



ECC-Konjunkturindex Shopper in Zusammenarbeit mit redcoon

- August 2010 -



Über den s-KIX



Sehr geehrte Damen und Herren,

zum zweiten Mal präsentiert das E-Commerce-Center Handel in Zusammenarbeit mit redcoon den ECC-Konjunkturindex Shopper (s-KIX). Mit diesem unter Online-Käufern erhobenen Konjunkturindex bekommt die gesamte Branche ein monatlich aktualisiertes Bild von den Einschätzungen und Erwartungen der Verbraucher. Wir unterstützen diese Initiative des ECC Handel deshalb sehr gern. Ausdrücklich bedanken wollen wir uns bei allen Umfrageteilnehmern, die die vorliegenden Ergebnisse erst möglich gemacht haben.



Zu den zentralen Erkenntnissen der aktuellen Befragung zählt, dass die Verbraucher ihre derzeitigen Online-Ausgaben zurückhaltender bewerten als noch im Juli. Dennoch wirkt sich dies offenbar nicht nachhaltig auf ihre Konsumhaltung aus. Denn ihre Prognosen für die kommenden zwölf Monate sind erheblich optimistischer und sogar noch etwas höher als im Vormonat.

Wie stark inzwischen die Bedeutung des Online-Handels geworden ist, zeigt sich unter anderem daran, dass mehr als drei Viertel aller Befragten im Durchschnitt häufiger als ein Mal im Monat im Internet einkauft. Das ist eine gute Nachricht und lässt uns schon jetzt gespannt sein auf die September-Ergebnisse

Rainer Heckel

Geschäftsführer redcoon GmbH



Das **primäre Ziel des ECC-Konjunkturindex** besteht darin, belastbare Daten zur aktuellen und zukünftigen Entwicklung des deutschen Online-Handels zu gewinnen und damit das gegenwärtig bestehende Informationsdefizit zu aktuellen und zukünftigen Entwicklungen im deutschen E-Commerce zu beseitigen. Um ein ganzheitliches Bild der E-Commerce-Landschaft zu erhalten; initiiert das ECC Handel in Zusammenarbeit mit seinen Partnern die drei Indizes:



- ▶ **e-KIX:** ECC-Konjunkturindex **Handel** in Zusammenarbeit mit Tradoria und Trusted Shops,



- ▶ **d-KIX:** ECC-Konjunkturindex **Dienstleister** in Zusammenarbeit mit Postbank P.O.S. Transact und EHI Retail Institute,



- ▶ **s-KIX:** ECC-Konjunkturindex **Shopper** in Zusammenarbeit mit redcoon.



- ▶ **Methodik**

- ▶ Ergebnisse
- ▶ Stichprobenmerkmale
- ▶ Fazit



▶ **Inhalt:**

- ▶ Meinungserhebung unter deutschen Online-Shopper zur ihren aktuellen Online-Einkäufen und zur zukünftig erwarteten Entwicklung ihrer Einkäufe im Internet.

▶ **Erhebungsmethode:**

- ▶ Einmalige Registrierung
- ▶ Online-Kurzbefragung

▶ **Erhebungszeitraum:**

- ▶ 24. August 2010 – 31. August 2010
- ▶ Wiederholung: monatlich

▶ **Stichprobe:**

- ▶ Umfrage-Teilnehmer August 2010: N = 2.460





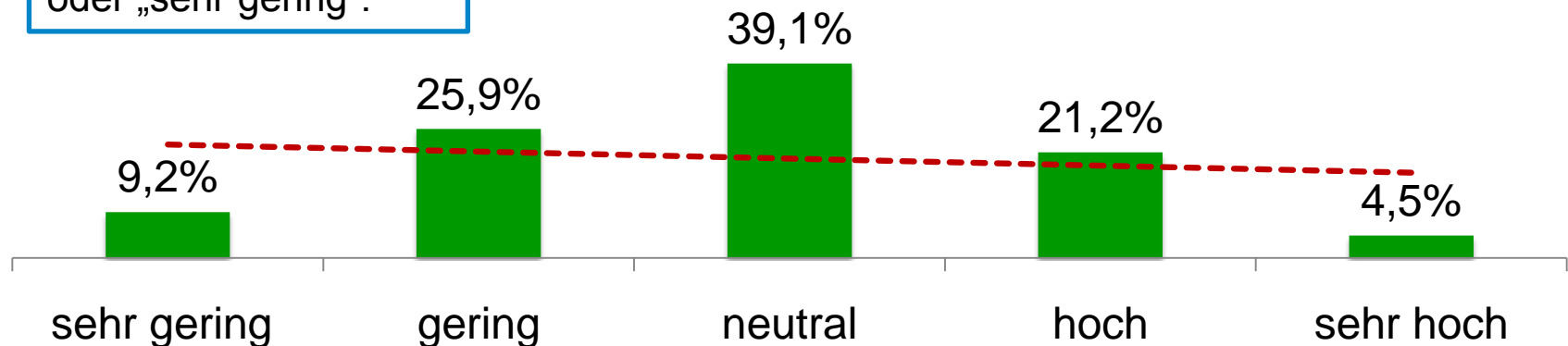
- ▶ Methodik
- ▶ **Ergebnisse**
- ▶ Stichprobenmerkmale
- ▶ Fazit

s-KIX: August 2010 – Aktuelle Situation



Frage: Wie bewerten Sie Ihre Online-Ausgaben in diesem Monat?

Ca. ein Drittel der Befragten bewertet die aktuellen Online-Ausgaben als „gering“ oder „sehr gering“.



Lesebeispiel: 25,9 Prozent der befragten Online-Shopper bewerten ihre Online-Ausgaben dieses Monats als „gering“.

