

E-Commerce durch Privatpersonen

Jede zweite Person in der EU kaufte 2015 online

Am häufigsten gekaufte Waren: Bekleidung und Sportartikel

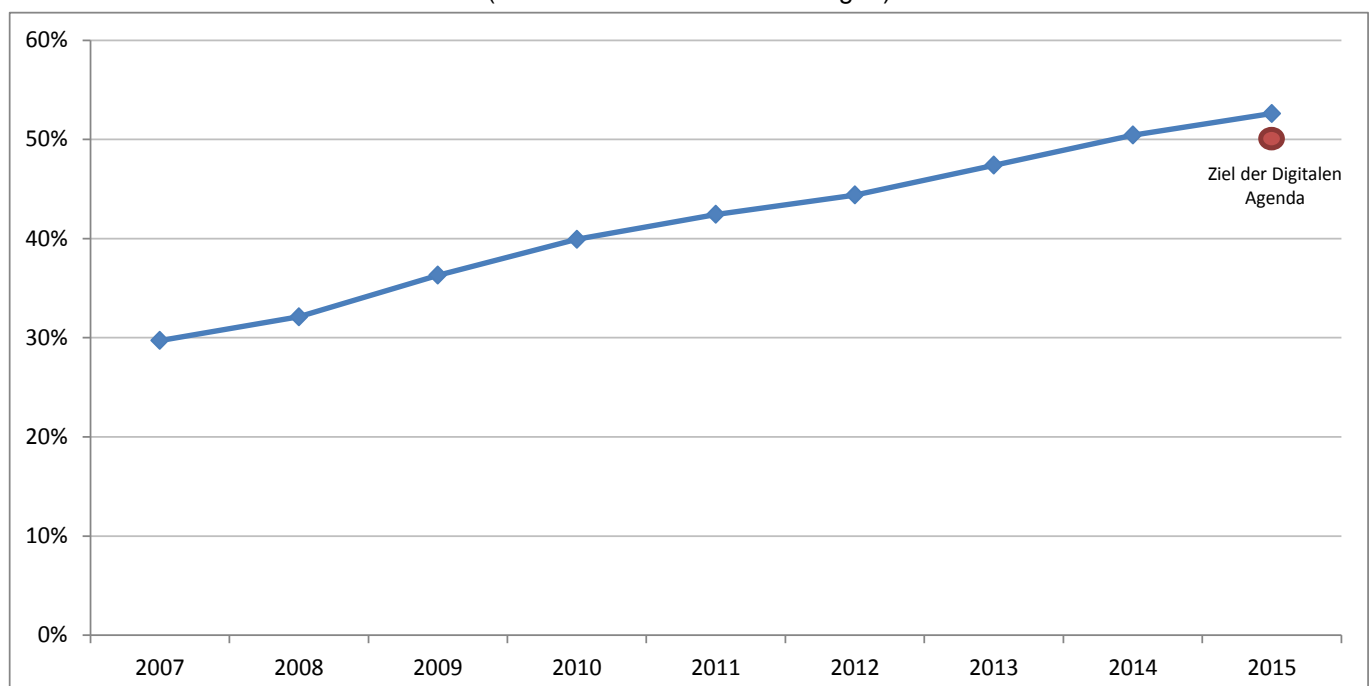
In der **Europäischen Union (EU)** ist der Anteil der 16- bis 74-Jährigen, die Waren oder Dienstleistungen für den privaten Gebrauch im Internet bestellen („Online-Käufer“) kontinuierlich von 30% im Jahr 2007 auf 53% im Jahr 2015 gestiegen. Damit hat die **EU** ihr in der Digitalen Agenda genanntes Ziel von 50% bis 2015 übertroffen.

75% der Internetnutzer in der **EU**, die 2015 keine Online-Käufe tätigten, gaben an, dass sie lieber selbst einkaufen gehen, und 27% äußerten Bedenken bezüglich der Zahlungssicherheit und des Datenschutzes.

