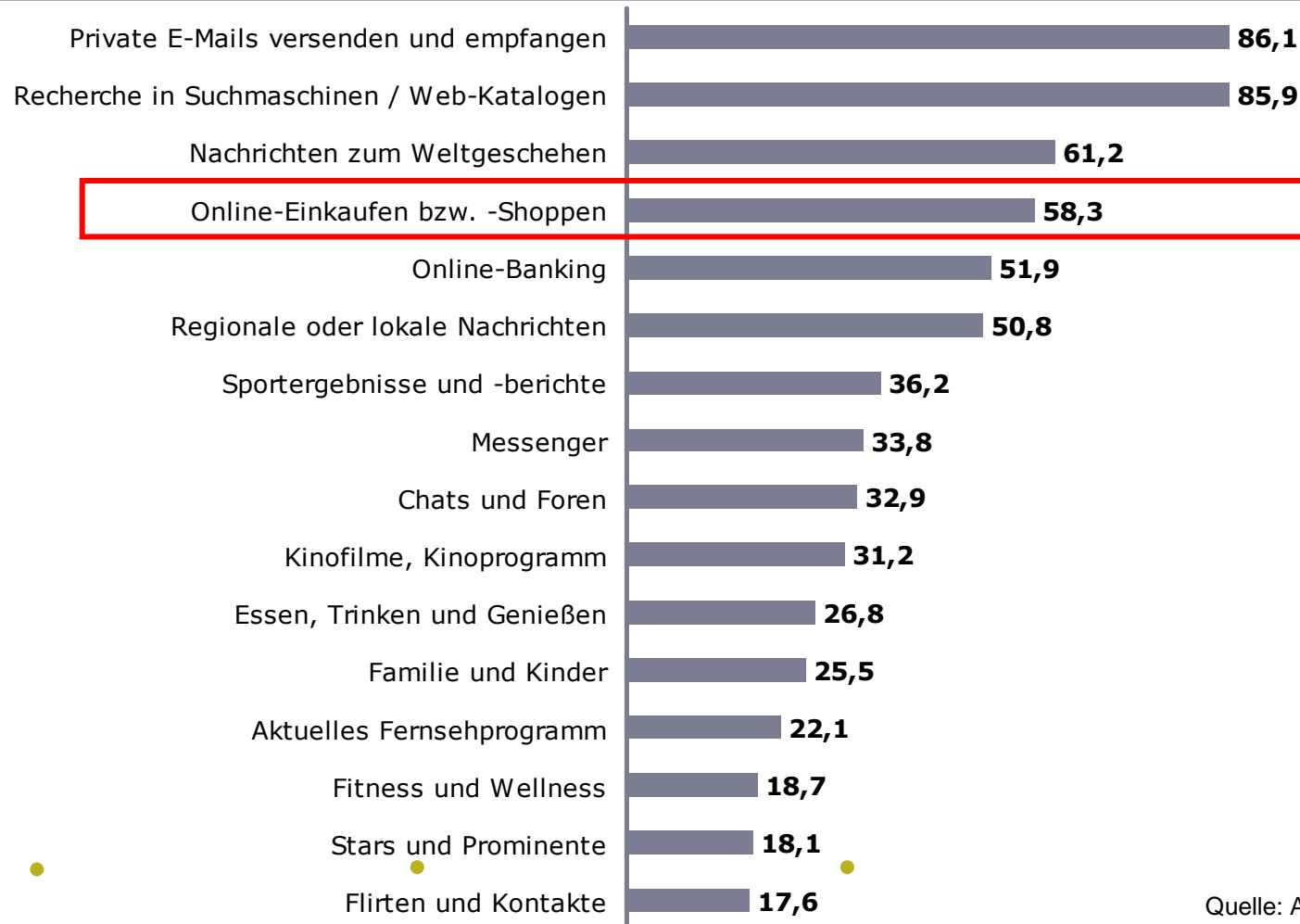


● Internetnutzer (WNK) / restliche Internetnutzer ● Nicht-Internetnutzer

Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2007-I

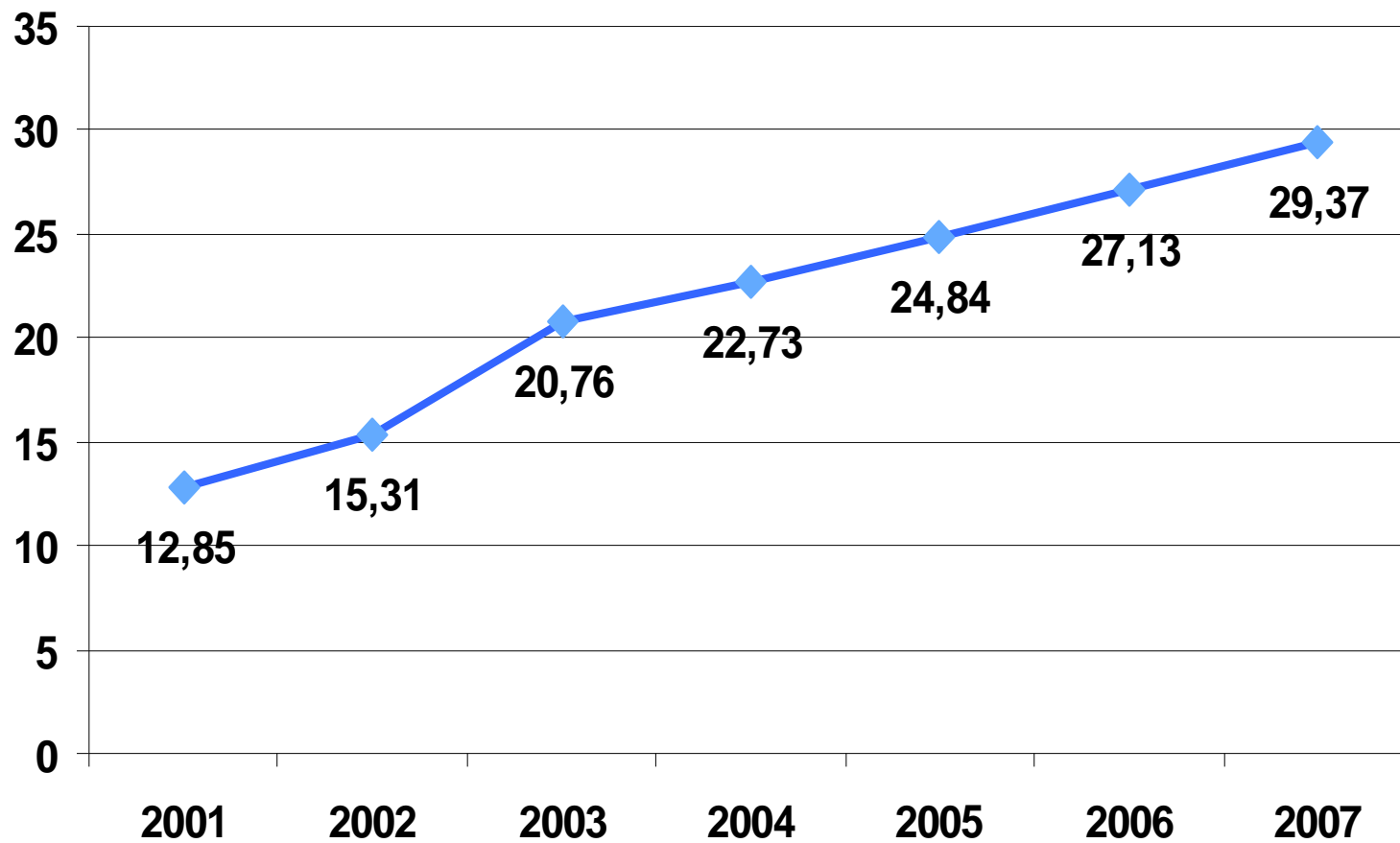
Basis: 104.544 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate) / 643 ungewichtete Fälle (restliche Internetnutzer) / 12.527 ungewichtete Fälle (Nicht-Internetnutzer)
Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2007-I

