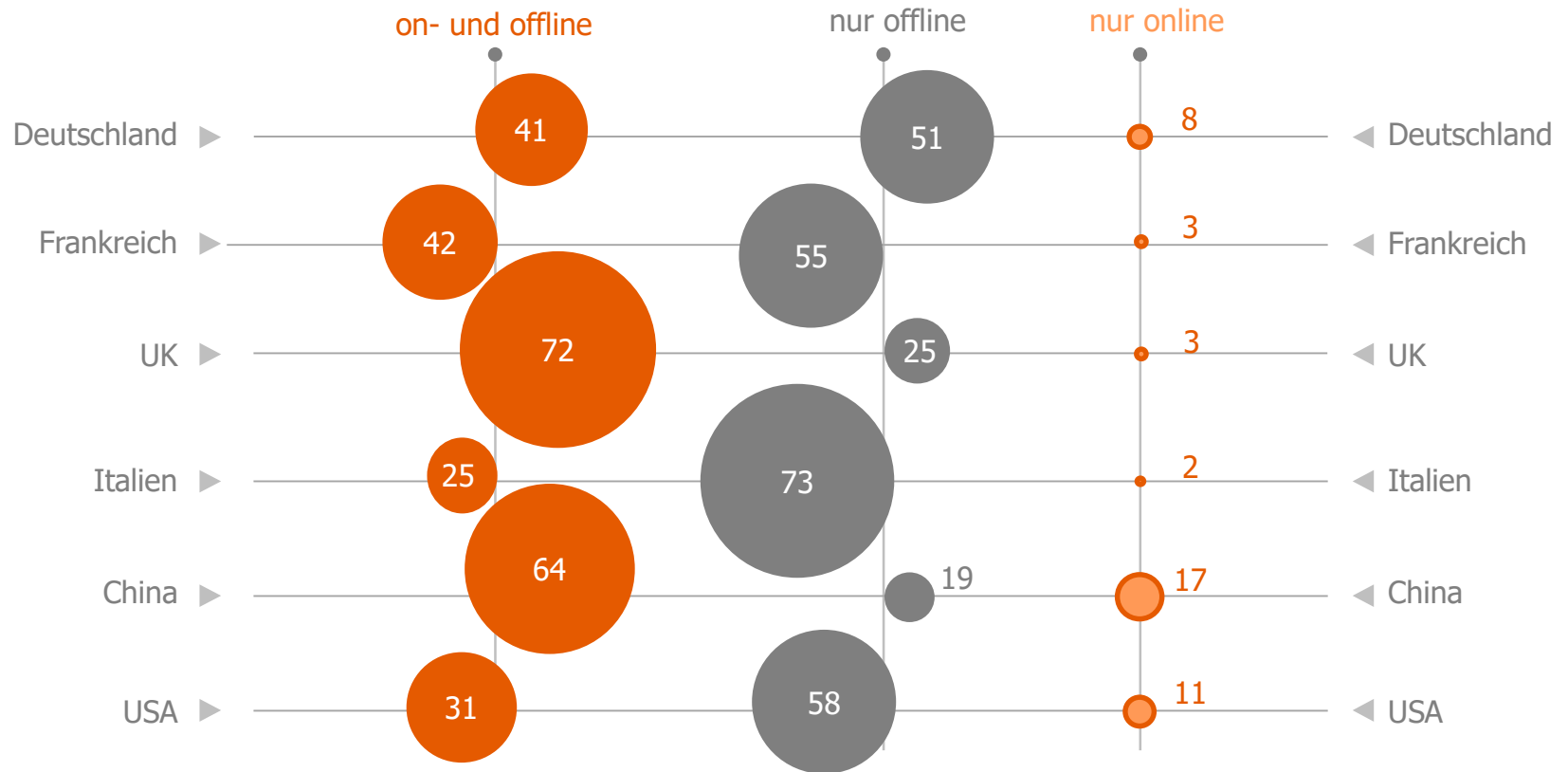


# Multi Channel Käufer: Vor allem in UK und China ist der Anteil sehr hoch; Reine Offline-Käufer gibt es besonders häufig in Italien.

