

B2C E-Commerce in allen Teilen Europas auf Wachstumskurs

In seinem neuen „Europe B2C E-Commerce Report 2012“ analysiert das Hamburger sekundäre Marktforschungsunternehmen yStats.com den B2C E-Commerce in Europa umfassend. Der Bericht liefert einen Überblick über insgesamt 35 Länder aus dem gesamten europäischen Raum. Des Weiteren sind Informationen zu der Gesamtregion Europa enthalten. Angaben zu Trends, Umsätzen, Produktkategorien sowie Wettbewerbern auf den Online-Märkten der einzelnen Länder werden dargestellt.

Für die gesamte europäische Region wird ein jährlicher Anstieg der B2C E-Commerce Umsätze zwischen 2011 und 2016 von mehr als 10 Prozent erwartet. Auch der grenzüberschreitende Online-Handel floriert. So hatte im Jahr 2011 bereits eine niedrige zweistellige Prozentzahl aller Online-Shopper in Europa über die eigenen Landesgrenzen hinaus im Internet Güter oder Dienstleistungen bestellt. Schweden und Norwegen hatten 2011 die höchste Internetdurchdringung, wobei Norwegen gleichzeitig auch die höchste Online-Shopper Rate aufweisen konnte. Hier folgten auf das skandinavische Land Großbritannien und Schweden.

B2C E-Commerce Wachstum in Österreich und der Schweiz lässt deutlich nach, steigt jedoch in Deutschland

In Deutschland stiegen die Online-Umsätze zwischen 2009 und erwartungsgemäß 2012 stetig um eine leicht wachsende Prozentzahl. Im Jahr 2011 konnten reine Online-Händler den größten Anteil am B2C E-Commerce Umsatz in Deutschland für sich verbuchen, wobei „Bekleidung, Textilien, Schuhe“ und „Medien, Bilder, Tonträger“ die Produktkategorien mit den höchsten Online-Umsätzen darstellten. Der Online-Händler mit den höchsten Umsätzen in Deutschland war Amazon.de, der mit großem Abstand vor dem zweitplatzierten Otto.de führte. In Österreich wurde 2011 etwa die Hälfte aller Online-Bestellungen auf ausländischen Webseiten getätigt, allen voran auf deutschen. Insgesamt wird prognostiziert, dass das B2C E-Commerce Wachstum im Produktbereich in den auf 2011 folgenden Jahren deutlich einbrechen wird. Wuchs der Online-Umsatz zwischen 2007 und 2011 noch mit deutlich über einem Drittel jährlich, soll es in dem Zeitraum zwischen 2011 und 2016 um weniger als zehn Prozent im Jahr zunehmen. Auch in der Schweiz lässt das Wachstum der B2C E-Commerce Umsätze nach. Hier wurden im Januar 2012 am häufigsten die Produktkategorien „Reisen und Hotels“ sowie „Bücher und Magazine“ von Einwohnern im Internet bestellt.

Reisen und Urlaubsunterkünfte werden in Westeuropa besonders gerne Online gekauft

In Großbritannien wird erwartet, dass die steigende Beliebtheit des Online-Handels einen beträchtlichen Teil der gewöhnlichen Einzelhändler dazu zwingen wird, zu schließen. Besonders gerne wurden 2011 „Kleidung und Sportartikel“ und „Reisen und Urlaubsunterkünfte“ im Internet bestellt. Die führenden Online-Händler in Bezug auf Besucherzahlen stellten im Mai 2012 Amazon.co.uk, Argos.co.uk und Tesco.com dar. Im französischen B2C E-Commerce wurden im Januar 2012 durchschnittlich knapp unter 100 Euro je Online-Bestellung ausgegeben. Im gesamten Jahr 2011 wurden die höchsten Online-Umsätze auf der Reise-Webseite Voyage-sncf.com generiert, gefolgt von dem Online Shop des Bekleidungshändlers 3 Suisses. Sowohl in Italien als auch in Spanien stellten Urlaubsunterkünfte die am meisten im Internet gekaufte Produktkategorie 2011 dar. In den Niederlanden steigen die Online-Umsätze weiter an, wenn auch etwas langsamer als in früheren Jahren. Zwischen 2010 und 2011 ist hier der Online-Umsatz mit Produkten stärker gestiegen als der Online-Umsatz mit Dienstleistungen. Die Online-Shopper Rate in Portugal war 2011 etwas höher bei der männlichen Bevölkerung als bei der weiblichen und insgesamt hatte die Altersgruppe der 25 bis 34 Jährigen die höchste Durchdringung an Online-Shoppern.

