

Bekleidung und Sportartikel sind auf Platz 2

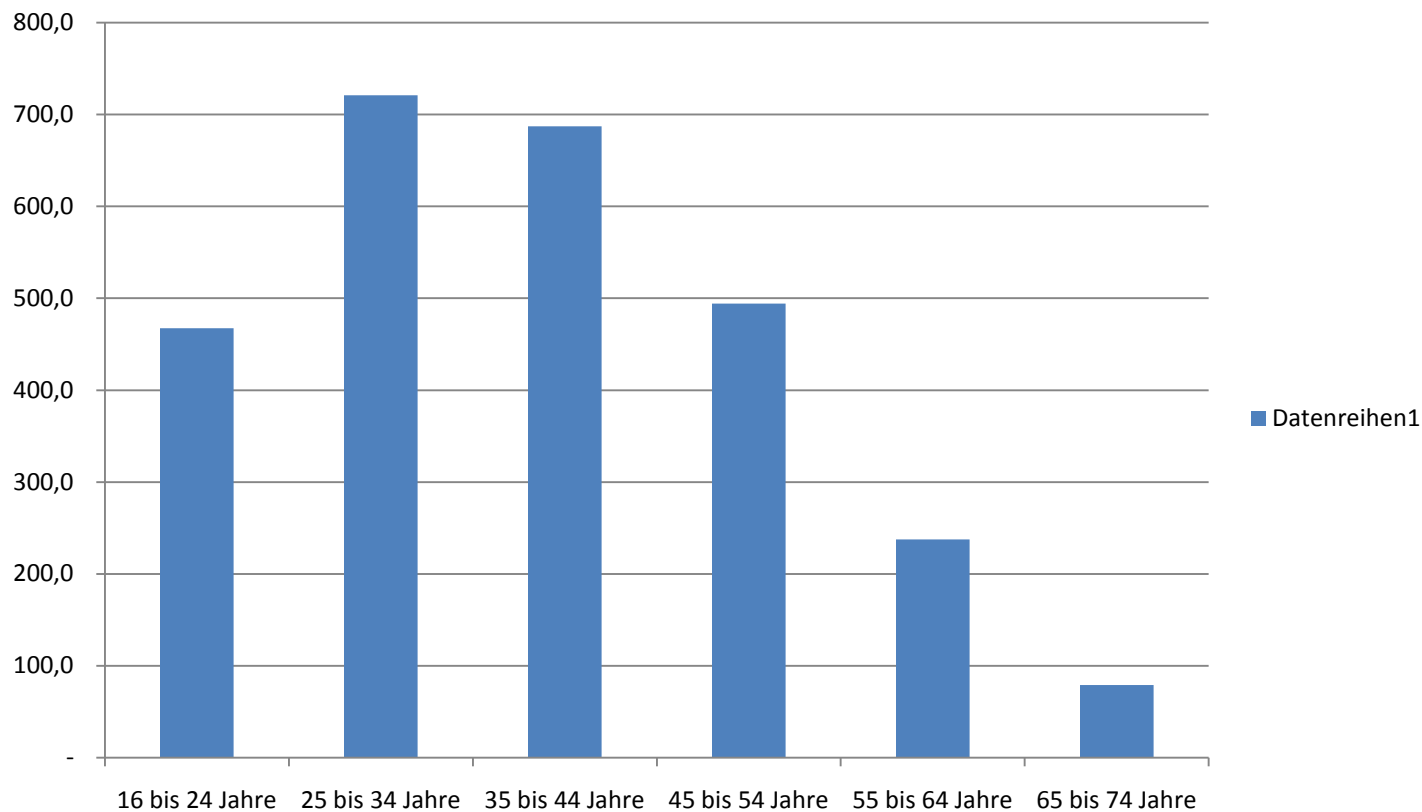
41,8% haben 2010 über Internet Mode bestellt



