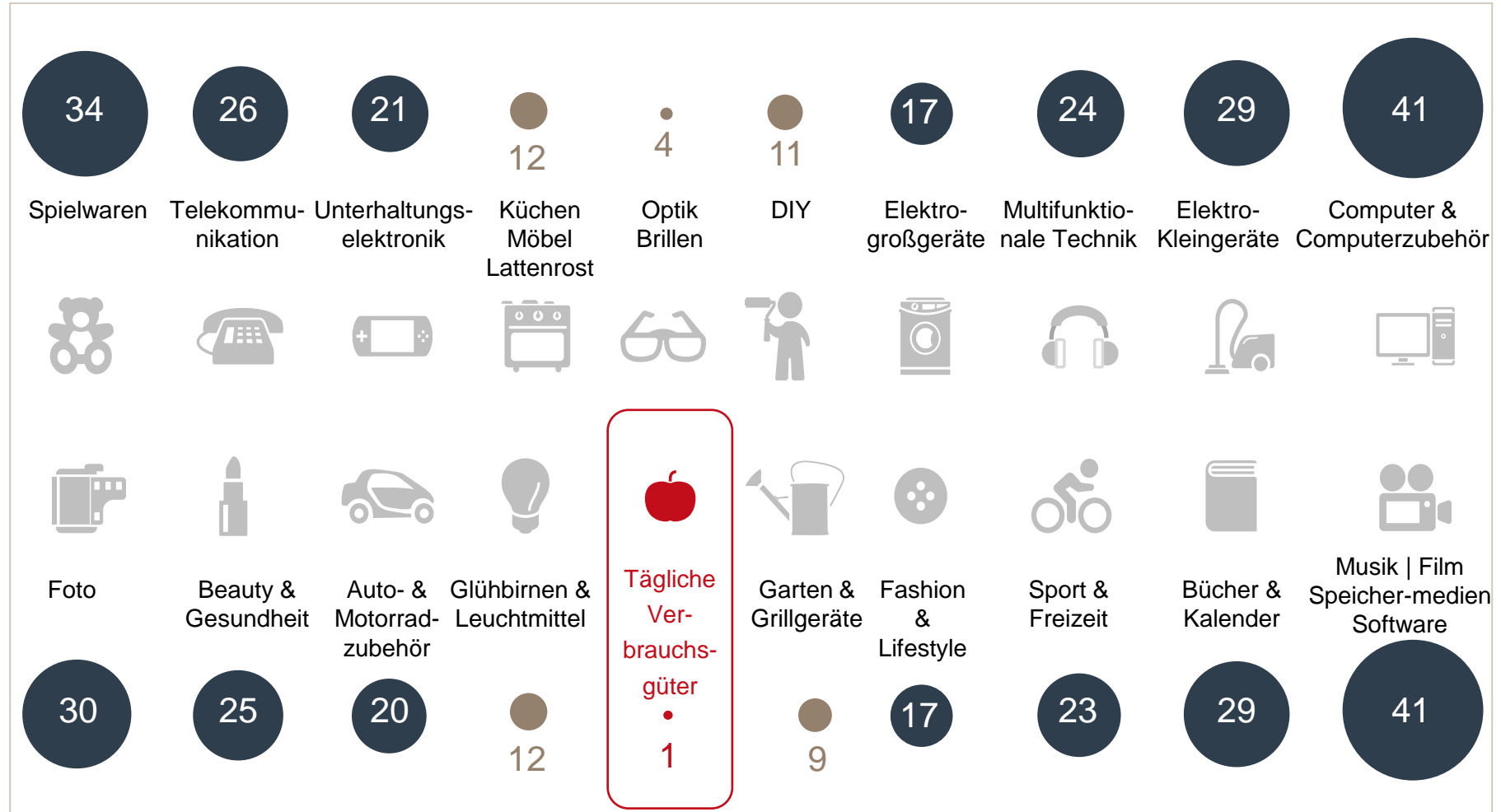


# Digitalisierung im deutschen Handel: Online-Einkäufe spielen bei täglichen Verbrauchsgütern bis heute keine große Rolle

