



Pressemitteilung

Datum

22. April 2004

Thomas Pauschert
ENIGMA GfK
Tel 0611-999 6044
Fax 0611-999 6060
E-Mail
thomas.pauschert@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. Litzendorf
Wilhelm R. Wessels

Vorsitzender des
Aufsichtsrats:
Peter Zühlsdorff

Registergericht
Nürnberg HRB 9398

Autohandel im Internet boomt

Ergebnisse aus dem Online Shopping Survey 2004 (OSS)

München/Wiesbaden, 22. April 2004 – Der elektronische Markt für Autos und Autozubehör hat sich im Jahr 2003 im Vergleich zum Jahr davor mehr als verdoppelt. Das ist das Ergebnis des Online Shopping Survey, einer gemeinsamen Studie der Marktforschungsinstitute ENIGMA GfK und TNS Infratest.

Mehr als 600.000 Bundesbürger haben im Jahr 2003 im Internet ein Auto gekauft. Das sind rund doppelt so viele wie im Jahr 2002. Der durchschnittliche Kaufpreis für via Internet erworbene Autos liegt mittlerweile bei 8.700 Euro. Damit ist der Automarkt im Web längst über das Stadium von Drittwagen-Bazar und Schnäppchen-Labyrinth hinaus. Bei vier von fünf via Internet gekauften Pkws handelt es sich um Gebrauchtwagen. Jedoch betreffen inzwischen 19 Prozent aller Pkw-Käufe Neuwagen. Etwa die Hälfte der Transaktionen im Web werden von privat zu privat abgewickelt. Der klassische Rubrikenmarkt der Tageszeitungen verlagert sich somit mehr und mehr ins Internet.

Darüber hinaus ist der Handel mit Autozubehör im Internet im vergangenen Jahr stark gewachsen. Mit über drei Millionen hat sich die Zahl der Online-Käufer ebenfalls verdoppelt. Gleichzeitig geben die Käufer im Jahresdurchschnitt etwa 70 Prozent mehr als im Jahr zuvor aus. Hier spielt der Markt der Privatkäufe mit einem Anteil von über 40 Prozent ebenfalls eine wichtige Rolle.

Die Studie verdeutlicht, dass E-Commerce in Zeiten schwacher Nachfrage und Konsumunlust mit Abstand die größten Wachstumsraten aller Vertriebskanäle für Waren und Dienstleistungen erbringt.

Zur Studie

Der Online Shopping Survey (OSS) ist eine gemeinsame Studie von ENIGMA GfK und TNS Infratest. 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 Banking befragt. Die komplette Studie kann zum Preis von 5.000 Euro netto bei den unten genannten Adressen bezogen werden.

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

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.

Kontakt:

Thomas Pauschert, ENIGMA GfK, Tel. 0611 999-6044,
E-Mail: thomas.pauschert@enigma-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).

Kontakt:

Rolf Pfeleiderer, TNS Infratest MediaResearch, Tel. 089 5600-1340,
E-Mail: rolf.pfeleiderer@tns-infratest.com

V.i.S.d.P.
GfK AG, Public Affairs and Communications
Dr. Ulrike Schöneberg
Nordwestring 101
90319 Nürnberg
Fon 0911 395-2645
Fax 0911 395-4041
public.affairs@gfk.de