Basis: n = 2.460

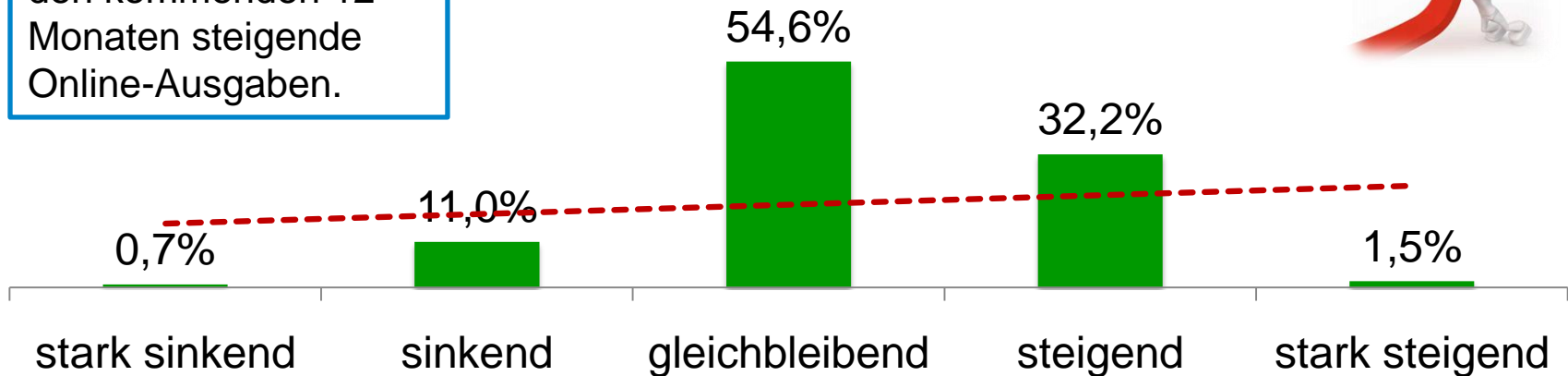


s-KIX: August 2010 – Prognostizierte Entwicklung



Frage: Wie werden sich Ihre Online-Ausgaben in den nächsten 12 Monaten voraussichtlich entwickeln?

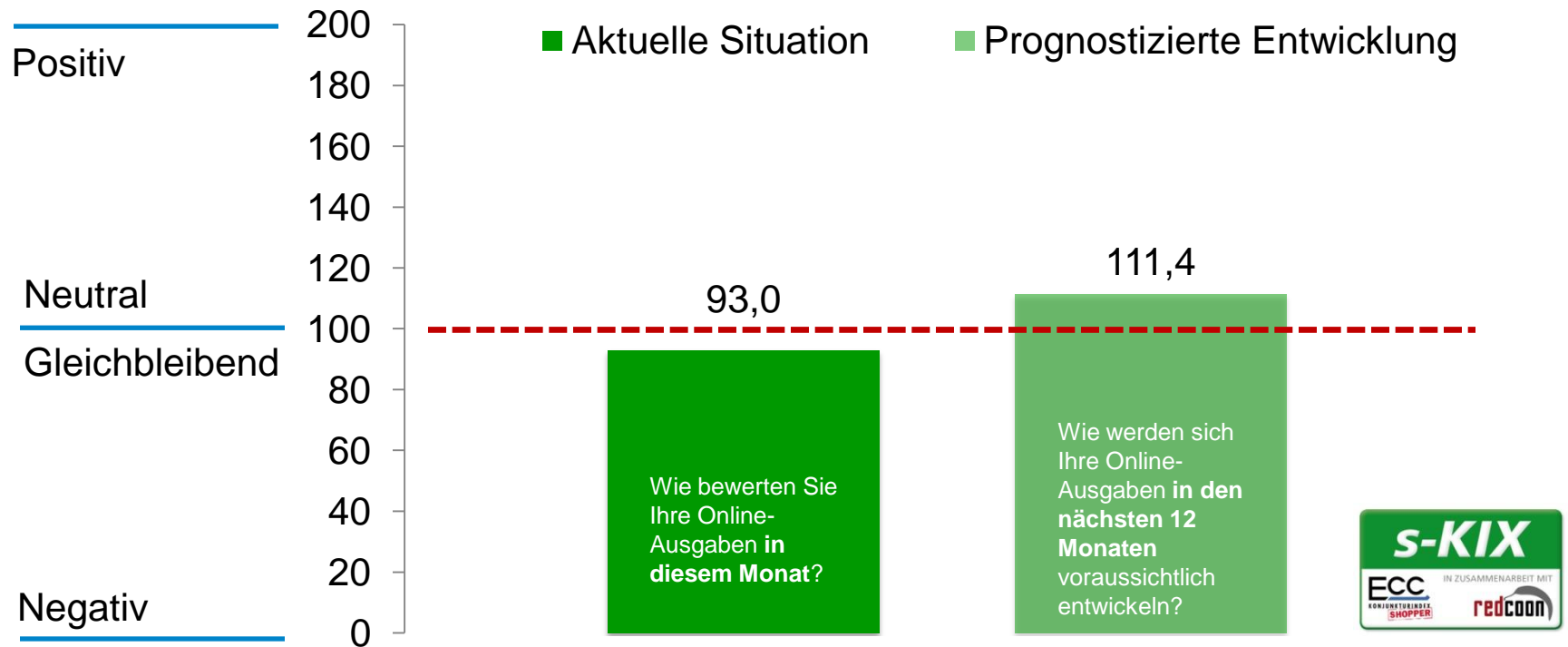
Ein Drittel der Befragten erwartet in den kommenden 12 Monaten steigende Online-Ausgaben.



Lesebeispiel: 54,6 Prozent der befragten Online-Shopper erwarten innerhalb der nächsten 12 Monate gleichbleibende Online-Ausgaben.