Schwerpunkte bei der Onlinenutzung (in Prozent)

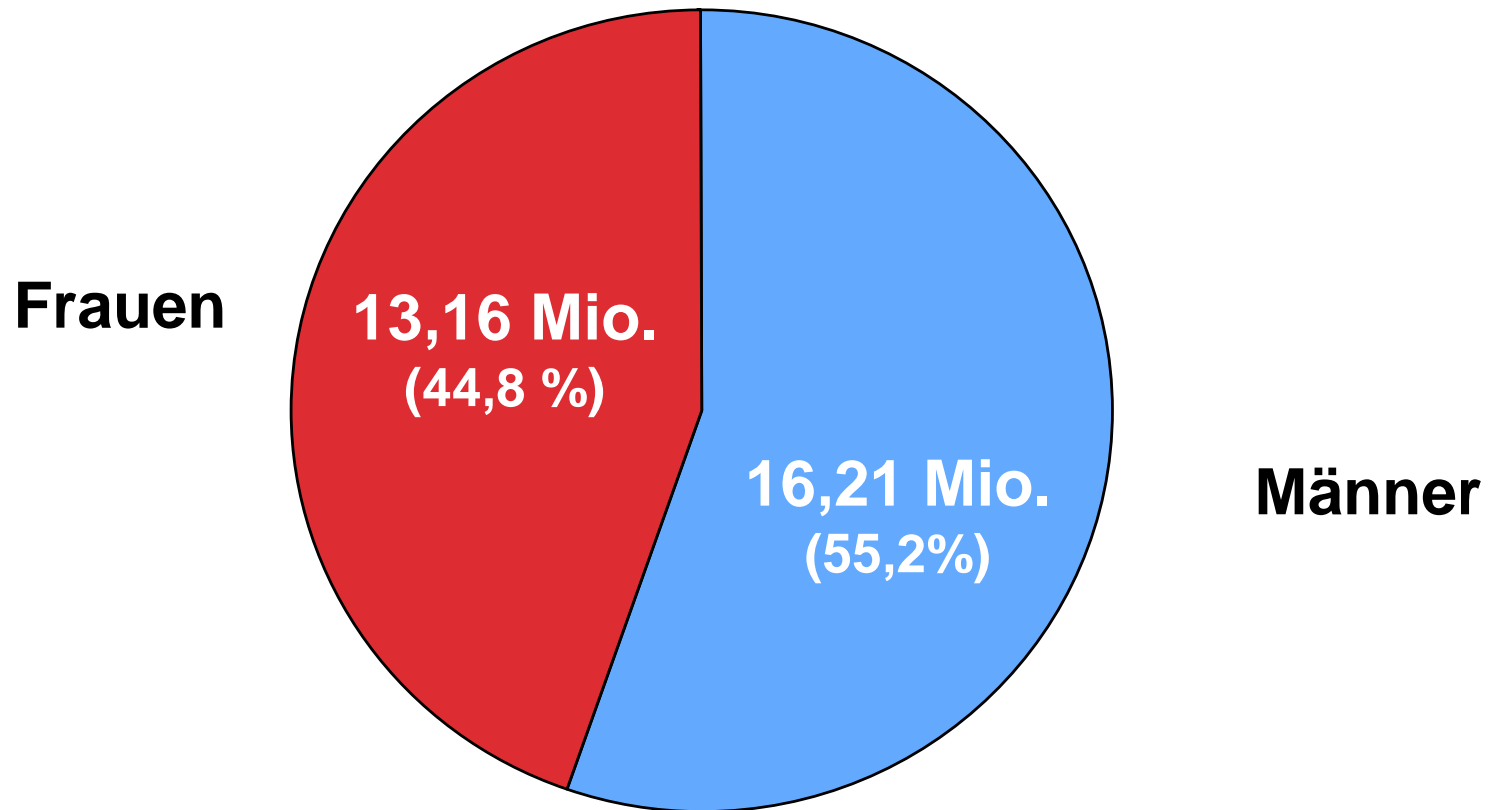


Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2007-I

Basis: 104.544 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)
„Nutzen Sie diese Themen und Angebote häufig, gelegentlich, selten oder nie?“ / Darstellung
der Top Two-Box: häufige oder gelegentliche Nutzung / Angaben in Prozent

