

Link: <https://www.computerwoche.de/a/zusatzgeschaeft-im-internet,1883828>

Online-Handel

Zusatzgeschäft im Internet

Datum: 12.01.2009
Autor(en):Diego Wyllie

Wachstum können klassische Händler heute hauptsächlich durch Online-Shops generieren: Die Ergebnisse einer aktuellen Studie belegen, dass neun von zehn Online-Bestellungen für Multi-Channel-Anbieter ein echtes Zusatzgeschäft darstellen.

Demnach ist es für die Kunden mittlerweile selbstverständlich geworden, verschiedene Einkaufswege miteinander zu kombinieren. So würden sich Internetnutzer bei jedem vierten Kauf im stationären Handel vorab in diversen **Online-Shops**¹ informieren. Bei jedem zehnten Kauf werde vorher sogar den **Internet-Auftritt**² des Anbieters, bei dem letztlich im stationären Handel gekauft wird, aufgesucht.

Besonders intensiv seien die Wechselwirkungen jedoch zwischen Online-Shops und Katalogen: Bei jeder dritten Katalogbestellung wird vorher der Online-Shop des Anbieters gesichtet, umgekehrt wird bei jeder fünften Internet-Bestellung vorher der Anbieterkatalog konsultiert, heißt es in der Studie weiter. Nur jeder zehnte Kauf in Online-Shops stelle eine so genannte "Kannibalisierung" von stationären Filialen dar. Neun von zehn Online-Bestellungen seien somit echtes Zusatzgeschäft.

Die Studie wurde vom **E-Commerce-Center Handel**³ am Kölner Institut für Handelsforschung durchgeführt.

Links im Artikel:

¹ https://www.computerwoche.de/knowledge_center/mittelstands_it/1874025/

² https://www.computerwoche.de/knowledge_center/mittelstands_it/1869212/

³ <http://www.ecc-handel.de/>

IDG Business Media GmbH

Alle Rechte vorbehalten. Jegliche Vervielfältigung oder Weiterverbreitung in jedem Medium in Teilen oder als Ganzes bedarf der schriftlichen Zustimmung der IDG Business Media GmbH. dpa-Texte und Bilder sind urheberrechtlich geschützt und dürfen weder reproduziert noch wiederverwendet oder für gewerbliche Zwecke verwendet werden. Für den Fall, dass auf dieser Webseite unzutreffende Informationen veröffentlicht oder in Programmen oder Datenbanken Fehler enthalten sein sollten, kommt eine Haftung nur bei grober Fahrlässigkeit des Verlages oder seiner Mitarbeiter in Betracht. Die Redaktion übernimmt keine Haftung für unverlangt eingesandte Manuskripte, Fotos und Illustrationen. Für Inhalte externer Seiten, auf die von dieser Webseite aus gelinkt wird, übernimmt die IDG Business Media GmbH keine Verantwortung.