Online-Shopper 2010 - Altersverteilung

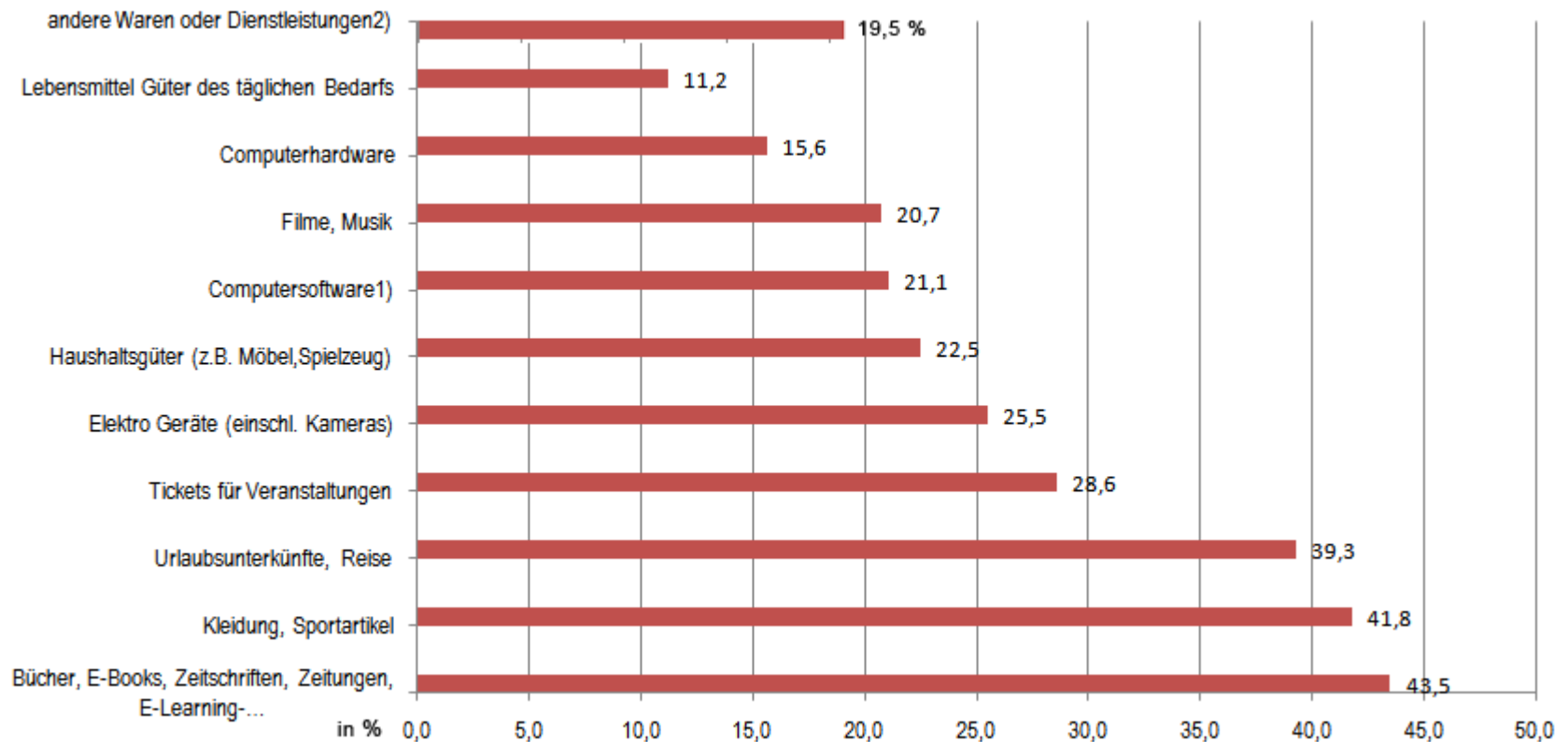
Von 6.325.600 Internet-Nutzern in Österreich (Mai 2010) haben 2.686.700 (42%) Menschen im Alter von 16 bis 74 Jahre in den letzten 12 Monaten Online eingekauft.