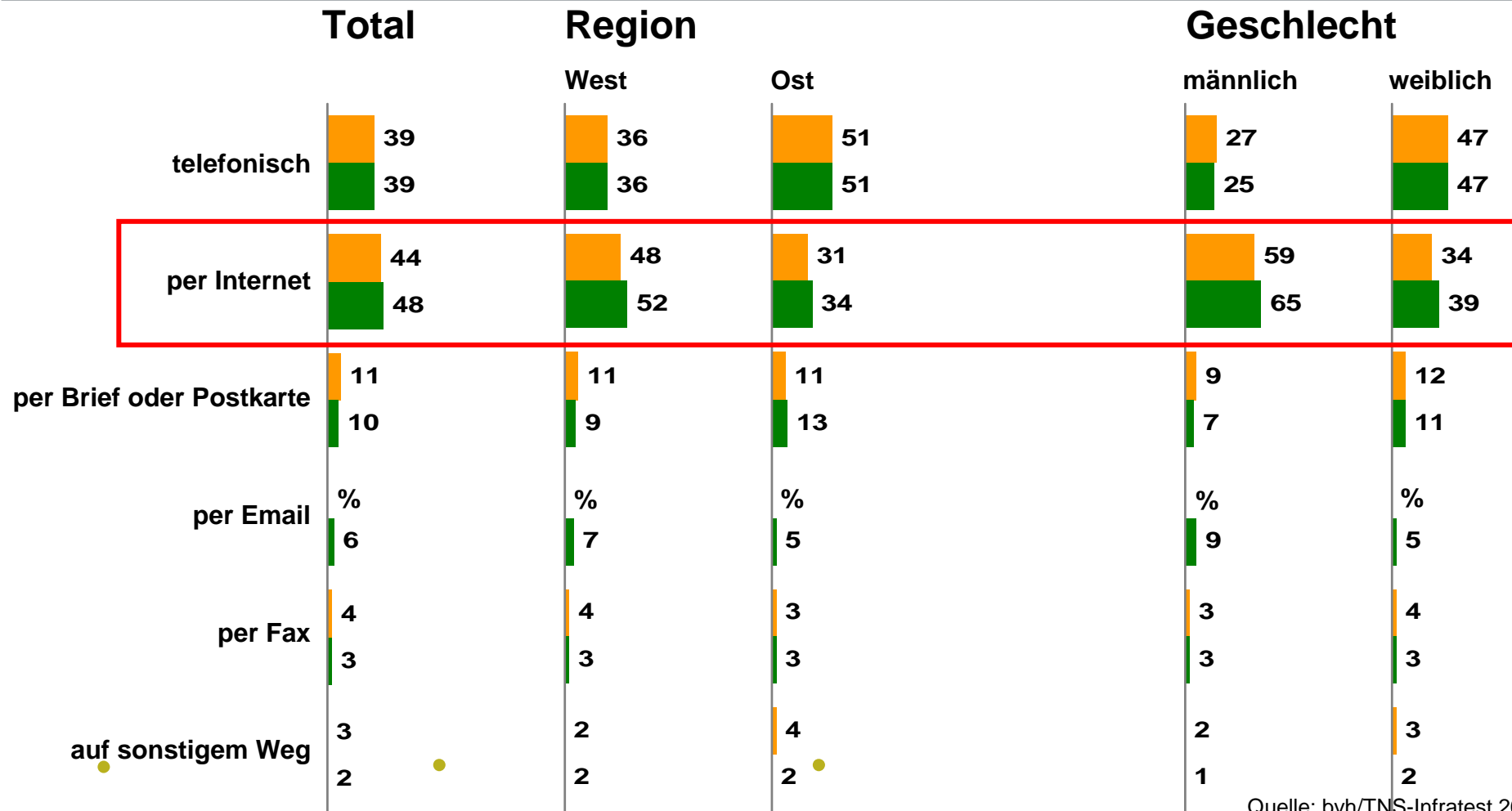


Quelle: Allensbacher Computer- und Technik-Analysen, ACTA 2001 - 2007



Quelle: Allensbacher Computer- und Technik-Analyse, ACTA 2007

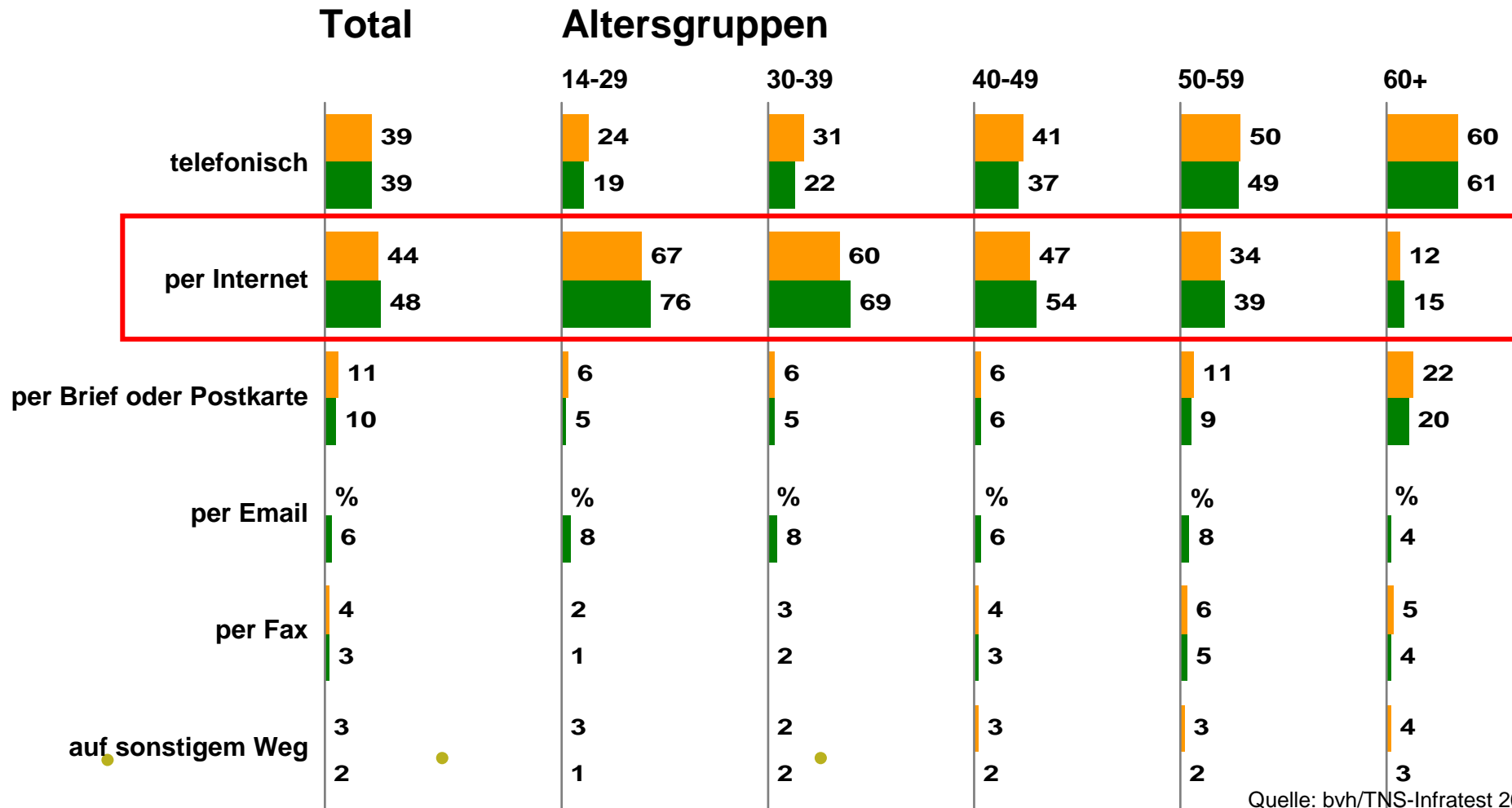
Bestellwege (Waren) nach Regionen und Geschlechtern (in Prozent)



2006
2007

% = in 2006 nicht erhoben; an 100% fehlende: keine Angabe
Basis: Bestellungen aller Befragten, ohne Ebay privat (2006: n = 4.725; 2007: n = 4.606)

Bestellwege (Waren) nach Altersgruppen (in Prozent)



