



Nielsen Online

The Nielsen Company
Dr.-Carlo-Schmid-Straße 200
90491 Nürnberg
www.nielsen-online.com

Pressemitteilung

Pressekontakt:

Andreas Gutjahr
Büro: 040 22703-5470, Mobil: 0170 571 4044
E-Mail: andreas.gutjahr@faktenkontor.de

US-BOOM LIVE-SHOPPING: ENORMES POTENZIAL FÜR UNTERHALTUNGSELEKTRONIK

Nürnberg, 31. Oktober 2007 – Neue Verkaufskonzepte, wie Live-Shopping und VIP-Shopping, die beispielsweise in den USA rechtzeitig zum Weihnachtsgeschäft bereits regen Zuspruch finden, haben sich in Deutschland noch nicht zum Massenphänomen entwickelt. Besonders für Unterhaltungselektronik bedeuten diese Absatzkanäle jedoch ein enormes Potenzial, denn Websites dieser Branche erfreuen sich wachsender Beliebtheit. Im Jahr 2006 wuchs die Zahl der Online-Nutzer dieser Branche zwischen dem dritten und dem vierten Quartal um 8% und sank nach der Weihnachtszeit wieder. Dieses Jahr sind die Nutzerzahlen vom zweiten auf das dritte Quartal bereits um 9% angestiegen. Dies sind die neuesten Ergebnisse einer Branchenuntersuchung durch den internationalen Medien- und Marktforschungsdienst Nielsen Online.

Ein Trend der in den USA seinen Ursprung hat und die Verkäufe von Unterhaltungselektronik-Artikeln über das Internet deutlich beflügelt, ist das so genannte Live-Shopping. Hierbei wird bei den Anbietern immer ein Artikel pro Tag zum günstigen Festpreis angeboten, wobei das Angebot mengenmäßig begrenzt ist. Durch die Verknappung übt diese Form des Online-Handels eine besondere Anziehungskraft auf die Konsumenten aus und die Nutzungsintensität derartiger Seiten nimmt kontinuierlich zu.

Der Top-Vertreter der Kategorie Live-Shopping in den USA ist woot!. Eine Reichweitensteigerung von 84% innerhalb eines Jahres dokumentiert die Popularität des Anbieters. Aber auch der wirtschaftliche Aspekt stimmt. Im Oktober hat woot! laut eigenen Angaben an einem Tag 10.000 MP3-Player im Wert von insgesamt einer Million US\$ verkauft und somit den umsatzstärksten Tag seiner Unternehmensgeschichte erlebt.

In Europa entwickeln sich ebenso neue Konzepte, wie zum Beispiel das VIP-Shopping aus Frankreich. Bei dieser Form des Einkaufens wird nur Mitgliedern einer Shopping-Community mittels Passwort Zugang zu günstigen, zeitlich begrenzten Angeboten gewährt. Vente-Privée startete diese Form des E-Commerce in Frankreich für Artikel verschiedener Kategorien und hatte im September bereits eine Unique Audience von 3,6 Millionen Menschen. Mittlerweile gibt es dort zirka 50 Anbieter, die sich auf Produkte aus unterschiedlichen Segmenten spezialisieren. Auch in den USA erfreut sich das Konzept steigender Beliebtheit, die Seite BJs.com vertreibt Elektronik über ein Club-Konzept (Besucheranstieg um 21% innerhalb eines Jahres auf 871.000 Unique Audience im September 2007)

In Deutschland haben die oben vorgestellten Konzepte bisher noch kein vergleichbares Interesse erzeugt, obwohl zum Beispiel die VIP-Shopping Anbieter BuyVIP und Brands4Friends in den

vergangenen beiden Monaten deutliche Besucherzuwächse erzielt haben. Momentan sind es eher die etablierten Online-Händler, die ihre bestehenden Nutzerzahlen noch weiter ausbauen. Hervorzuheben ist hier insbesondere Conrad. Allein conrad.de konnte seine Reichweite im letzten Jahr um 69% steigern. Noch besser lief es für den Conrad-Spezialshop für Gaming und Multimedia, CXtreme: in den letzten 12 Monaten konnte die Anzahl der Nettonutzer um 147% ausgeweitet werden.

Top 10 Multi-category Computer & Consumer Electronics

Rank	Brand Or Channel	Unique Audience (000)	Active Reach (%)
	Multi-category Computers & Consumer Electronics	23.264	57,4
1	eBay Consumer Electronics	11.217	27,7
2	eBay Computers & Software	7.628	18,8
3	Conrad	4.805	11,9
4	MEDION	3.691	9,1
5	PEARL	3.663	9,0
6	Softonic	3.601	8,9
7	OSTG	2.991	7,4
8	gulli.com	2.843	7,0
9	Media Markt	2.735	6,7
10	T-Online onComputer	2.468	6,1

Quelle: Nielsen Online, September 2007, Home & Work

Oliver Sender von Nielsen Online kommentierte: „Live-Shopping und VIP-Shopping werden auch in Deutschland an Bedeutung gewinnen. Diese neue Art des Online-Verkaufs kann beispielsweise für den schnellen Abverkauf von Lagerbeständen genutzt werden oder um ein relativ neues Produkt über Early Adopters in den Markt zu bringen. Die Exklusivität wird hierbei bewusst eingesetzt und kann den Kult-Status von Produkten unterstreichen.“

Neben den beschriebenen neuen Konzepten liegen die bekannten Online-Retailer für den Consumer Electronics Bereich weiterhin gut im Rennen. Bester Beleg hierfür sind die Reichweitensteigerungen von Amazon, die in den europäischen Kernmärkten UK, Deutschland und Frankreich im letzten Jahr zwischen 13% und 24% lagen.

Über Nielsen Online

Nielsen Online, ein Service von The Nielsen Company, liefert umfangreiche und unabhängige Messungen und Analysen von Online-Nutzern und -Werbung, Video, nutzergenerierten Inhalten und Konsumentenverhalten. Diese waren bisher unter den Marken Nielsen//NetRatings und BuzzMetrics bekannt. Mittels qualitativ hochwertigen, technologiebasierten Produkten und Dienstleistungen ermöglicht Nielsen Online seinen Kunden, wichtige Geschäftsentscheidungen im Hinblick auf das Internet, digitale Medien und Marketing auf eine solide Informationsbasis zu stützen. Für nähere Informationen besuchen Sie bitte www.nielsen-online.com.

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), Businessmedien (Billboard, The Hollywood Reporter, Adweek) und Fachmessen. Das Unternehmen ist in über 100 Ländern aktiv. The Nielsen Company befindet sich in Privatbesitz und verfügt über Zentralen in Haarlem (Niederlande) und New York (USA). Nähere Informationen finden Sie unter www.nielsen.com.

###