

Medienmitteilung

Kontakt:

Patrizia Schurr; patrizia.schurr@nielsen.com;
+41 41 445 62 52

Über 875 Millionen Menschen shoppen online 40 % mehr als noch vor zwei Jahren

- **95% der Schweizer Online-Bevölkerung hat bereits einmal online eingekauft**
 - **Bücher sind weltweit die meistbestellten Artikel**
 - **Stärkstes Wachstum bei Kleidung und Schuhen**
- **Kreditkarten weltweit das beliebteste Zahlungsmittel im Internet**

Root Längenbold, 15. April 2008 --- Der Weltmarkt für Online-Shopping hat in den letzten zwei Jahren um 40 Prozent zugelegt: Mittlerweile haben mehr als 85 Prozent der internationalen Online-Bevölkerung schon einmal über Internet eingekauft; allein im letzten Monat vor der Befragung hatte mehr als die Hälfte mindestens ein Online-Shopping-Angebot genutzt. Zu diesen Ergebnissen kommt das globale Informations- und Medienunternehmen Nielsen in seiner neusten weltweiten Internet-Befragung zum Thema Online-Shopping.

„Die ehemalige Nischentechnologie Internet hat sich zum Massenmedium entwickelt und ist damit ein fester Bestandteil des modernen Lebens geworden. Kaum ein Aspekt unseres Alltags bleibt davon unberührt“, kommentiert Marco Bischof, Director Marketing & Communications, ACNielsen Schweiz. „Gleichzeitig leiden wir unter ständiger Hektik und Überfrachtung. So ist es kaum überraschend, dass sich die Verbraucher zum Shoppen immer häufiger an den Computer setzen – allein schon des maximalen Komforts wegen.“

Schweizer mit 95% Online-Shoppern unter den ersten 10

„Als Nielsen vor zwei Jahren seine erste Studie zum Thema Online-Shoppingtrends durchführte, hatten 627 Millionen Menschen und damit rund 10 Prozent der Weltbevölkerung schon einmal via Internet eingekauft“, so Marco Bischof, Director Marketing & Communications, ACNielsen Schweiz. „Diese Zahl hat sich innerhalb von nur zwei Jahren um rund 40 Prozent auf 875 Millionen erhöht.“

Am höchsten ist der Anteil der Online-Shopper derzeit in Südkorea: Dort gaben 99 Prozent aller Internetnutzer an, bereits auf diesem Weg eingekauft zu haben. Auf Rang zwei folgen Grossbritannien, Deutschland und Japan mit jeweils 97 Prozent. Mit 95 Prozent liegen die Schweizer auch weit oben in der Rangliste (siehe Chart 1). Die USA belegen mit 94 Prozent den achten Platz. Von den Online-Shoppern gaben in Südkorea 79 Prozent, in Grossbritannien 76 Prozent, in der Schweiz 67 Prozent und in den USA 57 Prozent an, innerhalb des letzten Monats Produkte übers Web erworben zu haben (siehe Chart 2).

Bücher werden häufig übers Internet gekauft, Lebensmittel noch eher weniger

Die meistbestellten Artikel weltweit sind nach wie vor Bücher, Tendenz steigend: Immerhin 41 Prozent aller Befragten haben in den letzten drei Monaten Bücher übers Netz gekauft – sieben Prozent mehr als noch vor zwei Jahren (siehe Chart 3). „Eine besonders hohe Akzeptanz hat der Online-Buchhandel in den Schwellenländern China, Brasilien, Vietnam und Ägypten. Daraus ergibt sich ein immenses Potenzial für Online-Anbieter, denen es gelingt, ihre Strategien speziell auf diese rasant expandierenden Märkte auszurichten“, so Bischof. In der Schweiz haben 43 Prozent der Befragten in den letzten drei Monaten Bücher übers Internet gekauft.

Sehr beliebt ist auch der Onlinekauf von Kleidung/Accessoires/Schuhen, die mit einer Steigerung von 20 auf 36 Prozent die wachstumsstärkste Kategorie bildet (CH: 34%). Weitere wichtige Internet-Märkte sind Videos/DVDs/Spiele und Flugbuchungen/-reservierungen mit jeweils 24 Prozent (CH: 29% und 33%) und elektronische Geräte mit 23 Prozent (CH: 20%). Schweizer kaufen auch häufig Musik übers Internet (32%). Lebensmittel werden noch weniger übers Internet gekauft. Mit 14% liegt die Schweiz in dieser Kategorie hinter England (22%) an zweiter Stelle.