Hier die Verteilung nach Altersgruppen

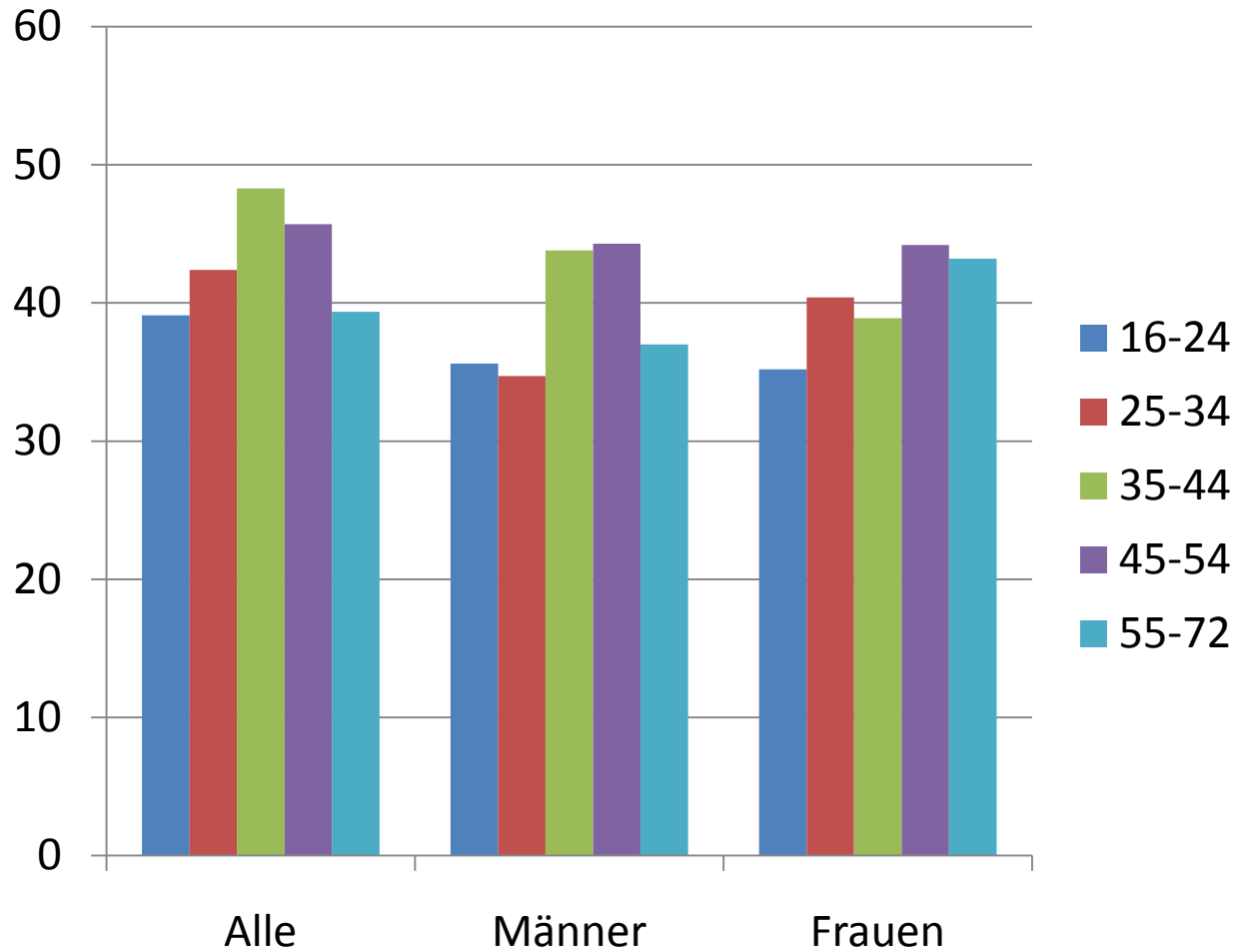


Online Shopper 2010 – Verteilung nach Gütern

Von den 2.686.700 Österreichern haben ...% in folgenden Warenkategorien eingekauft.



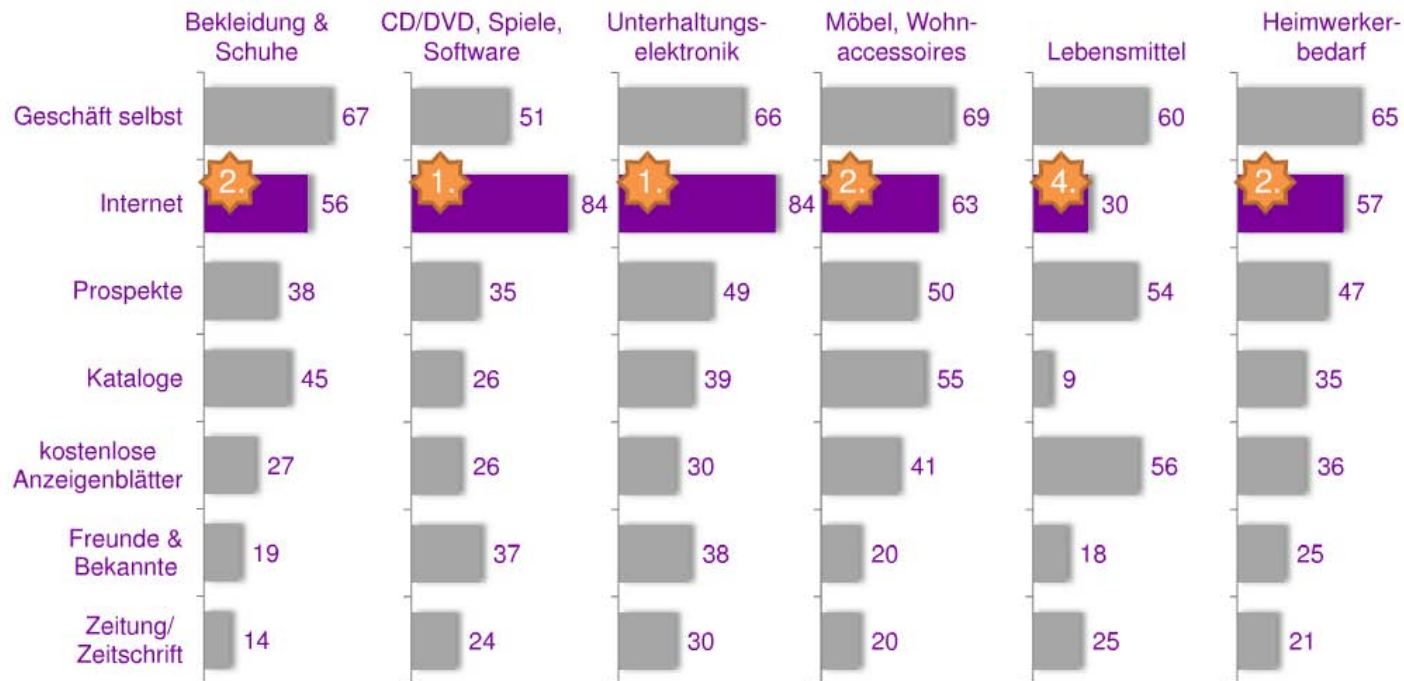
Bekleidung Sportartikel – Alter spielt keine Rolle



