



## Tabellenverzeichnis

### Kapitel 2: Wichtigste Ergebnisse

Entwicklung der Internetnutzer über 14 Jahre in Deutschland in % der Bevölkerung 1995-2009  
Online-Käufer in Deutschland in Millionen  
Entwicklung der durchschnittlichen Verweildauer im Internet 2007-2009 in Minuten pro Tag  
Besitzer von internetfähigen Handys nach Altersgruppen in %  
Entwicklung der Distanzhandelsumsätze 2007-2009 in Mrd. €  
Anzahl der Besuche in virtuellen sozialen Netzwerken im Februar 2010 in Mio.  
Die beliebtesten Internetshops im September 2009 in Mio. Besuchern  
Übersicht der Betreiber von Onlineshops unter den 100 wichtigsten Möbelhändlern  
E-Commerce-Umsätze in Deutschland 2001-2009 in Mio. €  
Anteil der Ausgaben, die jährlich über E-Commerce getätigt werden in %

### Kapitel 3: Rahmendaten zum Internet

Entwicklung der Internetnutzer über 14 Jahre in Deutschland in % der Bevölkerung 1995-2009  
Internetnutzer in Deutschland nach Bundesländern 2009 in % der Bevölkerung  
Internetnutzer in Deutschland nach Geschlecht in % 2009  
Internetnutzung in Deutschland nach Altersgruppen in %  
Internetnutzung nach Geschlecht und Alter 2009 in %  
Internetnutzung nach Bildungsniveau 2009 in %  
Internetnutzung nach Bildungsniveau in %  
Internetnutzung nach Einkommen 2009 in %  
Anzahl der Internetnutzer weltweit in Millionen  
Internetnutzer nach Ländern europaweit in % der Bevölkerung 2009  
Internetnutzer weltweit nach Kontinenten  
Anzahl der Internetnutzer nach Ländern weltweit 2009 in Millionen  
Anteile der Internetnutzer nach Ländern weltweit 2009 in %  
Wöchentliche Nutzung von Internetdiensten in Deutschland 2006 in % der Internetnutzer  
Wöchentliche Nutzung des Online-Shopping nach Alter in % 2009  
Internetaktivitäten von Onlinern weltweit in %  
Entwicklung der durchschnittlichen Verweildauer im Internet 2007-2009 in Minuten pro Tag  
PC-Anwendungen in Deutschland  
Anteil der Onlinewerbung am Gesamtwerbeaufkommen 2009 in %  
Entwicklung des Gesamtwerbeaufkommens von 2005 bis 2009 in %  
Ausgaben für Onlinewerbung nach Branchen im ersten Quartal 2009 in Mio. €



## Tabellenverzeichnis

Besitzer von internetfähigen Handys nach Altersgruppen in %  
Nutzung von Mobile Web Angeboten nach Altersgruppen in %  
Welche Angebote haben Sie in den letzten 12 Monaten auf Ihrem Handy genutzt?  
Wie häufig nutzen Sie Ihr Handy für Onlinedienste?

### **Kapitel 4: Rahmendaten zum E-Commerce**

Online-Käufer in Deutschland in Millionen  
Entwicklung der Einkaufshäufigkeit im E-Commerce in Einkäufen pro Jahr  
Wie häufig kaufen Sie online ein?  
Anteil der verschiedenen Nutzergruppen an allen Online-Haushalten  
Anteil der verschiedenen Nutzergruppen am E-Commerce-Umsatz  
Die Top-10 der im Internet gekauften Produkte und Dienstleistungen in %  
Nutzung von Onlineshopping-Angeboten nach Altersklassen in % der Internetnutzer  
Verteilung des Nettoeinkommens in %  
Nutzung verschiedener Medien zu Informationszwecken 2009 in %  
Genutzte Onlineinformationen 2009 in %  
Nutzung von Informationsquellen vor dem Produktkauf  
Informationssuche im Katalog des Versenders vor dem Kauf im Internet  
Nutzung der verschiedenen Suchmaschinen in %  
Bedeutung von Meinungsportalen vor dem Kauf in %  
Produktvorlieben von Online-Shoppern in % (Teil 1)  
Produktvorlieben von Online-Shoppern in % (Teil 2)  
Gründe für den Kauf im Internet 2009  
Gründe für den Onlinekauf nach Geschlecht nach Schulnoten  
Bequemlichkeit als Grund für Onlineshopping nach Alter und Schulnoten  
Günstigere Preise als Grund für Onlineshopping nach Alter und Schulnoten  
Gründe gegen den Onlinekauf nach Schulnoten  
Gründe für den Kaufabbruch  
Bewertung der fehlenden Möglichkeit, Produkte vor dem Kauf anzufassen und zu testen  
Bewertung der Anonymität als Grund gegen Onlineshopping nach Schulnoten  
Anonymität als Grund gegen Onlineshopping nach Alter und Schulnoten  
Die wichtigsten Gründe gegen Onlineshopping in den verschiedenen Altersgruppen

