

Pressemitteilung

Pressekontakt:

Nielsen Online
Andreas Gutjahr
Büro: 040 22703-5470
E-Mail: andreas.gutjahr@faktenkontor.de

DIE SCHNÄPPCHENSUCHE PER MAUSCLICK GEWINNT WEITER AN BEDEUTUNG

Nielsen Online analysiert Einkaufsverhalten im Internet

Nürnberg – 16. September 2008 – Mehr als sieben von zehn Internet-Nutzern waren im Monat Juli online auf Schnäppchensuche. Das Internet-Auktionshaus eBay liegt dabei weiterhin unangefochten auf Rang 1 mit gut 17 Millionen Besuchern – ein Anteil von rund 47 Prozent. Der Zweitplatzierte Amazon kommt immerhin auf 11 Millionen Besucher. Damit steuerten drei von zehn Surfern die Seiten des weltgrößten Online-Händlers an.

Auf die Spitzenplätze schafften es auch die Versandhäuser: Quelle landet auf Platz drei (rund sieben Millionen Besucher) und ist damit der beliebteste Online-Versandhändler vor Neckermann (Platz 5) und Otto (Platz 7). Trotz der geringen Konsumneigung läuft das Geschäft vieler Unternehmen der Branche wieder rund – dem Internet sei Dank. Laut dem Bundesverband des deutschen Versandhandels erzielen die Versandhäuser fast die Hälfte ihrer Umsätze in diesem Jahr über den Online-Vertrieb.

Während die großen Versandhändler alle im Ranking relativ ähnlich abschneiden, gibt es bei den deutschen Discountern jedoch deutliche Unterschiede. Aldi (Platz 19) und Plus (Platz 25) liegen weit vor dem Konkurrenten Penny (Platz 124). Lidl kommt auf Platz 37.

Der „große Bauchladen“ ist gefragt

Vor allem die sogenannten „Mass Merchandiser“, also Anbieter, die sich nicht spezialisiert haben sondern Waren aus den verschiedensten Bereichen verkaufen, rangieren damit auf den vorderen Plätzen.

Auch Tchibo gehört dazu - der einstmals reine Kaffeeröster wurde im Juli von fünf Millionen Surfern angeklickt und landete damit auf Platz 6.

Unter den Spezialläden hat der Elektronikanbieter Conrad die Nase vorn. Das Unternehmen kommt auf knapp 2,6 Millionen Besucher und nimmt den 11. Platz ein.

Tabelle: Top 10 E-Commerce im Juli 2008*

Rang	Brand oder Channel	Unique Audience in Tsd.	Active Reach (%)
1	eBay	17.103	46,5
2	Amazon	11.191	30,4
3	Quelle	6.977	19,0
4	Ciao!	5.418	14,7
5	Neckermann	5.415	14,7
6	Tchibo	5.074	13,8
7	OTTO	3.477	9,5
8	preisvergleich.de	2.905	7,9
9	Kijiji	2.738	7,4
10	Idealo	2.592	7,1

Quelle: Nielsen Online, NetView, home only, Juli 2008

Der Preisvergleich ist fast schon ein Muss

Händler, die bei Online-Preisvergleichen gut abschneiden, können sich über steigende Umsätze freuen. Mit Ciao! (Platz 4), Preisvergleich.de (Platz 8) und Idealo (Platz 10) landeten gleich drei dieser Dienste auf den ersten zehn Plätzen. Allein bei Ciao! war jeder siebte Surfer auf der Suche nach Schnäppchen.

Kleinere Online-Händler haben es zwar im Netz deutlich schwerer, bekommen allerdings durch Kleinanzeigen-Märkte wie Kijiji (Platz 9) oder Portale wie T-Online Shopping (Platz 12) und SmartShopping (Platz 18) vermehrt die Möglichkeit, ihre Waren anzubieten.

Nicht nur einmal zu Besuch

Bei der Zahl der Besuche pro Person liegt erwartungsgemäß eBay vorne mit durchschnittlich knapp zehn Sessions im Monat Juli. Rund 4,3 Mal schauen auch die Quelle-Kunden auf die Seiten des Versenders (zum Vergleich: Otto kommt auf lediglich 1,84 Besuche pro Person).

Vergleichsweise häufig werden außerdem die Seiten der Verkäufer von Unterhaltungselektronik und Computern angeklickt. Conrad und dessen Spezialshop cXtreme kommen ebenfalls auf mehr als vier Besuche pro Person.

Zuerst zu eBay

Im Durchschnitt erwarten die Shopbetreiber in diesem Jahr Zuwächse um rund 18 Prozent, so der Bundesverband Digitale Wirtschaft. Am häufigsten landen Bücher im Warenkorb der Online-Kunden, gefolgt von Bekleidung, Videos, DVDs, Tickets und Elektroartikel, das ergab eine gesonderte Nielsen-Studie mit mehr als 26.000 Befragten.

Aber auch Spielzeug und Spiele für den Nachwuchs werden gern online gekauft. Wie bei den meisten anderen Produktgruppen halten viele Kunden erst einmal bei eBay Ausschau nach Schnäppchen. Gefragt ist aber auch myToys.de mit mehr als einer Million Besuchern. Disney Online und Lego folgen mit jeweils etwa halb so viel Besuchern.

* Für diese Sonderanalyse wurden die NetView-Kategorien Mass Merchandiser, Classifieds & Auctions, Shopping Directories & Guides, Multi-category Computers and Consumer Electronics, Kids, Games & Toys, Apparel/Beauty zusammengefasst.

-- Ende --



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), Online Forschung (NetRatings und BuzzMetrics), Mobile Measurement, Fachmessen und Business Publications (Billboard, The Hollywood Reporter, Adweek). Das in Privatbesitz befindliche Unternehmen ist in mehr als 100 Ländern aktiv mit Hauptsitz in New York (USA). Weitere Informationen finden Sie im Internet unter www.nielsen.com.