Basis: n = 2.460

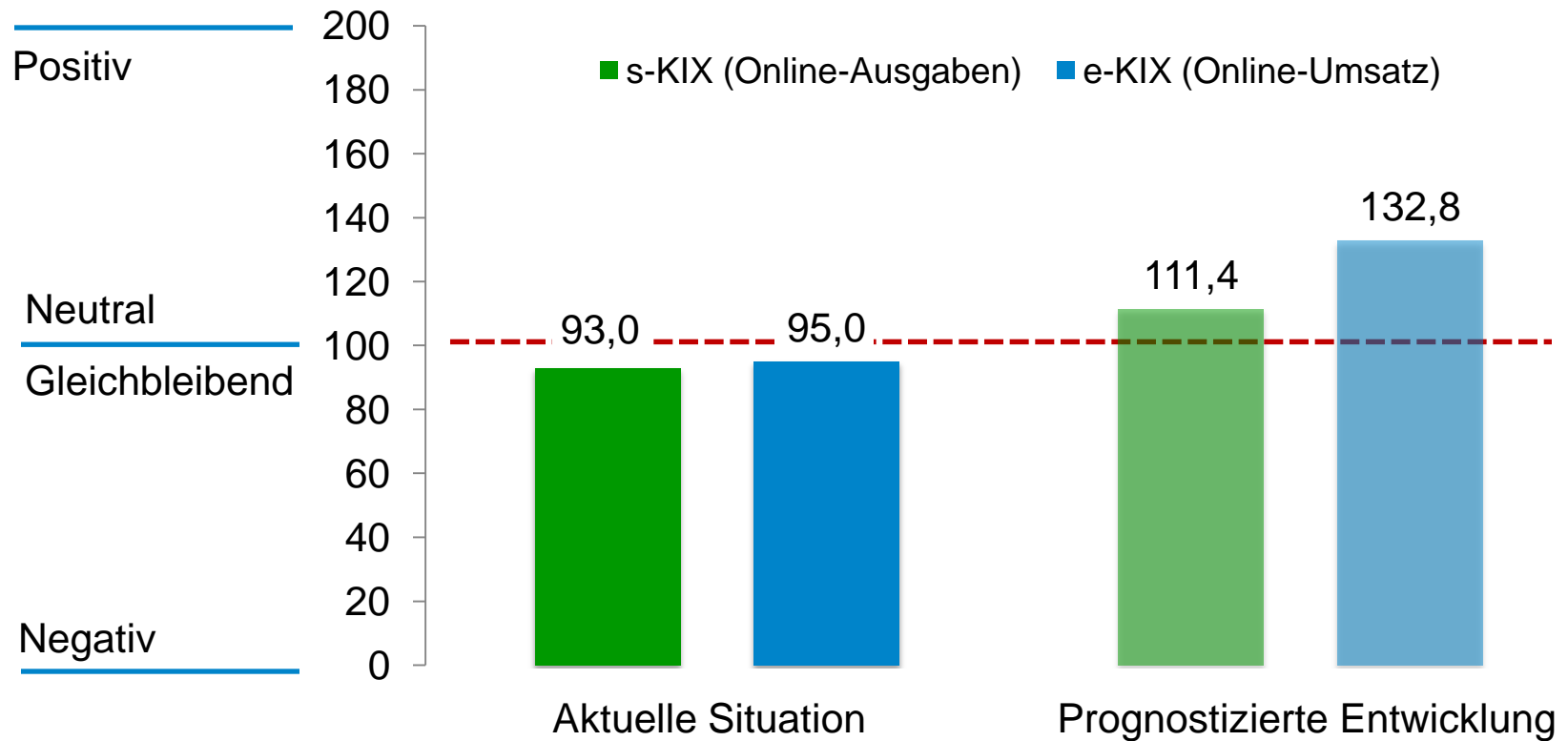




Lesebeispiel: Der s-KIX liegt bei 111,4 von 200 möglichen Indexpunkten für die prognostizierte Entwicklung und steht damit für gleichbleibende bis leicht steigende Online-Ausgaben in den kommenden 12 Monaten.