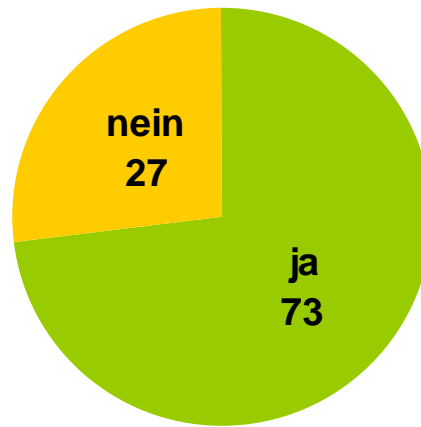
2006
2007

% = in 2006 nicht erhoben; an 100% fehlende: keine Angabe

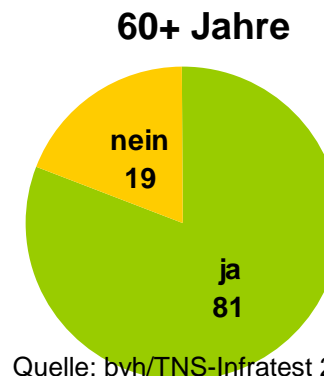
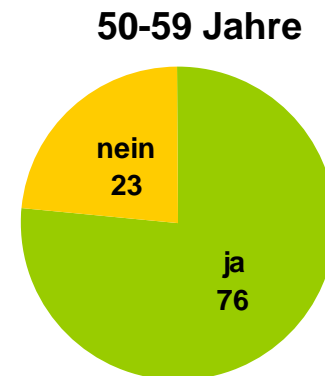
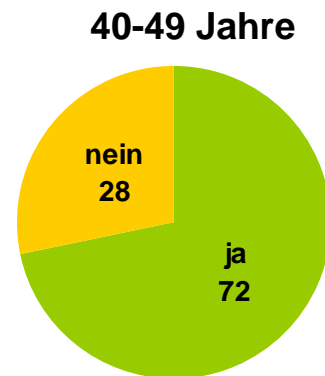
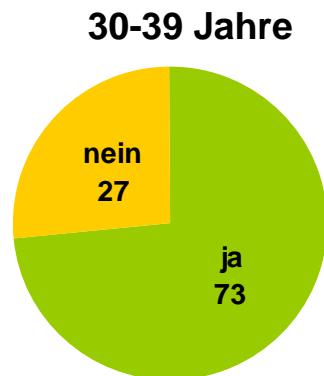
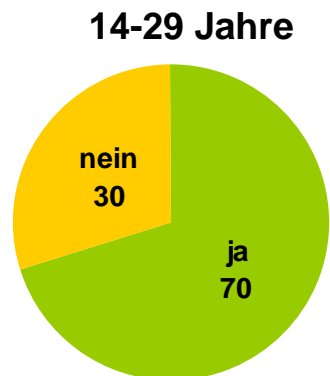
Basis: Bestellungen aller Befragten, ohne Ebay privat (2006: n = 4.725; 2007: n = 4.606)

Haben Sie sich vor Ihrer Bestellung über das Produkt in dem Katalog des Versenders informiert?

Total



Altersgruppen



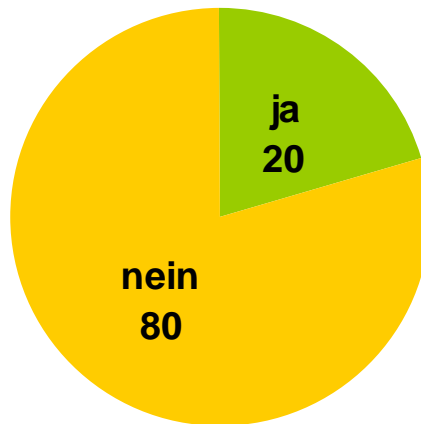
Quelle: bvh/TNS-Infratest 2007

Selektion: Befragte, die per Internet oder Email bestellt haben, ohne Ebay privat (n = 2.273)
An 100% fehlende: keine Angabe

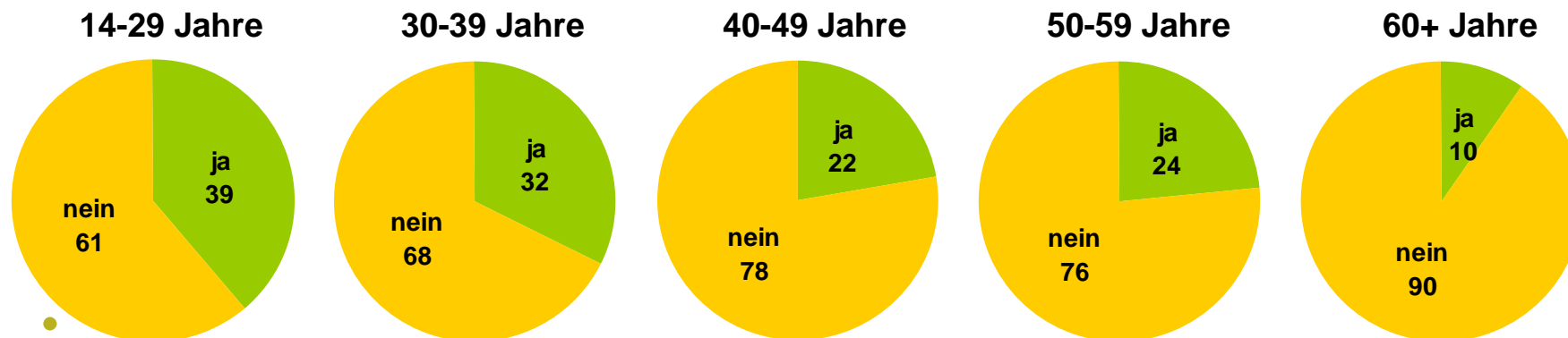
Vorabinformation per Internet (in Prozent)

Haben Sie sich vor Ihrer Bestellung über das Produkt auf der Internetseite des Versenders informiert?

Total



Altersgruppen











Quelle: bvh/TNS-Infratest 2007

Selektion: Befragte, die telefonisch, postalisch oder per Fax bestellt haben, ohne Ebay privat (n = 2.593)

An 100% fehlende: keine Angabe

Onlineumsätze (Waren) nach Versandertypologie, 2007

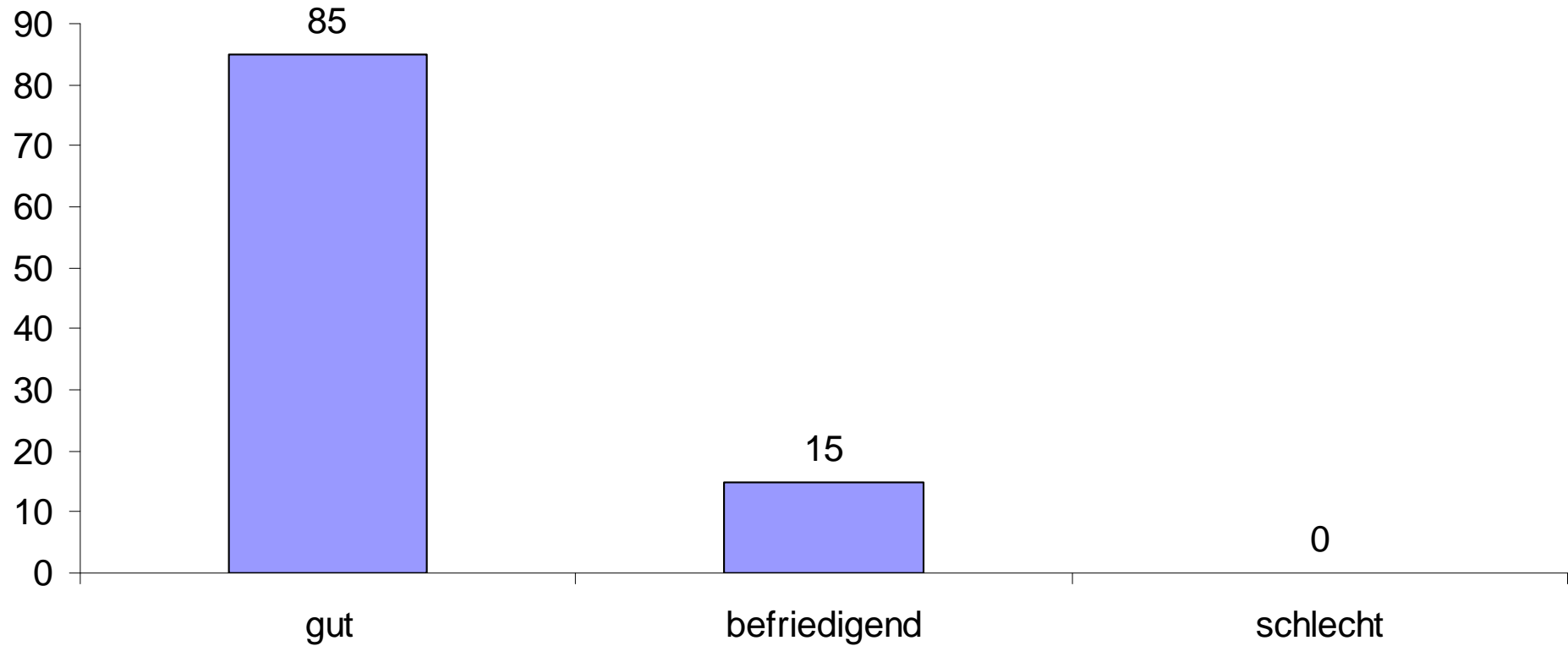
			2006:
MCV	Multi-Channel-Versender (Katalog+Internet)	 4.256	3.941
EPS	Ebay-Powerseller	 2.503	1.987
IPP	Internet-Pure-Player	 2.378	2.512
STV	Versender, die Heimat im Stationärhandel haben	 451	416
HEV	Hersteller-Versender	 176	182
TVS	Teleshopping-Versender	 166	132
APV	Apothekenversand	 153	202
Portal	Portale mit mehreren Anbietern	54	35
VDV	Vertreter-Direkt-Versender	26	17
	Sonstige	 753	646