Die meisten Online-Käufer in der **EU** schienen zufrieden mit ihren Online-Käufen: 70% sagten, dass sie keine Probleme mit der Online-Bestellung hatten. Am häufigsten im Internet gekauft wurden Bekleidung und Sportartikel (von 60% der Online-Käufer bestellt), gefolgt von Reisen und Urlaubsunterkünften (52%) und Haushaltswaren und Spielzeugen (41%).

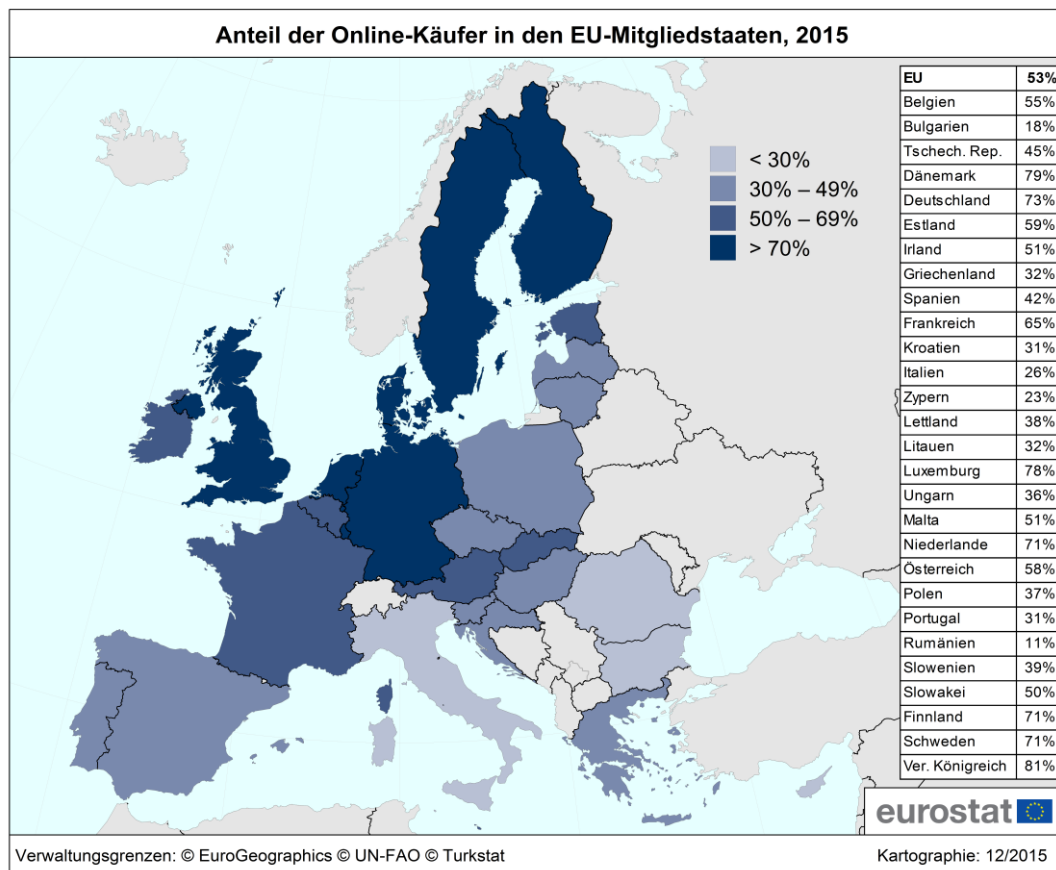
Diese Daten stammen aus einem [Bericht](#), der von **Eurostat, dem statistischen Amt der Europäischen Union** herausgegeben wurde; sie sind Teil der Ergebnisse der 2015 durchgeführten Erhebung über die Nutzung von IKT (Informations- und Kommunikationstechnologien) in Privathaushalten und durch Privatpersonen. Die Daten dienen zur Überwachung verschiedener politischer Maßnahmen der EU, insbesondere der Digitalen Agenda für Europa.

