

## Erfolgreiche Onlineweihnachten

Der Onlinehandel ist mit dem Weihnachtsgeschäft 2008 sehr zufrieden

Beim Geschenkekaufen haben sich die Deutschen von der Finanzkrise nicht beeindrucken lassen. Schon vor Weihnachten hatte Webanalyse-Anbieter Coremetrics in einer repräsentativen Befragung ermittelt, dass 90 Prozent der Deutschen nicht auf Geschenke verzichten wollen. Von der Kauflust der Konsumenten und der bequemen Möglichkeit, im Web Preise zu vergleichen, profitierten die Internethändler. „Wir sind sehr zufrieden mit dem Onlineweihnachtsgeschäft“, sagt Manfred Gawlas, Pressesprecher bei Quelle. Für November 2008 meldet Quelle.de ein Nachfrageplus von 38 Prozent im Vergleich zum Vorjahresmonat. „Der erfreuliche Trend vom November setzt sich fort“, so Gawlas im Dezember.

Auch Cyberport und eBay zeigen sich erfreut über den Verlauf der Monate November und Dezember. Bei eBay Deutschland gingen in der Woche vor dem ersten Advent im Schnitt etwa eine Million Artikel pro Tag über die virtuelle Ladentheke. Bei Tchibo lag der Online-Umsatz im November zweistellig über dem Vorjahr „und für Dezember rechnen wir mit ähnlichen Ergebnissen“, teilt eine Unternehmenssprecherin mit. Amazon wollte sich zum Verlauf des Onlineweihnachtsgeschäfts bis Redaktionsschluss noch nicht äußern.



Foto: Stock

**Kein Parkplatzproblem und leichter Preisvergleich:** Beim Weihnachtseinkauf sprechen viele Gründe für eine Onlinebestellung

Konkrete Umsatzzahlen nennt keiner der von INTERNET WORLD Business befragten Onlinehändler. Mit Zahlen wartet hingegen der Bundesverband des Deutschen Versandhandels (BVH) auf: „Der Onlinehandel mit Waren setzt in den Weihnachtsmonaten November und Dezember rund 2,7 Milliarden Euro um und kann damit um 23 Prozent zulegen“, sagt BVH-Hauptgeschäftsführer Thomas Steinmark. „Die deutschen Weihnachtsmänner ordern ihre Geschenke immer häufiger im Internet“, lautet sein Fazit. Bücher, CDs, DVDs, Unterhaltungselektronik, Spielwaren und Parfum waren gefragte Geschenkartikel. Als Grund für diese positive Entwicklung nennt der BVH die steigende Attraktivität der „Einkaufsmühle Internet“. Neu ist diese Wachstumsrate von 23 Prozent jedoch nicht. Der BVH hatte sie bereits im Juli 2008 bei der Bekanntgabe der Ergebnisse der BVH-Verbraucherbefragung „Distanzhandel in Deutschland“ genannt.

Die Onlinehändler sind optimistischer als ihre Kollegen vom stationären Einzelhandel. Laut einer Umfrage des Hauptverbands des Deutschen Einzelhandels nach dem vierten Adventssamstag verzeichnete der Einzelhandel zwar am letzten Adventswochenende den größten Kundendrang des Jahres, die Umsätze lagen aber unter dem Niveau des Vorjahres. is

### Jan Starken, Geschäftsführer Tchibo Direct GmbH



Das Onlinegeschäft hat am gesamten Versandhandelsgeschäft 2008 einen Anteil von knapp unter 80 Prozent. Im Weihnachtsgeschäft liegt er über 80 Prozent. Im November und Dezember liegt der Online-Umsatz zweistellig über dem Vorjahr. In Deutschland ist Tchibo.de im Schnitt auf Platz fünf der am häufigsten besuchten Shops.

### Danilo Frasiak, Leiter Einkauf & Produktmarketing Cyberport



Das Weihnachtsgeschäft bei Cyberport hat sich gegenüber der Vergleichsbasis vom Vorjahr sehr positiv entwickelt. Im November 2008 sowie im Dezember konnte ein deutliches Umsatzplus erwirtschaftet werden. Bisher ist eine Kaufzurückhaltung bei unseren Kunden noch nicht zu spüren.

### Charles Fränkl, CEO von Clickandbuy



Aus unserer Sicht ist das Onlineweihnachtsgeschäft sehr gut gelaufen. Wir haben die Umsätze in den letzten beiden Monaten verdoppelt. Daraus kann man ableiten, dass dies mit wesentlich höheren E-Commerce-Umsätzen zusammenhängt. Das Wachstum sehen wir in allen Bereichen.