## E-Commerce Umsatzanteile in Deutschland

Angaben in gerundeten Prozent



Quelle: GfK Tagung 2016, Daten: GfK Consumer Panel und POS Tracking 2015

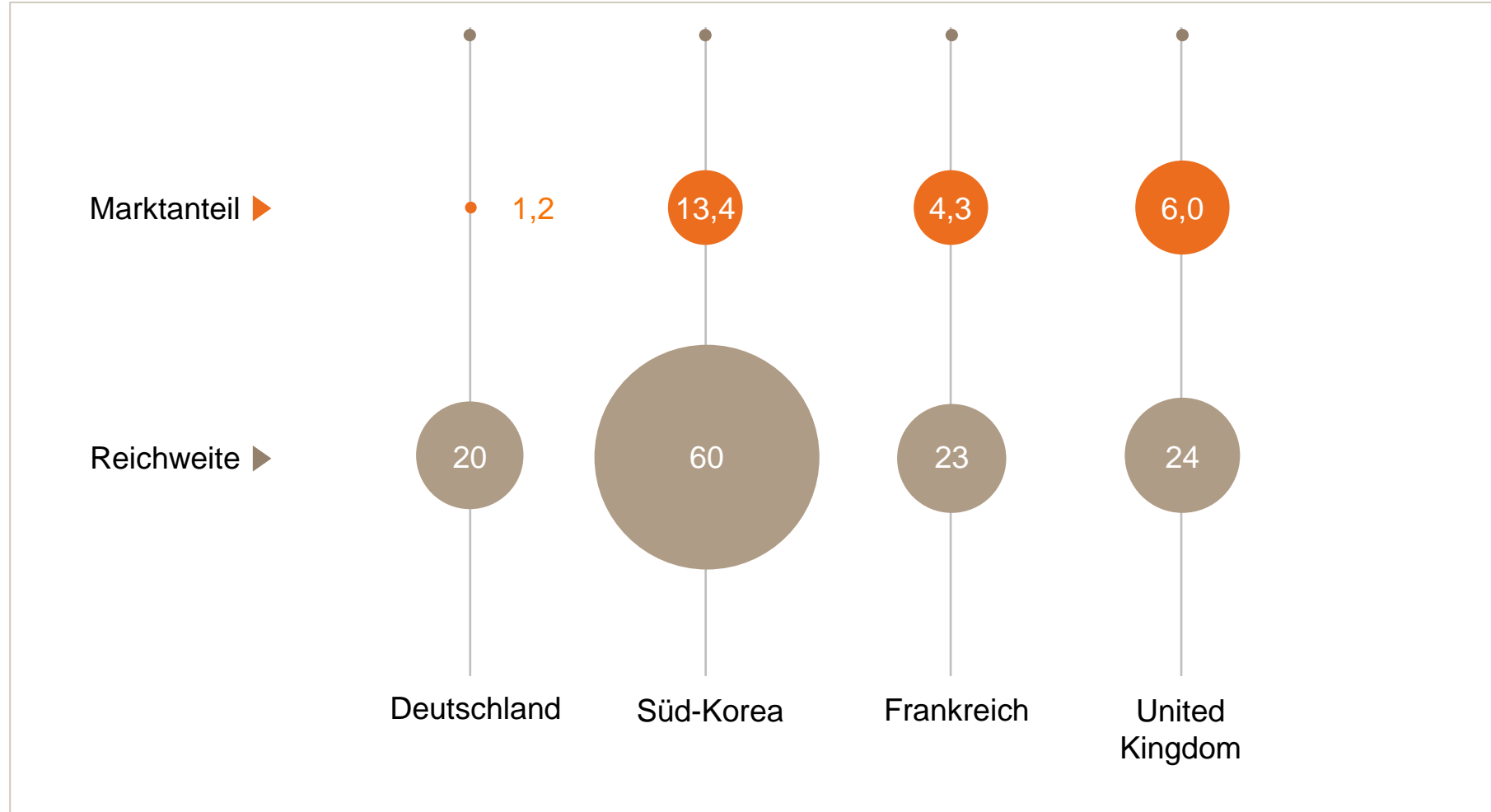
■ E-Commerce für Second movers

■ Integrierter digitaler Handel

# Geringe Marktanteile aber vergleichbare Haushalts-Reichweite in Deutschland zu anderen europäischen Ländern

## Marktanteile und Haushaltsreichweite von E-Commerce im Bereich täglicher Verbrauchsgüter

Angaben in gerundeten Prozent

