

Pressekonferenz

Achim Berg, BITKOM-Vizepräsident

Vortrag zur Pressekonferenz „Trends im Online-Shopping“

- Es gilt das gesprochene Wort -

Berlin, 08. Mai 2014

Seite 1

Guten Morgen, meine sehr geehrten Damen und Herren.

Der Handel im Internet hat sich etabliert und nimmt mittlerweile einen beträchtlichen Anteil am gesamten Handelsvolumen ein. E-Commerce ist zwar seit den 90er Jahren möglich, gerade in letzter Zeit aber hat er stark an Schwung gewonnen. Immer mehr Menschen kaufen immer häufiger im Internet ein, inzwischen auch mobil. Laut Zahlen des Handelsverbands HDE soll der Marktanteil des Internet-Handels bis 2020 von derzeit rund 9 Prozent auf dann 20 Prozent wachsen. Das verändert die Handelsbranche nachhaltig. Hierzu will ich Ihnen heute die Ergebnisse einer Untersuchung zu aktuellen Trends im Online-Shopping vorstellen.

Im Auftrag des BITKOM hat Bitkom Research dafür 1.242 Internetnutzer ab 14 Jahren befragt. Die Umfrage ist repräsentativ.

Chart: Fast jeder Internetnutzer kauft im Internet ein

Für die meisten Internetnutzer ist Online-Shopping heute Standard. Der bereits hohe Anteil der Internetnutzer über 14 Jahren, die im Internet einkaufen, ist in den vergangenen zwei Jahren noch einmal gestiegen, von 92 auf 94 Prozent. Dies entspricht rund 73 Prozent der Bevölkerung ab 14 Jahren. Insgesamt kaufen also gut 51 Millionen Bundesbürger Waren im Internet. Dieses Wachstum geht vor allem auf ältere Internetnutzer über 65 Jahren zurück. Dort hat der Anteil der Online-Shopper von 79 Prozent im Jahr 2012 auf aktuell 88 Prozent noch einmal deutlich zugelegt.

Chart: Die meisten Nutzer shoppen regelmäßig im Netz

Wer online einkauft, tut dies regelmäßig. Zwei von drei Online-Shoppern kaufen mindestens mehrmals im Monat im Internet ein. Fast jeder Zehnte tut dies sogar mehrmals pro Woche. Und die Tendenz ist steigend: 39 Prozent der Online-Shopper kaufen inzwischen häufiger im Internet ein als noch vor einem Jahr. Grund dafür ist unter anderem, dass mittlerweile so gut wie alle Waren über das Internet verfügbar sind. Außerdem haben die Online-Shops ihr Angebot weiter verbessert und man kann immer einfacher mobil im Web einkaufen

Bundesverband
Informationswirtschaft,
Telekommunikation und
neue Medien e.V.

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

Ansprechpartner
Christoph Krösmann
Presse- und
Öffentlichkeitsarbeit
+49. 30. 27576-125
c.kroesmann@bitkom.org

Präsident
Prof. Dieter Kempf

Hauptgeschäftsführer
Dr. Bernhard Rohleder

Achim Berg, BITKOM-Vizepräsident

Vortrag zur Pressekonferenz „Trends im E-Commerce“

Seite 2

Chart: Leichtes Wachstum beim mobilen Online-Shopping

Immer mehr Menschen besitzen ein Smartphone oder Tablet, und mehr als jeder Vierte kauft mit diesen Geräten im Netz ein. Im Vergleich zu 2012 hat das mobile Online-Shopping leicht zugenommen, und auch hier insbesondere bei den Über-65-jährigen. Viele Betreiber von Online-Shops haben ihren Webauftritt inzwischen für Smartphones und Tablets optimiert.

Chart: Anzahl der mobilen Online-Shopper mit Tablet verdoppelt sich

Das Wachstum beim mobilen Online-Shopping geht vor allem darauf zurück, dass Verbraucher verstärkt Tablets zum Einkaufen nutzen. Mit 14 Prozent greifen heute doppelt soviel Online-Shopper auf ein Tablet zurück wie noch vor zwei Jahren. Der starke Tablet-Einsatz geht allerdings auch zu Lasten des Smartphones. Viele von jenen, die vor zwei Jahren noch mit einem Smartphone mobil einkauften, nehmen dafür heute ein Tablet. Mobiles Online-Shopping verschiebt sich also zwischen den verschiedenen Geräteklassen.