**Gesamt-
volumen
Online-Handel
2007: rund 10,9
Mrd Euro**

Quelle: bvh/TNS-Infratest 2006/2007

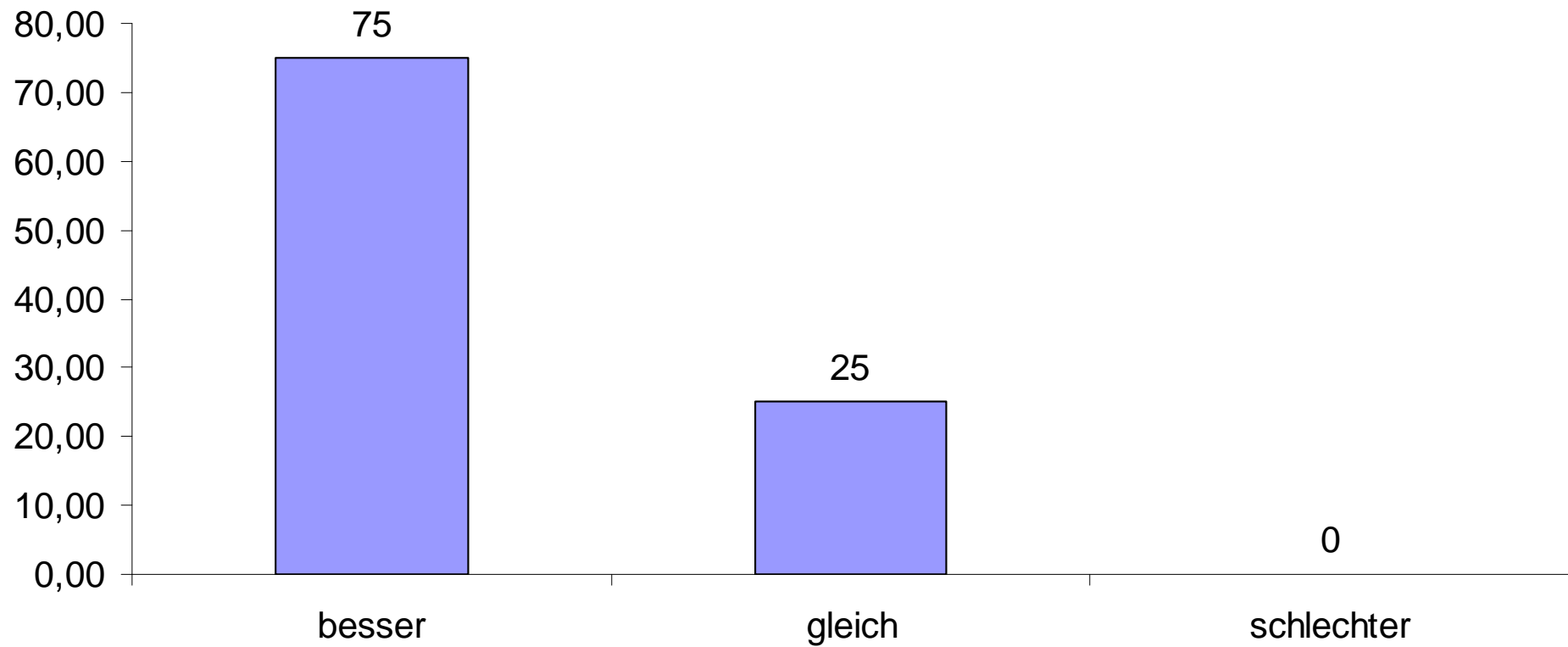
Umsatzangaben in Mio. Euro

Einschätzung der momentanen E-Commerce-Geschäftslage



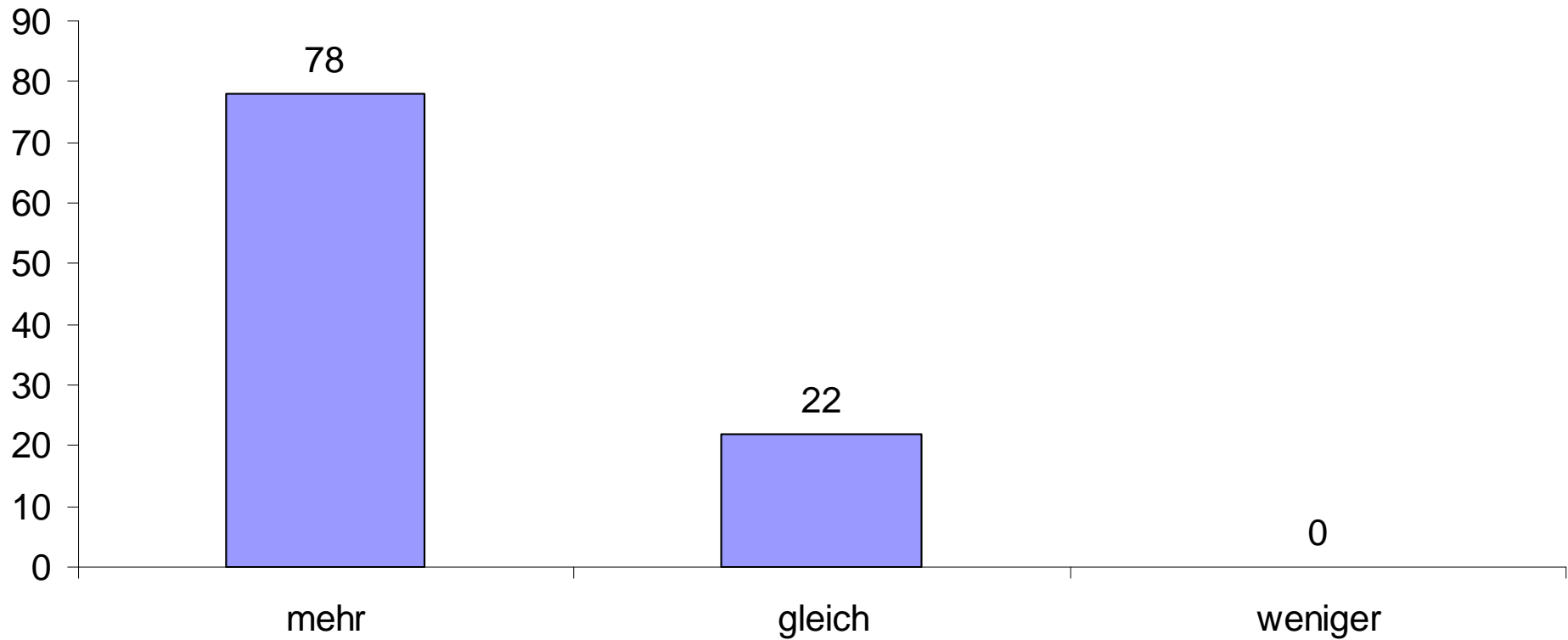
Quelle: bvh-Mitgliederbefragung 10/2007

Angaben in Prozent.



Quelle: bvh-Mitgliederbefragung 10/2007

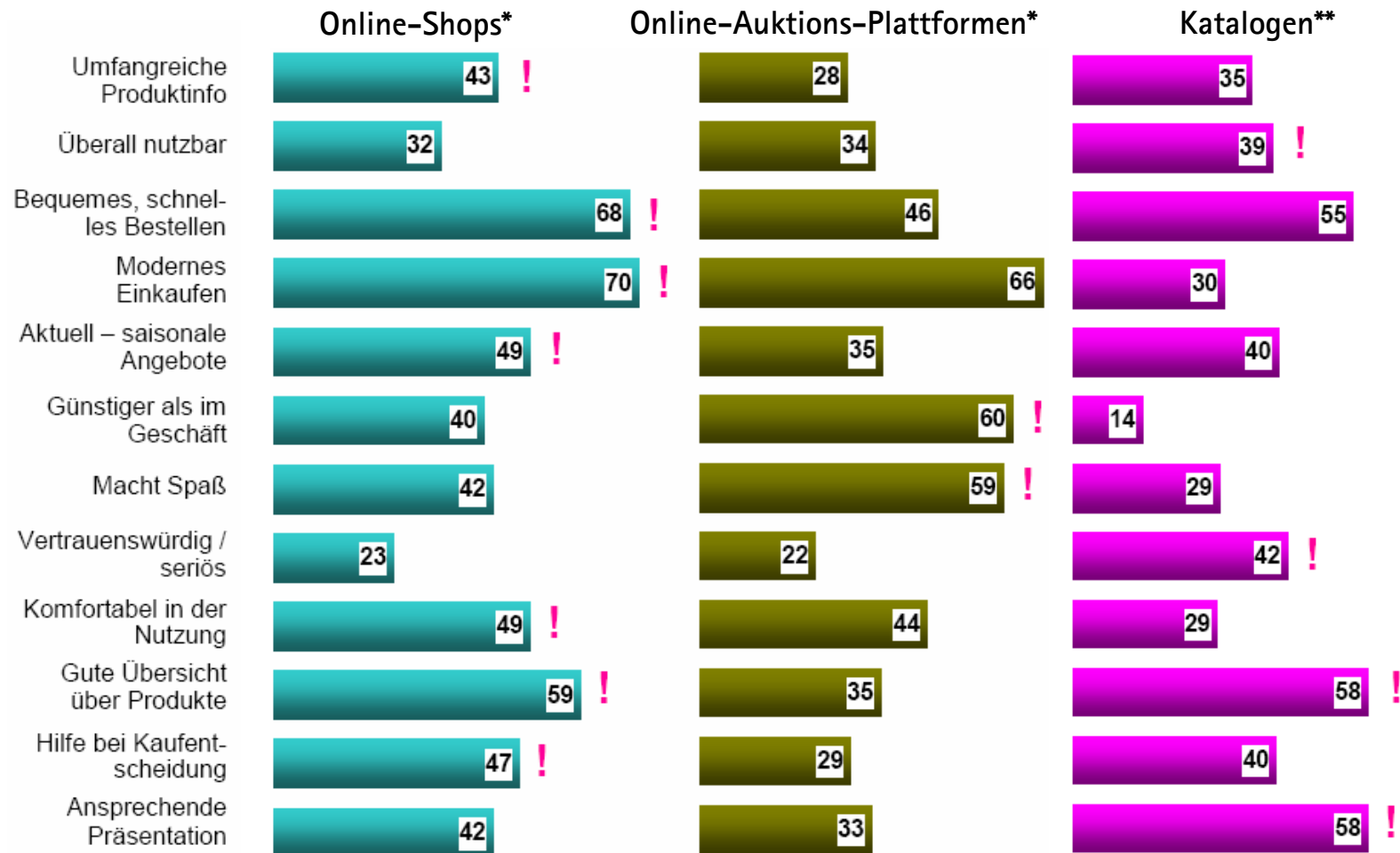
Angaben in Prozent.



Quelle: bvh-Mitgliederbefragung 10/2007

Angaben in Prozent.





















Wahrgenommene Vorteile von ... (in Prozent)



Quelle: TNS Emnid Medienforschung 2007

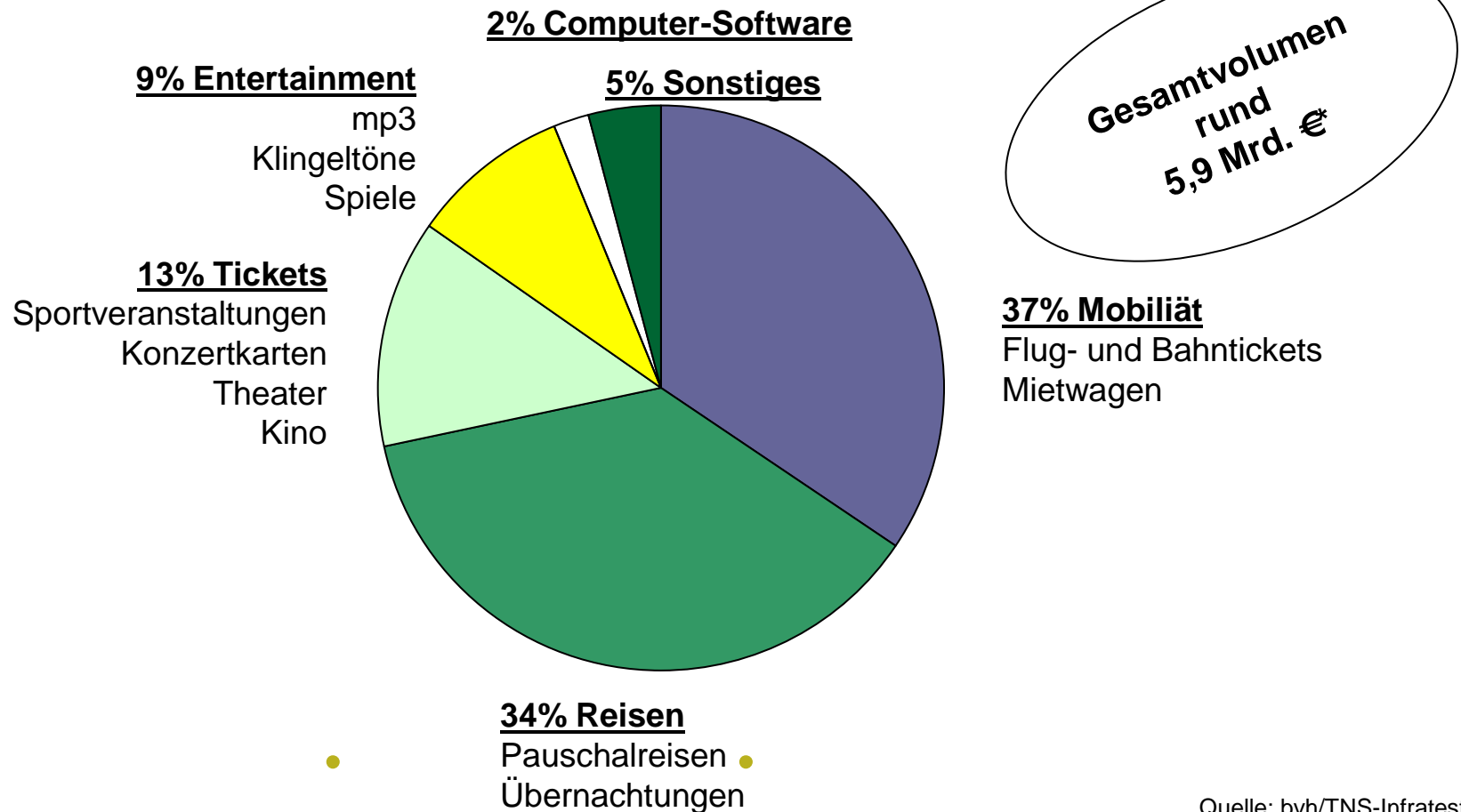
Basis **n=1.399 (Bevölkerung) / *n =791 (Onliner);
Filter: Nutzungserfahrung; Angaben in %; ! = führend in der Profileigenschaft

