Bitkom e.V. | Presseinformation

25 Jahre Amazon.de – 5 Fakten zum Online-Shopping

- **Am 15. Oktober 1998 ging Amazon auch in Deutschland live und das erste Buch über die virtuelle Ladentheke**
- **Von der Nische zur Normalität: Inzwischen kauft ein Drittel mindestens einmal pro Woche im Netz ein, Bücher sind immer noch unter den Top 3**
- **5 Fakten, wie sich Online-Shopping seitdem entwickelt hat**

Berlin, 13. Oktober 2023 - Vom Abendkleid bis zur Zimmerpflanze, von frischen Lebensmitteln bis zu uralten Schätzen - das Internet hat sich zum größten Marktplatz der Welt entwickelt. Vor 25 Jahren, als Amazon am 15. Oktober 1998 als reiner Bücher-Online-Handel in Deutschland startete, war daran noch nicht zu denken. Wie sehr sich Online-Shopping in diesem Vierteljahrhundert von der Nische zur Normalität entwickelt hat, zeigt auch eine repräsentative Umfrage des Bitkom in Deutschland: 2022 gaben 9 von 10 deutschen Internetnutzerinnen und -nutzern ab 16 Jahren (91 Prozent) an, in den vergangenen 12 Monaten etwas im Internet gekauft oder gebucht zu haben. Ein Drittel (35 Prozent) tätigt sogar mindestens einmal pro Woche Online-Einkäufe, 38 Prozent mehrmals pro Monat. Lediglich 2 Prozent haben noch nie etwas im Internet gekauft oder gebucht. Aber was kaufen die Deutschen am liebsten im Netz? Welche Rolle spielen Preis und Lieferung dabei und was bedeutet Online-Shopping für den stationären Einzelhandel? Zum Jubiläum nennt Bitkom fünf Fakten zum Online-Shopping in Deutschland.

1. **Smartphone statt PC - Heute ist Online-Shopping vor allem auch Mobile Commerce:** Während 1998 die meisten Deutschen noch nie im Internet gewesen waren, ist das World Wide Web heute dank Smartphone, Tablets und Co. meist nur einen Handgriff entfernt. In der Bahn, im Café oder auf dem Sofa - auch Online-Shopping findet heute vor allem mobil satt. Zwei Drittel der deutschen Online-Shopper nutzen dafür ihr Smartphone (66 Prozent). Laptops beziehungsweise Notebooks nutzen 54 Prozent. Erst auf Platz 3 folgt der Desktop-PC mit 34 Prozent. Tablets nutzen 28 Prozent der Online-Shopper. Bestellungen per Zuruf sind dagegen weiter die klare Ausnahme: Nur 2 Prozent nutzen für das Online-Shopping Sprachassistenten in Form von smarten Lautsprecherboxen.

2. **Plattformen sind der Favorit:**
   Gestartet mit einem überschaubaren Sortiment entwickelte sich Amazon zu einer riesigen Plattform für Produkte aus aller Welt – und damit zum Erfolgsmodell des Online-Shoppings, wenn es nach den Kundinnen und Kunden geht: 81 Prozent der deutschen Online-Shopper nutzen gerne große internationale Plattformen wie Amazon, Ebay oder Zalando. Es folgen Online-Shops großer überregionaler Händler wie Tchibo oder H&M (53 Prozent) und nationale Verkaufsplattformen wie otto.de, BonPrix oder Baur (45 Prozent), bei denen etwa die Hälfte gerne einkauft. 3 von 10 (29 Prozent) nutzen gerne regionale Verkaufsplattformen, bei denen Artikel in unmittelbarer Nähe angeboten werden, darunter hood.de, Yatego oder Ebay Kleinanzeigen. Plattformen für Gebrauchtes, wie zum Beispiel Momox, Vinted oder Rebuy sind für ein Viertel der Online-Shopper (25 Prozent) eine gern genutzte Shopping-Adresse. 16 Prozent steuern Plattformen für Selbstgemachtes an, wie etsy.de oder productswithlove.de.

3. **Dauerbrenner Bücher - Das erste Produkt ist immer noch in den Top 3:**
   Auch wenn das Sortiment inzwischen deutlich mehr umfasst, gehören Bücher heute noch immer zu den beliebtesten Online-Einkäufen: 2022 gab mehr als die Hälfte (54 Prozent) der Online-Shopper an, in den letzten 12 Monaten Bücher oder Hörbücher online gekauft zu haben. Noch beliebter waren demnach nur Kleidung, Schuhe und Accessoires, die 78 Prozent online kauften. Etwa gleichauf mit den Büchern liegt Elektronik-Zubehör (52 Prozent). Aber auch Medikamente (48 Prozent) sowie Kosmetik, Parfum und Pflegeprodukte (44 Prozent) landeten 2022 häufig im virtuellen Warenkorb.

4. **Es geht längst nicht mehr nur um den Preis:**
   Zwar ist der günstigste Preis für zwei Drittel (65 Prozent) ein entscheidendes Kriterium bei der Wahl des Online-Shops – aber längst nicht das einzige. Eine versandkostenfreie Lieferung ist für mehr als die Hälfte wichtig (56 Prozent). Ebenso viele setzen auf vertraute Anbieter und kaufen in Online-Shops ein, bei denen sie bereits positive Erfahrungen gemacht haben (56 Prozent). Auch kostenlose Rücksendungen (47 Prozent) und eine möglichst schnelle Lieferzeit (44 Prozent) sind für viele entscheidend. Ob 2-für-1 oder Gratis-Geschenk: 40 Prozent suchen ihre Online-Shops auch nach Rabatt-Aktionen aus.

5. **Online- und Offline-Shopping sind selten eine Entweder-Oder-Frage**:
   Auch von denen, die online auf Shoppingtour gehen, kaufen viele noch gerne vor Ort ein: Nur jeder zweite Online-Shopper (50 Prozent) kauft grundsätzlich lieber im Internet als im Geschäft. Dabei zeigen sich die typischen Altersunterschiede: Während 61 Prozent der 16– bis 29-Jährigen lieber online shoppen, sind es bei den 30- bis 49-Jährigen 53 Prozent und bei den 50- bis 59-Jährigen 51 Prozent. In der Altersgruppe der über 60-jährigen Online-Shopper kauft dagegen nur etwa ein Drittel (37 Prozent) lieber im Internet als vor Ort ein. Ob Click-und-Collect oder Warenverfügbarkeitsprüfung – die Grenzen zwischen stationärem und Online-Handel verschwimmen immer mehr und das merken auch die Kundinnen und Kunden: Insgesamt glauben 60 Prozent der Online-Shopper, durch die Digitalisierung werden der Online- und Offline-Handel verschmelzen.

Kontakt

Marie Kreß
Pressereferentin
Telefon: +49 30 27576-432
E-Mail: m.kress@bitkom.org

Nastassja Hofmann
Bereichsleiterin Retail & Proptech
Download Pressefoto
Nachricht senden

Hinweis zur Methodik

Grundlage der Angaben ist eine Umfrage, die Bitkom Research im Auftrag des Digitalverbands Bitkom durchgeführt hat. Dabei wurden 1.123 Internetnutzerinnen und Internetnutzer in Deutschland ab 16 Jahren online befragt, darunter 1.024 Online-Shopper. Die Befragung fand im Zeitraum von KW 42 bis KW 44 2022 statt. Die Gesamtumfrage ist repräsentativ.

Direktlink: ***https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/25-Jahre-Amazon-5-Fakten-Online-Shopping***