Online-Käufer, 2007-2015
(als Anteil der 16- bis 74-Jährigen)



Höchster Anteil an Online-Käufern im Vereinigten Königreich, Dänemark und Luxemburg

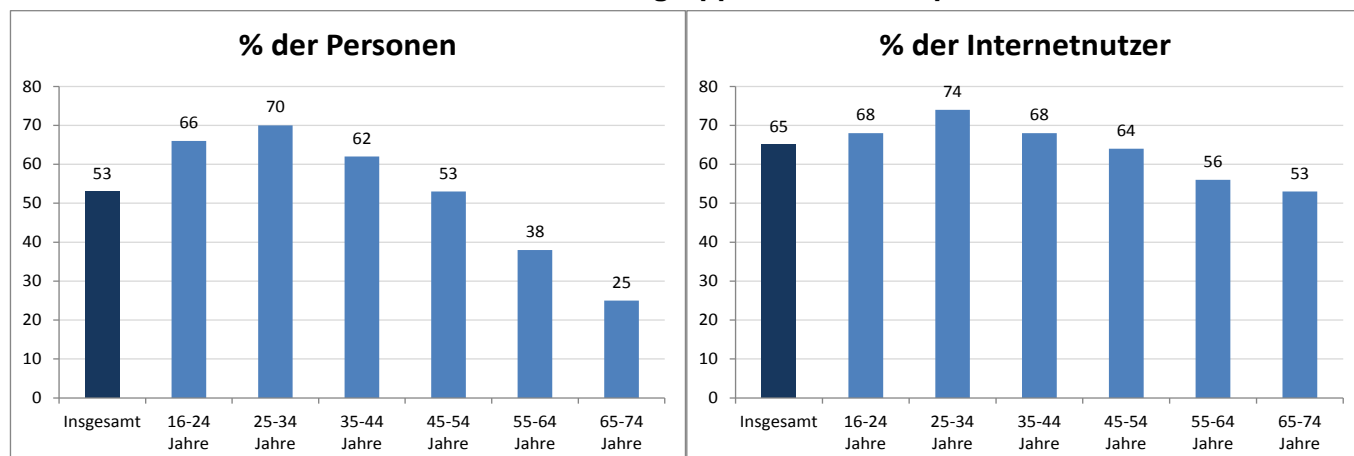
2015 war der Anteil der Online-Käufer im **Vereinigten Königreich** (dort kauften 81% der Gesamtbevölkerung im Alter von 16 bis 74 Jahren online), in **Dänemark** (79%), **Luxemburg** (78%), **Deutschland** (73%), den **Niederlanden**, **Finnland** und **Schweden** (jeweils 71%) am höchsten. Dagegen verzeichneten **Rumänien** (11% Online-Käufer), **Bulgarien** (18%), **Zypern** (23%) und **Italien** (26%) die niedrigsten Anteile. Insgesamt lag der Anteil der Online-Käufer in der Hälfte der Mitgliedstaaten bei über 50%.



Jeder zweite Silver Surfer kaufte 2015 online

In der **EU** ist der Einkauf im Internet bei der älteren Generation deutlich weniger verbreitet (25% der 65- bis 74-Jährigen kauften 2015 online) als bei den Jüngeren (66% der 16- bis 24-Jährigen und 70% der 25- bis 34-Jährigen). Dieser Unterschied zwischen den beiden Altersgruppen ist weitgehend auf die Tatsache zurückzuführen, dass ältere Menschen das Internet in der Regel weniger nutzen. Tatsächlich erreichte der Anteil der Online-Käufer bei den Silver Surfern (Internetnutzer im Alter von 65 bis 74 Jahren) inzwischen 53% gegenüber 68% bei den jungen Internetnutzern.