Basis: n = 2.460

Der s-KIX im Vergleich zum e-KIX – August 2010

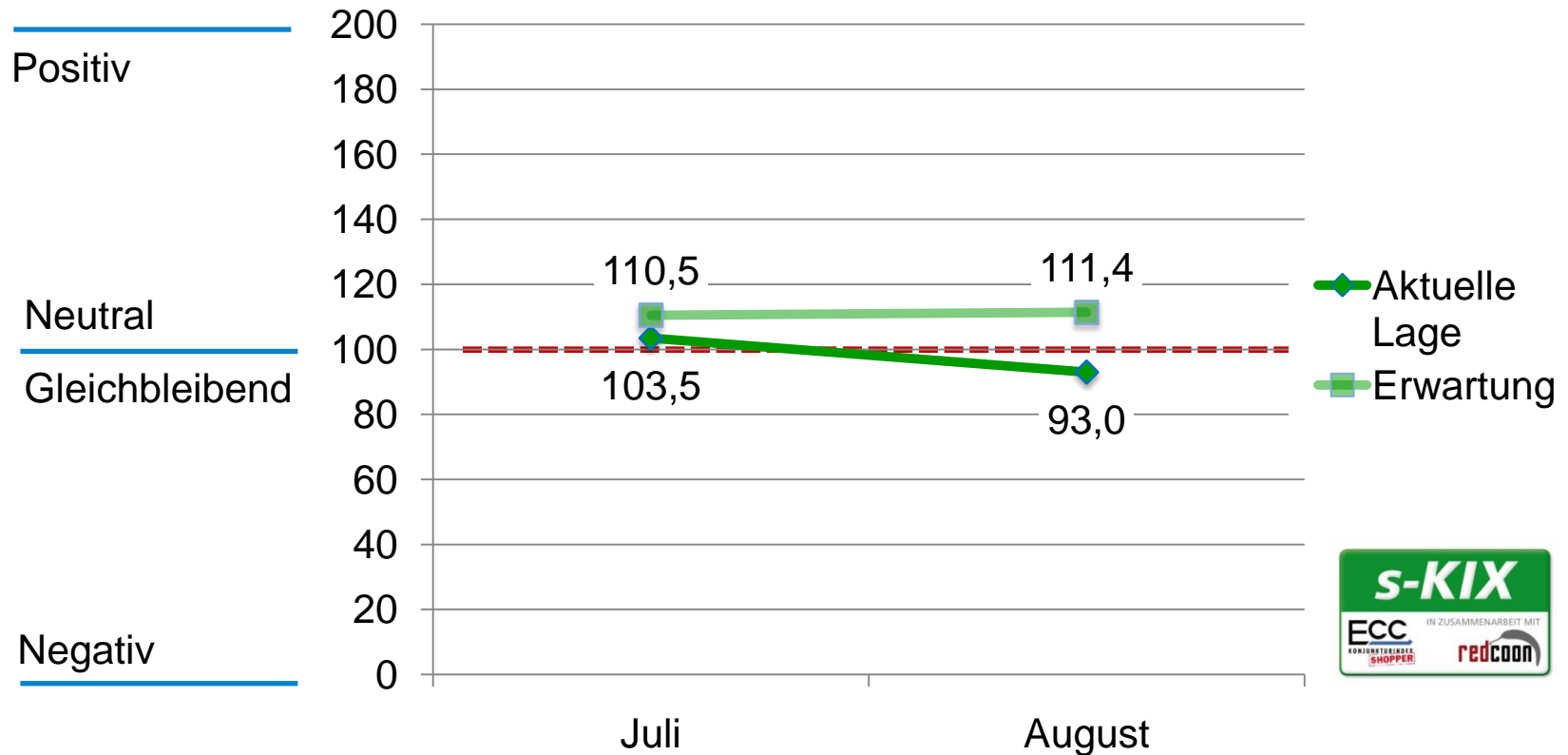


Lesebeispiel: Der s-KIX liegt bei 111,4 und der e-KIX bei 132,8 von 200 möglichen Indexpunkten für die prognostizierte Entwicklung,

Basis: n = 2460 (s-KIX) n = 672 (e-KIX)



s-KIX: Juli bis August 2010 – aktuelle Lage und Erwartungen deutscher Online-Shopper



Lesebeispiel: Die befragten Online-Shopper bewerteten die aktuelle Situation im Juli mit 103,5 im August mit 93,0 von 200 möglichen Skalenpunkten.

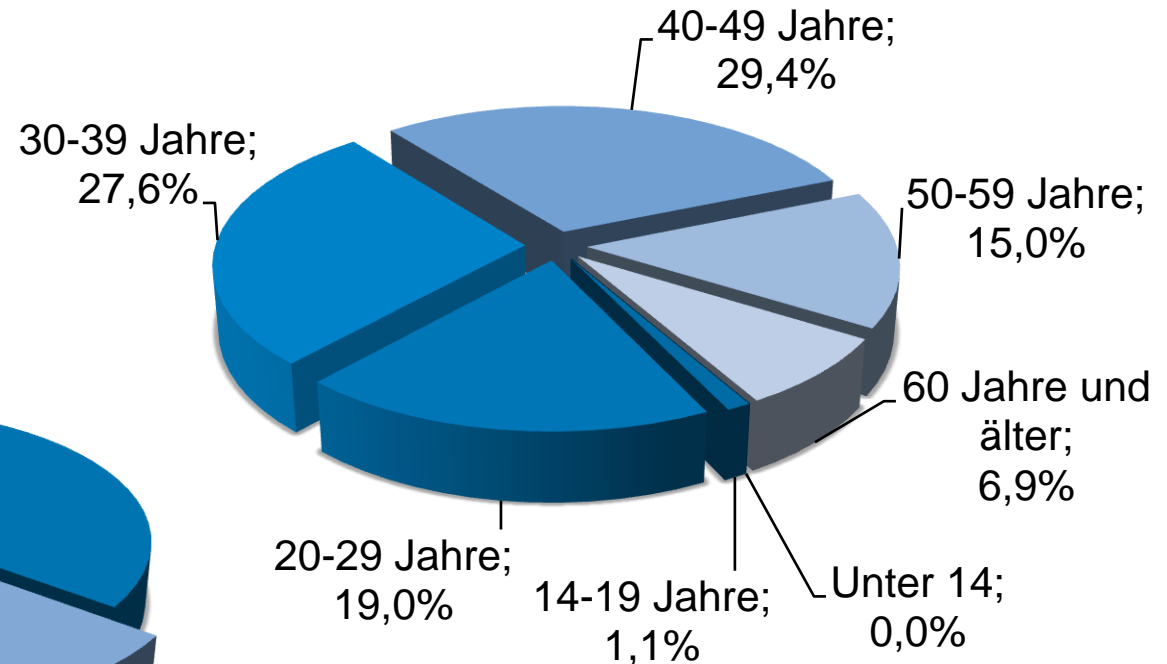
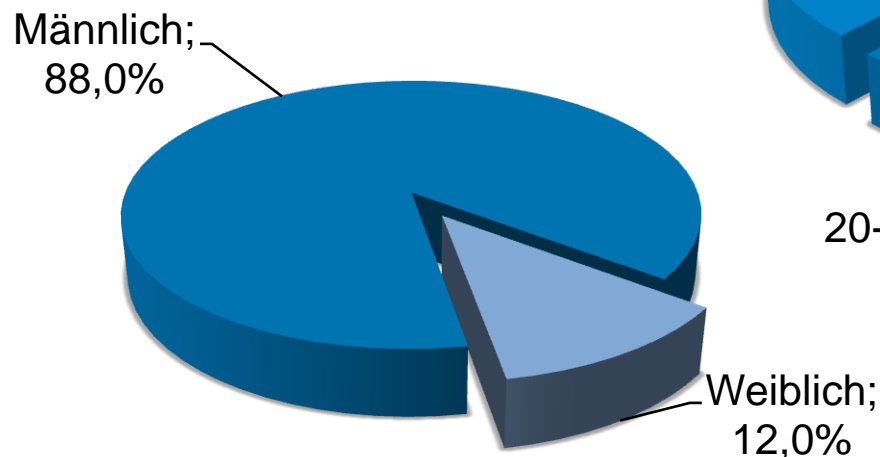
Basis: n ≥ 2.460



- ▶ Methodik
- ▶ Ergebnisse
- ▶ **Stichprobenmerkmale**
- ▶ Fazit

Alter und Geschlecht

Die Stichprobe setzt sich zum größten Teil aus Männern und Personen zwischen 20 und 49 Jahren zusammen.