Flugbuchungen und -reservierungen wurden in den letzten drei Monaten vor allem in Indien (70%), Irland und den Vereinigten Arabischen Emiraten (jeweils über 60%) verstärkt übers Netz getätigt. „Dieser Bereich eignet sich besonders gut für Online-Recherchen und -Einkäufe, da übers Netz die gesamte Angebotspalette eingesehen werden kann“, meint Bischof. „Nach gewissen Anlaufschwierigkeiten im einen oder anderen Segment ist die Reiseindustrie mittlerweile zweifellos der Markt mit der grössten Internet-Erfolgsgeschichte. Reiseplanung ist ohne WWW quasi nicht mehr denkbar.“

Kreditkarten bleiben Zahlungsmethode Nr. 1

60 Prozent aller Online-Shopper weltweit haben bei einem ihrer jüngsten Web-Käufe eine Kreditkarte eingesetzt; mehr als die Hälfte davon nutzte Visa (53%). Damit bleiben die Kreditkarten mit grossem Abstand das weltweit gängigste Zahlungsmittel, gefolgt von PayPal mit 25 Prozent. Auch in Europa sind Kreditkarte und PayPal bevorzugte Zahlungsmittel. Die Schweizer mögen neben der Kreditkarte (69%) auch die traditionelle Banküberweisung. 38 Prozent haben bei ihren letzten Onlineeinkäufen per Banküberweisung gezahlt.

Kundenbindung als entscheidendes Wettbewerbskriterium

Wo man shoppt, ist offensichtlich häufig eine Frage der Gewohnheit: So gaben 60 Prozent aller Befragten an, ihre Online-Einkäufe meist beim selben Anbieter zu erledigen (CH: 61%). „Das zeigt, wie wichtig es in diesem Markt ist, jeden der zahlreichen neuen Online-Shopper möglichst sofort an eine bestimmte Website zu binden. Wer bereits beim ersten Mal eine positive Erfahrung vermitteln kann, hat gute Chancen auf eine langfristige Geschäftsbeziehung“, so Bischof.

Die Auswahl der Online-Stores erfolgt derzeit bei einem Drittel der Internetnutzer über Suchmaschinen (CH: 37%) oder Surfen (CH 31%), ein Viertel verlässt sich auf persönliche Empfehlungen (CH: 27%). „Letztere Methode spielt im Entscheidungsfindungsprozess eine enorme Rolle“, erläutert Bischof. „Die Explosion des Online-Marktes in den letzten Jahren deutet darauf hin, dass die Mund-zu-Mund-Propaganda – ob über persönliche Bekannte oder andere Internetnutzer – in Zukunft immer wichtiger wird.“

Chart 1

Haben Sie schon jemals übers Internet eingekauft?

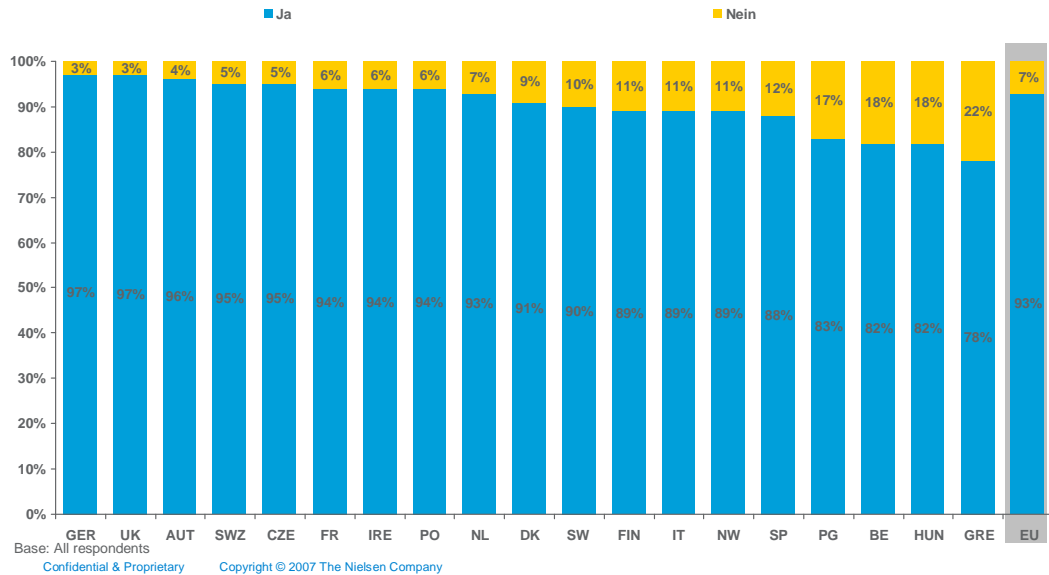


Chart 2

Wann haben Sie zum letzten Mal übers Internet eingekauft?