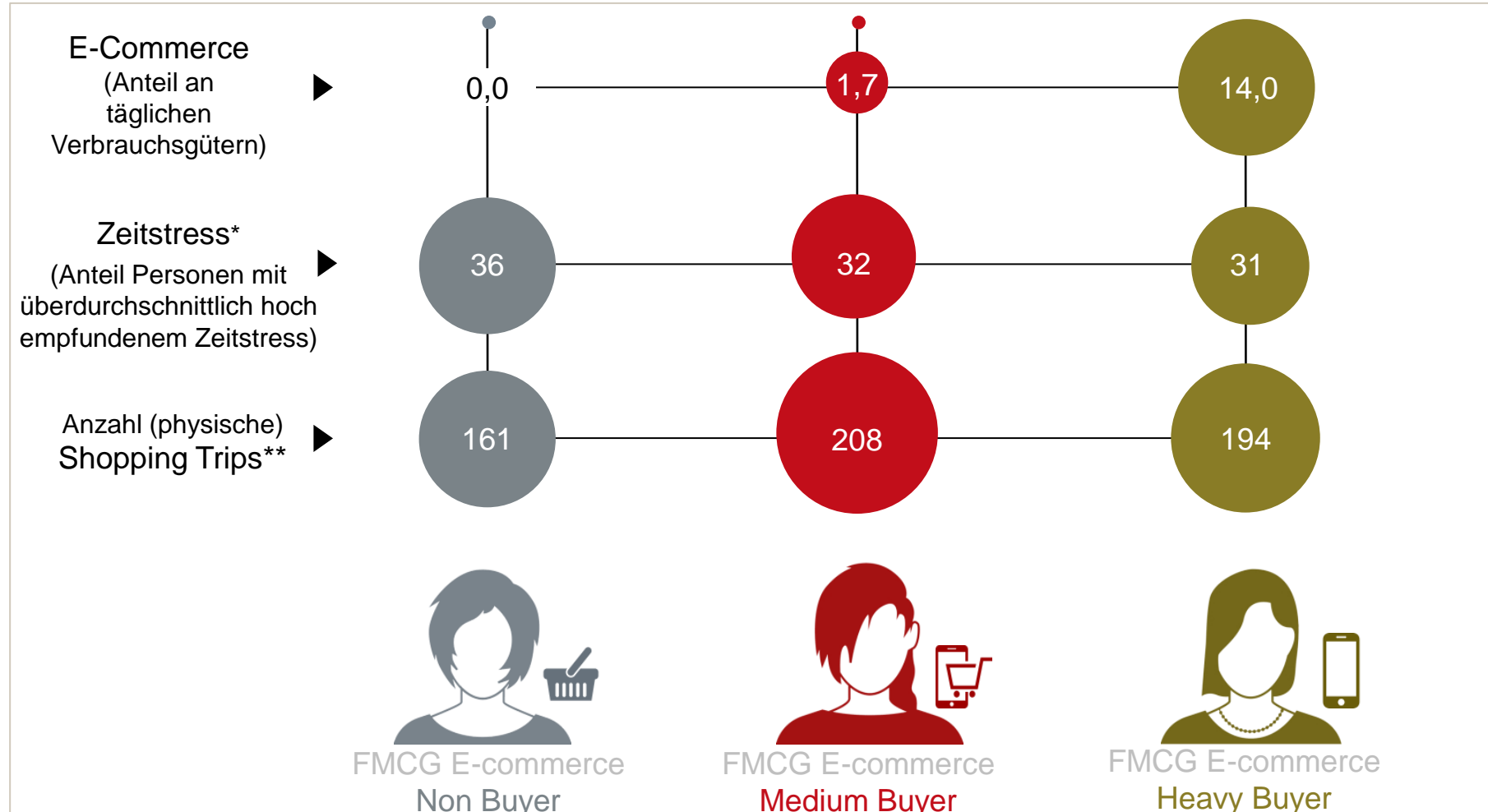


Quelle: GfK Tagung 2016; Daten: Europanel | MAT 03|2015 | Deutschland: Jahr 2015 (CP+) | Angaben in %

# Zeitstress ist nicht der Grund für höhere E-Commerce-Affinität; Online-Affine unternehmen nicht weniger physische Shopping Trips

## Rahmenbedingungen

Angaben in Prozent; Buyer-Gruppen je 200; **Altersstruktur normiert** = vergleichbar