Lesebeispiel: 19,0 Prozent der befragten Online-Shopper sind zwischen 20 und 29 Jahre alt.

Basis Geschlecht: n = 2.460

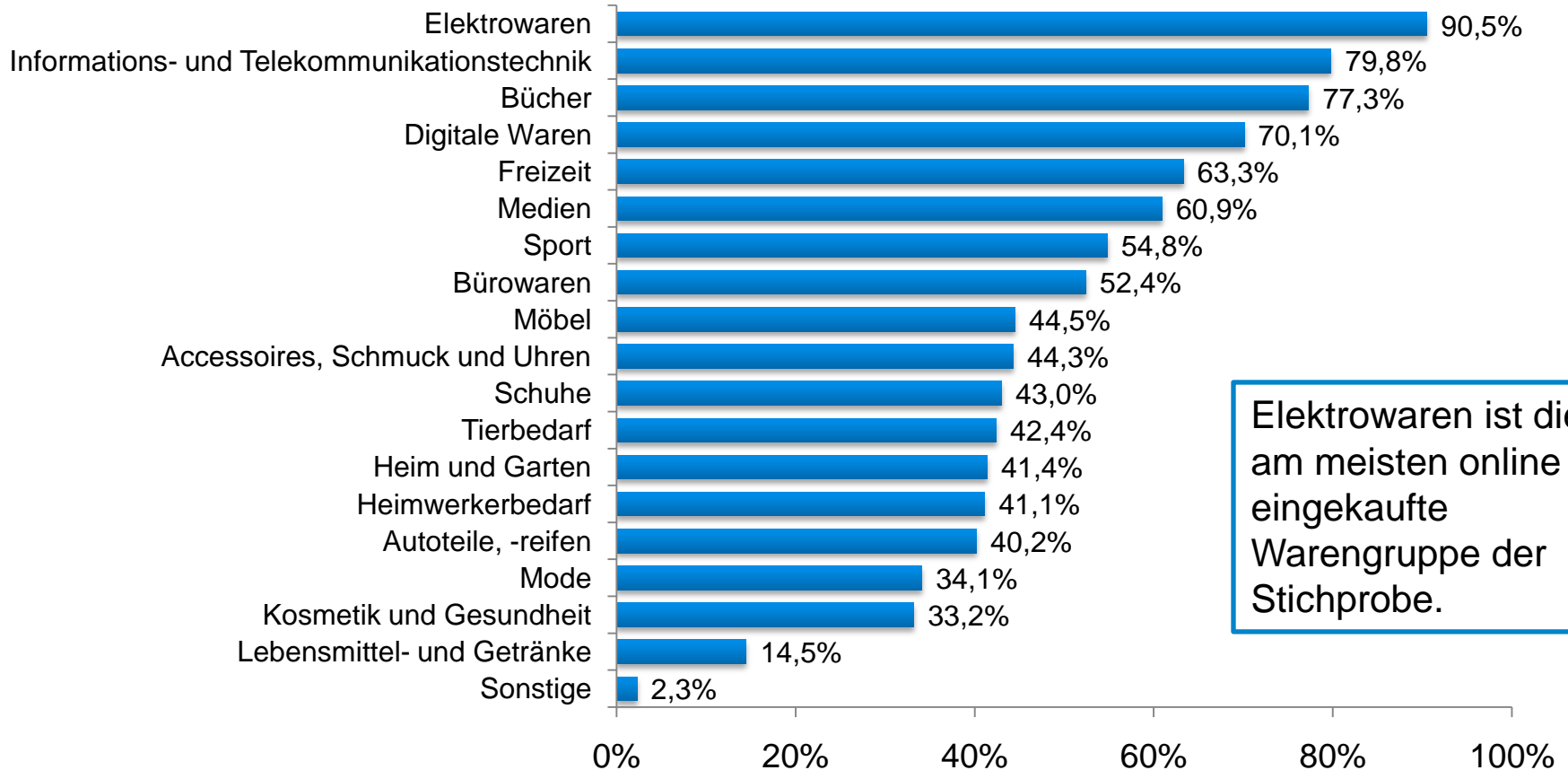
Fehlend: n = 0

Basis Alter: n = 2.388

Fehlend: n = 72



Bisher online erworbene Warengruppen



Elektrowaren ist die am meisten online eingekaufte Warengruppe der Stichprobe.

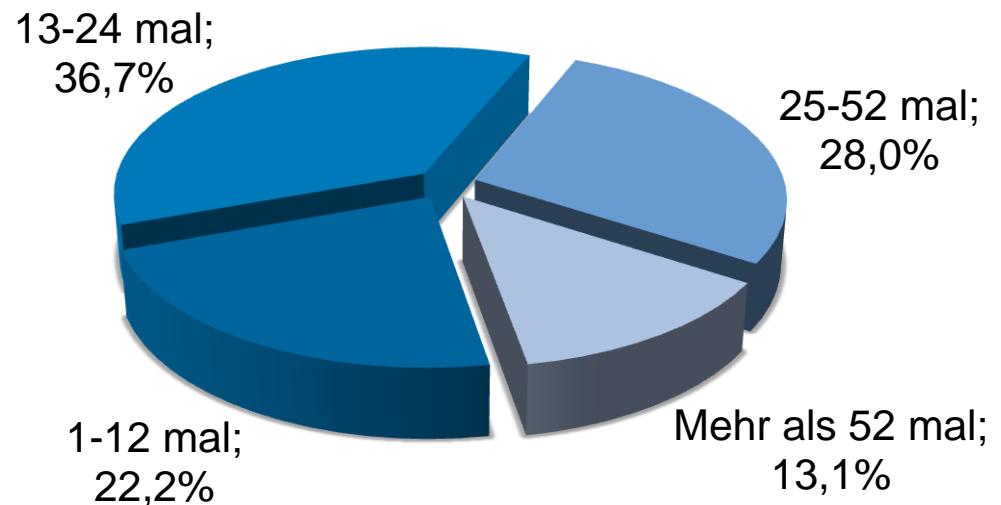
Lesebeispiel: 90,5 Prozent der teilnehmenden Online-Shopper haben online bereits Elektrowaren eingekauft.

