

Pressemitteilung

Datum
22. Juni 2005

Thomas Pauschert
ENIGMA GfK
Tel 0611 999-6044
Fax 0611 999-6060
E-Mail: tp@enigma-gfk.de

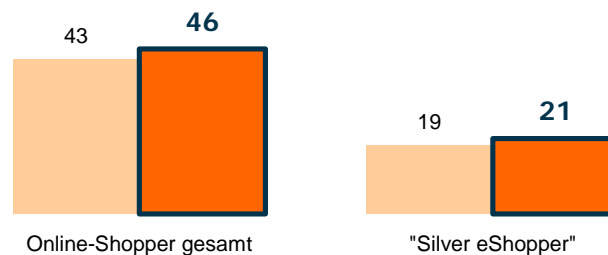
Dr. Ulrike Schöneberg
Public Affairs and
Communications
Tel 0911 395-2645
Fax 0911 395-4041
E-Mail
ulrike.schoeneberg@gfk.de

Immer mehr Silver Shopper im Internet Ergebnisse des Online Shopping Survey 2005 (OSS)

Wiesbaden, 22. Juni 2005 – Jeder Fünfte Deutsche zwischen 50 und 69 Jahren hat im letzten Jahr im Web eingekauft. Einen besonders hohen Anteil an eShoppern zwischen 50 und 69 Jahren, den „Silver eShoppern“, gibt es bei Reisen, Lebensmitteln und Medikamenten – so aktuelle Ergebnisse des Online Shopping Survey (OSS) der ENIGMA GfK.

21 Prozent der 50-69jährigen Deutschen haben im letzten Jahr ein Produkt oder eine Dienstleistung online gekauft. Zwar bedeutet das nach wie vor einen großen Abstand zum Bevölkerungsdurchschnitt, wo die Rate inzwischen schon bei 46 Prozent liegt. Aber immerhin geben schon 4,2 Millionen „Silver eShopper“ Geld im Netz aus. Die Zahl dieser eShopper wächst darüber hinaus schneller als der Durchschnitt: Gegenüber dem Vorjahr wuchs die Zahl der „Silver eShopper“ um 11 Prozent, während die Zahl der Online-Shopper insgesamt nur um 8 Prozent zunahm.

Anteil Online-Shopper an der Bevölkerung im Jahresvergleich



■ Jahr 2003 ■ Jahr 2004

GfK Aktiengesellschaft
Nordwestring 101
D-90319 Nürnberg

Tel +49(0)911 / 395-0
Fax +49(0)911 / 395-2209
www.gfk.de · www.gfk.com
public.affairs@gfk.de

Vorstand:
Professor Dr.
Klaus L. Wübbenhorst
(Vorsitzender)
Christian Weller von Ahlefeld
(CFO)
Petra Heinlein
Dr. Gérard Hermet
Wilhelm R. Wessels

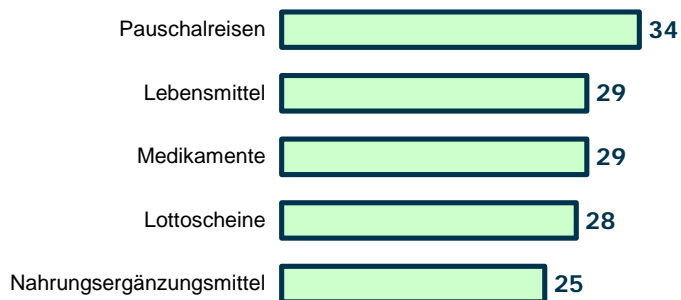
Vorsitzender des
Aufsichtsrats:
Hajo Riesenbeck

Registergericht
Nürnberg HRB 9398

„Silver eShopper“ setzen ihre Prioritäten anders. Besonders intensiv nutzen sie Reiseangebote. Hier stellen sie bereits ein Drittel der online buchenden Kundschaft. Beim Online-Einkauf von Lebensmitteln, Medikamenten, Lottoscheinen und Nahrungsergänzungsmitteln liegt ihr Anteil jeweils bei gut einem Viertel.

Die „Silver eShopper“ nutzen das Web offensichtlich zur Erleichterung im Alltag, eine Strategie, die für entsprechend positionierte Onlinehändler noch einiges Potenzial für die Zukunft verspricht. Dem Online Shopping Survey 2005 zufolge wird die Zahl von Privatpersonen, die ihre Einkäufe über das World Wide Web abwickeln, weiter steigen.