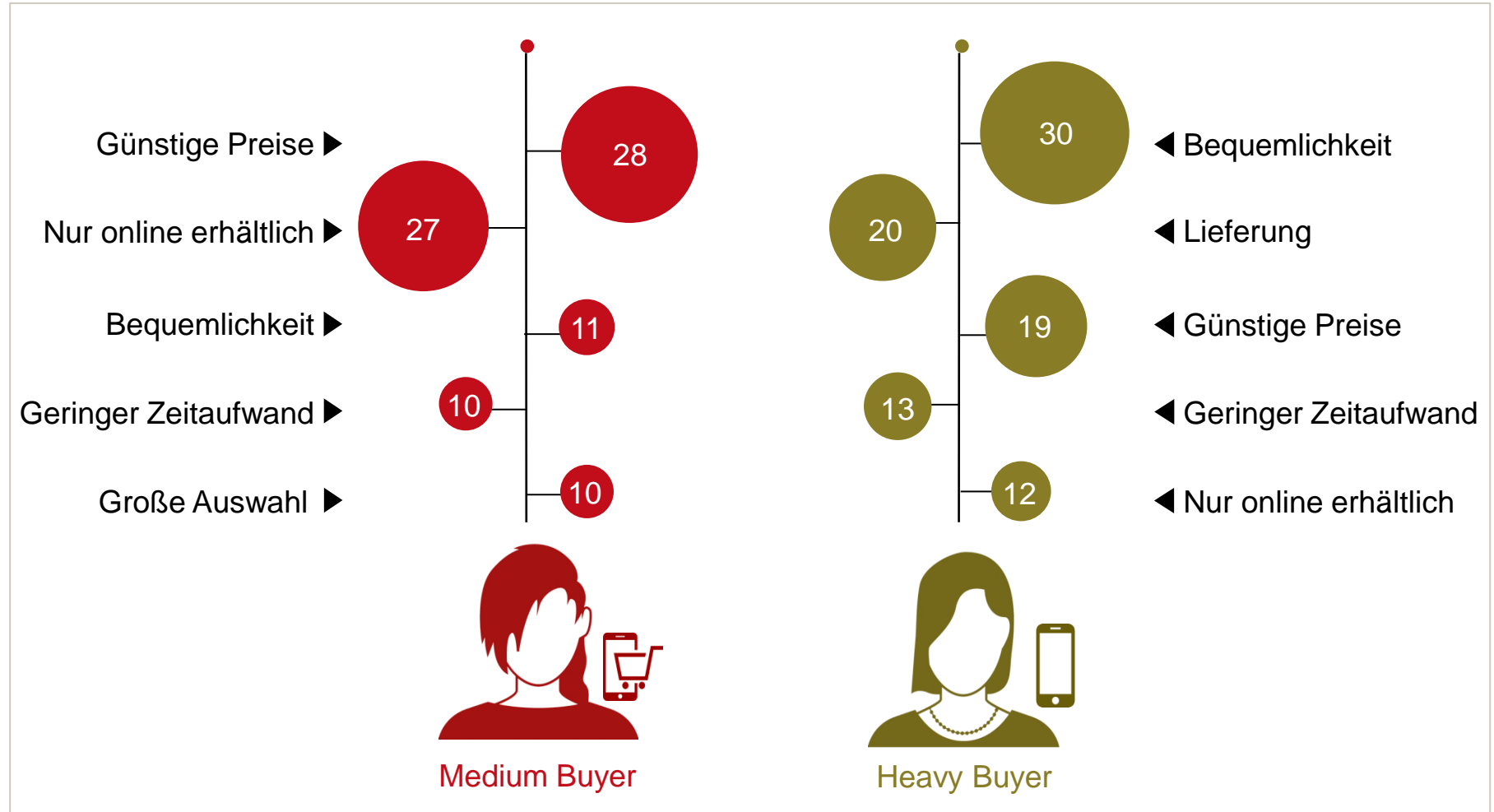


Quelle: GfK Tagung 2016; GfK ConsumerScan \*2015 \*\*03/2016 | Top 2 Boxes | Angaben in % | Basis: Stichprobe aus dem GfK Haushaltspanel mit je 200 Befragten je Gruppe mit normierter Altersstruktur

# Die Motive für den Online-Einkauf alltäglicher Verbrauchsgüter sind je nach Einkaufstyp sehr unterschiedlich

## Hauptmotive für den Online-Einkauf

Frage: Warum kaufen Sie Lebensmittel im Internet? Jeweils Top 5; Angaben in gerundeten Prozent; **Altersstruktur normiert** = vergleichbar

