

## Pressemeldung

### **eCommerceTV: Einsatz von Bewegtbild im Online-Handel schafft neues Einkaufserlebnis**

- *Trotz Umsatzrekord stagnieren Wachstumsraten im deutschen eCommerce: Neue Impulse erforderlich*
- *Gewachsenes Interesse an Onlinevideos und steigende Breitbandpenetration machen Bewegtbild im Internet inzwischen zur Selbstverständlichkeit*
- *Einsatz von Bewegtbild schafft bessere Warenpräsentation und positives Einkaufserlebnis - zusätzliche Zielgruppen werden damit erreichbar*
- *Goldmedia-Prognose: Umsatzwachstum durch eCommerceTV in Deutschland: plus 1,5 Mrd. Euro in 2012*

Berlin, 25. Februar 2008. Die wachsende Zahl der Internetnutzer beschert dem deutschen eCommerce-Markt immer neue Rekordumsätze. Dennoch steht der Online-Handel vor echten Herausforderungen: Seit 2004 stagnieren die Wachstumsraten bei jährlich zwölf Prozent. Die Nutzerzahlen steigen langsam weiter an, doch die Bereitschaft der Nutzer, häufiger bzw. mehr im Internet einzukaufen, hat seit 2006 nicht mehr zugenommen.

Für eine bessere Potenzialausschöpfung im eCommerce gibt es verschiedene Ansatzpunkte. Ein wichtiger Hebel ist die stärkere Einbindung von Bewegtbildinhalten. Die Strategieberatung Goldmedia hat in ihrer aktuellen Studie eCommerceTV Chancen und Möglichkeiten des Einsatzes von Bewegtbild auf Online-Handelsplattformen (eCommerceTV) analysiert und erstmals mögliche Wachstumspotenziale quantifiziert. Nach Goldmedia-Prognosen kann der deutsche eCommerce-Markt durch Bewegtbildeinsatz bis 2012 ein Umsatzplus von mehr als fünf Prozent erreichen.

Die Attraktivität von WebTV und Videos im Internet hat stark zugenommen. So nutzten rund ein Viertel aller deutschen Onliner 2006 bereits Online Videos.<sup>1</sup> Bewegtbildinhalte in Form von Video-Sharing, Web-TV oder Trailern gehören heute schon auf vielen Webseiten zum Standard. Sie werden künftig zu einem noch wichtigeren Attraktivitätsmerkmal. Dabei schafft die zunehmende Breitbandpenetration immer bessere infrastrukturelle Voraussetzungen und macht es für die Nutzer einfach, große Video-Datenmengen ruckelfrei zu empfangen.

Fast 60 Prozent der Deutschen im Alter von 14-54 Jahren haben 2007 im Internet eingekauft. Nur 27 Prozent allerdings wollen dies künftig häufiger tun.<sup>2</sup> Nutzeranalysen im eCommerce zeigen deutlich, wie wichtig als Kaufanreiz eindrucksvolle Produktpräsentation und positive Einkaufserlebnisse sind.

Die großen Katalogversender und Online-Shops haben sich bereits darauf eingestellt und starten derzeit eigene Bewegtbildformate. Das zeigen u.a. *Amazon*, *Neckermann TV* oder *brandneu* von Otto sowie *Tchibo WebTV*. Auch Teleshopping-Sender wie *HSE24* sind dabei, ihre Onlineshops durch Livestreams oder Produktvideos zu erweitern.

Durch den Einsatz von Bewegtbild wird die Warenpräsentation deutlich optimiert und das von vielen Nutzern vermisste Einkaufserlebnis verbessert. Bislang

<sup>1</sup> Angaben nach ARD/ZDF-Online Studie 2007

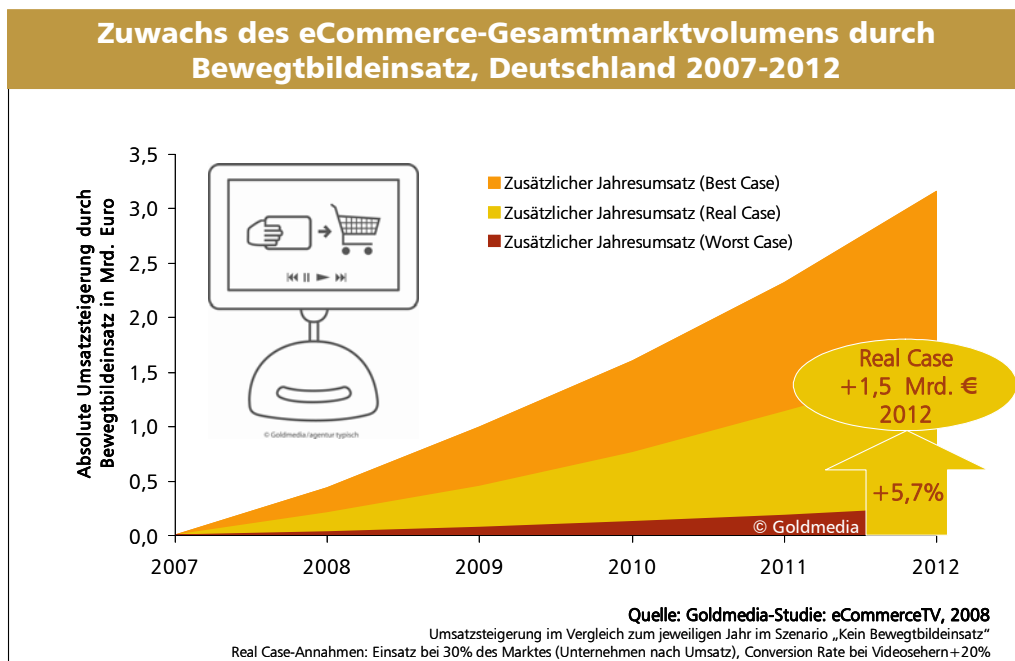
<sup>2</sup> Quelle: Allensbach, ACTA 2000 bis 2007; Basis: Deutsche Bevölkerung 14 bis 64 Jahre