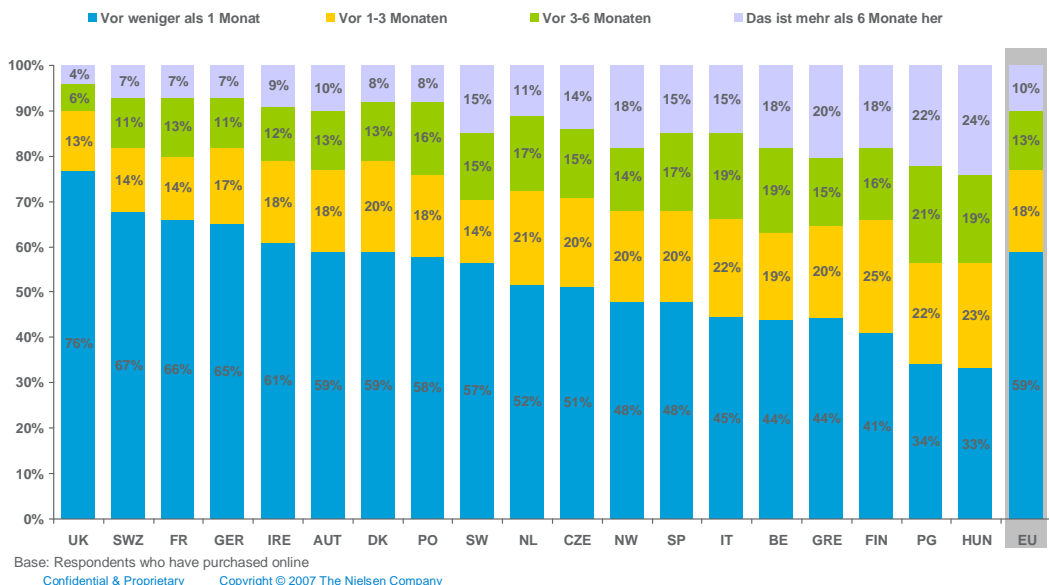
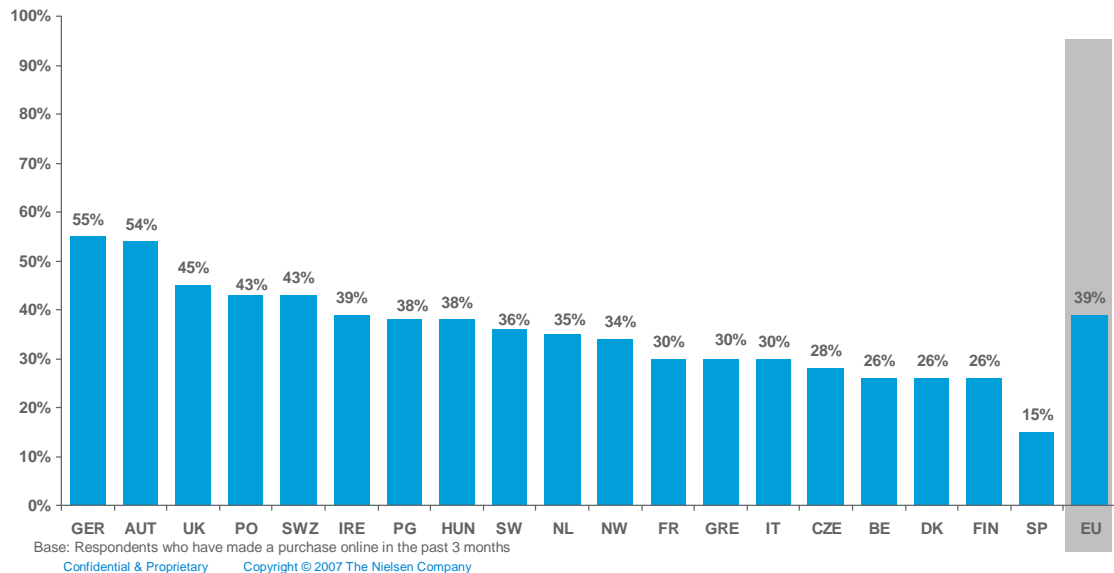


Chart 3

Welche Artikel haben Sie in den letzten 3 Monaten übers Internet eingekauft? - Bücher



Über ACNielsen

ACNielsen, ein Unternehmen von „The Nielsen Company“, ist das weltweit führende Marketing-Informationsunternehmen. In über 100 Ländern erfasst und analysiert ACNielsen Marktentwicklungen, Verbrauchereinstellungen und Verbraucherverhalten. Kunden bauen auf die Marktbeobachtung, die Analyse-Instrumente und die professionelle Beratung von ACNielsen, wenn es um die Erschliessung neuer Geschäftsmöglichkeiten, die Maximierung der Effizienz ihrer Marketing- und Verkaufskampagnen oder um Wettbewerbsanalyse geht. Weitere Informationen finden Sie unter www.acnielsen.ch.

Über The Nielsen Company

The Nielsen Company ist ein globales Informations- und Medienunternehmen mit führenden Marktpositionen und anerkannten Marken in den Bereichen Marketing Information (ACNielsen), Media Information (Nielsen Media Research), Online Forschung (NetRatings und BuzzMetrics), Mobile Measurement, Fachmessen und Business Publications (Billboard, The Hollywood Reporter, Adweek). The Nielsen Company befindet sich in Privatbesitz und ist in mehr als 100 Ländern aktiv. Die Zentralen befinden sich in Haarlem (Niederlande) und New York (USA). Weitere Informationen finden Sie im Internet unter www.nielsen.com.

Kontakt:

Patrizia Schurr
 Communications Executive
 Tel.: +41 (0)41 445 62 52
 Fax: +41 (0)41 445 65 52
 E-Mail: patrizia.schurr@nielsen.com