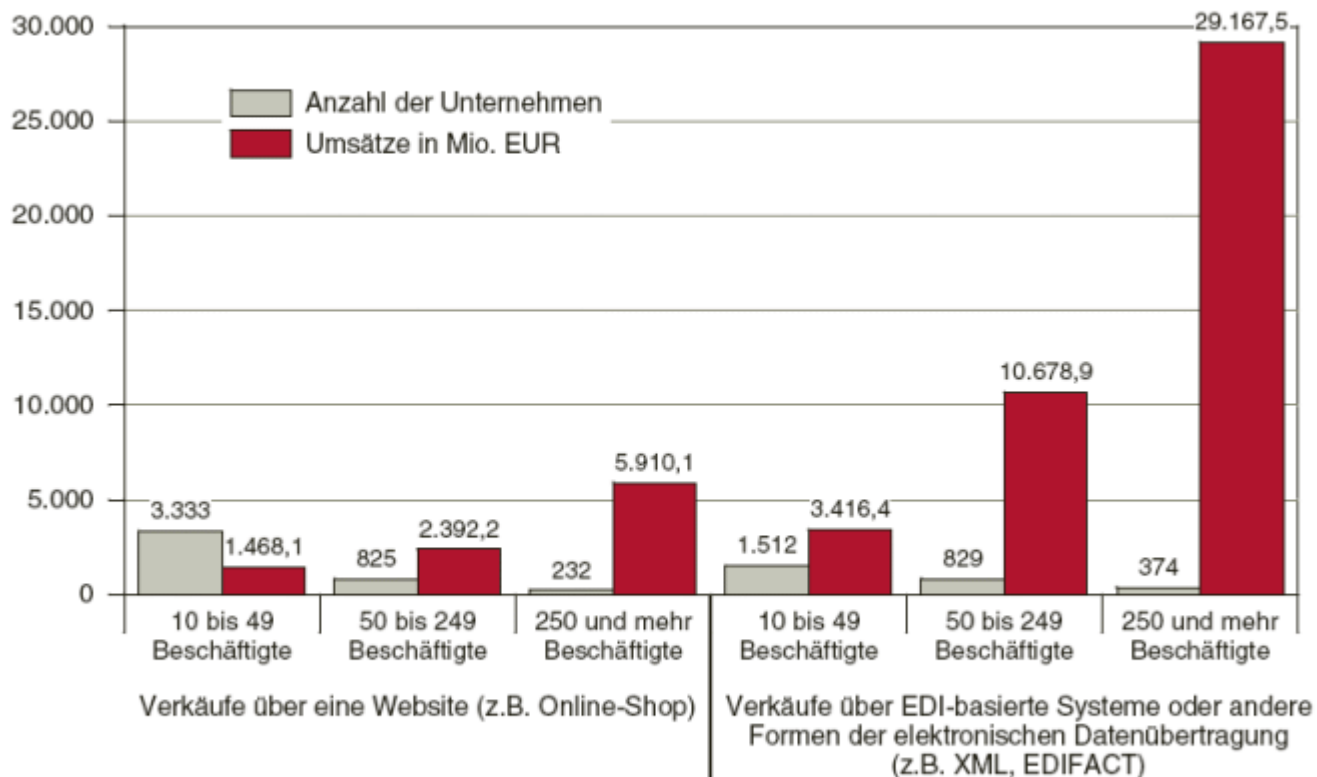
Internet meistgenutzte Informationsquelle neben dem Geschäft



Genutzte Quellen bei Informationsrecherche vor dem Kauf
in %; Mehrfachantworten

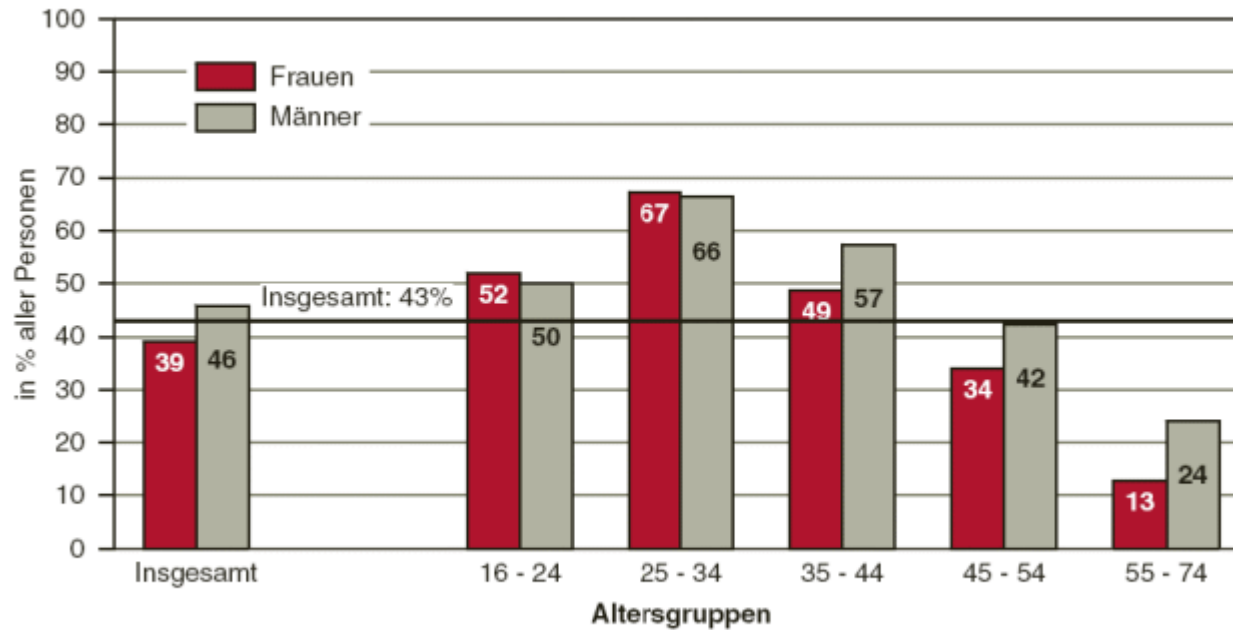


Unternehmen mit Verkäufen über E-Commerce sowie den Umsätzen der über E-Commerce getätigten Verkäufe im Jahr 2009 nach Beschäftigtengrößenklassen



Q: STATISTIK AUSTRIA, Europäische Erhebung über den IKT-Einsatz in Unternehmen 2010. - Unternehmen ab 10 Beschäftigten aus den ÖNACE(2008)-Abteilungen, -Gruppen oder -Klassen 10-33, 35-39, 41-43, 45-47, 49-53, 55, 56, 58-63, 68-74, 77-82 und 95.1. - Mehrfachangaben möglich. Erstellt am: 17.11.2010.

