

Online-Handel | 25.06.2020 | Lesezeit 3 Min.

Im Netz kauft es sich einfacher

Immer mehr Menschen kaufen online ein, besonders junge Leute gehen gerne auf virtuelle Einkaufstour. Eine IW-Umfrage unter 14- bis 21-Jährigen in Deutschland zeigt, dass die Shopper sich dabei durchaus der Nachteile des E-Commerce bewusst sind, dessen Vorzüge überwiegen für sie jedoch deutlich.

Der Online-Handel in Deutschland boomt schon seit Jahren. Im vergangenen Jahr wurden rund 58 Milliarden Euro mit dem Warenverkauf im Internet erwirtschaftet – gut 44-mal so viel wie im Jahr 2000. Die Corona-Krise dürfte diesen Trend noch zusätzlich verstärken, da während des Lockdowns zahlreiche Geschäfte geschlossen bleiben mussten.

Zwar steigt auch im stationären Einzelhandel der Umsatz, in den vergangenen fünf Jahren mit einer durchschnittlichen jährlichen Wachstumsrate von rund 3,5 Prozent. Das ist jedoch deutlich weniger als im Online-Handel, der im gleichen Zeitraum jährlich durchschnittlich um fast 10 Prozent wuchs. Zudem sinkt die Häufigkeit des traditionellen Einkaufs immer weiter, zwischen 2014 und 2018 nahm die Shoppingfrequenz der Bundesbürger im stationären Einzelhandel um 12 Prozent ab.

Auch wenn sich junge Menschen der Nachteile des Online-Shoppings durchaus bewusst sind, überwiegen für sie trotzdem dessen Vorzüge.

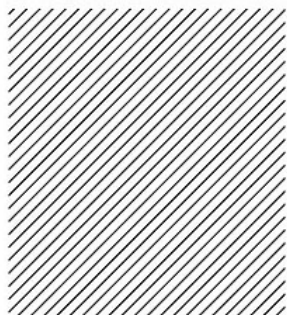
Besonders beliebt ist der Einkauf von zu Hause aus in jüngeren Altersgruppen. So nahm der Anteil der Internetnutzer, die Online-Käufe tätigen, in der EU von 2009 bis 2019 um 17 Prozentpunkte zu – in der Gruppe der 16- bis 24-Jährigen waren es noch einmal 11 Prozentpunkte mehr. Gut drei Viertel dieser Altersgruppe kauften 2019 zumindest einmal im Netz ein.

Um zu prognostizieren, inwieweit der Online-Handel den Offline-Handel in Zukunft ergänzen oder sogar ganz ersetzen wird, hat das Institut der deutschen Wirtschaft die Kaufpräferenzen der jungen Leute untersucht. Die Umfrage unter 1.907 Schülern im Alter von 14 bis 21 Jahren in Deutschland zeigt, dass für diese Altersgruppe die Vorteile des Online-Handels potenzielle Nachteile deutlich überwiegen. So sind die meisten jungen Menschen schon auf Shoppingtour im Netz gegangen (Grafik):

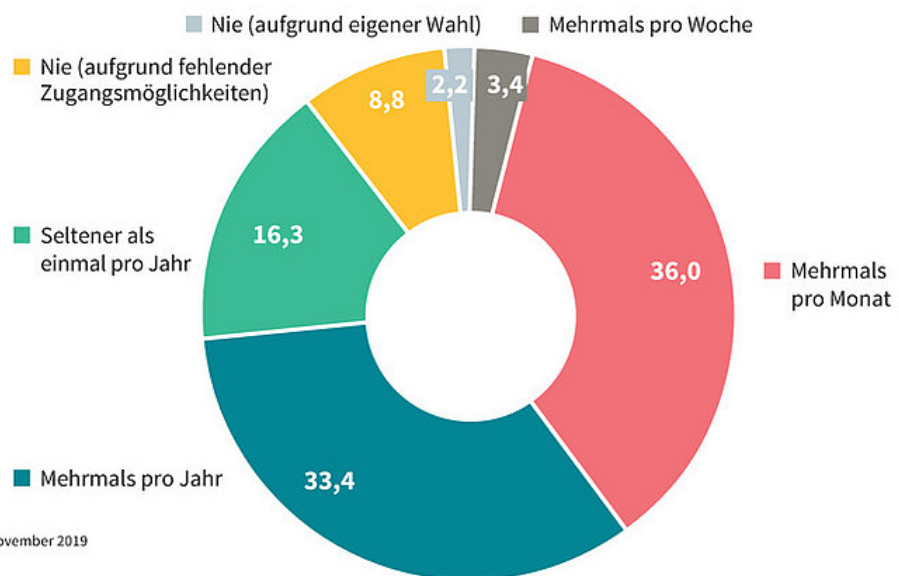
89 Prozent der Befragten geben an, schon einmal online eingekauft zu haben.