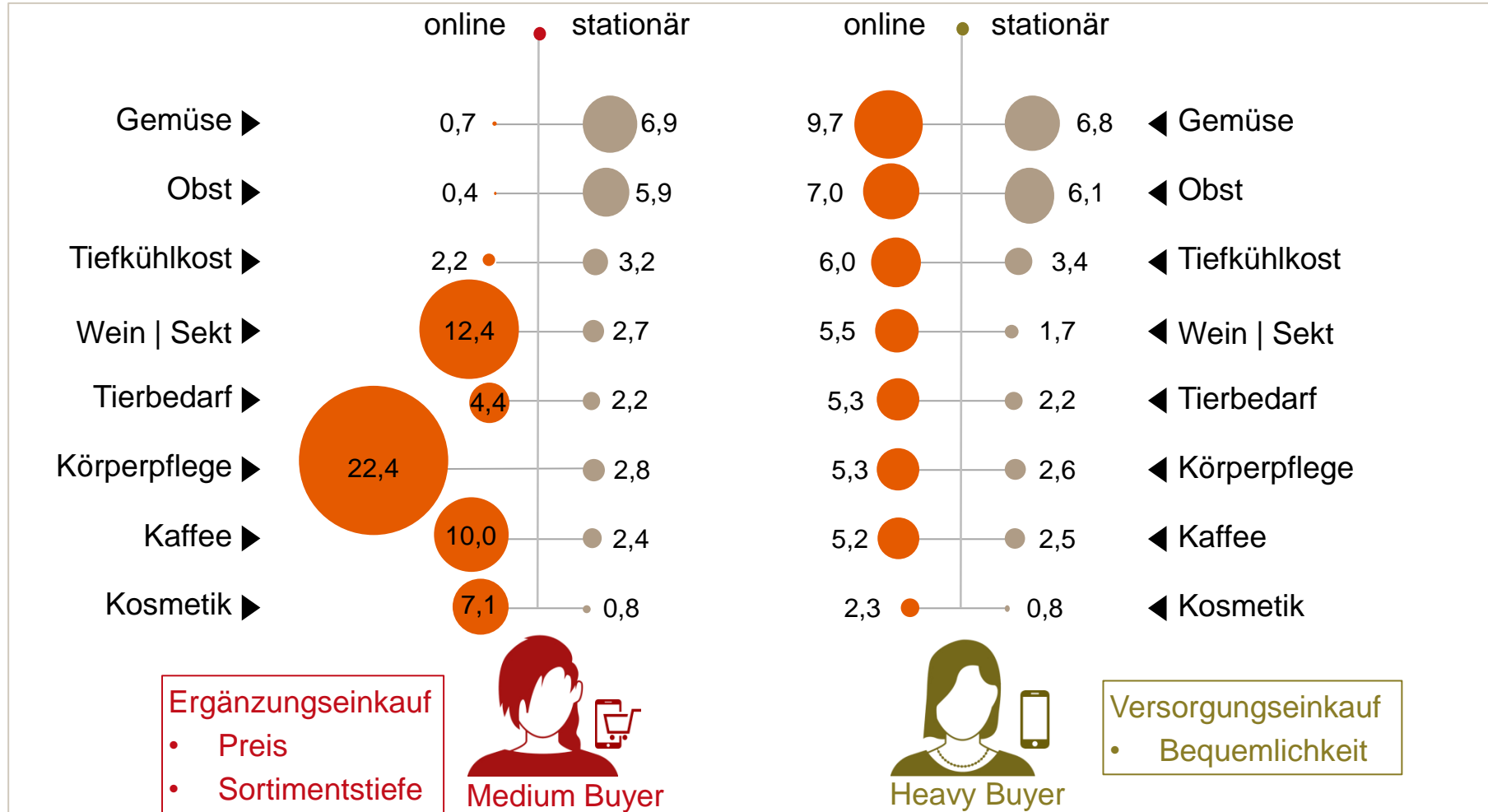


Quelle: GfK ConsumerScan | Befragung Mai 2016 (Je 200 Interviews zu Motiven mit normierter Altersstruktur)

# Heavy Buyer versorgen sich in allen Kategorien übers Internet, Medium Buyer ergänzen online nur ihre physischen Einkäufe

## E-Commerce Warenkörbe im Vergleich

Ausgabenanteile in % des Gesamtwarenkorb



Quelle: GfK ConsumerScan, MAT 3/2016 | Produktgruppen, die von den FMCG e-Commerce Heavy Buyern überproportional stark online gekauft werden

Basis: Stichprobe aus dem GfK Haushaltspanel mit je 200 Befragten je Gruppe mit normierter Altersstruktur

Mehr dazu unter

<http://www.gfk-verein.org/veranstaltungen/gfk-tagung/gfk-tagung-2016>



Suche

Suche

Login

ÜBER UNS

THEMEN

FORSCHUNG

BILDUNG

PUBLIKATIONEN

VERANSTALTUNGEN



Startseite > Veranstaltungen > GfK-Tagung

Die GfK-Tagung des GfK Vereins beschäftigt sich jedes Jahr mit aktuellen, für das Marketing und die Marktforschung substantiellen Fragen. Sie bietet neben den Vorträgen ausgewiesener Experten auch die Möglichkeit zum Gedankenaustausch.