Chart: Jeder Vierte geht zum Händler und kauft vor Ort online

Wo nutzen mobile Shopper ihr Gerät für Online-Einkäufe? Vor allem zu Hause und am Arbeitsplatz. Unter den berufstätigen mobilen Online-Shoppern kaufen Zwei von Drei mit ihrem Smartphone am Arbeitsplatz ein. Recht häufig werden die Geräte auch im stationären Einzelhandel, also im Ladengeschäft eingesetzt. Mehr als jeder vierte der mobilen Online-Shopper geht ins Geschäft und kauft dann noch vor Ort bei einem Online-Shop. Bei den 14- 29-jährigen ist es sogar schon jeder Dritte, der mobil im Geschäft einkauft.

Chart: Am häufigsten wird immer noch mit Laptop und Desktop eingekauft

Obwohl der Trend Richtung mobile geht, wird Online-Shopping am häufigsten über Geräte mit größeren Bildschirmen durchgeführt: Desktop-PC oder Laptop. Zwei von fünf Online-Shoppern kaufen häufig oder immer am Desktop-PC ein, beim Laptop sind es sogar noch ein paar mehr. Zwar werden auch Smartphones und Tablets vor allem zu Hause benutzt. Diese Geräte dienen häufig dazu, in den digitalen Schaufenstern nach Waren zu stöbern. Der eigentliche Kaufvorgang wird von den meisten dann auf dem Laptop oder Desktop-PC vollzogen. Wenn sie die Bankverbindung oder Kreditkartendaten eingeben müssen, ist es für viele Menschen einfach komfortabler,

Achim Berg, BITKOM-Vizepräsident

Vortrag zur Pressekonferenz „Trends im E-Commerce“

Seite 3

eine größere Tastatur und Bildschirm dafür einzusetzen. Es ist aber nur eine Frage der Zeit, bis vollständige Kaufvorgänge auf Smartphones und Tablets noch stärker als bisher getätigt werden.

Chart: Drei von vier Online-Shoppern haben schon Pakete zurückgeschickt

Ein zentrales Thema im E-Commerce sind Retouren. Drei von vier Online-Shoppern haben schon einmal erhaltene Waren zurückgeschickt. Nach eigener Aussage schicken Käufer im Durchschnitt 12 Prozent ihrer Bestellungen zurück. Bei Segmenten wie Kleidung oder Schuhen liegt der Wert oft deutlich höher. Eine hohe Quote im Rückversand von Waren bedeutet hohe Kosten für Online-Shops. Durch die zurückgehenden Waren entstehen zusätzliche Verwaltungskosten, oft können sie auch nicht mehr zum ursprünglichen Preis als Neuware verkauft werden. Auch die Porto- und Verpackungskosten sind erheblich. Onlinehändler waren mit einigen Ausnahmen bislang verpflichtet, dem Käufer auch die Portokosten bei einer fristgerechten Rücksendung der Ware zu erstatten.

Chart: Jeder Dritte bestellt Waren ohne Kaufabsicht

Nicht wenige bestellen im Internet mit der Absicht, die bestellte Ware gar nicht zu kaufen. Gut jeder dritte Online-Shopper bestellt zumindest selten ohne Kaufabsicht. Ein großer Teil der Internet-Einkäufer erachtet es also als legitim, ohne Kaufabsicht zu bestellen. Vor allem Frauen und Online-Shopper zwischen 30 und 49 Jahren bestellen gerne im Wissen, die Waren wieder zurückzuschicken. Dagegen gibt die große Mehrheit der über 65-jährigen an, noch nie Waren ohne Kaufabsicht bestellt zu haben. Häufig kommt es vor, dass Verbraucher z.B. ein paar Schuhe in verschiedenen Größen bestellen, das passende kaufen und die anderen wieder zurückschicken. Zum Teil werden Kleidungsstücke, Schmuck oder Taschen aber auch nur für einen bestimmten Anlass bestellt, einmal getragen und dann wieder zurückgegeben.

Chart: Kaum Bereitschaft, für Retouren zu bezahlen

Im Juni tritt hier eine Gesetzesänderung in Kraft. Der Retourenversand muss dann unabhängig vom Warenwert nicht mehr kostenfrei angeboten werden. Wir haben die Online-Shopper daher gefragt, inwiefern diese Gesetzesänderung Einfluss auf ihr Einkaufsverhalten im Web haben wird. Das Ergebnis ist sehr eindeutig: Nur 18 Prozent der Online-Shopper sagen, dass diese Gesetzesänderung keinen Einfluss haben wird. Rund ein Drittel sagt hingegen, dass sie nur noch bei Online-Shops einkaufen

Achim Berg, BITKOM-Vizepräsident

Vortrag zur Pressekonferenz „Trends im E-Commerce“

Seite 4

wollen, die einen kostenfreien Rückversand anbieten. Verbraucher haben sich an kostenlose Retouren gewöhnt, sie sind gelebte Praxis. Wir gehen davon aus, dass viele Online-Shops auch in Zukunft einen kostenfreien Rückversand anbieten werden.