Anteil der Online-Käufer nach Altersgruppen in der Europäischen Union, 2015



Höchster Anteil von Online-Käufern in der Altersgruppe der 25- bis 34-Jährigen

Bei der jüngeren Altersgruppe (16 bis 24 Jahre) lag der Anteil der Internetnutzer, die 2015 Online-Käufe tätigten, in den meisten EU-Mitgliedstaaten bei über 50%, während der Anteil bei den 65- bis 74-Jährigen nur im **Vereinigten Königreich** (78%), **Luxemburg** (69%), **Deutschland** (65%), **Dänemark** (63%), **Schweden** (58%) und **Frankreich** (57%) über 50% betrug. Generell war in einer überwiegenden Mehrheit der Mitgliedstaaten der höchste Anteil der Online-Käufer bei den Internetnutzern in der Altersgruppe der 25- bis 34-Jährigen zu finden.

Während in allen Mitgliedstaaten der Anteil der Internetnutzer, die 2015 online kauften, bei der älteren Generation geringer ist als bei der jüngeren Generation, unterscheidet sich das Ausmaß dieser Differenz erheblich zwischen den einzelnen Mitgliedstaaten.

Online-Käufer nach Altersgruppen, 2015
(als Anteil der Internetnutzer in der jeweiligen Altersgruppe)

	16-24 Jahre	25-34 Jahre	35-44 Jahre	45-54 Jahre	55-64 Jahre	65-74 Jahre
EU	68	74	68	64	56	53
Belgien	68	73	71	64	52	39
Bulgarien	40	41	31	22	13	11
Tschech. Republik	62	70	63	46	36	29
Dänemark	88	88	89	84	73	63
Deutschland	81	94	89	82	72	65
Estland	76	83	75	61	45	31
Irland	71	72	66	58	47	36
Griechenland	48	57	50	39	33	22
Spanien	55	63	58	49	41	29
Frankreich	77	84	78	73	65	57
Kroatien	60	53	46	40	22	16
Italien	39	47	41	37	32	25
Zypern	33	39	33	26	20	22
Lettland	55	70	54	39	24	16
Litauen	51	60	49	34	19	13
Luxemburg	77	87	84	83	72	69
Ungarn	51	57	55	45	28	19
Malta	83	79	65	60	43	36
Niederlande	84	90	83	73	68	48
Österreich	81	81	72	63	53	37
Polen	59	68	57	43	33	27
Portugal	54	59	51	36	20	17
Rumänien	21	21	19	13	9	6
Slowenien	61	68	52	41	34	25
Slowakei	68	76	64	56	38	27
Finnland	88	91	88	77	58	43
Schweden	80	89	86	80	65	58
Ver. Königreich	93	91	91	87	80	78
Norwegen	77	91	87	83	67	48
Ehem. jug. Rep. Mazedonien	23	20	10	13	10	5
Türkei	24	37	29	21	16	17

Der Quelldatensatz findet sich [hier](#).

Bekleidung im Vereinigten Königreich, Tourismusdienstleistungen in Dänemark, Bücher in Luxemburg

2015 waren die am häufigsten online gekauften Produkte in der **EU** Bekleidung und Sportartikel – 60% der Online-Käufer erwarben einen Artikel aus dieser Warengruppe. Es folgten Reisen und Urlaubsunterkünfte (52%), Haushaltswaren und Spielzeuge (41%), Karten für Veranstaltungen (37%) sowie Bücher, Zeitschriften und Zeitungen (33%).

Bekleidung und Sportartikel standen in 19 Mitgliedstaaten an der Spitze. Der höchste Anteil von Online-Käufern, die 2015 Bekleidung online erwarben, wurde im **Vereinigten Königreich** (74%) verzeichnet, vor **Malta** (72%) und **Bulgarien** (71%). Die beliebteste Kategorie in den neun übrigen Mitgliedstaaten waren Reisen und Urlaubsunterkünfte, die von einem besonders hohen Anteil von Online-Käufern in den drei nordischen EU-Mitgliedstaaten – **Dänemark** (73%), **Finnland** (70%) und **Schweden** (69%) – online gebucht wurden. Der Kauf von Haushaltswaren und Spielzeugen im Internet war im **Vereinigten Königreich** (61% der Online-Käufer) am beliebtesten, die Bestellung von Karten für Veranstaltungen in **Dänemark** (69%) und **Schweden** (64%) und der Kauf von Büchern, Zeitschriften und Zeitungen in **Luxemburg** (54%).