Group-Shopping und Online-Coupon Seiten erfreuen sich wachsender Beliebtheit in Osteuropa

In Russland stellte die wachsende Anzahl an Internetnutzern im Jahr 2011 einen der Hauptgründe für das Wachstum im dortigen Online-Handel dar, welcher im Vergleich zu 2010 um knapp ein Drittel zulegen konnte. Die höchsten Online-Umsätze konnten hier mit „Unterhaltungselektronik und Haushaltsgeräten“ sowie mit „Computern“ erzielt werden. Auch in Polen wachsen die Umsätze im B2C E-Commerce Bereich im unteren bis mittleren zweistelligen Prozentbereich weiter. Vor allem

Preisvergleichs-, Nutzerempfehlungs- und Group-Shopping-Seiten waren hier im Jahr 2011 populär. In Tschechien wurden 2011 am häufigsten „Bekleidung und Schuhe“ sowie „Tickets“ im Internet bestellt. Die führenden Online-Shops in Bezug auf ihren Umsatz waren hier Alza.cz und Mall.cz. Online-Coupon-Seiten stellen einen wachsenden Trend in Ungarn dar, wo ihre Anzahl innerhalb des Jahres von weniger als zehn auf knapp 60 anstieg. Diese Art Online-Shops waren es auch, welche immer mehr Einwohner des Landes dazu verleiteten, Einkäufe im Internet zu tätigen.

Mobile Shopping neben herkömmlichem B2C E-Commerce in Skandinavien beliebt

In Schweden wachsen die B2C E-Commerce Umsätze konstant um einen niedrigen zweistelligen Prozentsatz an. Der Online-Shop des Möbelhauses Ikea konnte hier im Mai 2012 die höchste Anzahl an Besuchern verzeichnen, gefolgt von der Webseite des Generalisten Ellos. Im Jahr 2011 tätigten die etwa drei Millionen Online-Shopper in Dänemark deutlich mehr als 70 Millionen Käufe im Internet. Am meisten wurden hier „Bekleidung und Schuhe“ sowie „Computer Hardware und Elektronik“ bestellt. In Finnland hingegen stellten „Bekleidung und Sportartikel“ sowie „Event-Tickets“ die am meisten im Internet gekauften Produktkategorien dar. Am meisten Besucher konnten hier im Mai 2012 der Bekleidungs-Online-Shop Lindex.com sowie der Möbelhändler Ikea.com verzeichnen. Mobile Käufe wurden in Norwegen 2011 häufiger von Männern als von Frauen getätigt, wobei der gesamte Durchschnitt der Mobile-Shopper dort in den sechs Monaten bis September 2012 knapp sechs mobile Käufe tätigte.

In ganz Europa kann der Online-Handel Erfolge feiern, wie das sekundäre Marktforschungsunternehmen yStats.com aus Hamburg in seinem Bericht "Europe B2C E-Commerce Report 2012" feststellt. Während das Wachstum der Online-Handels-Umsätze in Mitteleuropäischen Ländern wie Österreich und der Schweiz weniger stark ansteigt als in vorherigen Jahren, ist es in Skandinavischen Ländern wie Schweden ungebrochen. Group Shopping und Coupon Seiten treiben die Zahl der Online-Käufer in osteuropäischen Ländern wie Polen und Ungarn in die Höhe, wobei in Westeuropäischen Ländern wie Frankreich, Italien und Spanien besonders gerne Reisen und Urlaubsunterkünfte im Internet gekauft werden.

Weitere Informationen zu dem Bericht finden Sie hier:

<http://ystats.com/en/reports/preview.php?reportId=1001>

Pressekontakt:

yStats.com GmbH & Co. KG
Behringstraße 28a, D-22765 Hamburg
Telefon: +49 (0)40 - 39 90 68 50
Fax: +49 (0)40 - 39 90 68 51
E-Mail: presse@ystats.com
Internet: www.ystats.com

Twitter: www.twitter.com/ystats

LinkedIn: www.linkedin.com/company/ystats

Facebook: www.facebook.com/ystats

Über yStats.com

Seit 2005 recherchiert yStats.com aktuelle, objektive und bedarfsgerechte Markt- und Wettbewerbsinformationen für Top-Manager aus unterschiedlichen Branchen. Schwerpunkt des Hamburger Unternehmens mit internationaler Ausrichtung ist die sekundäre Marktforschung. yStats.com bietet sowohl Markt- und Wettbewerbsberichte als auch kundenspezifische Recherchedienstleistungen an. Zu den Kunden gehören weltweit führende Unternehmen aus den Bereichen B2C E-Commerce, elektronische Zahlungssysteme, Versandhandel und Direktvertrieb, Logistik, sowie Banken und Unternehmensberatungen.