

Interaktiver Handel in Deutschland

Ergebnisse 2017

Bundesverband E-Commerce und Versandhandel e.V.



GIM | GESELLSCHAFT FÜR
INNOVATIVE MARKTFORSCHUNG

1. Studien-Steckbrief	4-11
Zielsetzungen, Methode, Befragungsinhalte, Versenderklassifizierung, Hochrechnungsmodell, Weiterentwicklung	
2. Volumina im Interaktiven Handel im Überblick	12-15
3. Waren im E-Commerce	16-54
Volumina nach Warengruppen und im Jahresvergleich	17-19
Volumina nach Warengruppen und Geschlecht im Jahresvergleich	20-24
Volumina nach Warengruppen und Land/Stadt im Jahresvergleich	25-30
Volumina nach Versendertypologie und im Jahresvergleich	31-33
Volumina nach Versendertypologie, Geschlecht und Land/Stadt im Jahresvergleich	34-36
Bestellte Waren im Jahresvergleich und nach Geschlecht und Land/Stadt	37-41
Genutzte Versendertypen im Jahresvergleich und nach Geschlecht und Land/Stadt	42-44
Private vs. gewerblich genutzte Anbieter im Jahresvergleich und nach Geschlecht und Land/Stadt	45-47
Bestellweg im Jahresvergleich und nach Geschlecht und Land/Stadt	48-50
Zahlweise im Jahresvergleich und nach Geschlecht und Land/Stadt	51-53
Bestellhäufigkeit im Jahresvergleich und nach Geschlecht und Land/Stadt	54-56
Genutzte Informationsquellen im Jahresvergleich und nach Geschlecht und Land/Stadt	57-59

4. E-Commerce vs. klassische Bestellwege	60-65
Kundenstruktur	61-62
Versandhandelsverhalten	63-64
Informationsquellen vor Bestellung nach Geschlecht	65
5. Dienstleistungen im Interaktiven Handel	66-72
Volumina nach Dienstleistungsgruppen im Jahresvergleich	67-68
Bestellte Dienstleistungen im Detail und Jahresvergleich	69
Bestellweg im Jahresvergleich	70
Zahlweise im Jahresvergleich	71
Genutzte Informationsquellen im Jahresvergleich	72
6. Zusatzbefragung (Basis: Interaktiver Handel)	73-80
Zufriedenheit mit Lieferzeit im Jahresvergleich und nach Geschlecht und Land/Stadt	74-76
Neues funktionales Profil nach Geschlecht und Land/Stadt	77-80