

Presseinformation

25 Millionen kaufen Geschenke im Web

- **Online-Händler gehen optimistisch ins Weihnachtsgeschäft**
- **BITKOM-Studie: Soziale Medien und mobile Geräte verändern den Handel**
- **42 Prozent der Smartphone-Nutzer vergleichen Preise im Geschäft**

Berlin, 6. Dezember 2012

Immer mehr Verbraucher setzen bei ihren Weihnachtseinkäufen auf das Internet. Das hat eine aktuelle Studie des Hightech-Verbands BITKOM zu aktuellen Trends im Online-Handel ergeben. Danach kauft in diesem Jahr fast die Hälfte (47 Prozent) der Internetnutzer in Deutschland Weihnachtsgeschenke im Internet. Das entspricht rund 25 Millionen Personen. Zum Vergleich: Vor zwei Jahren waren es erst 43 Prozent. Aktuell sind 27 Prozent der Befragten noch unentschlossen und 22 Prozent verzichten darauf. Überraschend: Die meisten Online-Geschenkekäufer finden sich in der Altersgruppe von 50 bis 64 Jahren mit einem Anteil von 57 Prozent. „Das weihnachtliche Online-Shopping gehört heute zum Fest wie die verkaufsoffenen Sonntage im Advent“, sagte BITKOM-Präsident Prof. Dieter Kempf bei Vorstellung der Studienergebnisse. „Die Online-Händler gehen überwiegend optimistisch ins diesjährige Weihnachtsgeschäft.“ Laut einer aktuellen BITKOM-Umfrage rechnen 38 Prozent der Online-Händler in den Monaten November und Dezember mit höheren Umsätzen als im Vorjahr. 36 Prozent erwarten Geschäfte auf Vorjahresniveau und 22 Prozent einen Rückgang. Kempf: „Unter dem Strich erwarten wir in der diesjährigen E-Commerce-Saison ein kräftiges Umsatzplus.“

Nach den Ergebnissen der BITKOM-Studie kaufen inzwischen neun von zehn (92 Prozent) Internetnutzern online ein. Das entspricht 70 Prozent der deutschen Bevölkerung ab 14 Jahre. Vier von zehn (39 Prozent) Internetnutzern kaufen regelmäßig online ein, allein im vergangenen Jahr mehr als zehn Mal. Die beliebtesten Produkte sind Medien (Bücher, CDs, DVDs), Kleidung, Elektrogeräte sowie Dienstleistungen rund ums Reisen. Aufstrebende Sortimente sind Möbel, Drogerieartikel, Heimwerkerbedarf und Lebensmittel. Selbst Autos oder komplexe Versicherungsverträge werden inzwischen online gekauft. Kempf: „Die Verbraucher kaufen häufiger und zunehmend teure oder erklärungsbedürftige Produkte im Internet.“ Parallel dazu sorgen neue Geräte und Anwendungen für zahlreiche

Bundesverband
Informationswirtschaft,
Telekommunikation und
neue Medien e.V.

Albrechtstraße 10 A
10117 Berlin-Mitte
Tel. +49. 30. 27576-0
Fax +49. 30. 27576-400
bitkom@bitkom.org
www.bitkom.org

Ansprechpartner
Maurice Shahd
Pressesprecher
+49. 30. 27576-114
m.shahd@bitkom.org

Tobias Arns
Bereichsleiter Social Media
und Mobile
+49. 30. 27576-115
t.arns@bitkom.org

Katja Hampe
Projektleiterin
Marktforschung
+49. 30. 944002 45
k.hampe@bitkom-
research.de

Präsident
Prof. Dieter Kempf

Hauptgeschäftsführer
Dr. Bernhard Rohleder

Presseinformation

25 Millionen kaufen Geschenke im Web

Seite 2

Veränderungen im E-Commerce. Die BITKOM-Untersuchung zeigt einige grundlegende Trends.