Basis: n = 2.460



Frage: Wie häufig kaufen Sie durchschnittlich im Jahr online ein?

Mehr als drei Viertel der Stichprobe kauft durchschnittlich häufiger als ein mal pro Monat online ein.



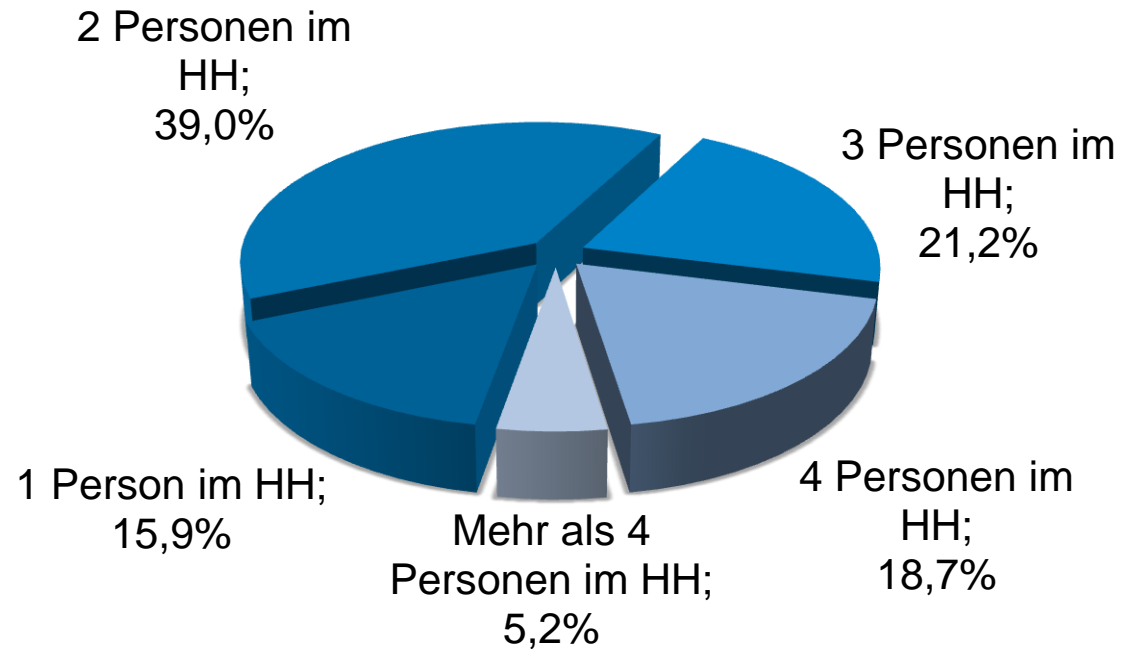
Lesebeispiel: 22,2 Prozent der befragten Online-Shopper kaufen durchschnittlich 1 bis 12 mal pro Jahr online ein.

Basis: n = 2.460



Haushaltsgröße

Der größte Teil der Stichprobe wohnt in einem 2 Personen-Haushalt.



Lesebeispiel: 39,0 Prozent der teilnehmenden Online-Shopper leben in einem 2 Personen-Haushalt.

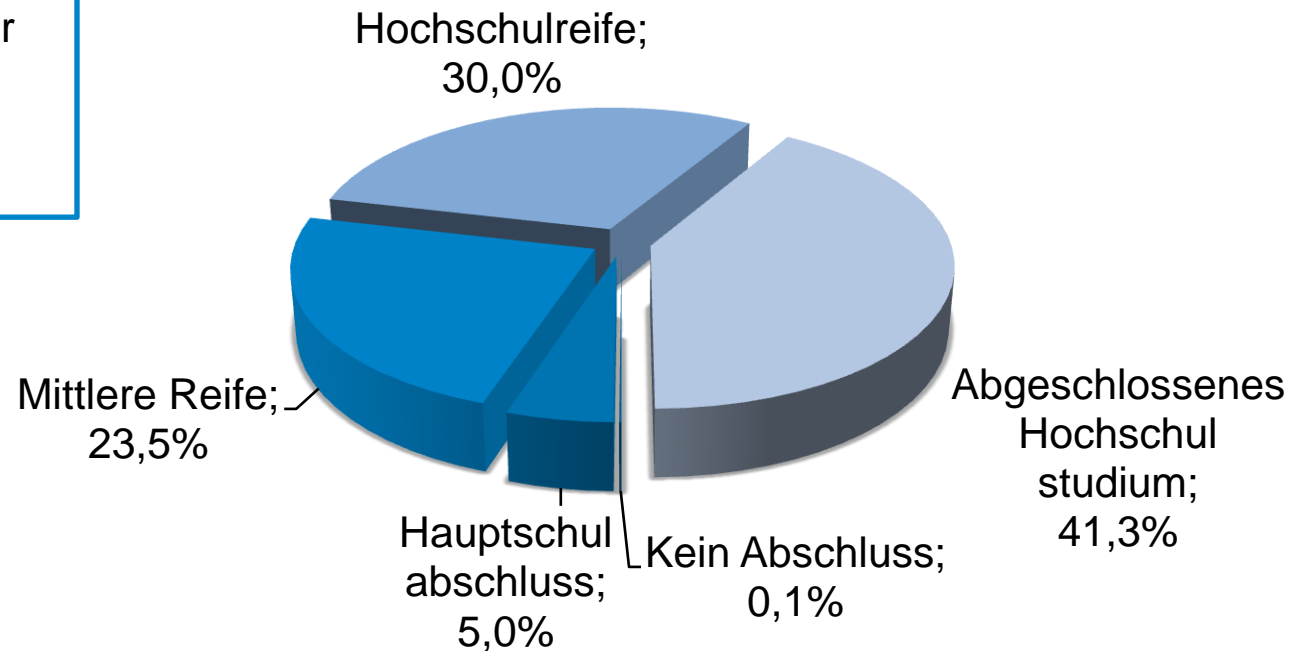
Basis: n = 2.400

Fehlend: n = 60



Höchster Bildungsabschluss

Über 70 Prozent der Befragten besitzt zumindest eine Hochschulreife.