unterrepräsentiert sind im eCommerce erklärungsintensive oder stark emotionalisierende Warengruppen wie Bekleidung, Schmuck, Möbel oder Haushaltswaren, die zum Beispiel im Teleshopping gut funktionieren. Bewegtbild im Internet trägt dazu bei, ganz neue Zielgruppen anzusprechen und neben den gezielt einkaufenden Internetshoppfern auch Impuls-Käufer zu erreichen.

Die Integration von Bewegtbild bietet sich grundsätzlich für alle Player im eCommerce-Markt an: ob Multichannel-, Web-TV, reine eCommerce-Anbieter oder Teleshopper.

„Die Umsatzpotenziale für den Gesamtmarkt sind eindrucksvoll“, erläutert Studienautor und Goldmedia-Consultant Mathias Birkel: „Was der eCommerce-Markt gewinnen kann, wird stark davon beeinflusst, wie viele und wie schnell die Unternehmen Bewegtbildformate einbinden. Sollten bis 2012 nur zehn Prozent des eCommerce-Marktes (Unternehmen nach Umsatz) Bewegtbild einsetzen und würde dies bei deren Nutzern zu einer zehnpromzentigen Steigerung der Conversion Rate<sup>3</sup> führen, so hätte dies bereits ein Umsatzplus von 250 Millionen Euro gegenüber einem Szenario ohne Bewegtbildeinsatz zur Folge. Wir gehen aber von wesentlich positiveren Werten aus, nämlich einem Einsatz von Bewegtbild am Markt von bis zu 30% sowie einer Erhöhung der Conversion Rate um 20%, so dass die Umsatzgewinne, die durch den Bewegtbildeinsatz erlöst werden, in den nächsten fünf Jahren rund 1,5 Mrd. Euro erreichen können.“

**Chart:**  
**Zuwachs des eCommerce-Gesamtmarktvolumens durch Bewegtbildeinsatz, Deutschland 2007-2012**



<sup>3</sup> Conversion Rate = Umwandlungsquote von Websitebesucher zu Kunde

**Quelle:** Goldmedia-Studie *eCommerceTV: Marktpotenziale für die Integration von Bewegtbild auf Online-Handelsplattformen (Goldmedia, März 2008)*

Die Studie enthält eine ausführliche Marktübersicht zum deutschen eCommerce- und Breitbandmarkt. Sie analysiert die Chancen des Einsatzes von Bewegtbild im eCommerce, belegt deren Bedeutung für Multichannel Strategien, stellt nationale und internationale Case Studies vor und quantifiziert erstmals entlang verschiedener Szenarien das Marktpotenzial für den Einsatz von Bewegtbild auf Online-Handelsplattformen in Deutschland.

**Die Studie wird unterstützt von targa.tv GmbH, Hamburg.**

#### **Pressekontakt**

Goldmedia GmbH: Dr. Katrin Penzel, Tel: +49-30-246 266-0, [Katrin.Penzel@Goldmedia.de](mailto:Katrin.Penzel@Goldmedia.de)  
Weitere Informationen und Grafiken zum Download finden Sie auch unter: [www.Goldmedia.de](http://www.Goldmedia.de)

#### **Kooperationspartner: targa.tv**

Pressekontakt: a+o. Gesellschaft für Kommunikationsberatung mbH, Henning Dorstewitz,  
Tel: +49-40-43 29 44-21, [henning.dorstewitz@a-und-o.com](mailto:henning.dorstewitz@a-und-o.com), [www.a-und-o.com](http://www.a-und-o.com)

**Goldmedia:** Die Goldmedia GmbH Media Consulting & Research berät seit 1998 nationale und internationale Kunden im Medien-, Entertainment- und Telekommunikations-Bereich. Das Serviceangebot umfasst klassische Strategieberatung, Business Development und Implementierung sowie Wettbewerbsanalysen, differenzierte Prognosen und Hochrechnungen. Zur Goldmedia-Gruppe gehören: Goldmedia GmbH Media Consulting & Research, Goldmedia Sales & Services GmbH sowie Goldmedia Custom Research GmbH. Hauptsitz des Unternehmens ist Berlin.

**targa.tv:** targa.tv ist eine Produktionsgesellschaft für digitale Medienformate und spezialisiert auf die Produktion transaktionsorientierter Inhalte für TV, Internet und mobile Kanäle. Hauptsitz der Firma ist Hamburg. Weitere Informationen: [www.targa.tv](http://www.targa.tv) oder [info@targa.tv](mailto:info@targa.tv)