

Düsseldorf, 18. Januar 2007

Onlineshops haben ihre Kunden zu Weihnachten überzeugt

Das Weihnachtsgeschäft 2006 war für die Online-Shops so erfolgreich wie nie zuvor. Das meldeten Versandhändler wie amazon.de, otto.de, neckermann.de und andere schon Ende Dezember. Aber auch aus Käufersicht war das Geschenke-Shopping im Internet ein Volltreffer: drei Viertel der ca. 1.000 von INNOFACT befragten Internetnutzer, die auch sonst online einkaufen, haben vor Weihnachten das Internet zum Geschenkeinkauf genutzt. Männer und Frauen waren am Online-Weihnachts-Shopping zu je 50% beteiligt.

Bei diesem beachtlichen Run auf die Shops der Online-Händler kann es diese umso mehr erfreuen, dass die Lieferung der Waren weitgehend reibungslos stattgefunden hat. 24% der Online-Geschenkekäufer bekamen sogar trotz einer Bestellung in letzter Minute ihre Lieferung noch rechtzeitig zum Fest. 3% der Befragten standen Heiligabend allerdings mit leeren Händen da: trotz Zusage der Onlinehändler erreichten diese Geschenke ihre Empfänger nicht mehr rechtzeitig.

Die Lieferqualität der Online-Versandhändler spiegelt sich in der hohen Zufriedenheit ihrer Kunden wider. Neun von zehn Weihnachtseinkäufern sind mit „ihren“ Online-Shops insgesamt (sehr) zufrieden. Die Zufriedenheit liegt bei den weiblichen Christmas-Shoppers sogar noch etwas höher als bei den Männern.

Die von den kaufenden Internetnutzern mit Abstand am stärksten frequentierten Websites für das Weihnachtsshopping 2006 waren mit 42,2% amazon.de und mit 41,7% ebay.de. Dahinter rangieren Online-Shops wie tchibo.de, quelle.de, otto.de, weltbild.de sowie neckermann.de, die von 8 bis 15% der Befragten besucht wurden.

Für das Online-Weihnachtsgeschäft 2007 ist die Prognose noch besser. Mehr als die Hälfte der Befragten plant, den Anteil der im Internet eingekauften Präsente für Weihnachten 2007 im Vergleich zu 2006 weiter zu erhöhen. Nur 2% der Befragten wollen den Online-Geschenkeinkauf dagegen reduzieren. Die Onlineshops können somit sehr optimistisch nach vorne schauen.

Über die aktuelle Studie:

Für die Studie wurden Mitte Januar 2007 insgesamt 1.013 Internetnutzer befragt. Weiterführende Informationen, Grafiken und Interpretationen erhalten Sie bei:

Matthias Hallmann
INNOFACT AG, Niederlassung Hamburg
Gänsemarkt 21-23
20354 Hamburg
Tel. +49-40-3501630-0
Fax: +49-40-3501630-10
hamburg@innofact.com
m.hallmann@innofact.com

Über INNOFACT:

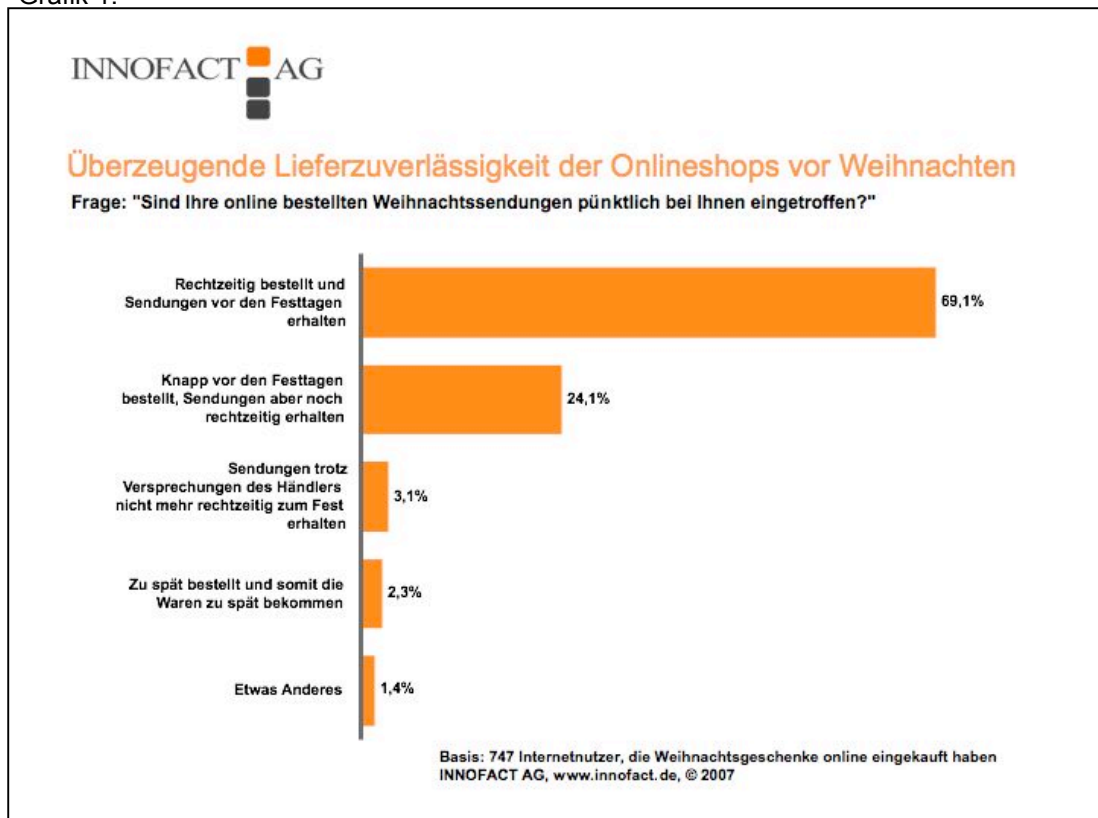
Die INNOFACT AG ist ein Fullservice-Marktforschungsinstitut aus Düsseldorf und verbindet die bewährten Methoden der klassischen Marktforschung mit den innovativen Möglichkeiten des Onlineresearch. Das Unternehmen realisiert Marktforschungsstudien für Kunden aus unterschiedlichsten Branchen. Kompetenzschwerpunkte liegen in den Bereichen Markenartikel, Handel, Telekommunikation, Pharma/Health und Medien/Verlage.

Im Bereich der onlinebasierten Marktforschung zählt INNOFACT zu den erfahrensten Anbietern in Europa. Bereits seit 1998 werden über das Internet Marktforschungsstudien realisiert. Über verschiedene selbst aufgebaute Onlinepanel besteht direkter Zugriff auf alle relevanten Verbraucher- und B2B-Zielgruppen. So sind im gemeinsam mit der Verlagsgruppe Holtzbrinck betriebenen Consumerpanel www.meinungsplatz.de in Deutschland bereits über 190.000 Verbraucher identitätssicher registriert.

INNOFACT beschäftigt an den Standorten Düsseldorf, Hamburg und Lengerich (IT-Center) 25 Mitarbeiter und bundesweit 400 freie Kräfte für Telefon- und Face-to-Face-Interviews. Seit Anfang des Jahres hat INNOFACT mit der neuen Niederlassung am Gänsemarkt in Hamburg ein Kompetenzzentrum für alle Marktforschungsfragen rund um das Thema Internet etabliert.

Grafiken zur Studie:

Grafik 1:



Grafik 2:

