

M&G Bond Vigilantes: Schafft E-Commerce Deflation?

Die weiter steigenden Onlineeinkaufszahlen könnten einen großen Einfluss auf die zukünftige Inflation haben. Da das Internet den Verbrauchern die Möglichkeit bietet, Preise sehr schnell und effektiv zu vergleichen, erhöht sich der Wettbewerb unter den Anbietern deutlich. Mittelfristig könnte das Wachstum des E-Commerce eine deflationäre Wirkung für bestimmte Branchen, wie Reisebüros oder Buchhandel, entfachen.

Jim Leaviss, Head of Retail Fixed Interest

bei M&G Investments, dazu: "Die meisten Verbraucher gehen zwar von deutlich höheren Inflationsraten als aktuell in Europa zu finden sind, aus. Dennoch sehen wir den starken Druck auf den Handel als ein nicht zu vernachlässigendes gegensteuerndes Element."

Im Rahmen einer Studie zu Inflationserwartungen europäischer und asiatischer Verbraucher fragte das Marktforschungsinstitut YouGov im Auftrag von M&G Investments unter anderem nach der Entwicklung des Online Shoppings. Betrachtet man alle beteiligten Länder (UK, Deutschland, Österreich, Frankreich, Spanien, Italien, Schweiz, Singapur, Hong Kong) lag die durchschnittliche Quote derer, die zumindest einmal im Monat online einkaufen, bei 71 %. Dabei war Österreich mit 78 % an erster Stelle zu finden, Deutschland wies 68 % aus. Frankreich bildete das Schlusslicht mit 61 %. Die höchste Einkaufsaktivität fand sich bei der Generation X (35-44 Jahre), wobei in Italien, Frankreich und den asiatischen Märkten die jüngere Bevölkerung die regelmäßigeren Onlinekäufer darstellen.

Den vollständigen Report zur YouGov-Umfrage finden Sie [hier](#).