

# Presseinfo zum Online-Shopping

- Mitschrift: Radiobeitrag und O-Töne
- Berlin, Mai 2007
- O-Töne von Jörg Menno Harms, Vizepräsident BITKOM

## 1. Sendefertiger Radiobeitrag

+++ Anmoderation +++

Deutschlands Jugendliche sind Europameister – in keinem anderen Land der Europäischen Union gehen 16- bis 24jährige so gerne auf Shoppingbummel im Internet. Zu diesem Ergebnis kommt eine Studie des Branchenverbands BITKOM. Johannes Boos berichtet.

+++ Beitrag mit O-Tönen +++

Vonwegen „Frauen gehen lieber zum Shoppen als Männer“ – dieses Vorurteil wird zumindest beim Online-Shopping klar widerlegt. Mehr als die Hälfte der 16- bis 24jährigen Männer gehen regelmäßig im Netz auf Einkaufstour – bei den Ladies sind es nur 42 Prozent. Ganz hoch im Kurs stehen Musikdownloads, die von einem Rekordhoch zum nächsten jagen, weiß Jörg Menno Harms vom IT-Branchenverband BITKOM.

*„Im letzten Jahr, 2006, hatte der digitale Musikmarkt ein Allzeithoch erreicht. Die Anzahl der Downloads auf Computer kletterte auf 26 Millionen und der wertmäßige Umsatz auf 48 Millionen Euro. Damit wuchs der deutsche Markt gegenüber 2005 um ein Drittel.“*

Im laufenden Jahr könnten die Umsätze mit digitaler Musik erstmals die Marke von 60 Millionen Euro knacken – vor allem dank der jungen Kundschaft.

*„Etwa 45 Prozent der Käufer digitaler Musik sind jünger als 30 Jahre. Das Durchschnittsalter liegt bei 31 Jahren. Zum Vergleich: Bei Tonträgern wie zum Beispiel CDs sind die Kunden durchschnittlich 39 Jahre alt.“*

Auch das Einkaufen im Netz abseits von Musikdownloads steht bei deutschen Jugendlichen hoch im Kurs. Fast jeder zweite 16- bis 24jährige klickt bereits durch virtuelle Warenkörbe. Damit ist Deutschland Europameister – im EU-weiten Schnitt nutzen gerade einmal halb so viele Jugendliche wie hier zu Lande die Möglichkeiten des Online-Shoppings.

Bundesverband  
Informationswirtschaft,  
Telekommunikation und  
neue Medien e.V.

Albrechtstraße 10  
10117 Berlin  
+49. 30. 27576-0  
Fax +49. 30. 27576-400  
bitkom@bitkom.org  
www.bitkom.org

**Ansprechpartner**  
Stephan Kahl  
Pressesprecher  
Public Sector & Neue Märkte  
+49. 30. 27576-119  
Fax +49. 30. 27576-400  
s.kahl@bitkom.org

**Präsident**  
Willi Berchtold

**Hauptgeschäftsführer**  
Dr. Bernhard Rohleder

## 2. Einzelne O-Töne

### **Wie beliebt ist das Online-Shopping bei Jugendlichen in Deutschland?**

*„Deutschlands Jugendliche sind Europameister im Online-Shopping. Fast jeder zweite der 16- bis 24jährigen kauft im Internet ein. Das ist in dieser Altersgruppe Platz 1 im Vergleich der 27 EU-Staaten. Also keine Frage: Für junge Deutsche gehört das Einkaufen im Netz längst zum Alltag. An den jährlich zweistelligen Milliardenumsätzen beim privaten Online-Shopping hier zu Lande haben sie einen nicht unerheblichen Anteil.“*

### **Wie ist die Situation bei den 16- bis 24jährigen im Rest der Europäischen Union?**

*„Also hinter Deutschland folgen auf den Plätzen zwei und drei Schweden und Dänemark. Hier gehen 45 Prozent beziehungsweise 41 Prozent der Altersgruppe im Internet einkaufen.“*

### **In welchem Segment sind junge Deutsche besonders stark?**

*„Der Erfolg der Musik-Downloads in Deutschland geht vor allem auf die Nachfrage von jungen Menschen zurück. Etwa 45 Prozent der Käufer digitaler Musik sind jünger als 30 Jahre. Zu diesem Ergebnis kommt eine Untersuchung des Marktforschungsinstituts GfK für unseren Verband BITKOM. Das Durchschnittsalter liegt bei 31 Jahren. Zum Vergleich: Bei Tonträgern wie zum Beispiel CDs sind die Kunden durchschnittlich 39 Jahre alt.“*

### **Wie entwickelt sich der deutsche Musik-Downloadmarkt?**

*„Im letzten Jahr, 2006, hatte der digitale Musikmarkt ein Allzeithoch erreicht. Die Anzahl der Downloads auf Computer kletterte auf 26 Millionen und der wertmäßige Umsatz auf 48 Millionen Euro. Damit wuchs der deutsche Markt gegenüber 2005 um ein Drittel. In 2007 wird der Umsatz die Marke 60 Millionen Euro erreichen, wir rechnen mit etwa 33 Millionen herunter geladener Einzelsongs und Alben – und das vor allem dank der jungen Kunden.“*

### **Gibt es Unterschiede zwischen Männern und Frauen?**

*„Das Interesse unter den 16- bis 24jährigen Deutschen ist beim männlichen Geschlecht grundsätzlich etwas größer. 54 Prozent kaufen im Internet ein, während es bei den Frauen nur 42 Prozent sind. Dieser Trend zeigt sich übrigens auch in anderen Ländern. EU-weit bestellen 27 Prozent der Männer und 21 Prozent der Frauen dieser Altersklasse Waren und Dienstleistungen im Internet – ein Unterschied von immerhin 6 Prozentpunkten.“*