

Asien auch im Bereich des B2C E-Commerce ein aufstrebender Markt

In dem „Asia B2C E-Commerce Report 2011“ des Hamburger Marktforschungsunternehmens yStats.com wird der B2C E-Commerce im asiatischen Raum ausführlich dargestellt. Dabei werden Umsätze und Wettbewerber des Marktes ebenso betrachtet wie Zahlen zu Internetnutzern und Onlinekäufern. Berücksichtigung finden die bedeutendsten Märkte Japan, Südkorea, China und Indien sowie elf weitere Märkte dieses Kontinents.

Insgesamt ist der asiatische Raum in Bezug auf das Internet und B2C E-Commerce sehr heterogen. Beispielsweise ist in Japan und Südkorea das Internet weit verbreitet, sodass auch B2C E-Commerce hohe Umsätze verzeichnet. In China ist die Internetdurchdringung hingegen eher gering, sodass im Bereich des E-Commerce noch viel Potenzial vorhanden ist. Auch die beliebten Produktkategorien variieren stark und reichen von Bekleidung über Bücher bis hin zu Elektroartikeln.

Japanischer E-Commerce erholt sich nach Erdbeben

Die Zahl der Internetnutzer erreichte 2010 in Japan etwa 100 Millionen, also ungefähr 80 % der Bevölkerung. Nach dem Erdbeben mussten große Wettbewerber des japanischen B2C E-Commerce zwar Umsatzeinbußen hinnehmen, mittlerweile kaufen Konsumenten jedoch wieder häufiger online ein. Laut dem „Asia B2C E-Commerce Report 2011“ von yStats.com waren im Jahr 2010 „Bücher“ die beliebteste Kategorie im B2C E-Commerce – gefolgt von den Kategorien „Bekleidung“, „Musik“ sowie „Reisen“. Der erfolgreichste Wettbewerber im japanischen B2C E-Commerce war nach den Unique-Visitor-Zahlen im September 2011 Rakuten, gefolgt von Amazon und Nissen.

Internetdurchdringung in Südkorea sehr hoch

In Südkorea erreichte die Zahl der Internetnutzer 2010 mehr als 35 Millionen – ein Großteil der Bevölkerung zwischen 10 und 40 Jahren nutzte das Internet. Da die südkoreanische Bevölkerung sehr offen für neue Technologien ist, ist auch der B2C E-Commerce gut ausgebaut. Die Umsätze in diesem Bereich werden bis 2015 erheblich ansteigen. Insbesondere die Bezahlung per Kreditkarte ist dabei sehr verbreitet. Die beliebtesten Produktkategorien in Bezug auf das Marktvolumen waren im Jahr 2010 „Bekleidung und modenahe Produkte“, „elektronische Haushaltsgeräte“ und „Reisearrangements“.

Mobiles Shopping und Group-Shopping als neue Trends in China

Bis 2015 wird die Zahl der Internetnutzer in China mehr als 600 Millionen erreichen und die der Onlinekäufer mehr als 300 Millionen. Auch das mobile Shopping wird immer beliebter, was auf die zunehmende Nutzung von Smartphones und 3G-Netzwerken zurückzuführen ist. Der „Asia B2C E-Commerce Report 2011“ von yStats.com nennt für 2010 als erfolgreichste Wettbewerber im chinesischen B2C E-Commerce in Bezug auf das Handelsvolumen Tmall.com, 360buy.com, Amazon.com und Dangdang.com. Auch das Group-Shopping ist ein neuer Trend auf diesem Markt – in Bezug auf die täglichen Unique-Visitor-Zahlen war hier im Juni 2011 Ju.taobao.com führend.

Elektroartikel besonders beliebt in Indien

Für Indien wird erwartet, dass die Zahl der Internetnutzer bis 2015 mehr als 200 Millionen erreichen wird – fast 20 % der Bevölkerung. Eine der Herausforderungen für Onlineshops ist dabei das Bedürfnis der indischen Kunden, Produkte vor dem Kauf anzufassen. Deshalb bieten viele Händler den Versand per Nachnahme sowie bequeme Rücknahmemöglichkeiten an. Wie der „Asia B2C E-Commerce Report 2011“ von yStats.com weiter zeigt, gehören zu den führenden Produktkategorien „Handys und Accessoires“, gefolgt von „Computer-Hardware“ und „Unterhaltungselektronik“. Der führende Wettbewerber in Bezug auf die Unique-Visitor-Zahlen war im Oktober 2011 Homeshop18.com.

Internetdurchdringung in Ostasien sehr unterschiedlich ausgeprägt

Auch in Indonesien wird erwartet, dass die Zahl der Internetnutzer bis 2015 auf fast 170 Millionen steigen wird – von 60 Millionen im Jahr 2010. Dementsprechend hat das japanische Online-Kaufhaus Rakuten mit PT Global Mediacom ein Joint Venture für ein Online-Kaufhaus in Indonesien gegründet. Der Bericht „Asia B2C E-Commerce Report 2011“ von yStats.com zeigt zudem, dass die beliebtesten Produktkategorien in Malaysia 2010 „Reisen“, „Zahlungsdienstleistungen“ und „Entertainment“ waren. Insgesamt kaufte dort fast die Hälfte der Bevölkerung online ein. Auf den Philippinen nutzten 2010 fast 30 Millionen Menschen das Internet – etwa 30 % der Bevölkerung. In Singapur waren es hingegen bereits 80 % der Bevölkerung. Mehr als eine Million Menschen kauften online ein, wobei der Umsatz im Bereich des B2C E-Commerce in den nächsten Jahren um mehr als 30 % steigen wird. Wie der „Asia B2C E-Commerce Report 2011“ von yStats.com verdeutlicht, wird der B2C E-Commerce auch in Thailand aufgrund sicherer und bequemer Zahlungsmethoden immer wichtiger. Anfang 2011 waren „Mode“, „Entertainment“ und „IT-Produkte“ die führenden Kategorien in diesem Bereich. In Vietnam erreichte die Zahl der Internetnutzer 2010 fast 27 Millionen – mehr als 30 % der Bevölkerung. Dabei gehörten Enbac.com, 123mua.vn und 5giay.vn zu den führenden Wettbewerbern. In Hongkong weist der E-Commerce noch großes Potenzial auf. Allerdings hat fast die Hälfte der Bevölkerung schon einmal online eingekauft. Beliebte Produktkategorien sind dabei „Tickets“ und „Hotelübernachtungen“. In Taiwan nutzten 2010 mehr als 16 Millionen Menschen das Internet. Auch der B2C E-Commerce wird zunehmend wichtiger, wobei Books.com.tw und PCHome die führenden Wettbewerber sind.

Entwicklungspotenzial auch im übrigen asiatischen Raum

In den Vereinigten Arabischen Emiraten hatte 2010 fast die Hälfte der Befragten bereits online eingekauft. Zudem planten etwa 25 % der Befragten 2010 einen Einkauf mit ihrem Handy zu tätigen. In Saudi Arabien kauften währenddessen fast 40 % der Internetnutzer Produkte online ein oder zahlten online für Dienstleistungen. In Pakistan ist der B2C E-Commerce hingegen nur schwach entwickelt. Die Zahl der Onlineshops und Online-Transaktionen steigt jedoch kontinuierlich und die Zahl der Internetnutzer hat die 20-Millionen-Grenze bereits überschritten.

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
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.