### **Kapitel 5: Virtuelle soziale Netzwerke**

Anzahl der Besucher von virtuellen sozialen Netzwerken im Februar 2010  
Regelmäßige Nutzung von bestimmten Internetdiensten 2007 bis 2009 in %



## Tabellenverzeichnis

Einkaufsverhalten in virtuellen sozialen Netzwerken in %  
Bedeutung von virtuellen sozialen Netzwerken für Unternehmen in %  
Auswirkungen von virtuellen sozialen Netzwerken auf Geschäftsmodelle in %

### **Kapitel 6: Handelsstruktur**

Entwicklung der Distanzhandelsumsätze 2007-2009 in Mrd. €  
Anteil des E-Commerce am gesamten Versandhandel 2007-2009  
Umsatzentwicklung der stärksten Versendergruppen 2007-2009 in Mrd. €  
Die beliebtesten Internetshops im September 2009 in Mio. Besuchern  
Besucher auf [www.ikea.de](http://www.ikea.de) nach Altersgruppen in %  
Übersicht der Betreiber von Onlineshops unter den 100 wichtigsten Möbelhändlern

### **Kapitel 7: E-Commerce als Chance für den stationären Handel**

### **Kapitel 8: E-Commerce als Risiko für den stationären Handel**

Probleme der Internetnutzung im Möbele Einzelhandel  
Überblick über die Pflichtangaben, die auf verschiedenen Internetseiten zu machen sind

### **Kapitel 9: Umsätze im E-Commerce-Handel**

Anteil der Ausgaben, die jährlich über E-Commerce getätigt werden in %  
E-Commerce Umsätze in Deutschland 2001-2009 in Mio. €  
Onlineumsatzanteile 2009 nach Sektoren in %  
Einschätzung der künftigen Geschäftsentwicklung im Vertriebsweg E-Commerce in %  
Alle Umsätze mit Waren nach Versendergruppen in %  
Online-Umsätze mit Waren nach Versendergruppen in %  
Anteil Onlineumsatz am Gesamtumsatz bei Neckermann in %  
Produktion Möbel in Deutschland 2002-2009 in Mio. €  
Außenhandel Möbel in Deutschland 2002-2009 in Mio. €  
Inlandsmarktversorgung Möbel in Deutschland 2002-2009 in Mio. €  
E-Commerce-Umsatz mit Möbeln in Deutschland 2006-2014  
GE-Commerce Umsätze mit Möbeln in Deutschland 2006-2014 in Mio. €  
Anzahl Suchvorgänge unter [www.google.de](http://www.google.de) nach Möbelbegriffen  
Internetbesucher im Möbelhandel in Mio. Besuchern  
Möbelproduktgruppen, die Internetkäufer online kaufen würden in %  
Würden Sie Möbel und Wohnaccessoires online kaufen?  
Haben Sie diese Möbel bereits online gekauft? Antwort: Ja.



## Tabellenverzeichnis

Anzahl der angebotenen Möbel in der Ebay-Gruppe Möbel & Wohnen zum jeweiligen Jahresende  
Anzahl der angebotenen Küchenprodukte bei Ebay zum jeweiligen Jahresende  
Onlineumsätze nach Warengruppen (TOP 5) 2009 in Mio. Euro  
Anzahl der angebotenen Wohnaccessoires in der Ebay-Gruppe Möbel & Wohnen zum jeweiligen Jahresende  
Haben Sie diese Produkte bereits online gekauft? Antwort: Ja.  
Würden Sie diese Wohnaccessoires in Zukunft online kaufen? Antwort: Ja.

### **Kapitel 10: Grundlagen für den Aufbau eines Onlineshops**

Bewertung verschiedener Aspekte der Nutzerfreundlichkeit nach Schulnoten  
Bewertung verschiedener zusätzlicher Services von Onlineshops nach Schulnoten  
Bewertung verschiedener Aussagen zum Design nach Schulnoten  
Umsatz in Onlineshops nach Zahlungsarten in %  
Von Onlineshops angebotene Bezahlverfahren in %  
Durchschnittlicher Rückgang der Kaufabbruchquote bei Einführung des Zahlungsverfahrens in %  
Anforderungen an Bezahlssysteme aus Händlersicht in %  
Achten Sie beim Kauf in Onlineshops auf Gütesiegel?  
Haben Sie schon einmal einen Bestellvorgang abgebrochen, weil kein Gütesiegel vorhanden war?  
Sinus-Milieus 2009 nach demografischen Merkmalen  
Anteil der Internetnutzer in den Sinus-Milieus in %  
Anteil der Onlineshopper in den Sinus-Milieus in %  
Ausgaben für Onlinewerbung in Mio. €