

PRESSEMITTEILUNG

Fast jede zweite kommerzielle Internetseite ist ein Online-Shop BVDW-Studie zu kommerziellen deutschen Webseiten

Der Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. hat eine repräsentative Studie vorgelegt, die erstmals ausschließlich deutschsprachige Webseiten untersucht, über die Umsätze erzielt werden. Nahezu die Hälfte aller Internetseiten tätigt demnach Umsätze über Online-Shops. "Die Studie zeigt aber auch, dass das Potenzial insbesondere im Bereich Paid Content bisher nicht einmal annähernd ausgeschöpft ist" so BVDW-Geschäftsführer Alexander Felsenberg. Noch dominieren werbefinanzierte Angebote und E-Commerce-Plattformen die inzwischen mehr als acht Millionen sogenannten .de-Domains, also Webseiten mit einer deutschen Länderkennung.

Düsseldorf, 24. November 2004

Fast 3,7 Millionen Webseiten mit einer .de-Endung waren zu Beginn der Studie erreichbar. Nahezu zwei Drittel der erreichbaren Domains (etwa 2,4 Millionen) stammen der Studie zu Folge aus dem geschäftlichen Umfeld. Weitere 19 Prozent werden von Non-Profit-Organisationen betrieben. Im Fokus der Studie standen vor allem die Webseiten, über die unmittelbar Umsätze getätigt werden können, also vor allem Online-Shops und Online-Werbeträger. Nahezu eine halbe Million de-Domains generieren demnach Umsätze, das entspricht 13,5 Prozent der erreichbaren deutschen Internetseiten. Rund drei Millionen deutsche Internetseiten dienen vor allem für Unternehmen sowie Non-Profit-Organisationen als Online-Präsentation.

Online-Shops sind häufigste Umsatzform

Die häufigste Umsatzform ist das Online-Shopping. Annähernd die Hälfte aller umsatzgenerierenden deutschen Internetseiten (47 Prozent) betreiben einen eigenen Online-Shop oder verlinken im Rahmen von Affiliate-Partnerschaften auf andere externe Shop-Angebote. Gut ein Drittel der Webseiten fungiert – zum Teil in Kombination mit Online-Shops - als Werbeträger (34 Prozent), weitere vier Prozent generieren über Kleinanzeigen ihre Umsätze. Mit zurzeit nur etwa drei Prozent sind Paid Content- und Paid Services-Angebote noch unterrepräsentiert.

„Die Zahlen belegen die hohe Relevanz des E-Commerce-Marktes in Deutschland und verdeutlichen, dass es neben den großen Playern auch eine Vielzahl kleiner Shops mit einem fokussierten Ansatz gibt, die inzwischen profitabel agieren“ so der Vorsitzende der Fachgruppe E-Commerce im BVDW Roland Fesenmayr (Oxid eSales GmbH). Als besonders interessant erweist sich dabei die Tatsache, dass die Online-Shops mehr als zwei Drittel der Umsätze durch den Verkauf von Waren und Dienstleistungen an Privatpersonen und nur etwa ein Drittel im B2B-Bereich tätigen. Dabei werden vor allem die klassischen Bezahlverfahren (zu 48 Prozent per Rechnung und zu 23 Prozent per Vorkasse) genutzt. Weitere 12 Prozent bieten Lastschriftverfahren, 10 Prozent arbeiten mit Nachnahmeverfahren. Kreditkartenzahlungen (5 Prozent) und Micropaymentverfahren (2 Prozent) bilden hingegen eher die Ausnahme, was vermutlich auf die Tatsache zurück zu führen ist, dass das Thema Paid Content erst noch am Anfang steht.

Hard- und Software sind die am meisten angebotenen Produkte. Rund 14 Prozent aller befragten Online-Shops haben entsprechende Artikel in ihrem Sortiment. Auffällig ist, dass auf den folgenden Plätzen vor allem wenig erklärungsbedürftige und leicht versendbare Produkte wie Bücher, CDs und Tickets folgen. „Diese Erkenntnis korrespondiert mit der Tatsache, dass Online-Shopping bei den Altersgruppen bis 39 Jahre noch stärker verbreitet ist. Abgesehen davon ist der logistische Aufwand bei diesen Produkten relativ gering, was eine unkomplizierte Abwicklung des gesamten Verkaufsprozesses bis zur Auslieferung der Ware garantiert“ so Jörg Malang (Kelkoo Deutschland GmbH), stellvertretender Vorsitzender der Fachgruppe E-Commerce im BVDW.

Mehr Internet-Angebote, weniger Seitenbesuche

Die Frage, mit wie vielen weiteren Internet-Angeboten die Betreiber Umsätze generieren, hat zu Tage gefördert, dass Shop-Betreiber sich tendenziell mehr Standbeine im Markt geschaffen haben. Mit durchschnittlich sieben weiteren Internet-Angeboten sind sie im

PRÄSIDIUM
 ARNDT GROTH
 PRÄSIDENT
 CHRISTOPH V.
 DELLINGSHAUSEN
 VIZEPRÄSIDENT
 RUDOLF GALLIST
 VIZEPRÄSIDENT
 PETER POLZER
 VIZEPRÄSIDENT
 AXEL SCHMIEGELOW
 VIZEPRÄSIDENT

GESCHÄFTSSTELLE
 KAISTRASSE 14
 40221 DÜSSELDORF
 0211 / 600 456 0
 FAX 0211 / 600 456 33
 E-MAIL INFO@DMWV.DE
 URL WWW.BVDW.ORG

