



Tabellenverzeichnis

Kapitel 2: Wichtigste Ergebnisse

Entwicklung der Internetnutzer über 14 Jahre in Deutschland 1995-2008
Online-Käufer in Deutschland in Millionen
Anteil des E-Commerce am Versandhandel 2008 in Mrd. €
E-Commerce Umsätze in Deutschland 2001-2014 in Mio. €
Anteile der verschiedenen Vertriebswege am Umsatz von Gartenmöbeln 2010
Würden Sie Gartenmöbel in Zukunft online kaufen?
Expertenschätzung der gegenwärtigen Lage im E-Commerce 2007
Expertenschätzung der zukünftigen Entwicklung des E-Commerce
Gründe für den Onlinekauf nach Schulnoten
Durchschnittliche Bewertung der traditionellen Bezahlverfahren nach Schulnoten
Das Internet als Informationsquelle vor dem Kauf

Kapitel 3: Rahmendaten zum E-Commerce

Entwicklung der Internetnutzer über 14 Jahre in Deutschland 1995-2008
Internetnutzer in Deutschland nach Bundesländern 2008
Internetnutzer in Deutschland nach Geschlecht 2008
Internetnutzung in Deutschland nach Altersgruppen 2008
Internetnutzung nach Geschlecht und Alter 2008
Internetnutzung nach Bildungsniveau 2008
Internetnutzung nach Bildungsniveau
Internetnutzung nach Einkommen 2008
Anzahl der Internetnutzer weltweit
Internetnutzer nach Ländern weltweit 2008
Internetnutzer nach Ländern europaweit 2001
Internetnutzer nach Kontinenten 2009
Anteile der Internetnutzer nach Kontinenten 2009 in %
Anteile der Internetnutzer nach Kontinenten 2008 in %
Nutzung von Internetdiensten in Deutschland 2006
Wöchentliche Nutzung von Online-Anwendungen nach Alter 2008
Gründe für die Internetnutzung im vierten Quartal 2008
Nutzung von Internetdiensten in Europa 2006
Durchschnittliche Verweildauer im Internet pro Tag 2008
PC-Anwendungen im internationalen Vergleich
Online-Käufer in Deutschland
Entwicklung der Einkaufshäufigkeit im E-Commerce
Käuferverteilung
Umsatzverteilung
Verteilung des Nettoeinkommens
Verbreitung der Breitbandanschlüsse in deutschen Haushalten
Anteil der Onlinewerbung am Gesamtwerbeaufkommen 2006



Tabellenverzeichnis

Kapitel 4: Handelsstruktur

Führt Ihr Unternehmen Gartenmöbel?
Führen Sie Gartenmöbel ganzjährig oder saisonal?
Größe der Verkaufsfläche für Gartenmöbel
Welche Arten von Gartenmöbeln führen Sie?
Welche Materialien verkaufen Sie bei Gartenmöbeln?
Anteil des E-Commerce am Versandhandel 2008
Anteile an dem Umsätzen im Distanzhandel 2008
Online-Umsätze mit Waren in Mrd. € 2000-2008
Anzahl der Kunden von Onlineshops 2008
Produktanalyse ebay.de
Bekanntheit und Nutzung von Preisvergleichsmaschinen

Kapitel 5: Chancen und Risiken beim E-Commerce für den Handel

Probleme der Internetnutzung im Möbele Einzelhandel
Überblick über die Pflichtangaben auf verschiedenen Internetseiten

Kapitel 6: Umsätze im E-Commerce Handel

E-Commerce Umsätze in Deutschland 2001 – 2014 in Mio. €
Prognose der E-Commerce-Umsätze in Europa 2006 – 2011 in Mrd. €
Anteil der Gartenbesitzer in Deutschland 2008
Anteil der Balkon- oder Terrassenbesitzer in Deutschland 2008
Umsätze im E-Commerce nach Produktkategorien 2008 im Vergleich zu 2007 in Mio. €
Inlandsmarktversorgung mit Gartenmöbeln in Deutschland 2005-2008
Der Markt für Gartenmöbel nach Produktgruppen 2008
Haben Sie die Anschaffung neuer Gartenmöbel in den nächsten zwei Jahren geplant?
Marktanteile Gartensortiment 2008
Anteile der verschiedenen Vertriebswege am Umsatz von Gartenmöbeln 2008
Anteile der verschiedenen Vertriebswege am Umsatz von Gartenmöbeln 2010
Prognose der E-Commerce Umsätze im Bereich Garten und Outdoor 2008-2011
Bedeutung des E-Commerce aus Sicht des Handels 2010 im Vergleich zu 2008 - Durchschnitt
Bedeutung des E-Commerce aus Sicht des Handels 2010 im Vergleich zu 2008 nach Schulnoten