Onlineumsätze (Waren) nach Warengruppen, 2007 - 2006

Bekleidung/Textilien/Schuhe	 3.918	2.805
Medien, Bild- und Tonträger	 1.990	1.800
Unterhaltungselektronik/-technik	 1.212	1.405
Hobby, Sammel- und Freizeit-Artikel	 775	742
Möbel und Dekorationsartikel	 568	489
Haushaltsgeräte	 319	363
Haushaltswaren	 298	243
Lebensmittel/Delikatessen	 279	271 (inkl. Wein)
Medikamente	 252	nicht separat erhoben
Drogerieartikel, Kosmetik und Parfüm	 234	387 (inkl. Medikamente)
Computer und -Zubehör	 193	353
Spielwaren	 186	152
Schmuck (auch Uhren) und Blumen	 183	191
DIY / Garten / Heimwerken	 153	305
Bürobedarf	 106	85
Auto und Motorrad / Zubehör	 101	350
Tierbedarf	 45	46
Wein	 43	nicht separat erhoben
Keinartikel (Haushalt)	 37	30
Handy und -Zubehör	 21	50

Quelle: bvh/TNS-Infratest 2006/2007

Umsatzangaben in Mio. Euro

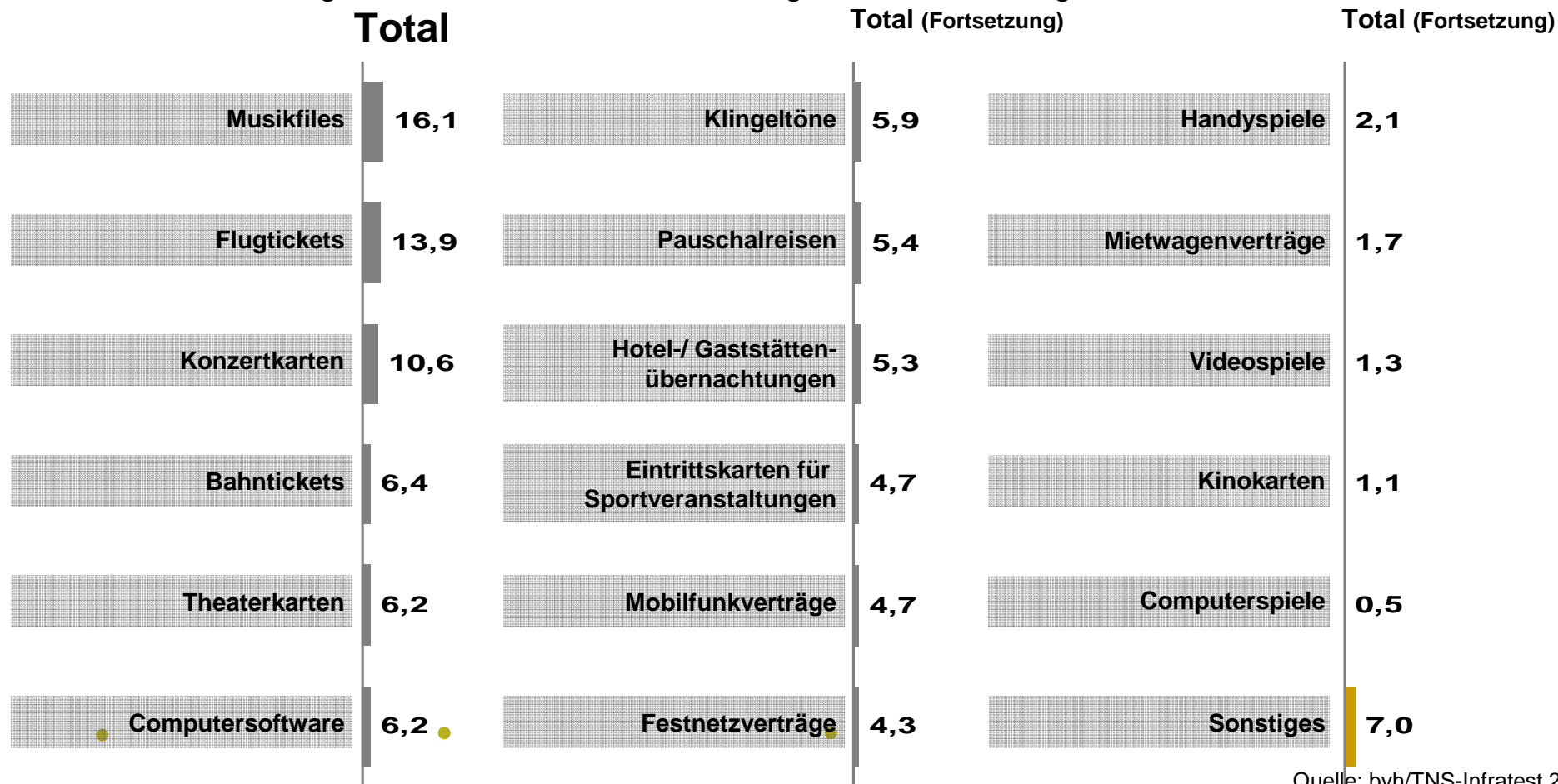


Quelle: bvh/TNS-Infratest 2007

Nicht im Gesamtumsatz des deutschen Versandhandels in Höhe von 27,6 Mrd. Euro enthalten.