## Multichannel-Käufer, reine Offline-Käufer und reine Online-Käufer

Anteile Käufer (mit Internetzugang) pro Land; Angaben in gerundeten Prozenten

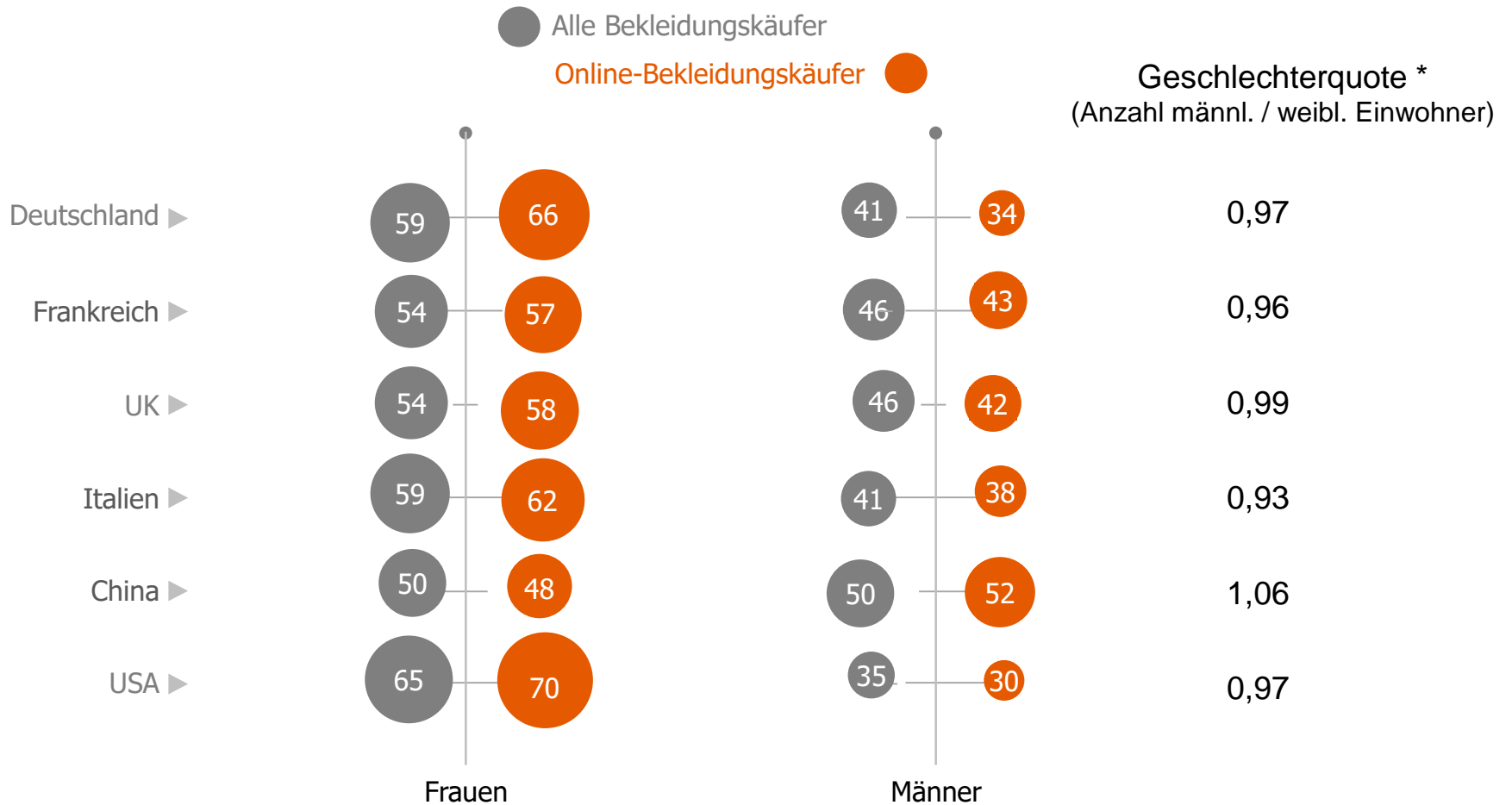


Quelle: GfK Fashion & Lifestyle 2017 | Basis: Jahr 2016 | Angaben in %

# Online-Käufer sind mehrheitlich weiblich.

## Alle Käufer versus Online-Käufer nach Geschlecht

Anteile Käufer (mit Internetzugang) in der jeweiligen Altersgruppe in gerundeten Prozenten