Beliebtes Online-Shopping

So viel Prozent der befragten 14- bis 21-Jährigen kaufen so oft online ein



Befragung von 1.907 Schülerinnen und Schülern im November 2019
Quelle: Institut der deutschen Wirtschaft
© 2020 IW Medien / iwd



iwd

Dabei fällt auf, dass nur gut 2 Prozent den Internetkauf explizit ablehnen.

Der Großteil der Befragten, die nicht online einkaufen, hat schlicht keine Möglichkeit dazu – zum Beispiel aufgrund eines fehlenden Zugangs zu einem Bankkonto oder einer Kreditkarte, was wegen des Alters der Befragten ein durchaus nachvollziehbarer Grund ist.

Der Blick auf die genutzten Formen der Online-Shops verrät, dass der für die Schüler relevante E-Commerce-Markt stark durch Verkaufsplattformen bestimmt wird (Grafik):

Rund vier Fünftel kaufen Produkte über Online-Plattformen wie Amazon.

Lieber beim Händler als beim Hersteller

So viel Prozent der befragten 14- bis 21-Jährigen kaufen beim Online-Shopping über ...

... Verkaufsplattformen



... Online-Shops der Händler



... Online-Shops der Hersteller



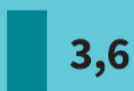
... In-App-Käufe



... soziale Medien



... sonstige Möglichkeiten



Befragung von 1.905 Schülerinnen und Schülern im November 2019
Quelle: Institut der deutschen Wirtschaft
© 2020 IW Medien / iwd

iwd

Die Online-Shops von Händlern wie Zalando oder Media Markt nutzen rund zwei

Drittel der Befragten, bei den digitalen Stores von Herstellern wie Nike oder Sony kaufen noch knapp 45 Prozent ein.

Nur jeder 16. gibt in der Befragung an, Produkte direkt über soziale Medien zu beziehen - allerdings präsentieren sich Firmen mit ihren Produkten oft auf Instagram, Snapchat und Co. und leiten die Nutzer von dort zu Online-Shops weiter, über die dann letztendlich eingekauft wird.

Die Problematiken beim Online-Kauf sind den 14- bis 21-Jährigen durchaus bewusst. Nur 4 Prozent der Befragten sehen bei der virtuellen Einkaufstour keine Nachteile, die anderen bemängeln vor allem die fehlende Möglichkeit, das Produkt in den Händen zu halten und zu begutachten. Die mangelnde persönliche Beratung sowie die Lieferbedingungen und eine schlechte Klimabilanz werden ebenfalls als Nachteile aufgeführt.

Vorteile des Online-Handels überwiegen

Die steigende Zahl der Online-Shopper in dieser Altersgruppe zeigt aber, dass diese negativen Aspekte allenfalls die Häufigkeit der Nutzung von E-Commerce mindern. In der Summe überwiegen dann doch die Vorzüge des Online-Handels.

Besonders geschätzt werden die große Auswahl und die meist dauerhafte Verfügbarkeit der Produkte sowie die Unabhängigkeit von Ladenöffnungszeiten.

Deshalb ist zu erwarten, dass der Online-Handel weiter wächst. Das Bewusstsein über dessen Nachteile zeigt aber auch, dass der stationäre Handel nicht obsolet werden wird. Statt exklusiver Online- oder Offline-Angebote sind in Zukunft auch noch mehr Hybridlösungen denkbar, die das Beste aus beiden Welten kombinieren. Schon heute verkehren immer mehr einst rein stationäre Einzelhändler auch in der digitalen Shoppingwelt, die Corona-Krise hat diesem Trend zudem noch einmal Vorschub geleistet.

Kernaussagen in Kürze:

- Besonders beliebt ist der Einkauf von zu Hause aus in jüngeren Altersgruppen.
- So nahm der Anteil der Internetnutzer, die Online-Käufe tätigen, in Europa von 2009 bis 2019 um 17 Prozentpunkte zu.
- Die Problematiken sind den jungen Online-Shoppern durchaus bewusst - in der

Summe überwiegen trotzdem die Vorzüge des Online-Handels.