Privatpersonen, die ausgewählte Waren und Dienstleistungen im Internet kauften, 2015 (als Anteil aller Online-Käufer)

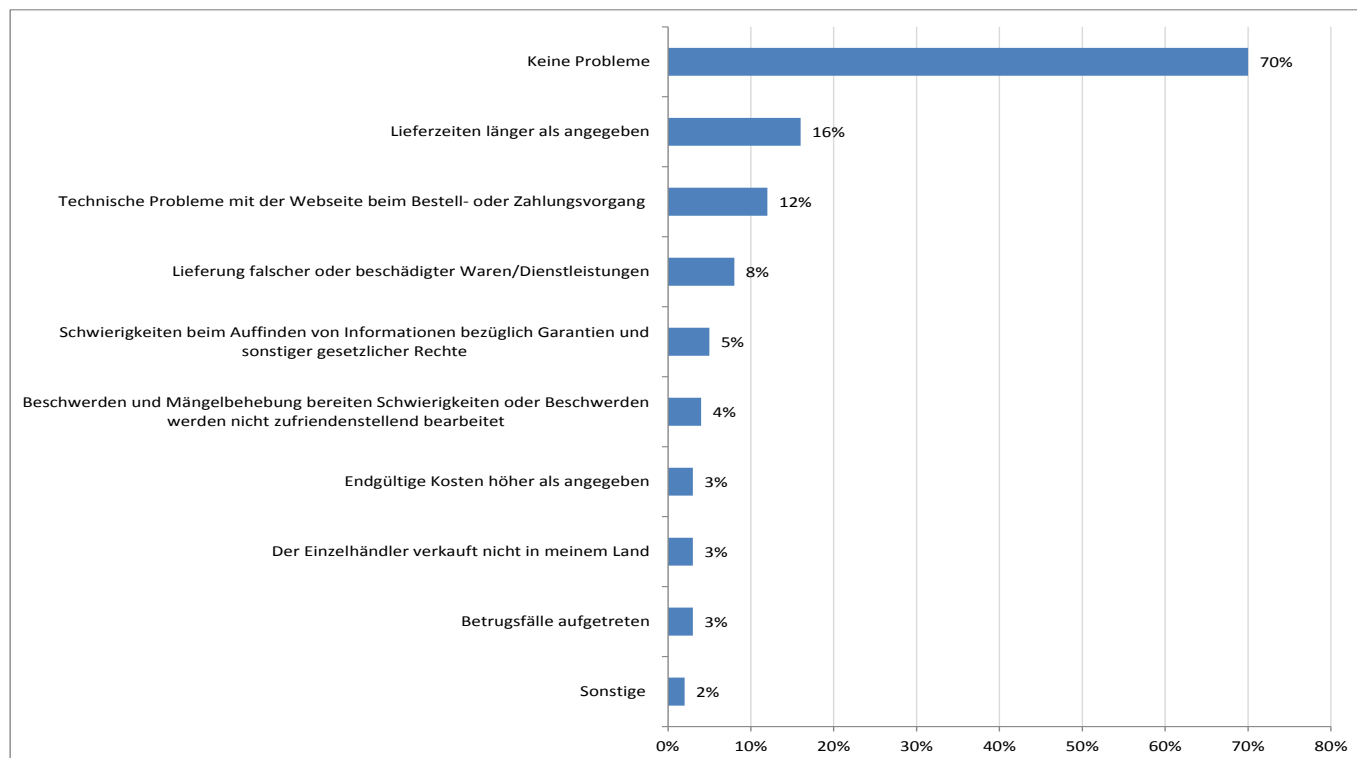
	Kleidung, Sportartikel	Reisen und Urlaubsunterkünfte	Haushaltswaren und Spielzeuge	Karten für Veranstaltungen	Bücher, Zeitschriften, Zeitungen
EU	60	52	41	37	33
Belgien	47	46	32	36	29
Bulgarien	71	31	31	19	13
Tschech. Republik	62	25	13	37	17
Dänemark	58	73	42	69	27
Deutschland	64	49	49	40	42
Estland	52	60	37	57	30
Irland	60	65	27	56	35
Griechenland	48	23	17	12	12
Spanien	50	63	29	43	23
Frankreich	57	53	35	24	28
Kroatien	48	23	21	25	14
Italien	37	42	26	19	26
Zypern	60	51	11	10	15
Lettland	51	21	32	29	8
Litauen	52	20	40	33	11
Luxemburg	56	62	37	49	54
Ungarn	45	43	26	28	27
Malta	72	49	27	32	36
Niederlande	65	63	38	54	44
Österreich	62	55	30	38	47
Polen	62	20	34	17	20
Portugal	49	55	24	31	32
Rumänien	67	22	15	17	21
Slowenien	45	26	28	21	12
Slowakei	66	29	40	28	25
Finnland	64	70	31	61	30
Schweden	60	69	35	64	39
Ver. Königreich	74	63	61	47	41
Norwegen	52	71	33	54	38
Ehem. jug. Rep. Mazedonien	67	17	8	17	16
Türkei	57	30	26	15	18

