

Presseinformation

Deutschland Weltmarktführer im B2C-E-Commerce und Nummer Eins beim E-Commerce in Westeuropa 2008

„Monitoring Informations- und Kommunikationswirtschaft 2009“ belegt überdurchschnittliche Performance Deutschlands im E-Commerce

München, 24. Juni 2009 – Im Jahr 2008 betrug der weltweite E-Commerce-Umsatz nach einem Wachstum von 33 Prozent gegenüber dem Vorjahr 7,4 Billionen Euro. Deutschland war 2008 mit einem Umsatz von 637 Milliarden Euro und einem westeuropäischen Marktanteil von 31 Prozent die Nummer Eins im E-Commerce in Europa. Dies entspricht einem Marktanteil an den weltweiten E-Commerce-Umsätzen von 8,6 Prozent. Prognosen zufolge wird Deutschland 2010 einen E-Commerce-Umsatz in Höhe von 816 Milliarden Euro generieren. Im Handel zwischen Unternehmen und Endverbrauchern, dem B2C-E-Commerce, wurden im Jahr 2008 weltweit 760 Milliarden Euro umgesetzt, d.h. rund zehn Prozent der weltweiten E-Commerce-Umsätze.

Dies sind die zentralen Ergebnisse der Messung der „ePerformance“ des IKT-Standortes Deutschland im europäischen Vergleich, die am Eröffnungstag der „Internet World Fachmesse 2009“ in München vorgestellt wurden. Diese Berechnungen werden von TNS Infratest bereits im zehnten Jahr im Rahmen des Projektes „Monitoring Informations- und Kommunikationswirtschaft“ im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie (BMWi) durchgeführt.

Deutschland kann sich im Jahr 2008 mit einem Pro-Kopf-Umsatz von 913 Euro sogar als Weltmarktführer vor den USA (906 Euro) und vor Großbritannien (737 Euro) sowie Japan (681 Euro) platzieren. Weltweit wurden 113 Euro pro Kopf für B2C-E-Commerce ausgegeben. Experten gehen davon aus, dass der deutsche B2C-E-Commerce-Umsatz bis 2012 auf mindestens 1.444 Euro pro Einwohner zulegen wird. Mit 75 Milliarden Euro hält Deutschland am weltweiten B2C-E-Commerce einen Anteil von knapp zehn Prozent. Der Marktanteil Deutschlands beträgt bei insgesamt 244 Milliarden Euro Umsatz in Westeuropa 31 Prozent. Bis 2010 sollen sich die deutschen B2C-E-Commerce-Umsätze auf 145 Milliarden Euro verdoppeln.

6,7 Billionen Euro und damit 90 Prozent der weltweiten E-Commerce-Umsätze entfallen auf den Handel zwischen Unternehmen, d.h. den B2B-Bereich. Mit 562 Milliarden Euro Umsatz erreicht Deutschland hier einen weltweiten Marktanteil von 8,4 Prozent, in Westeuropa von 31 Prozent.

Für diese überaus positiven Entwicklungen gibt es vielfältige Gründe. Größere Preistransparenz im Internet sowie günstigere Vertriebskosten sorgen trotz Wirtschaftskrise für weiteres Wachstum. Der Online-Handel steigt zu einem der wichtigsten Vertriebskanäle auf, insbesondere bei gestiegener Preissensibilität der Verbraucher. Die Beteiligung der Kunden an der Entwicklung und dem Design von Produkten und Diensten trägt zum Umsatzwachstum bei. Ferner gewinnt die emotionale Ansprache der Kunden im Netz weiter an Bedeutung. Es verändern sich die klassischen Rollen aller Beteiligten: Markenanbieter kommunizieren direkt mit Endverbrauchern, Kunden werden zu den besten Werbern für Marken. „Mass Customization“ wird zunehmend in die Wertschöpfungsketten der Unternehmen eingebunden und bietet so Wachstumschancen. „Treiber der kommenden Jahre sind vor allem Mobile Commerce sowie die interaktive Beteiligung der Verbraucher (Web 2.0) bei Gestaltung und Design der Produkte. E-Commerce war gestern. Social Shopping ist heute. Audience Engagement ist morgen“, resümiert Dr. Sabine Graumann, Director Business Intelligence bei TNS Infratest.

Monitoring Informations- und Kommunikationswirtschaft 2009

TNS Infratest stellte anlässlich der Internet World ausgewählte Ergebnisse zum E-Commerce des „12. Faktenberichts 2009“ und des „5. ePerformance Reports 2009 – IKT-Standort Deutschland im europäischen Vergleich“ vor. Die Reporte stehen unter www.tns-infratest.com/bmwi zum kostenfreien Download bereit. Der „12. Faktenbericht“ ist eine kompakte Darstellung der Performance der deutschen IKT-Wirtschaft im internationalen Vergleich. Im „5. ePerformance Report“ werden Vergleiche des Reifegrades zwischen den fünf bevölkerungsreichsten Ländern Europas sowie zu weiteren Nationen gezogen.

Zu TNS Infratest

TNS Infratest ist Mitglied der TNS Gruppe (Taylor Nelson Sofres, London) und gehört damit zu einem der führenden Marktforschungs- und Beratungsunternehmen der Welt. Für Auftraggeber aus Automobil und Verkehr, Pharmamarkt, IT/(Tele-) Kommunikation und Neue Medien, Finanzforschung, Konsumgüter sowie der Medien-, Politik- und Sozialforschung liefert TNS Infratest „Beratung durch Forschung“ und damit den innovativen Management Support für Wissensvorsprung und Entscheidungssicherheit.

Weitere Informationen unter www.tns-infratest.com

Kontakt und weitere Informationen:

Dr. Sabine Graumann

Director Business Intelligence
TNS Infratest Forschung GmbH
t +49 (0)89 5600 1221
e sabine.graumann@tns-infratest.com

www.tns-infratest.com

Anselm Speich

Projektleiter Monitoring IuK-Wirtschaft
TNS Infratest Forschung GmbH
t +49 (0)89 5600 1123
e anselm.speich@tns-infratest.com