Online-Shopper 2010 nach Geschlecht und Alter



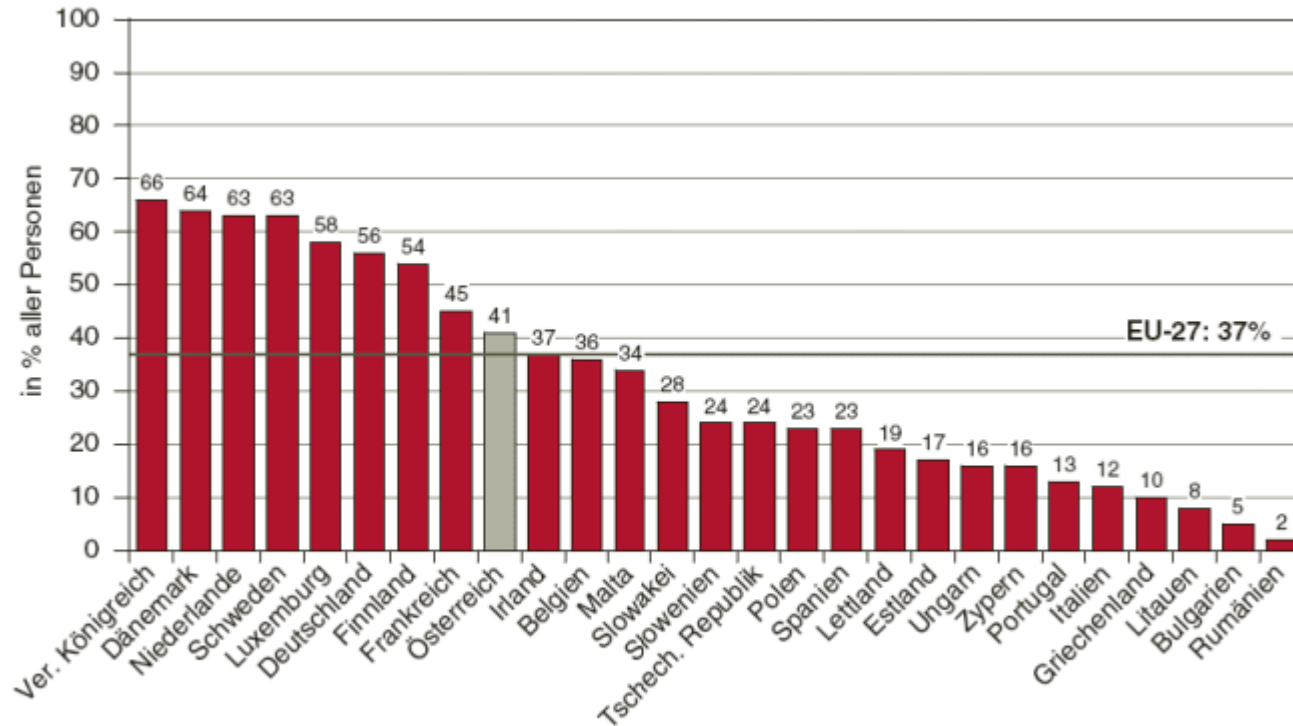
Q: STATISTIK AUSTRIA, Europäische Erhebung über den IKT-Einsatz in Haushalten 2010. - Befragungszeitpunkt: Mai und Juni 2010. - Online-Shopper in den letzten zwölf Monaten vor dem Befragungszeitpunkt. Erstellt am: 17.11.2010.

Computernutzerinnen und Computernutzer, Internetnutzerinnen und Internetnutzer sowie Online-Shopper 2002 bis 2010



Q: STATISTIK AUSTRIA, Europäische Erhebungen über den IKT-Einsatz in Haushalten 2002 bis 2010. - Nur Personen im Alter von 16 bis 74 Jahren. - Personen mit Computer- und Internetnutzung in den letzten drei Monaten vor dem Befragungszeitpunkt. - Online-Shopper in den letzten zwölf Monaten vor dem Befragungszeitpunkt.
 Erstellt am: 17.11.2010.