Lesebeispiel: 41,3 Prozent der teilnehmenden Online-Shopper besitzen ein abgeschlossenes Hochschulstudium.

Basis: n = 2.387

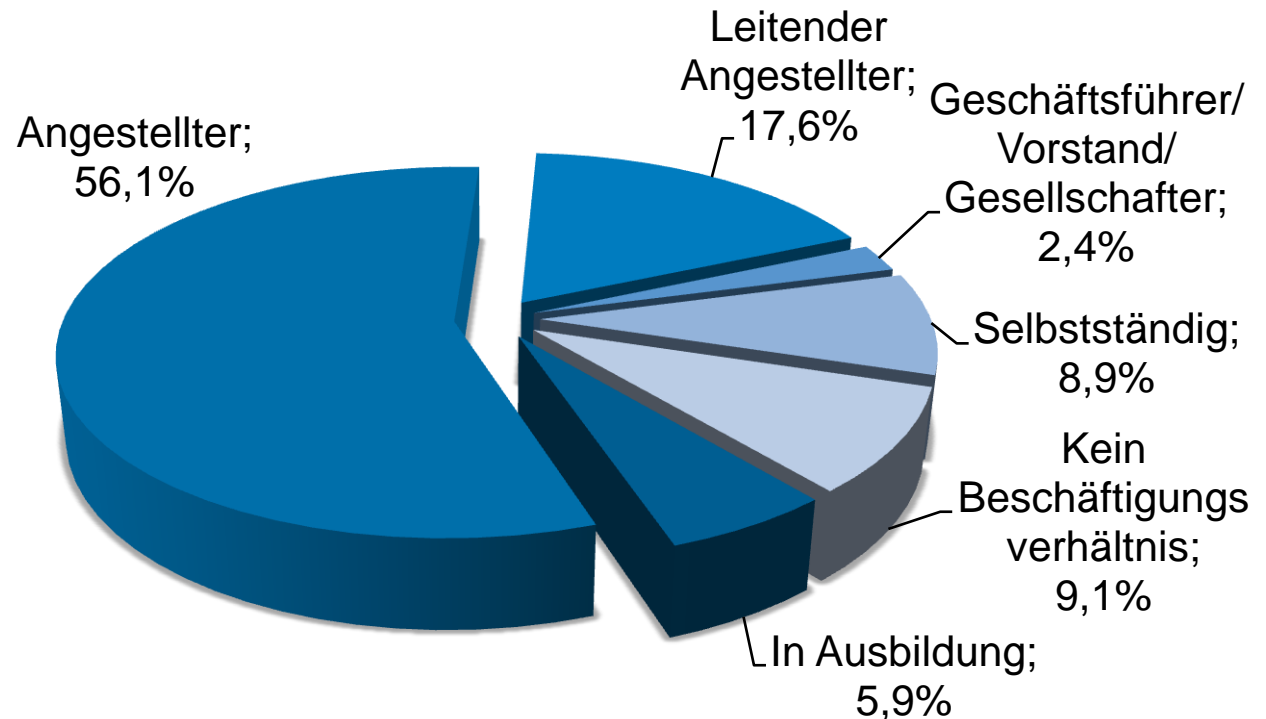
Fehlend: n = 73



Beschäftigungsverhältnis



91 Prozent der Befragten besitzen aktuell ein Beschäftigungsverhältnis in einem Unternehmen, sind in Ausbildung oder selbstständig.



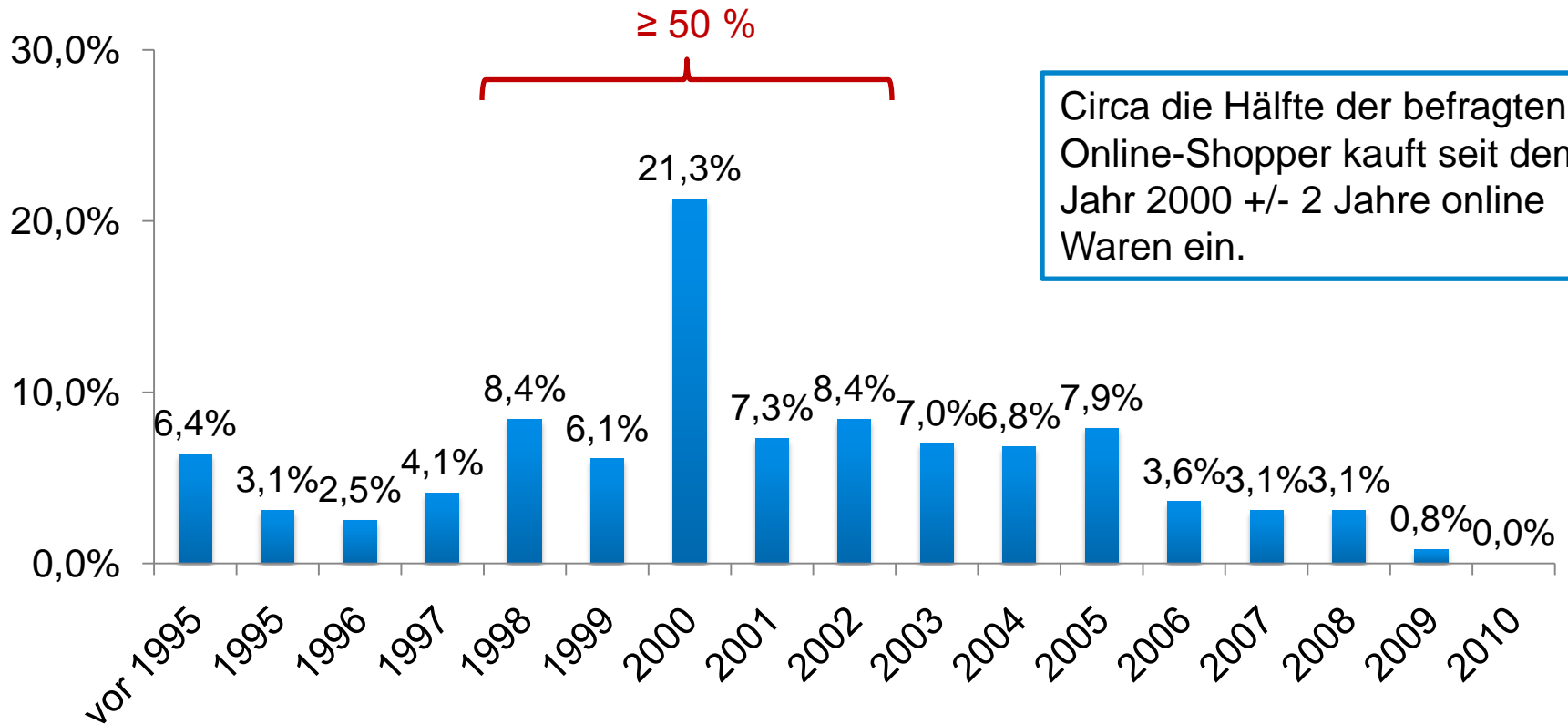
Lesebeispiel: 17,6 Prozent der teilnehmenden Online-Shopper sind leitende Angestellte eines Unternehmens.