Die am häufigsten bestellten Dienstleistungen im Internet

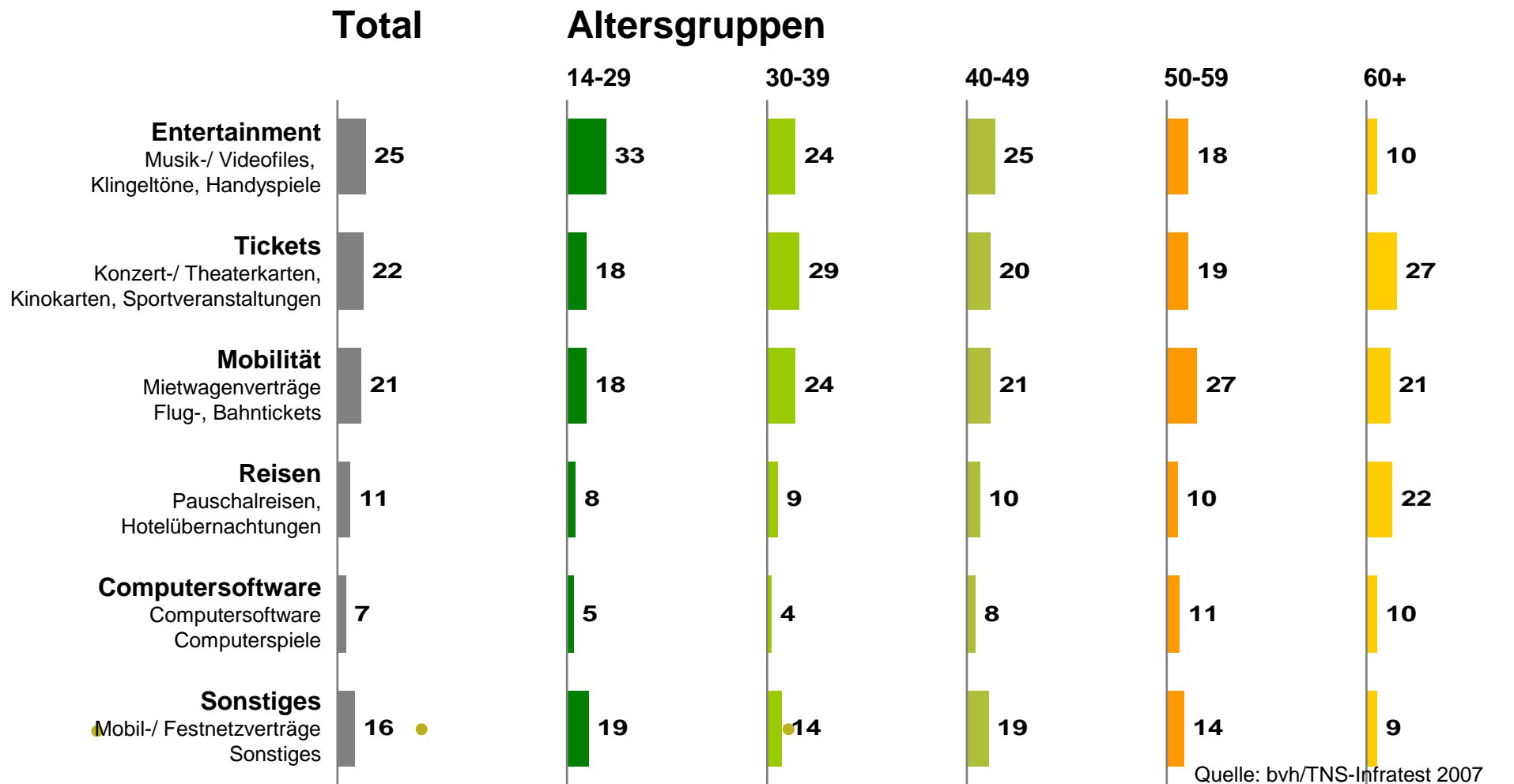
Welche Dienstleistungen haben Sie bei diesem zuletzt genutzten Anbieter genau bestellt?



Quelle: bvh/TNS-Infratest 2007









Basis: Bestellungen aller Befragten, ohne Ebay privat (n = 814)
Angaben in %

Bestellte Dienstleistungen nach Altersgruppen



Basis: Bestellungen aller Befragten, ohne Ebay privat (n = 814)

Onlineumsätze (Waren) nach Versandertypologie, 2007

			2006:
MCV	Multi-Channel-Versender (Katalog+Internet)	 4.256	3.941
EPS	Ebay-Powerseller	 2.503	1.987
IPP	Internet-Pure-Player	 2.378	2.512
STV	Versender, die Heimat im Stationärhandel haben	 451	416
HEV	Hersteller-Versender	 176	182
TVS	Teleshopping-Versender	 166	132
APV	Apothekenversand	 153	202
Portal	Portale mit mehreren Anbietern	54	35
VDV	Vertreter-Direkt-Versender	26	17
	Sonstige	 753	646

**Gesamt-
 volumen
 Online-Handel
 2007: rund 10,9
 Mrd Euro**

Quelle: bvh/TNS-Infratest 2006/2007

Umsatzangaben in Mio. Euro



Zielsetzungen:

Ermittlung des Volumens im deutschen Distanzhandel durch Privathaushalte (Waren und Dienstleistungen).
Erkenntnisse zu Nutzungsfrequenz, Bestellgewohnheiten und Einstellungen gegenüber dem Distanzhandel.
Die Bedeutung von Katalog und Internet als Informationsquellen für Käufe im Distanzhandel.

Methode:

Befragung in dem bevölkerungsrepräsentativen CATI Omnibus von TNS-Infratest (telefonische Mehrthemenbefragung). Zielpersonen: Bevölkerung 14+ Jahre.

Befragungszeit: 23. April bis 18. Juni 2007.

Befragung von 24.055 Personen zur Hochrechnung des Gesamtvolumens des Distanzhandels in deutschen Privathaushalten, getrennt nach Waren und Dienstleistungen.

Erhebungsverfahren:

1. Identifikation von Personen, die innerhalb der letzten 7 Tage Waren über den Versandhandel gekauft haben: N=5.899 Personen (ohne Ebay privat: n=5.203 Personen).
2. Identifikation von Personen, die innerhalb der letzten 7 Tage Dienstleistungen über den Distanzhandel gekauft haben: N=842 Personen (ohne Ebay privat: n=814 Personen).

Fortsetzung Erhebungsverfahren:

Detaillierte Erhebung dieser wochenaktuellen Käufe separat für Waren und Dienstleistungen.

Namentliche Erfassung der Versender (bei Ebay: Differenzierung nach Privatverkäufen und Powersellern).

- gekaufte Waren bzw. Dienstleistungen
- Einkaufsbetrag (ohne Versandkosten)
- Bestellweg (telefonisch / per Internet / schriftlich)
- Umsatz
- Zahlungsweise
- Informationswege

Abkürzungen:

STV (Versender, die Heimat im Stationärhandel haben); **HEV** (Hersteller-Versender);

APV (Apothekenversand); **EPS** (Ebay-Powerseller); **IPP** (Internet-Pure-Player);

MCV (Multi-Channel-Versender mit Katalog+Internet); **TVS** (Teleshopping-Versender);

VDV (Vertreter-Direkt-Versender); **SER** (Services wie Software-Downloads, Tickets, Reisebuchungen);

Portal (Portale mit mehreren Anbietern)