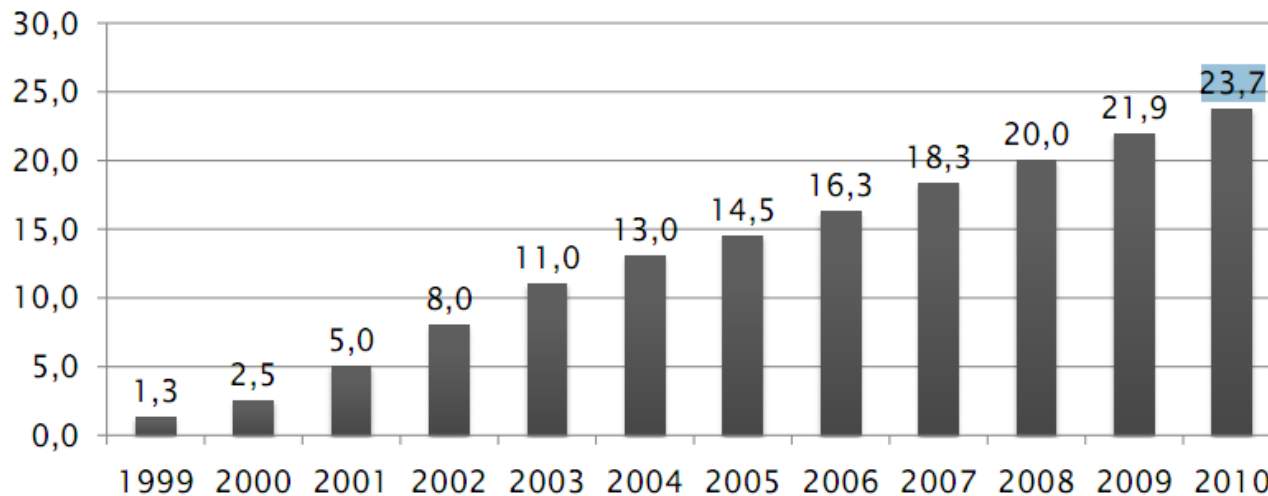
Online-Shopper im EU-Vergleich 2009



Q: Eurostat, Community survey on ICT usage in households and by individuals 2009. - Datum der Datenextraktion: 20.10.2010. - Nur Personen im Alter von 16 bis 74 Jahren. - Online-Shopper in den letzten zwölf Monaten vor dem Befragungszeitpunkt.

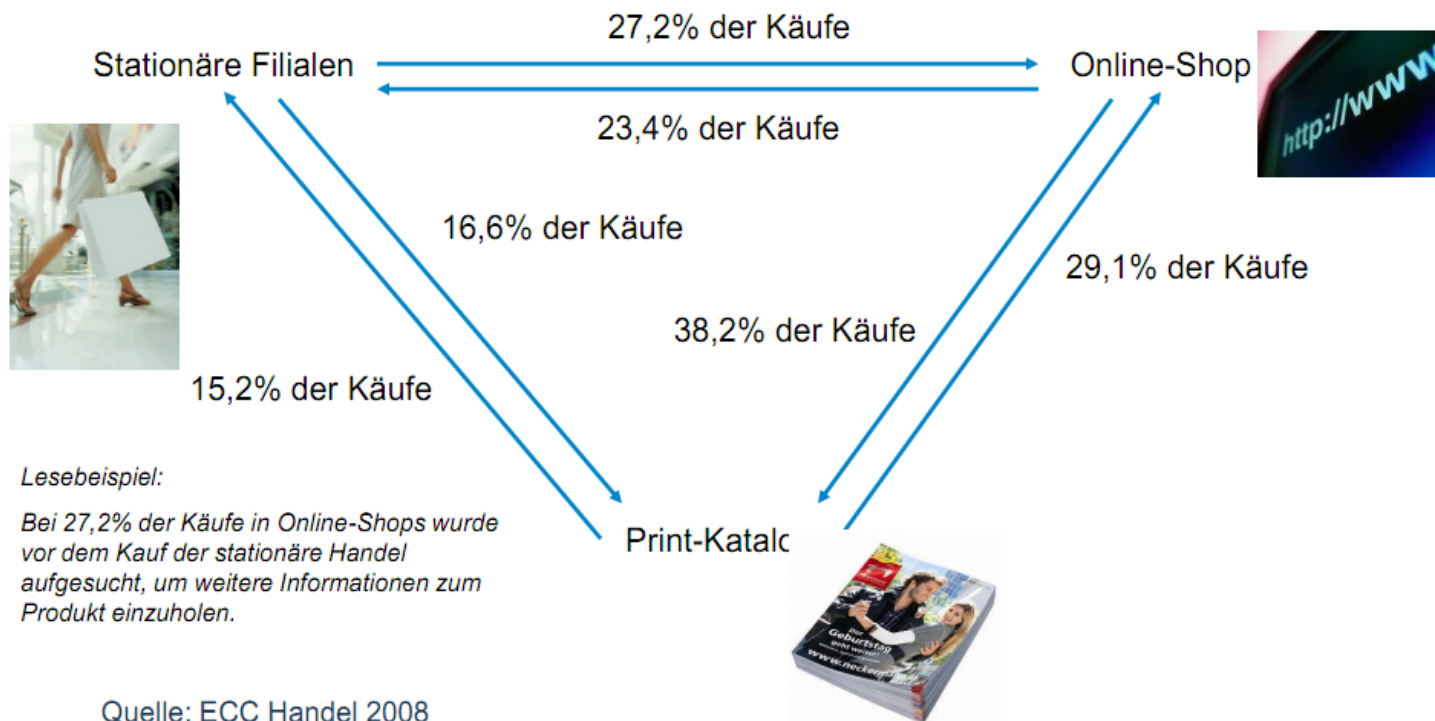
Grafik: STATISTIK AUSTRIA. Erstellt am 17.11.2010.

B2C-E-Commerce*, HDE-Umsatz- prognose Deutschland (in Mrd. Euro)

