

Online-Handel in den Tigerstaaten Südkorea, Hongkong und Singapur im Vergleich zu Taiwan auf Wachstumskurs

Der "Tiger Countries B2C E-Commerce Report 2013" von yStats.com zeigt sowohl die Gemeinsamkeiten als auch die Unterschiede der Internet- und E-Commerce-Märkte der vier asiatischen Tigerstaaten auf. So erreicht in Südkorea und Hongkong besonders der mobile Online-Handel hohe Wachstumsraten, während der generelle Online-Handel in Singapur weiter um mittlere bis hohe zweistellige Prozentzahlen zunimmt. Lediglich Taiwan ist in Bezug auf B2C E-Commerce weniger stark entwickelt, wobei auch hier ein Online-Handels-Wachstum im niedrigen zweistelligen Prozentbereich prognostiziert wird.

Smartphones erstmals häufiger als Notebooks für Online-Käufe in Südkorea genutzt

Nach zweistelligen Wachstumsraten innerhalb der letzten Jahre erreichen die B2C E-Commerce Umsätze einen Wert von deutlich über 10 Milliarden EUR. Darüber hinaus werden in Südkorea erstmals mehr Online-Einkäufe über Smartphones als über Notebooks getätigt. Neben Mobile Commerce stellte auch Social Commerce einen wachsenden Trend im südkoreanischen Online-Handel dar. Generell wurde im zweiten Quartal 2012 besonders viel Geld für Reisearrangements und Reservierungen sowie Kleidung und Mode-Produkte im Internet ausgegeben. Führende Unternehmen und Webseiten im südkoreanischen B2C E-Commerce in Bezug auf die Anzahl der Unique Visitors in 2012 waren Gmarket, 11st, Shopping.Naver, Interpark und Cjmall, allesamt Generalisten.

M-Commerce und Group Shopping wichtige Trends in Hongkongs B2C E-Commerce

In 2012 tätigten mehr als die Hälfte aller Internetnutzer in Hongkong Online-Käufe, wobei Frauen häufiger im Internet einkauften als Männer. Zwischen 2011 und 2015 wird in Hongkong ein deutlich höherer Anstieg der M-Commerce Umsätze, verglichen mit den generellen B2C E-Commerce Umsätzen erwartet. Die durchschnittlichen mobilen Ausgaben je Online-Käufer in Hongkong erreichten Mitte 2012 knapp 600 EUR, ein Anstieg von mehr als 40 Prozent verglichen mit dem Vorjahr. Neben M-Commerce stellt Group Shopping einen wichtigen Trend im Online-Handel in Hongkong dar. Innerhalb von nur zwei Jahren wurden etwa 70 Daily-Deal-Seiten auf den Markt gebracht. Gelockt durch den Aufwärtstrend im B2C E-Commerce, startete auch der US-Amerikanische Bekleidungshändler American Apparel einen Online-Shop in Hongkong im Jahr 2012.

Reisen und Entertainment-Tickets bevorzugte Produktkategorien der Internet-Shopper in Singapur

Es wird prognostiziert, dass die B2C E-Commerce Umsätze in Singapur zwischen 2011 und 2015 jährlich um annähernd 50 Prozent zunehmen werden. Hiermit zusammenhängend sowie aufgrund der wachsenden Anzahl an Internet-Bestellungen in Singapur sollen dort ab 2013 Abholstationen aufgestellt werden. Am häufigsten wurden im Februar 2012 Reisereservierungen und Entertainment-Tickets von Internet-Shoppern in Singapur im Internet bestellt, gefolgt von Computer- und Spielesoftware sowie Kleidung, Accessoires, Schuhe und Schmuck. Auch der mobile Online-Handel spielt eine immer größere Rolle in Singapur. So stieg der Anteil von mobilen Bestellungen an allen Online-Bestellungen auf fast ein Viertel in den vergangenen Jahren.

Steigende Anzahl an Internetnutzern in Taiwan trotz bestehender Internetprobleme

In Taiwan wächst die Anzahl der Internetnutzer stetig, wobei mehr als die Hälfte von ihnen 2012 Probleme mit instabilen Verbindungen und schlechter Internetqualität hatten. Langsame Download- und Upload-Geschwindigkeiten stellten zudem weitere Probleme während der Internetnutzung in Taiwan dar. Auch die Zahl der mobilen Internetnutzer steigt, wobei dieses von weniger als 10 Prozent der Nutzer genutzt wird, um mobile Online-Käufe zu tätigen. Insgesamt wird erwartet, dass die gesamten Online-Umsätze in Taiwan zwischen 2012 und 2015 jährlich um eine niedrige zweistellige Prozentzahl zunehmen werden. Zu den führenden Wettbewerbern im Taiwanesischen B2C E-Commerce gehören Yahoo! Shopping, Books.com.tw und PCHome Shopping.

Der neue Bericht "Tiger Countries B2C E-Commerce Report 2013" des sekundären Marktforschungsunternehmens yStats.com aus Hamburg beleuchtet die aktuelle Situation der B2C E-Commerce Märkte in den vier Tigerstaaten Südkorea, Hongkong, Singapur und Taiwan. Der Bericht enthält neben Trends auch Umsätze, Anteile des Online-Handels am Einzelhandel, Produktkategorien, Internetnutzer und Internet-Shopper sowie Informationen zu führenden Wettbewerbern.

Weitere Informationen zu dem Bericht finden Sie hier:

<http://ystats.com/en/reports/preview.php?reportId=1016>

Pressekontakt:

yStats.com GmbH & Co. KG
Behringstraße 28a, D-22765 Hamburg
Telefon: +49 (0)40 - 39 90 68 50
Fax: +49 (0)40 - 39 90 68 51
E-Mail: presse@ystats.com
Internet: www.ystats.com

Twitter: www.twitter.com/ystats

LinkedIn: www.linkedin.com/company/ystats

Facebook: www.facebook.com/ystats

Über yStats.com

Seit 2005 recherchiert yStats.com aktuelle, objektive und bedarfsgerechte Markt- und Wettbewerbsinformationen für Top-Manager aus unterschiedlichen Branchen. Schwerpunkt des Hamburger Unternehmens mit internationaler Ausrichtung ist die sekundäre Marktforschung. yStats.com bietet sowohl Markt- und Wettbewerbsberichte als auch kundenspezifische Recherchedienstleistungen an. Zu den Kunden gehören weltweit führende Unternehmen aus den Bereichen B2C E-Commerce, elektronische Zahlungssysteme, Versandhandel und Direktvertrieb, Logistik, sowie Banken und Unternehmensberatungen.