* ohne Unterhaltungselektronik

7 von 10 Online-Käufern hatten keine Probleme beim Online-Kauf

Transaktionen über das Internet laufen anscheinend in der Regel reibungslos. 2015 hatten 70% der Online-Käufer in der EU beim Online-Kauf keine Probleme. Kam es jedoch zu Beanstandungen, so waren die Lieferzeit (die von 16% der Online-Käufer genannt wurde) und technische Probleme mit der Webseite beim Bestell- oder Bezahlvorgang (12%) die beiden Hauptprobleme, gefolgt von der Lieferung falscher oder beschädigter Waren/Dienstleistungen (8%).

Probleme beim Internet-Kauf* (Anteil der Online-Käufer, %)

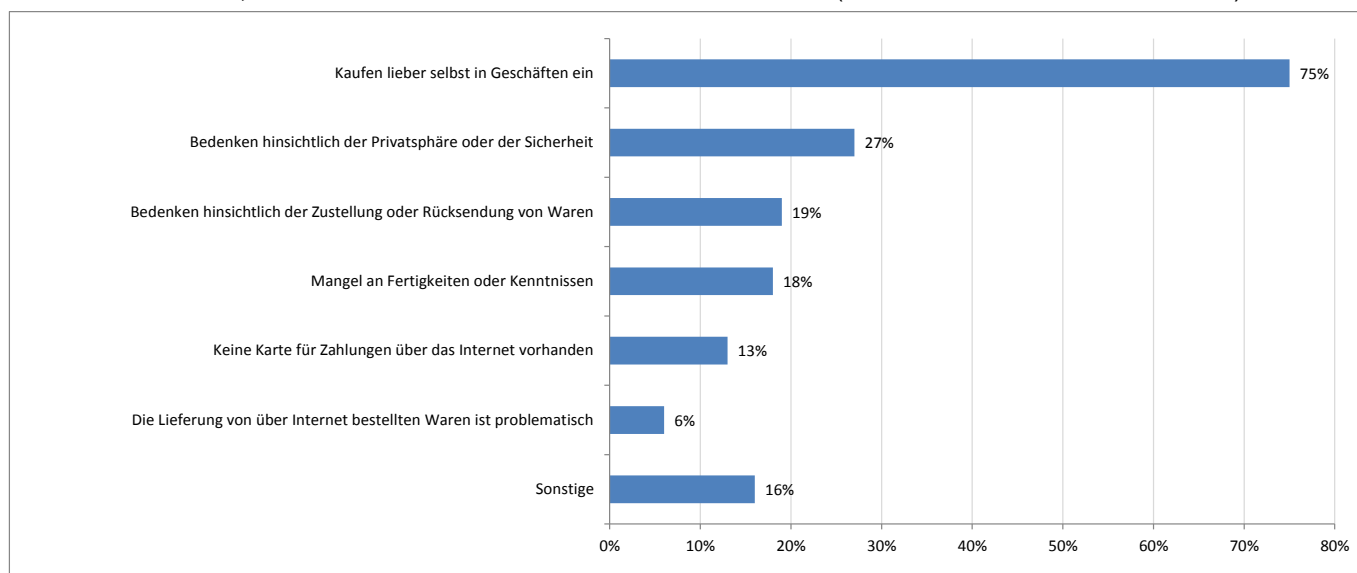


* Die Befragten konnten mehr als ein Problem angeben.

Über ein Viertel der Personen, die nicht im Internet kaufen, haben Sicherheitsbedenken

Von den Personen in der EU, die 2015 keine Online-Käufe tätigten, bevorzugte die überwiegende Mehrheit den persönlichen Einkauf. Sie möchten das Produkt sehen, bevor sie es kaufen, ihrem Geschäft die Treue halten oder sind es gewohnt, selbst einkaufen zu gehen. Mehr als ein Viertel (27%) gab an, dass die Zahlungssicherheit oder der Datenschutz sie vom Online-Kauf abhielten, gefolgt von Bedenken im Zusammenhang mit dem Erhalt oder der Rückgabe von Waren (19%) und vom Mangel an Fertigkeiten oder Kenntnissen für den Online-Kauf (18%).

Gründe, die Personen vom Online-Kauf abhalten* (Anteil der Nicht-Online-Käufer, %)



* Die Befragten konnten mehr als ein Problem angeben.