Das Internet verbindet Online-Handel und stationären Handel

Neun von zehn (87 Prozent) Verbrauchern informieren sich im Internet und kaufen dann im Geschäft ein. Gleichzeitig informieren sich 71 Prozent im Geschäft, kaufen dann aber online ein. Bei der Suche nach Informationen im Internet stehen Preisvergleichsseiten an der Spitze, die von 58 Prozent der Internetnutzer besucht werden. 51 Prozent informieren sich auf den Webseiten der Anbieter und 35 Prozent in Foren oder Blogs. Verstärkt wird die Verbindung von Off- und Online-Shopping durch das mobile Internet. 42 Prozent der Besitzer von Smartphones oder Tablet Computern vergleichen mit dem mobilen Gerät im Geschäft die Preise für ein Produkt und 32 Prozent informieren sich vor Ort über die Eigenschaften eines Produkts. „Die bereits hohe Preistransparenz verstärkt sich durch das mobile Internet noch einmal“, sagte Kempf. Stationäre Einzelhändler sollten daher die Chancen des Internets nutzen. Kempf: „Insbesondere die sozialen Medien bieten kleineren Händlern gute Möglichkeiten, ohne großen Aufwand lokal und überregional auf sich aufmerksam zu machen sowie Kunden zu gewinnen und diese zu binden.“

Electronic Commerce wird Social Commerce

Bei Kaufentscheidungen spielt der Austausch zwischen den Verbrauchern im Web eine immer wichtigere Rolle. Fast drei Viertel (73 Prozent) aller Internetnutzer lesen vor einer Bestellung die Bewertungen anderer Kunden. 35 Prozent geben selbst Bewertungen ab. Ebenfalls ein Drittel der Befragten sagt, die Meinung anderer habe direkten Einfluss darauf, was sie im Internet kaufen. „Verbraucher haben sich schon immer über Produkte und Marken ausgetauscht. Heute findet diese Kommunikation zunehmend vor der breiten Öffentlichkeit im Internet statt“, sagte Kempf. Mehr als ein Viertel (27 Prozent) aller Internetnutzer sind im Web von Freunden, Familie oder Kollegen auf ein Produkt aufmerksam gemacht worden, das sie später gekauft haben. Bei den 14- bis 29-Jährigen sind es 35 Prozent. Die steigende Bedeutung sozialer Medien zeigt, dass ein Viertel aller Internetnutzer bereits Fan einer Marke oder eines Produkts in einem sozialen Netzwerk wie Facebook ist. Bei den Jüngeren ist es mit 48 Prozent nahezu die Hälfte.

Presseinformation

25 Millionen kaufen Geschenke im Web

Seite 3

Der Online-Handel wird mobil

„Starken Einfluss auf das Kaufverhalten hat die steigende Verbreitung von Smartphones und Tablet Computern“, sagte Tim Hilpert, Mitglied der Geschäftsleitung von eBay Deutschland. Die Anwendungen sind vielfältig: So können Verbraucher auf den Geräten beispielsweise digitale Einkaufszettel und Rabatt-Coupons mitführen. Die Navigationssoftware ermöglicht es, Läden zu finden oder sich sogar im Geschäft besser zu orientieren. Mit Barcode-Scannern können Produktinformationen abgerufen werden oder das Gerät erlaubt die Bezahlung. „Die mit Smartphone und Tablet getätigten Transaktionen nehmen rasant zu“, sagte Hilpert. Laut der BITKOM-Studie kauft bereits jeder zweite Smartphone-Nutzer mit dem Gerät Waren oder Dienstleistungen ein. Bei den Besitzern von Tablet Computern liegt dieser Anteil bei fast zwei Dritteln.

Hinweis zur Methodik: Im Auftrag des BITKOM hat das Marktforschungsinstitut ForSA 1.068 Personen ab 14 Jahre befragt. Die Umfrage ist repräsentativ. Die Umfrage unter Online-Händlern hat der BITKOM in Kooperation mit dem Preisvergleichsportaal Guentiger.de durchgeführt. An der Befragung haben 109 Online-Händler teilgenommen.

Der BITKOM vertritt mehr als 1.700 Unternehmen, davon über 1.200 Direktmitglieder mit 135 Milliarden Euro Umsatz und 700.000 Beschäftigten. Nahezu alle Global Player sowie 800 Mittelständler und zahlreiche gründergeführte Unternehmen werden durch BITKOM repräsentiert. Hierzu zählen Anbieter von Software & IT-Services, Telekommunikations- und Internetdiensten, Hersteller von Hardware und Consumer Electronics sowie Unternehmen der digitalen Medien. Der BITKOM setzt sich insbesondere für eine Modernisierung des Bildungssystems, eine innovationsorientierte Wirtschaftspolitik und eine zukunftsfähige Netzpolitik ein.