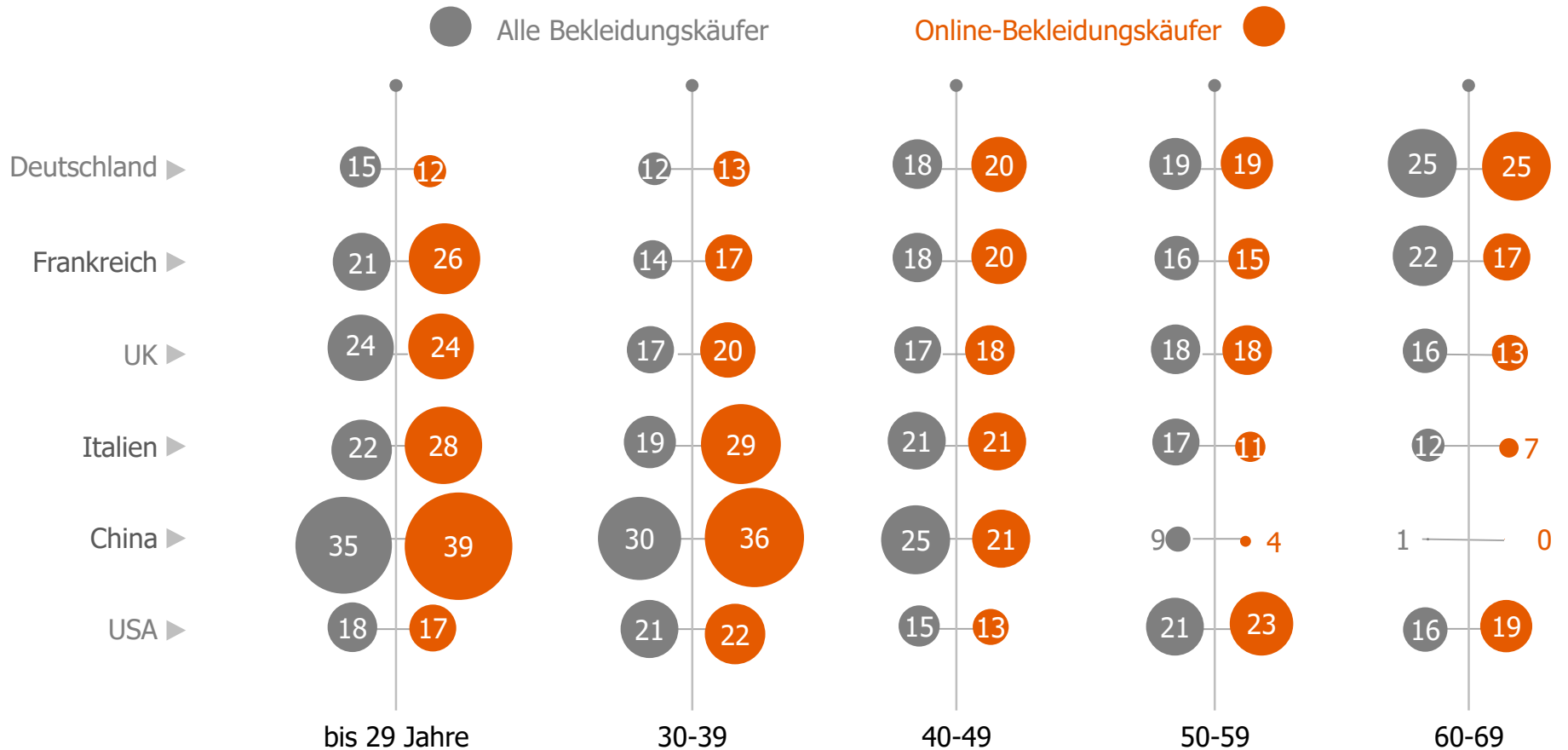
Quelle: GfK Fashion & Lifestyle 2017 | Basis: Jahr 2016 | Angaben in %

\*[factfish.com](http://factfish.com)

# In Deutschland, Frankreich und UK ähnelt die Altersverteilung der Online-Käufer der gesamten Käuferverteilung.

## Alle Käufer versus Online-Käufer nach ausgewählten Altersgruppen

Anteile Käufer (mit Internetzugang) in der jeweiligen Altersgruppe in gerundeten Prozenten