Methoden und Definitionen

Datenquelle ist die Gemeinschaftserhebung zur IKT-Nutzung in Privathaushalten und durch Privatpersonen 2015. In der Erhebung wurden Privatpersonen im Alter von 16 bis 74 Jahren erfasst. In den meisten Ländern wurde sie im zweiten Quartal 2015 durchgeführt. Privatpersonen wurden über die Häufigkeit der Internetnutzung und über Aktivitäten befragt, die sie in den letzten drei oder zwölf Monaten vor der Erhebung von zu Hause oder von anderen Orten aus im Internet ausgeführt hatten.

Online-Käufer sind Privatpersonen, die Waren oder Dienstleistungen für den privaten Gebrauch in den 12 Monaten vor der Erhebung bestellt/gekauft haben.

Weitere Informationen:

Eurostat-Webseite, Rubrik über die Statistik der Informationsgesellschaft

Eurostat-Datenbank über die Statistik der Informationsgesellschaft

Eurostat-„Statistics Explained“-Artikel zu Statistiken über das E-Commerce durch Privatpersonen (nur auf Englisch verfügbar).

Fortschrittsanzeiger zur Digitalen Agenda der Europäischen Kommission (nur auf Englisch verfügbar)

Herausgegeben von: **Eurostat-Pressestelle**


Vincent BOURGEAIS
Baiba GRANDOVSKA
Tel. +352-4301-33444
eurostat-pressoffice@ec.europa.eu

 **ec.europa.eu/eurostat**

Erstellung der Daten:

Petronela REINECKE
Tel. +352-4301-31424
petronela.reinecke@ec.europa.eu

 **@EU Eurostat**

 **Medien-Anfragen:** Eurostat Media Support / Tel. +352-4301-33408 / **eurostat-mediasupport@ec.europa.eu**