Basis: n = 2.361

Fehlend: n = 99



Online-Shopper seit



Circa die Hälfte der befragten Online-Shopper kauft seit dem Jahr 2000 +/- 2 Jahre online Waren ein.

Lesebeispiel: 6,4 Prozent der teilnehmenden Online-Shopper hat erstmals bereits vor 1995 online eingekauft.

Basis: n = 2.391

Fehlend: n = 69





Die Ende August veröffentlichte GFK-Konsumklimastudie zeigt eine positive Konjunktur- und Einkommenserwartung bei den Verbrauchern – die Verbraucherstimmung im August stehe ganz im Zeichen des starken Anstiegs des deutschen Bruttoinlandsproduktes im zweiten Quartal dieses Jahres. Doch anscheinend wirkt sich diese positive Stimmung nicht auf die aktuelle Kaufbereitschaft deutscher Online-Shopper aus:



Der s-KIX im August 2010 liegt mit 93,0 von 200 möglichen Skalenpunkten unterhalb der neutralen Mitte und verliert gegenüber dem Vormonat ganze 10 Skalenpunkte.

Ca. ein Drittel der Befragten bewertet die derzeitigen Online-Ausgaben als (sehr) gering.

Der aktuelle Sparkurs scheint jedoch nicht von Dauer zu sein, denn der Skalenwert der prognostizierten Online-Ausgaben liegt im August bei 111,4 und nimmt folglich im Gegensatz zum Vormonat um 0,9 Punkte zu.

Die konjunkturelle Stimmung der Online-Händler zeigt ein positiveres Bild: Sowohl der aktuelle als auch der prognostizierte Skalenwert der Online-Umsätze liegt über dem Wert der Ausgaben der Online-Shopper. Zwar liegt auch der e-KIX bei der Einschätzung der aktuellen Umsätze erneut unterhalb der neutralen Mitte, er ist jedoch erstmals seit Mai 2010 wieder angestiegen.

Sonja Rodenkirchen

Projektleiterin E-Commerce-Center Handel



Die Institut für Handelsforschung GmbH ist ein Forschungs- & Beratungsunternehmen mit empirisch basierten Businesslösungen für den Off- und Online-Handel. Das E-Commerce-Center Handel (ECC Handel) ist am Institut für Handelsforschung für den Bereich E-Commerce (elektronischer Handel) zuständig und blickte im Jahr 2009 auf 10 Jahre Erfahrung in Forschung und Beratung im elektronischen Handel zurück.

Als Branchen-Kompetenzzentrum des vom Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie geförderten Netzwerks der Kompetenzzentren für den elektronischen Geschäftsverkehr berät das ECC Handel Unternehmen zu aktuellen Fragen des E-Commerce.

Zusätzlich führt das ECC Handel Forschung, Projekte und Beratung für private und öffentliche Auftraggeber durch. Auf der Website stehen umfassende kostenfreie Informationen von Suchmaschinenmarketing bis Web 2.0 zur Verfügung.





redcoon.de gehört zu den größten Fach-Discountern für LCD-und Plasmafernseher, Digitalkameras, Notebooks, Hifi, Car-Hifi und Haushaltsgeräte im deutschsprachigen Internet. Mit eigenen Online-Shops in zehn Ländern ist redcoon (www.redcoon.com) außerdem einer der größten europäischen Anbieter in diesem Segment.

Das Unternehmen mit Sitz in Aschaffenburg wurde 2003 gegründet und genießt unter Verbrauchern einen hervorragenden Ruf als Online-Anbieter für Consumer Electronics. Basis dieses Erfolgs sind eine riesige Auswahl an aktuellen Produkten, exzellente Preise und ein Shop- und Logistik-Konzept, das kaum einen Kundenwunsch offen lässt. Rund zwei Millionen Internet-Nutzer besuchen Monat für Monat den deutschen redcoon Shop, europaweit zählt das Unternehmen monatlich deutlich mehr als fünf Millionen Internet-Besucher. Im Durchschnitt verschickt redcoon jeden Monat rund 180.000 Produkte und gewinnt täglich rund 2.000 Neukunden. Gründer und Geschäftsführer von redcoon.de ist Reiner Heckel.





IfH

ECC
E-Commerce-Center Handel

Sonja Rodenkirchen
s.rodenkirchen@ecc-handel.de

Dr. Kai Hudetz
k.hudetz@ecc-handel.de

E-Commerce-Center Handel
c/o Institut für Handelsforschung GmbH
Dürener Straße 401 b
50858 Köln

Tel.: (0221) 943607-70
Fax: (0221) 943607-59
www.ecc-handel.de
www.ecc-konjunkturindex.de