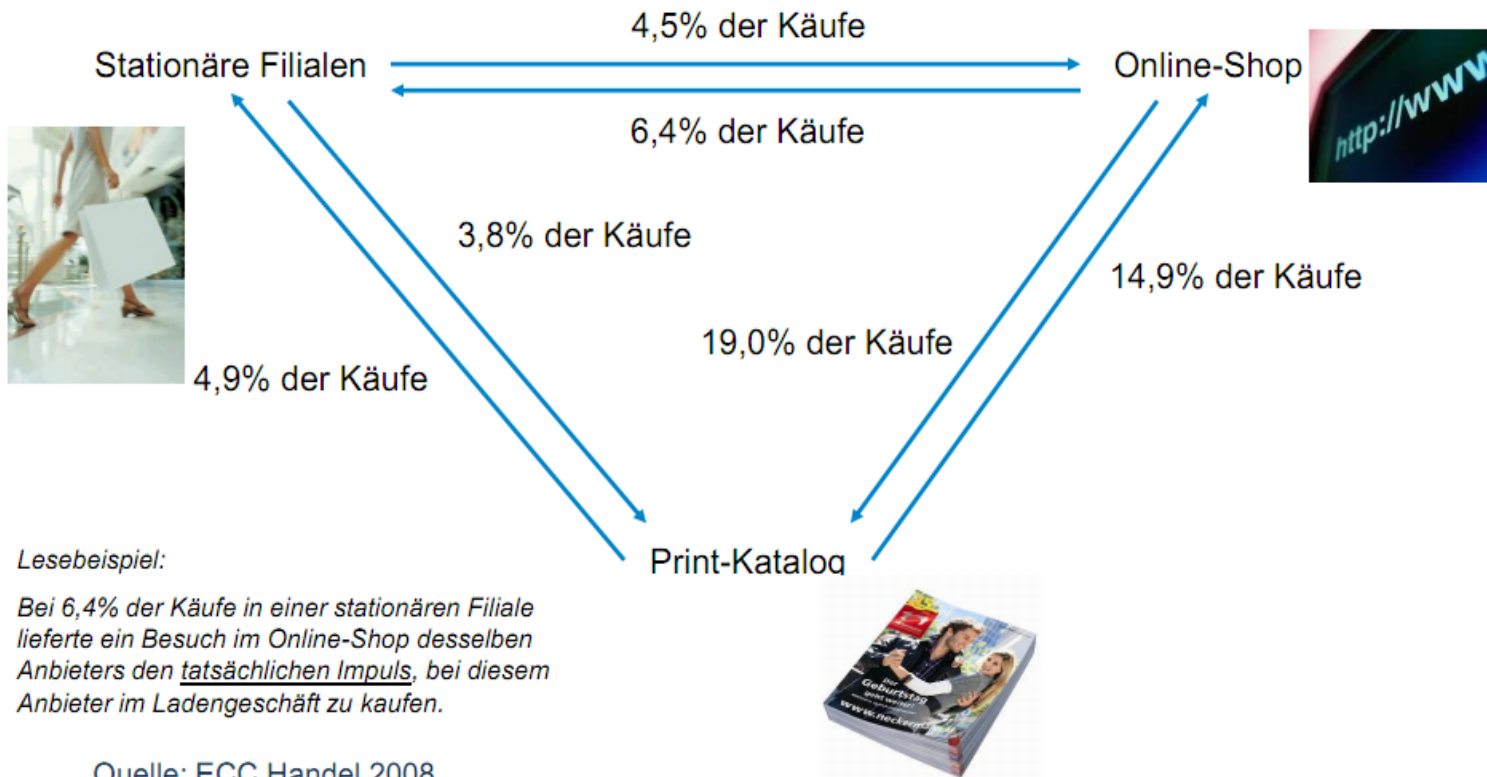


*Enthalten sind Transaktionen über materielle Güter, Dienstleistungen (z.B. Lieferservices), Nutzungsrechte (z.B. Reisen, Eintrittskarten) und Informationen (z.B. kostenpflichtige Downloads).

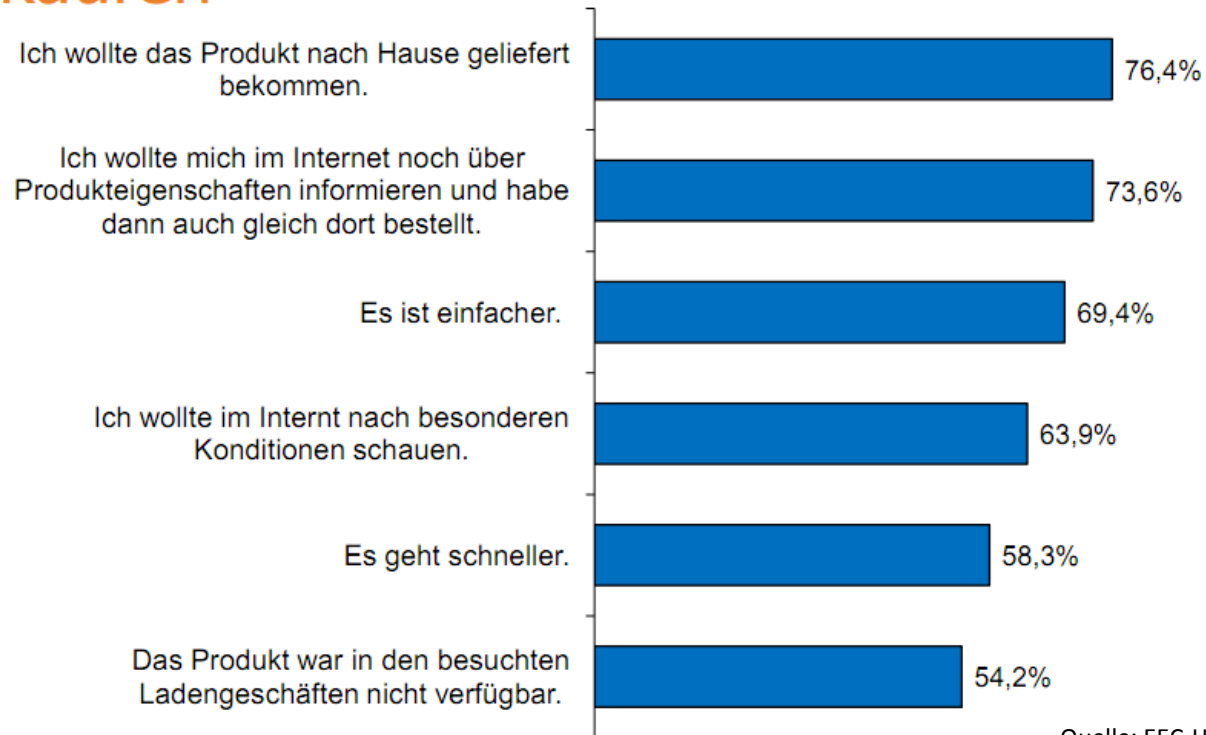
Kaufvorbereitende Information in einem anderen Vertriebskanal