BÜRO BERLIN
 SCHLÜTERSTRASSE 41 / II
 10707 BERLIN
 030 / 880 078 30
 FAX 030 / 880 078 33

BÜRO MÜNCHEN
 BAIERBRUNNER STR. 25
 81379 MÜNCHEN
 089 / 291 602 93
 FAX 089 / 291 602 96

GESCHÄFTSFÜHRER
 ALEXANDER FELSENBERG

VEREINSREGISTER DÜSSELDORF
 VR 8358

UMSATZSTEUERNUMMER:
 106/5742/0263

MITGLIEDSBEITRÄGE:
 HYPOVEREINSBANK AG
 KONTO-NR. 2 718 871
 BLZ 700 202 70

SONSTIGE ZAHLUNGEN:
 HYPOVEREINSBANK AG
 KONTO-NR.:66 583 68 78
 BLZ:700 202 70

Vergleich zu den Betreibern werbefinanzierter Angebote, die über durchschnittlich vier weitere Angebote verfügen, insgesamt breiter aufgestellt. Über durchschnittlich etwa 11 sogenannte Alias-Adressen sind die jeweiligen Online-Shops zu erreichen. Dabei erzielen die Online-Shops durchschnittlich knapp 400.000 Page-Impressions pro Monat. Damit ist die Zahl deutlich niedriger als bei den werbefinanzierten Angeboten (mehr als 1 Million). „Das ist vor allem auf die Tatsache zurück zu führen, dass Online-Shops in der Regel weniger mit redaktionellen Angeboten oder Web-Services aufwarten“ kommentiert BVDW-Forscher Dr. Bernd Henning die Zahlen. In der Tat bieten nicht einmal die Hälfte (45,8 Prozent) der Shop-Betreiber redaktionelle Inhalte an. Noch weniger (34,5 Prozent) haben Web-Services (wie Communities oder Chats) in ihrem Angebot.

Die komplette Studie finden Sie unter: > http://www.bvdw.org/de/data/pdf/studie_06.pdf

Kontakt:

Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V.
Dr. Bernd Henning, Referent Forschung
Tel. 030 88 00 78 -38; Fax: -33
mailto: Nachname @bvdw.org

Christoph Salzig, Pressesprecher
Tel. 0211 60 04 56 -26, Fax: -33
mailto: Nachname @bvdw.org

Die Pressemitteilung zum Download finden Sie unter:

> http://www.bvdw.org/ww/de/7_pub/aktuelles/pressemitteilungen.cfm

Wir über uns:

Mit Beschluss der zwölften Mitgliederversammlung heißt der Deutsche Multimedia Verband (dmmv) e.V. künftig Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. Der BVDW ist Europas mitgliederstärkste Interessen- und Berufsvertretung der Digitalen Wirtschaft mit mehr als 940.000 Beschäftigten. Die rund 1.000 Mitglieder des BVDW sind in den Sektoren Internet- und Multimedia-Dienstleistungen, Softwareentwicklung und -handel, Systemhäuser, Zugangsplattformen, Online-Dienste und Internetangebote (E-Content, E-Commerce, E-Services) tätig. Er vertritt bundesweit insgesamt rund 1.600 Unternehmen* der Digitalen Wirtschaft in allen medien- und wirtschaftspolitischen Belangen.

Als der maßgebliche Berufsverband entwickelt der BVDW Aus- und Weiterbildungsmodelle (mit Zertifizierung zur Qualitätssicherung), Kalkulationsgrundlagen, Musterverträge und Handlungsempfehlungen für die neuen Tätigkeitsfelder. Seine Kernfunktion liegt neben der politischen Arbeit in seiner Leistung als Know-how-Pool, Austauschplattform und Anbieter von Serviceleistungen für seine Mitglieder.

Der BVDW bietet den wichtigsten Branchensegmenten in eigenständigen Fachgruppen zu den Themen Aus- und Weiterbildung, Agenturen, Dienstleister, E-Commerce, E-Content/E-Services, Online-Vermarktung und Softwareindustrie ein umfassendes Inhalteangebot auf seiner Website (www.bvdw.org). Mit Foren, Mailinglisten, Votings und Downloads steht den Mitgliedern eine effektive Arbeitsplattform zur Verfügung. Die inhaltliche Arbeit wird in mehr als 20 Arbeitskreisen und Projektgruppen vorbereitet.

Als Ansprechpartner für Behörden, Presse und andere Branchenvertretungen ist es dem BVDW gelungen, eine starke Interessenvertretung zu schaffen, um dem Bereich der Interaktiven Medien ein für alle Marktteilnehmer ertragreiches Tätigkeitsfeld zu gewährleisten.

* BVDW-Mitglieder und die vom BVDW politisch vertretenen Unternehmen des Netzwerks der Digitalen Wirtschaft

GESCHÄFTSSTELLE
KAISTRASSE 14
40221 DÜSSELDORF
0211 / 600 456 0
FAX 0211 / 600 456 33
E-MAIL INFO@DMMV.DE
URL WWW.BVDW.ORG

...

BÜRO BERLIN
SCHLÜTERSTRASSE 41 / II
10707 BERLIN
030 / 880 078 30
FAX 030 / 880 078 33

...

BÜRO MÜNCHEN
STIEVESTRASSE 7
80638 MÜNCHEN
089 / 291 602 93
FAX 089 / 291 602 96

...

GESCHÄFTSFÜHRER
ALEXANDER FELSENBERG

VEREINSREGISTER DÜSSELDORF
VR 8358

UMSATZSTEUERNUMMER:
106/5742/0263

MITGLIEDSBEITRÄGE:
HYPOVEREINSBANK AG
KONTO-NR. 2 718 871
BLZ 700 202 70

SONSTIGE ZAHLUNGEN:
HYPOVEREINSBANK AG
KONTO-NR.:66 583 68 78
BLZ:700 202 70