

Sabine von Thenen, M. A.

# E-Commerce in privaten Haushalten 2013

*Durch die Weiterentwicklung moderner Informationstechnologien hat sich der Alltag vieler Menschen in den letzten 20 Jahren stark verändert. Neue Informationsmöglichkeiten und Dienstleistungsangebote verändern nicht nur die Art, wie Dinge wahrgenommen werden, sondern auch das Verhalten der Nutzer dieser Technologien. Dieser Artikel geht auf die Entwicklung und Nutzung von internetbasierten Angeboten und Dienstleistungen ein. Ein besonderer Schwerpunkt liegt auf dem Einkaufen über das Internet. Neben Ergebnissen aus der Erhebung zur Nutzung von Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT) von 2013 wird ein Vergleich mit anderen europäischen Ländern gezogen und dargestellt, wie sich der E-Commerce über die Jahre entwickelt hat.*

## Methodische Vorbemerkungen

Die europäische Erhebung zur Nutzung von Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT) in privaten Haushalten wird jährlich durchgeführt. Die rechtliche Grundlage bilden die europäische Rahmenverordnung über Gemeinschaftsstatistiken zur Informationsgesellschaft<sup>1</sup> sowie jährliche Durchführungsverordnungen der Europäischen

Kommission.<sup>2</sup> In Deutschland wird der europäische Rechtsrahmen durch das Informationsgesellschaftsstatistikgesetz<sup>3</sup> ergänzt.

Die Erhebung in Deutschland führt das Statistische Bundesamt zusammen mit den Statistischen Ämtern der Länder durch. Das Statistische Amt der Europäischen Union (Eurostat) koordiniert die Erhebung europaweit. Grundgesamtheit der Erhebung sind alle privaten Haushalte in Deutschland (am Hauptwohnsitz) sowie die darin lebenden Personen, die am Erhebungsstichtag (für die Erhebung für das Jahr 2013 der 31. Dezember 2012) zehn Jahre alt oder älter waren. Der Bruttostichprobenumfang der Erhebung in Deutschland beträgt 12 000 Haushalte. Personen in Anstaltshaushalten sowie Personen ohne festen Wohnsitz gehören nicht zu den Erhebungseinheiten. Die Stichprobenhaushalte werden nach einem Quotenverfahren ausgewählt.<sup>4</sup>

Die Erhebung wird in den Monaten April und Mai des Berichtsjahres als schriftliche Befragung durchgeführt und besteht aus zwei Erhebungsteilen (Haushalts- und Personenfragebogen). Die Teilnahme an der Befragung ist freiwillig. Der Haushaltsfragebogen wird von einer Person im Haushalt beantwortet. Hierin geht es vor allem um Fragen zur Ausstattung mit Informations- und Kommunikations-

<sup>1</sup> Verordnung (EG) Nr. 808/2004 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 21. April 2004 über Gemeinschaftsstatistiken zur Informationsgesellschaft (Amtsblatt der EU Nr. L 143, Seite 49). Die Verordnung regelt zusätzlich die Erhebung über die Nutzung von Informations- und Kommunikationstechnologien in Unternehmen. Sie ist mit dem Erhebungsjahr 2006 in Kraft getreten. In den Jahren 2002 bis 2005 ist die Erhebung als Pilotstudie durchgeführt worden. Seit dem Jahr 2006 wird die IKT-Erhebung auf Grundlage der Rahmenverordnung (EG) Nr. 808/2004 durchgeführt. Der zeitliche Rahmen der Erhebung war zunächst auf fünf Berichtsjahre (bis zum Erhebungsjahr 2010) befristet. Mit der Verordnung (EG) Nr. 1006/2009 vom 16. September 2009 zur Änderung der Verordnung (EG) Nr. 808/2004 über Gemeinschaftsstatistiken zur Informationsgesellschaft (Amtsblatt der EU Nr. L 283, Seite 31) wurde diese Frist um weitere 10 Jahre auf insgesamt 15 Jahre verlängert (Anhang I Nr. 3).

<sup>2</sup> In der Durchführungsverordnung werden die Erhebungsmerkmale des betreffenden Berichtsjahres festgelegt, für das Erhebungsjahr 2013 in der Durchführungsverordnung (EG) Nr. 1083/2012 der Kommission vom 19. November 2012 (Amtsblatt der EU Nr. L 321, Seite 33). Generell umfassen die Erhebungsinhalte einen Katalog von Standardmerkmalen sowie jährlich wechselnde Module, in denen bestimmte Aspekte der Internetnutzung vertieft werden.

<sup>3</sup> Gesetz über die Statistik zur Informationsgesellschaft (Informationsgesellschaftsstatistikgesetz – InfoGesStatG) vom 22. Dezember 2005 (BGBl. I Seite 3685).

<sup>4</sup> Im Jahr 2013 wurden als Quotierungsmerkmale für die Aufteilung des Stichprobenumfangs die Merkmale Bundesland, Haushaltstyp, soziale Stellung der Person mit dem höchsten Einkommen im Haushalt und Haushaltsnettoeinkommen herangezogen.

technologien. Dazu zählt beispielsweise Hardware wie Computer oder Smartphones, aber auch, ob und wenn ja welcher Internetanschluss im Haushalt vorhanden ist. Jede im Haushalt lebende Person im Alter ab zehn Jahren beantwortet Fragen zur Häufigkeit der Computer- und Internetnutzung, zu den IT-Fähigkeiten sowie den verschiedenen Computer- und Internetaktivitäten. An der Erhebung 2013 nahmen insgesamt 23 314 Befragte aus 11 592 Haushalten teil.<sup>5</sup>

Im Folgenden werden ausgewählte Ergebnisse der Erhebung für das Jahr 2013 für Deutschland dargestellt<sup>6</sup>, ein besonderer Schwerpunkt liegt dabei auf dem Einkauf über das Internet. Die Ergebnisse für Deutschland sind hochgerechnet auf rund 40 Millionen Haushalte und etwa 74 Millionen Personen im Alter ab zehn Jahren.

## Internetzugang und -nutzung in privaten Haushalten

Elektronische Kommunikationsmedien wie das Internet sind inzwischen im Alltag der meisten Deutschen fest verankert. Die Anzahl der privaten Haushalte mit Zugang zum Internet ist seit 2002 kontinuierlich gestiegen. Gab in der Erhebung von 2002 weniger als die Hälfte (43 %) der Haushalte an, eine Internetverbindung zu besitzen, waren es fünf Jahre später 69 % und im Jahr 2013 bereits 82 %. Der hohe Abdeckungsgrad mit Onlinezugängen in den Haushalten spiegelt sich auch in den Antworten der Befragten über ihr Surfverhalten wider: 79 % der Personen über zehn Jahren nutzten innerhalb der letzten drei Monate vor der Befragung das Internet (siehe Tabelle 1).<sup>7</sup>

**Tabelle 1 Internetnutzung im ersten Quartal 2013**  
Prozent

	Insgesamt	Männer	Frauen
Bevölkerung in Privathaushalten			
10 Jahre und älter . . . . .	79	83	75
10 bis 24 Jahre . . . . .	98	97	98
25 bis 44 Jahre . . . . .	97	96	97
45 bis 64 Jahre . . . . .	82	84	80
65 Jahre und älter . . . . .	37	48	28

Einige Vorteile des Internets liegen auf der Hand: Eine E-Mail erreicht ihren Adressaten schneller als ein Brief und ein (Video-)Telefonat über das Internet ist unter Umständen deutlich billiger als ein Anruf mit dem Telefon. So haben 91 % der Internetnutzer/-innen in den drei Monaten vor der

Erhebung private E-Mails verschickt oder empfangen, 50 % nutzten soziale Netzwerke und 28 % telefonierten über das Internet.<sup>8</sup>

Auch wird das Internet vor allem für die Informationssuche genutzt: 89 % der Internetnutzer/-innen informierten sich im ersten Quartal 2013 über Waren und Dienstleistungen, 66 % über Gesundheitsthemen und 74 % recherchierten in Onlinelexika.

Angesichts dieser Zahlen ist es nicht erstaunlich, dass 76 % der Befragten Internetnutzer/-innen auch angaben, innerhalb des letzten Jahres mindestens eine Onlinebestellung getätigt zu haben.

## Interneteinkäufe und -bestellungen

Der Handel über das Internet hat nicht nur in praktischer Hinsicht, sondern auch aus wirtschaftswissenschaftlicher und politischer Perspektive große Bedeutung. Aus wirtschaftswissenschaftlicher Sicht betrachtet ist das Internet ein Schritt hin zum vollkommenen Markt<sup>9</sup>. Zumindest theoretisch erhalten durch das Internet alle Akteure bessere Ausgangspositionen: Der potenzielle Käufer erhält einen besseren Überblick über das Angebot und reduziert seine Suchkosten, der Verkäufer erhält Zugang zu mehr potenziellen Kunden. Auch die Europäische Kommission ist an den Fortschritten beim elektronischen Handel sehr interessiert. Bereits im Jahr 2000 wurde mit der Richtlinie 2000/31/EG ein rechtlicher Rahmen für elektronischen Handel im europäischen Binnenmarkt geschaffen; dem digitalen Binnenmarkt räumt beispielsweise die Mitteilung „Binnenmarktakte II – Gemeinsam für neues Wachstum“ [KOM(2012) 573 endg.] einen prominenten Platz ein. So wird auch der Bereich E-Commerce in der IKT-Erhebung regelmäßig erfasst.

In der IKT-Erhebung von 2013 wurden insgesamt sechs Fragen zu Bestellungen im Internet gestellt. Neben dem Zeitpunkt des letzten Onlinekaufs wurde die Art der bestellten Waren und Dienstleistungen, auf welchem Weg sie bezogen und in welchem Land<sup>10</sup> sie erworben wurden erfragt. Nicht erhoben wurden hingegen Informationen zur Anzahl und zum Wert der Interneteinkäufe.

Der überwiegende Teil der Internetnutzer/-innen<sup>11</sup> (82 %) gab an, bereits für den privaten Gebrauch Waren oder Dienstleistungen bestellt zu haben, 66 % taten dies innerhalb der letzten drei Monate, weitere 10 % vor mehr als drei Monaten, aber innerhalb des letzten Jahres vor der Befra-

5 Weitere Informationen zur Methodik und zu Qualitätsmerkmalen enthält der Qualitätsbericht zur IKT-Erhebung 2013. Er kann auf der Internetseite des Statistischen Bundesamtes ([www.destatis.de](http://www.destatis.de)) im Bereich Publikationen > Qualitätsberichte > Einkommen, Konsum, Lebensbedingungen > Informationstechnik in privaten Haushalten abgerufen werden.

6 Weitere Ergebnisse der Erhebung zur Nutzung von IKT in privaten Haushalten 2013 enthält die Fachserie 15 „Wirtschaftsrechnungen“, Reihe 4 „Private Haushalte in der Informationsgesellschaft“. Diese kann zusammen mit weiteren Aufsätzen und Veröffentlichungen, die zum Thema Informationsgesellschaft erschienen sind, auf der Internetseite des Statistischen Bundesamtes ([www.destatis.de](http://www.destatis.de)) im Bereich Gesellschaft & Staat > Einkommen, Konsum, Lebensbedingungen, Wohnen > IT-Nutzung abgerufen werden.

7 Weitere 2 % der Befragten gaben an, innerhalb des letzten Jahres, nicht aber in den letzten drei Monaten vor der Erhebung das Internet genutzt zu haben, und 1 % berichteten, vor mehr als einem Jahr zuletzt online gewesen zu sein.

8 Es wurde nach der privaten Nutzung innerhalb der letzten drei Monate vor der Erhebung gefragt. Eine beruflich bedingte oder länger zurückliegende Nutzung blieb unberücksichtigt.

9 Der vollkommene Markt ist ein theoretisches Modell, anhand dessen Wirtschaftswissenschaftler Theorien über Marktverhalten aufstellen. Der vollkommene Markt muss folgende Eigenschaften aufweisen: Es gibt keine persönlichen, zeitlichen oder räumlichen Präferenzen, die Güter sind homogen, alle Marktteilnehmer reagieren unmittelbar auf Veränderungen und vollkommene Markttransparenz ist gegeben.

10 Unterschieden wurde dabei zwischen Bestellungen innerhalb Deutschlands, Bestellungen im EU-Ausland sowie Bestellungen in Nicht-EU-Ländern.

11 Die Frage zum Zeitpunkt des letzten Interneteinkaufs wurde ausschließlich Befragten gestellt, die angaben, in den letzten zwölf Monaten vor der Erhebung das Internet genutzt zu haben. Die übrigen Fragen zum Einkaufen über das Internet wurden ausschließlich den Befragten gestellt, die antworteten, dass sie innerhalb des letzten Jahres mindestens einmal Waren oder Dienstleistungen online bestellt oder gekauft hatten.

gung. Dabei zeigen sich bei den Onlineeinkäufen der letzten zwölf Monate kaum Unterschiede zwischen Männern und Frauen. Größere Unterschiede lassen sich nur bei den Befragten, die 65 Jahre und älter sind, feststellen. In dieser Altersklasse haben 63% der Männer, die das Internet nutzten, online Bestellungen oder Einkäufe getätigt, bei den Frauen waren es nur 53 % (siehe Tabelle 2).

**Tabelle 2 Interneteinkäufe in den letzten zwölf Monaten vor der Erhebung 2013**  
% der Internetnutzer der letzten zwölf Monate

	Insgesamt	Männer	Frauen
Internetnutzer insgesamt	76	76	76
10 bis 15 Jahre . . . . .	33	34	31
16 bis 24 Jahre . . . . .	78	78	78
25 bis 44 Jahre . . . . .	89	89	90
45 bis 64 Jahre . . . . .	75	75	76
65 Jahre und älter . . . . .	59	63	53

In den unteren und oberen Altersklassen wurden seltener Einkäufe und Bestellungen im Internet getätigt als in den mittleren. Wenig erstaunlich ist die Tatsache, dass die 10 bis 15 Jahre alten Internetnutzer/-innen am seltensten Onlineeinkäufe tätigten: Sie sind noch nicht geschäftsfähig und verfügen nicht über die gleichen finanziellen Ressourcen wie ältere Internetnutzer/-innen. Bereits bei den 16- bis 24-Jährigen lässt sich ein deutlich höherer Anteil von Einkäufen über das Internet verzeichnen, hier gaben 78 % der Internetnutzer/-innen an, in den letzten zwölf Monaten

Güter oder Dienstleistungen online bestellt zu haben. In der Altersgruppe der 25- bis 44-Jährigen nutzte der größte Anteil der Internetnutzer/-innen (89%) die Möglichkeit des Onlineeinkaufs.<sup>12</sup>

Männer und Frauen wiesen jedoch bei der Art der gekauften Waren ein unterschiedliches Kaufverhalten auf: Der Anteil der Frauen, die 2013 das Internet nutzten, um Kleidung, Bücher und Arzneimittel zu kaufen, war höher als der entsprechende Anteil der Männer. Hingegen war der Anteil der Männer höher, die Elektroartikel, Computer und Software, Unterhaltungsmedien und Finanzprodukte im Internet kauften (siehe Schaubild 1).