Kaufimpulse in Multi-Channel-Systemen des Einzelhandels

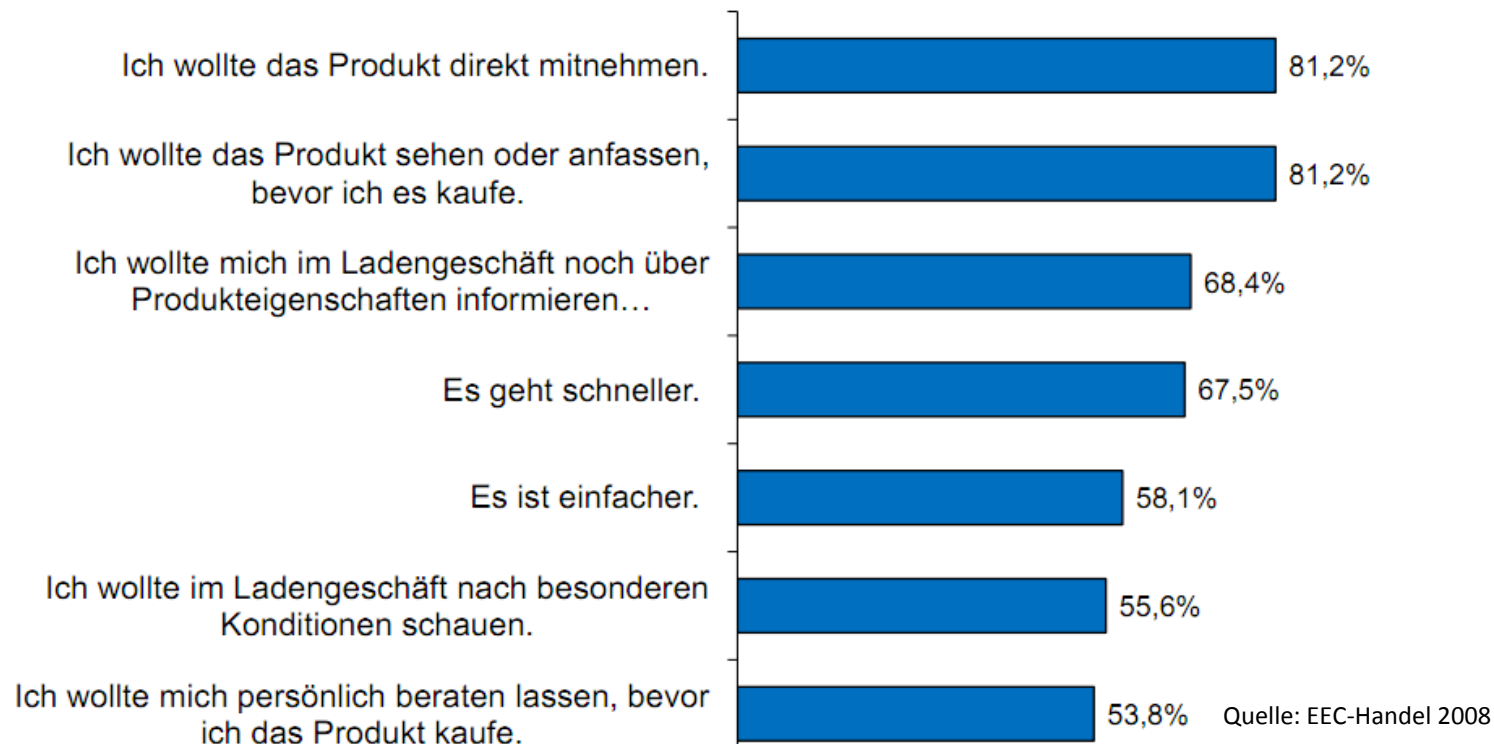


Wichtigste Gründe, nach einem Besuch im stationären Handel im Internet zu kaufen



Quelle: EEC-Handel 2008

Wichtigste Gründe, nach einer Information im Internet im stationären Handel zu kaufen



Drei Thesen zum Online-Handel

- ▶ Das Internet verändert Vertriebsstrukturen.
- ▶ Die Zukunft ist Multi-Channel.
- ▶ Erfolgreicher Online-Handel bedingt professionelle Lösungen.

Einzelhändler, die Ladengeschäft und Internet verbinden, werden in Zukunft höhere Umsätze erzielen als solche, die ihre Produkte ausschließlich im stationären Handel oder nur per E-Commerce anbieten. Denn der Umsatz aus dem sogenannten Mehrkanal-Geschäft im Bereich der Non-Food-Warengruppen wird bis zum Jahr 2015 um knapp 80 Prozent steigen. Diese Prognose ist das Ergebnis einer neuen Studie der Gesellschaft für Konsumforschung- (GfK-) Panel Services und des Beratungsdienstleisters Accenture.