Chart: Bezahlen per Vorkasse ist wenig beliebt

Zum Schluss noch die Frage: Wie wird gezahlt? In Deutschland zahlen zwei Drittel der Online-Shopper üblicherweise per Rechnung. Man spricht dabei gerne von einem langen Zahlungsziel, das der Kunde wünscht. Zum Vergleich: Im Jahr 2012 gaben dies 58 Prozent an, dieser Anteil ist also leicht gewachsen. Auffällig ist, dass Frauen deutlich häufiger per Rechnung zahlen als Männer: 70 Prozent der Frauen gegenüber 57 Prozent der Männer. Ebenso leicht gestiegen ist die Zahl der Nutzer, die mit Online-Bezahldienstleistern zahlen, von 52 Prozent im Jahr 2012 auf nun 56 Prozent. Gleiches gilt für Sofort-Überweisungen, die nun ein Viertel der Online-Shopper nutzt, während es vor zwei Jahren 18 Prozent waren. Stark abgenommen hat hingegen die Bezahlung per Vorkasse. Im Jahr 2012 gaben noch 38 Prozent der Online-Shopper an, üblicherweise per Vorkasse zu zahlen, jetzt sind es nur noch 24 Prozent.

Chart: Online-Shopping in Deutschland im Jahr 2014

So weit die Ergebnisse unserer Umfrage, ich fasse zusammen:

1. Drei von vier Deutschen kaufen mittlerweile im Internet ein. Mit 94 Prozent ist fast jeder Internetnutzer ein Online-Shopper. Wachstumstreiber unter den Nutzern waren in den vergangenen zwei Jahren vor allem ältere Menschen: Bei den Über-65-jährigen ist die Zahl der Online-Shopper um 11 Prozent gestiegen.
2. Die Zahl der mobilen Online-Shopper ist leicht angestiegen und legt vor allem durch Tablets zu. Die Anzahl der Online-Shopper mit Tablet hat sich in den vergangenen zwei Jahren verdoppelt.
3. Mit der Gesetzesänderung im Juni geraten die Online-Händler in Zugzwang zum Thema Retouren. In Deutschland sind die Menschen daran gewöhnt, bestellte Waren kostenlos zurückzuschicken. Davon machen sie gerne Gebrauch und sind weit überwiegend nicht bereit, in Zukunft dafür zu zahlen. Im Gegenteil: Mehr als jeder dritte Online-Shopper hat sogar schon ohne Kaufabsicht bestellt.

Achim Berg, BITKOM-Vizepräsident

Vortrag zur Pressekonferenz „Trends im E-Commerce“

Seite 5

Meine Damen und Herren,

E-Commerce wird für den Handel immer wichtiger. Nicht nur was das Marktvolumen angeht, sondern auch in der Anzahl der Nutzer. Im Zusammenspiel mit Apps unterstützen Smartphones und Tablets die Verbraucher bei Käufen immer besser durch Informationen, ortsbasierte Dienste und Bezahlungsfunktionen. Autos werden heute wie selbstverständlich via Internet ausgesucht und gekauft. - Selbst ganze Häuser kann man online bestellen. Mit einem Blick in die Zukunft stellen viele die Frage: Was bleibt langfristig überhaupt noch für den stationären Einzelhandel? In puncto Frische und Lieferfristen haben die Online-Shops in den letzten Jahren gegenüber dem stationären Handel stark aufgeholt. Vom Sortiment her brauchen sich viele nicht zu verstecken bzw. können sogar zuweilen mehr bieten als so mancher stationäre Händler. Preistransparenz ist im Web ohnehin gegeben, und der Online-Shop ist rund um die Uhr geöffnet. Aber: Einkaufen ist auch ein Erlebnis und Shopping für viele Menschen ein sozialer Akt. Für den Einzelhändler ist die Digitalisierung nicht nur eine echte Herausforderung, ähnlich wie ehemals die Supermärkte für die Tante-Emma-Läden. Sie ist auch eine enorme Chance, mit wenig Aufwand aus der lokalen Nische einen großen Schritt in den globalen Markt zu tun und aus Laufkundschaft dauerhaft zufriedene, immer wiederkehrende und loyale Kunden zu machen.

Vielen Dank!