



Pressemitteilung

Datum
31. März 2004

Thomas Pauschert
ENIGMA GfK
Tel 0611 999-6044
Fax 0611 999-6060
E-Mail: tp@enigma-gfk.de

Dr. Ulrike Schöneberg
Public Affairs and
Communications
Tel 0911 395-2645
Fax 0911 395-4041
E-Mail
ulrike.schoeneberg@gfk.de

GfK Aktiengesellschaft
Nordwestring 101
D-90319 Nürnberg

Tel +49(0)911 / 395-0
Fax +49(0)911 / 395-2209
www.gfk.de · www.gfk.com
public.affairs@gfk.de

Vorstand:
Dr. Klaus L. Wübbenhorst
(Vorsitzender)
Petra Heinlein
Dr. Gérard Hermet
Heinrich A. Litzenroth
Dr. Franz X. Merl
Wilhelm R. Wessels

Vorsitzender des
Aufsichtsrats:
Peter Zühlsdorff

Registergericht
Nürnberg HRB 9398

Der Krise zum Trotz: Online Shopping boomt! Ergebnisse des Online Shopping Survey 2004 (OSS)

Wiesbaden/München, 31. März 2004 – Die Zahl der „eShopper“ ist im letzten Jahr um 15 Prozent auf 23 Millionen gestiegen: Das ist mehr als ein Drittel der Bevölkerung ab 14 Jahren. Die positive Entwicklung stützt sich auf eine Vielzahl unterschiedlicher Produkte. Eintrittskarten, Unterhaltungselektronik und Kameras sind die wachstumsstärksten Bereiche des Online Shopping. Dies sind aktuelle Ergebnisse des Online Shopping Survey, einer gemeinsamen Studie der beiden Marktforschungsinstitute TNS Infratest und Enigma GfK.

Immer mehr Menschen kaufen online ein. Die Zahl der Web-Nutzer, die in den letzten 12 Monaten online eingekauft haben, ist im Vergleich zum Vorjahr um 3 Millionen oder 15 Prozent auf über 23 Millionen gestiegen. Der Anteil der eShopper an den Web-Nutzern ist von 63 Prozent im Vorjahr auf mittlerweile 71 Prozent gewachsen.

Ganz vorne auf der Einkaufsliste der eShopper stehen nach wie vor Bücher. Dicht dahinter folgen Eintrittskarten für Kino, Konzerte, Theater- und Sportveranstaltungen, dann Bekleidung, CD's, Computersoftware und -spiele. Insgesamt wird die positive Entwicklung von einer Vielzahl von Produktkategorien getragen. Besonders starkes Wachstum zeigen dabei Digitalkameras, Geräte der Unterhaltungselektronik und Autozubehör – Kategorien, bei denen es beim Kauf um mehrere hundert Euro geht.

Der Online Shopping Survey 2004 zeigt, daß E-Commerce mit privaten Konsumenten auch in diesem Jahr weiter kräftig wachsen wird, und wo die größten Chancen für die Anbieter liegen.

Zur Studie

Der Online Shopping Survey (OSS) ist eine gemeinsame Studie von TNS Infratest und ENIGMA GfK. Im Januar und Februar 2004 wurden insgesamt 1.035 deutsche Internetnutzer zwischen 14 und 69 Jahren telefonisch zu den Themen Internetnutzung, Rolle des Internet beim Einkauf in 29 Produkt- und Dienstleistungsbereichen und Online Ban-



king befragt. Die komplette Studie kann zum Preis von 5.000 Euro netto bei den unten genannten Adressen bezogen werden.

Zu ENIGMA GfK

Das zum Geschäftsfeld Medien der GfK Gruppe gehörende Unternehmen ENIGMA GfK ist ein auf Medienforschung spezialisiertes Institut, das Informationsservices für die Mediengattungen Fernsehen, Print, Radio und Online anbietet.

Zur GfK Gruppe

Die GfK Gruppe, weltweit die Nummer 5 der Marktforschungsunternehmen, ist in den fünf Geschäftsfeldern Consumer Tracking, HealthCare, Non-Food Tracking, Medien und Ad Hoc Forschung aktiv. Neben 15 Niederlassungen in Deutschland gehören zur GfK Gruppe weltweit über 120 Unternehmen und Beteiligungen in 50 Ländern. Von den derzeit über 5.100 Beschäftigten arbeiten etwa 1.450 in Deutschland. Weitere Informationen erhalten Sie unter www.gfk.de

Zu TNS Infratest

TNS Infratest ist Mitglied der TNS-Gruppe (Taylor Nelson Sofres, London) und gehört damit zu einer der führenden Marktforschungs- und Beratungsgesellschaften der Welt. Für die Auftraggeber aus Automobil und Verkehr, Pharmamarkt, Informationstechnik und Medien, Finanzdienstleistungen, Konsum – und Gebrauchsgüterindustrie liefert TNS Infratest seit mehr als 50 Jahren „Beratung durch Forschung“ und damit den Management Support für Wissensvorsprung und Entscheidungssicherheit.

TNS Infratest Media Research gehört zur TNS- Gruppe und ist spezialisiert auf Medienforschung (Fernsehen, Radio, Pressemedien, Online, Aussenwerbung).

Zuständig für den Online Shopping Survey 2004 und Bezugsadressen

Thomas Pauschert, ENIGMA GfK
Burgstr. 3, 65183 Wiesbaden
Tel 0611 999-6044
Fax 0611 999-6060
E-Mail thomas.pauschert@enigma-gfk.de

Rolf Pfeiderer, TNS Infratest MediaResearch
Landsberger Straße 338, 80687 München
Tel 089 5600-1340
Fax 089 5600-1956
E-Mail rolf.pfeiderer@tns-infratest.com