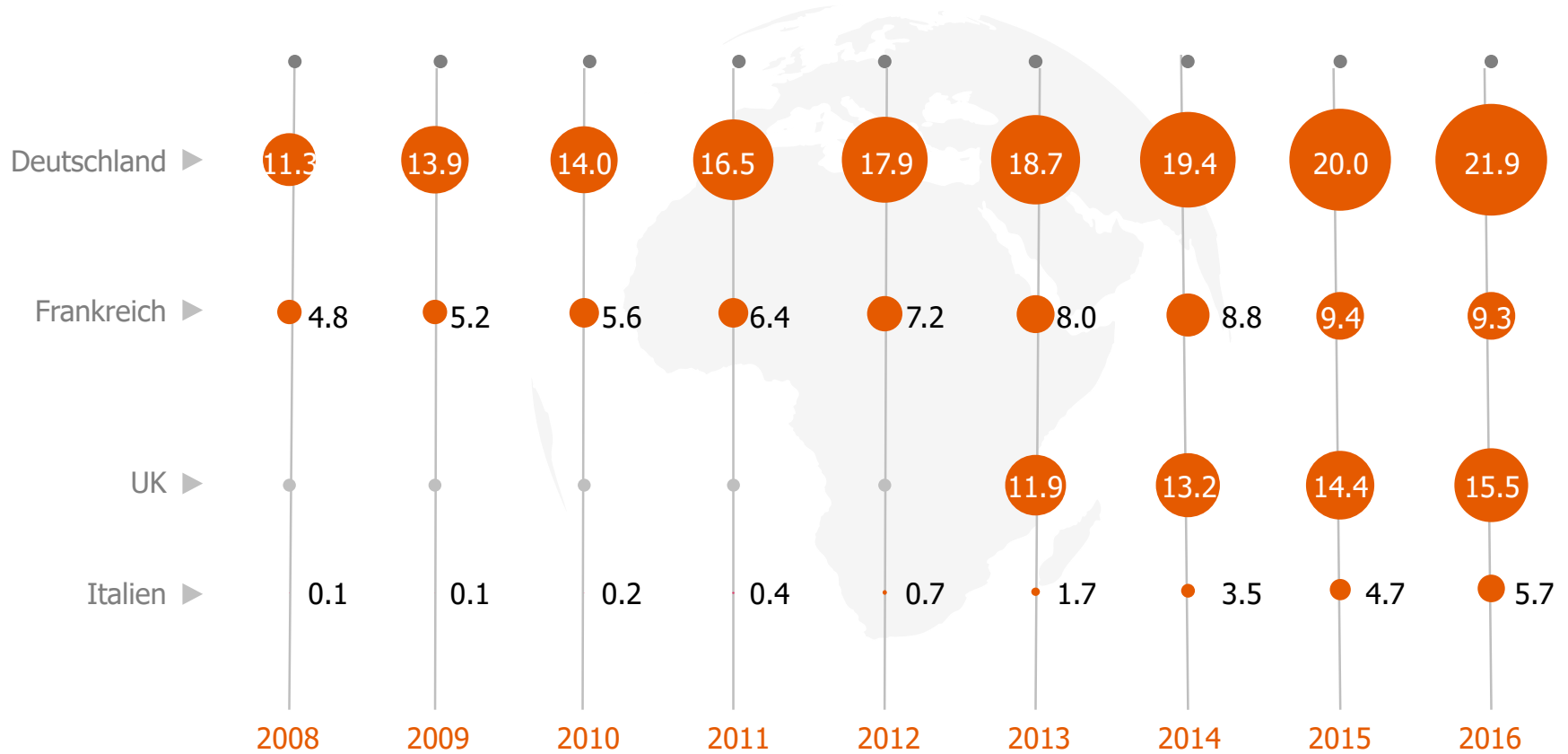


Quelle: GfK Fashion & Lifestyle 2017 | Basis: Jahr 2016 | Angaben in %

# In Deutschland hat sich der E-Commerce Marktanteil bei Oberbekleidung in den letzten 8 Jahren fast verdoppelt.

## E-Commerce Marktanteile [Menge] beim Einkauf von Oberbekleidung im Länder- und Zeitvergleich

Anteile am Gesamtumsatz in Prozent



● Zahlen stehen nicht zur Verfügung

Quelle: GfK Fashion & Lifestyle 2017 | Basis: Jahr 2008 - 2016 | Angaben in %

# Studienbeschreibung

## Methode

Quelle:	<b>GfK Fashion &amp; Lifestyle, Future Fashion Retail Study</b>
Methode:	D, UK, F, I: GfK Textilpanel, Online Panels (kontinuierliche Erfassung des Kaufverhaltens im Bereich Fashion & Lifestyle) USA, CHN: Ad Hoc Online Interviews
Befragungszeitraum:	D, UK, F, I: Jahre 2008 – 2016 USA, CHN: 2016
Zielpersonen:	D, UK, F, USA, CHN: Personen (I: Haushalte) mit Internetanschluss. Struktur der Stichprobe in Bezug auf Alter und Geschlecht repräsentativ für die allgemeine Bevölkerung.
Stichprobe:	
Deutschland	n = 16.800 Personen ab 0 Jahren
UK	n = 15.000 Personen ab 15 Jahren
Frankreich	n = 12.500 Personen ab 15 Jahren
Italien	n = 5.000 Haushalte mit 11.800 Personen
USA	n = 1.000 Befragte ab 18 Jahren
China	n = 3.000 Befragte ab 16 Jahren