

# Presseinformation

## 51 Millionen Deutsche kaufen Waren im Internet

- Gut jeder vierte Online-Shopper bestellt per Smartphone oder Tablet
- Mehr als 6 Millionen shoppen mobil am Arbeitsplatz
- Jeder dritte Online-Shopper bestellt ohne Kaufabsicht

**Berlin, 8. Mai 2014**

Online-Shopping bricht immer neue Rekorde. 94 Prozent der Internetnutzer über 14 Jahre kaufen inzwischen auch im Web ein. Dies entspricht 51 Millionen Bundesbürgern, wie eine repräsentative Umfrage im Auftrag des Hightech-Verbands BITKOM zeigt. „Online-Shopping gewinnt weiter an Fahrt“, sagt BITKOM-Vizepräsident Achim Berg. „Mit Smartphones und Tablet Computern wird mittlerweile ortsunabhängig im Web eingekauft. Die wachsende Verfügbarkeit von schnellem Internet beschleunigt diesen Trend.“ Besonders der Anteil älterer Online-Shopper ist gestiegen. 88 Prozent der Internetnutzer ab 65 Jahren kaufen mittlerweile online ein, vor zwei Jahren waren es noch 79 Prozent.

Interneteinkäufe ersetzen für viele Verbraucher zunehmend das Shoppen im Geschäft. Zwei Drittel der Online-Shopper (66 Prozent) bestellen mindestens mehrmals im Monat Waren über das Internet, 8 Prozent sogar mehrmals pro Woche. Dabei kommen mobile Endgeräte vermehrt zum Einsatz. Gut jeder vierte Online-Shopper (27 Prozent) nutzt dafür ein Smartphone oder einen Tablet-Computer, ein Plus zwei Prozentpunkten gegenüber 2012. Fast die Hälfte der mobilen Online-Shopper (47 Prozent) kauft am Arbeitsplatz mit Smartphone oder Tablet Computer ein. Das sind mehr als sechs Millionen Bundesbürger. Gut ein Viertel der mobilen Online-Shopper (26 Prozent) nutzt das mobile Gerät sogar, um vor Ort im Geschäft eine Online-Bestellung aufzugeben.

Ein wichtiger Faktor für Online-Händler sind Warenrücksendungen. Berg: „Drei von vier Online-Shoppers (74 Prozent) haben schon einmal bestellte Waren zurückgeschickt. Viele von ihnen haben sich daran gewöhnt, nicht für den Rückversand zu bezahlen. In der Umfrage gab gut jeder dritte Online-Shopper (36 Prozent) gibt an, zumindest ab und an ohne Kaufabsicht im Internet zu bestellen. Vor allem Verbraucher zwischen 30 und 49 Jahren tun

Bundesverband  
Informationswirtschaft,  
Telekommunikation und  
neue Medien e.V.

Albrechtstraße 10  
10117 Berlin  
Tel.: +49.30.27576-0  
Fax: +49.30.27576-400  
bitkom@bitkom.org  
www.bitkom.org

**Ansprechpartner**  
Christoph Krösmann  
Presse und  
Öffentlichkeitsarbeit  
Tel.: +49.30.27576-125  
c.kroesmann@bitkom.org

Tobias Arns  
Bereichsleiter E-Commerce  
& Mobile  
Tel. +49.30.27576-115  
t.arns@bitkom.org

**Präsident**  
Prof. Dieter Kempf

**Hauptgeschäftsführer**  
Dr. Bernhard Rohleder

## Presseinformation

51 Millionen Deutsche kaufen Waren im Internet

Seite 2

dies. Viele Nutzer sehen es als legitim an, auch ohne Kaufabsicht Waren zu bestellen. Online-Händler können anschließend Probleme haben, die Retouren zum Originalpreis zu verkaufen.“ Bei der Kaufabwicklung im Internet zahlen Online-Shopper in Deutschland am liebsten per Rechnung (63 Prozent). Ähnlich etabliert sind Online-Bezahldienstleister, 56 Prozent der Online-Shopper bezahlen darüber ihre Waren. Immer weniger Menschen treten beim Internetkauf in Vorleistung. Zahlten im Jahr 2012 noch 38 Prozent per Vorkasse, so macht dies jetzt nur noch rund ein Viertel (24 Prozent).

Die Umfrage zeigt laut Berg, dass der wachsende Online-Handel langfristig viele Chancen für Einzelhändler bietet: „Mit wenig Aufwand können sie aus der lokalen Nische einen großen Schritt in den globalen Markt tun.“

Hinweis zur Methodik: Basis der Angaben ist eine repräsentative Umfrage, die Bitkom Research im Auftrag des BITKOM durchgeführt hat. Dabei wurden 1.242 Internetnutzer ab 14 Jahren befragt.

Der BITKOM vertritt mehr als 2.100 Unternehmen, davon über 1.300 Direktmitglieder mit 140 Milliarden Euro Umsatz und 700.000 Beschäftigten. 900 Mittelständler, mehr als 200 Start-ups und nahezu alle Global Player werden durch BITKOM repräsentiert. Hierzu zählen Anbieter von Software & IT-Services, Telekommunikations- und Internetdiensten, Hersteller von Hardware und Consumer Electronics sowie Unternehmen der digitalen Medien und der Netzwirtschaft.