Tabellenverzeichnis

Kapitel 7: Endverbraucherbefragung zum Thema E-Commerce

Verteilung der Altersgruppen in der Stichprobe
Verteilung der Altersgruppen unter den potenziellen E-Commerce-Nutzern 2007
Verteilung der Geschlechter in der Stichprobe
Verteilung der Geschlechter in der Bevölkerung
Beschäftigungslage in der Stichprobe
Wie häufig kaufen Sie online ein?
Wie häufig kaufen Sie online ein? 26- bis 34-Jährige
Wie häufig kaufen Sie online ein? 50- bis 65-Jährige
Frage: Welche Produkte kaufen Sie wie oft im Internet? Antwort: Immer.
Frage: Welche Produkte kaufen Sie wie oft im Internet? Antwort: Gelegentlich.
Wie oft kaufen Sie welche Produkte im Internet?
Wie oft kaufen Sie Möbel im Internet?
Würden Sie Möbel und Wohnaccessoires online kaufen?
Haben Sie Gartenmöbel bereits online gekauft? Antwort: Ja.
Die beliebtesten Produktgruppen bei Möbeln für den Onlinekauf
Würden Sie Gartenmöbel in Zukunft online kaufen?
Haben Sie Gartenaccessoires bereits online gekauft?
Haben Sie diese Accessoires bereits online gekauft?
Würden Sie Gartenaccessoires in Zukunft online kaufen?
Eignung von bekannten Markenwaren zum Onlinekauf nach Schulnoten
Eignung von No-Name Produkten zum Onlinekauf nach Schulnoten

Kapitel 8: Chancen und Risiken beim E-Commerce für den Endverbraucher

Gründe für den Onlinekauf
Gründe für den Onlinekauf nach Geschlecht
Bequemlichkeit als Grund für Onlineshopping nach Alter
Zeit- und Fahrtkostensparnis als Grund für Onlineshopping nach Alter
Günstigere Preise als Grund für Onlineshopping nach Alter
Die wichtigsten Gründe für Onlineshopping nach Altersgruppen
Gründe gegen den Onlinekauf
Die fehlende Möglichkeit, Produkte vor dem Kauf zu testen, als Grund gegen Onlineshopping
Anonymität als Grund gegen Onlineshopping
Anonymität als Grund gegen Onlineshopping nach Alter
Die wichtigsten Gründe gegen Onlineshopping nach Altersgruppen
Bedenken bezüglich der Zahlungs- und Datensicherheit als Grund gegen Onlineshopping
Bewertung der Zahlungsarten durch Online-Händler
Beliebtheit der verschiedenen Zahlungsarten bei Endverbrauchern nach Ländern 2006



Tabellenverzeichnis

Kapitel 8: Chancen und Risiken beim E-Commerce für den Endverbraucher

Von Onlineshops angebotene Zahlungsverfahren
Durchschnittliche Bewertung der traditionellen Bezahlverfahren
Bewertung der Bezahlart Kreditkarte
Bewertung verschiedener Aussagen zum Thema Gütesiegel
Bewertung der Aussage „Ich kaufe nur in Onlineshops mit Gütesiegel“
Frage: Welche Gütesiegel kennen Sie?

Kapitel 9: Informationsquellen vor dem Onlinekauf

Genutzte Informationsquellen vor dem Online- und Offlinekauf
Die wichtigsten Informationsquellen für Online-Käufer in %
Das Internet als Informationsquelle vor dem Kauf
Von Hobbygärtnern genutzte Informationsquellen
Genutzte Informationsquellen beim Kauf von Gartenmöbeln 2007
Nutzung von Internetsuchmaschinen in Deutschland
Die wichtigsten deutschen Publikumszeitschriften zum Thema Garten
Haben sie sich vor ihrer Onlinebestellung über das Produkt in dem Katalog des Versenders informiert?

Kapitel 10: Der perfekte Onlineshop

Bewertung verschiedener Aspekte der Nutzerfreundlichkeit
Bewertung verschiedener zusätzlicher Services von Onlineshops
Bewertung verschiedener Aussagen zum Design
Bewertung der Wichtigkeit ausführlicher Produktbeschreibungen mit Bildern

Kapitel 11: Zukünftige Entwicklung

Expertenschätzung der gegenwärtigen Lage im E-Commerce 2007
Expertenschätzung der zukünftigen Entwicklung des E-Commerce