Anteil der 50-69Jährigen („Silver eShopper“) an den Online-Käufern einer Produktkategorie



Zur Studie

Der Online Shopping Survey (OSS) von ENIGMA GfK ist eine jährlich wiederkehrende Studie. Er gibt Aufschluss darüber, in welchen Bereichen die größten Chancen für Internetanbieter liegen. Im Januar und Februar 2005 wurden insgesamt 1.039 deutsche Internetnutzer zwischen 14 und 69 Jahren telefonisch zu den Themen Internetnutzung, Rolle des Internets beim Einkauf in 29 Produkt- und Dienstleistungsbereichen sowie zum kostenpflichtigen Musik-Download befragt. Die kostenpflichtige Studie oder Auszüge daraus können bei ENIGMA GfK bezogen werden. Kontakt: Judit Nothdurft, Tel.: 0911 395-3002, e-Mail: judit.nothdurft@gfk.de

Zu ENIGMA GfK

Das zum Geschäftsfeld Media der GfK Gruppe gehörende Unternehmen ENIGMA GfK ist ein auf Medienforschung spezialisiertes Institut, das Informationsservices für die Mediengattungen Fernsehen, Print, Radio und Online anbietet.

Zur GfK Gruppe

Die GfK Gruppe, weltweit die Nummer 5 der Marktforschungsunternehmen, ist in den fünf Geschäftsfeldern Custom Research, Retail and Technology, Consumer Tracking, Media und HealthCare aktiv. Im Geschäftsjahr 2004 hat die GfK Gruppe einen Umsatz von 672 Millionen Euro (ohne NOP World) erzielt. Neben 13 Niederlassungen in Deutschland gehören zur GfK Gruppe weltweit über 130 Unternehmen und Beteiligungen in 61 Ländern. Von den derzeit über 7.000 Beschäftigten arbeiten etwa 1.500 in Deutschland. Weitere Informationen erhalten Sie unter www.gfk.de.



Die GfK Gruppe hat die Marktforschungsgruppe NOP World von der britischen Mediengruppe United Business Media am 1. Juni 2005 übernommen. Die über 1.500 Mitarbeiter der NOP World stellen ein bedeutendes Potenzial an zusätzlichen Marktforschungs- und Marketing-Know-how dar. NOP World und die GfK Gruppe haben im Jahr 2004 zusammen ein Umsatzvolumen von knapp einer Milliarde Euro erwirtschaftet.

V.i.S.d.P.
GfK AG, Public Affairs and Communications
Dr. Ulrike Schöneberg
Nordwestring 101
90319 Nürnberg
Fon +49 (0)911 395-2645
Fax +49 (0)911 395-4041
public.affairs@gfk.de

Kurzbeschreibung der GfK-Geschäftsfelder

Custom Research	Informationsservices zur Neuentwicklung, Positionierung und Pflege von Produkten und Dienstleistungsangeboten, zur Optimierung des Mixes marketingpolitischer Aktivitäten und zum Management von Produkt- und Unternehmensmarken sowie von Kundenloyalität.
Retail and Technology	Informationsservices für Fragen von Marketing, Logistik und Vertrieb in Industrie und Handel, die in Märkten für so genannte Consumer Technologies agieren.
Consumer Tracking	Informationsservices zu Markt- und Marketingfragen rund um tägliche Einkaufsentscheidungen und -verhaltensweisen von Verbrauchern für nahezu alle Güter des täglichen Bedarfs ebenso wie für langlebige Gebrauchsgüter und Dienstleistungen.
HealthCare	Informationsservices zu Fragen der Produktentwicklung, Kommunikation, des Images und der Preisbindung von Medikamenten, Marktpositionierung und Kundenzufriedenheit, Messung von Menge und Umsatz verwendeter Materialien und Produkte bei Zahnärzten und Laboratorien, Messung des Verbrauchs von tierärztlichen Medikamenten.
Media	Informationsservices zu Verhalten und Einstellungen der Nutzer von Medien. Dabei geht es sowohl um quantitative Analysen zu Zuschauer-, Leser- und Hörer-Reichweiten als auch um qualitative Studien zu Akzeptanz, Präferenzen und Erinnerung von Medieninhalten.