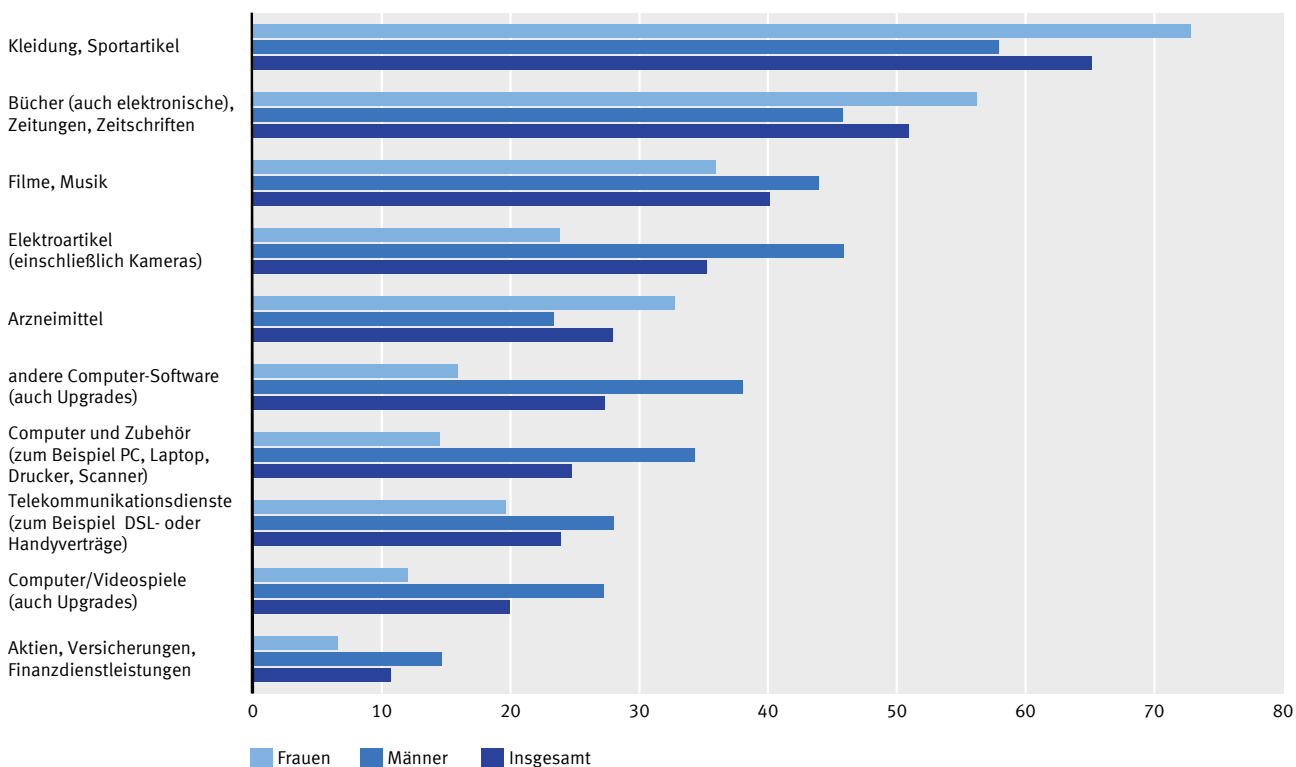
In anderen erhobenen Kategorien, wie beispielsweise Urlaubsunterkünften oder anderen Reisedienstleistungen, Eintrittskarten für Veranstaltungen, Lebensmitteln und Gebrauchsgütern, zeigten sich hingegen keine oder nur geringe Unterschiede zwischen den Geschlechtern.

### Entwicklung von Onlineeinkäufen

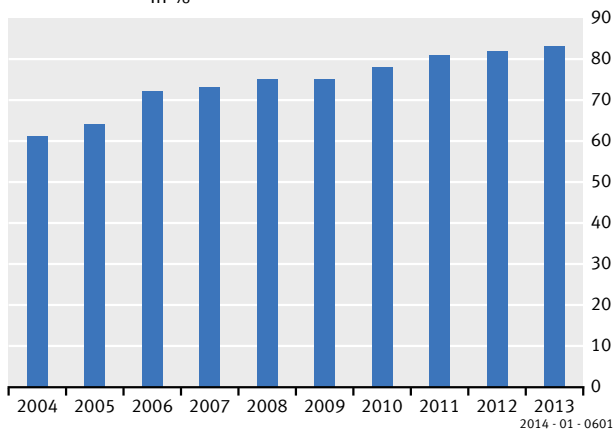
Über die Jahre gesehen hat die Bedeutung von Onlineeinkäufen stetig zugenommen. Gaben 2006 erst 72 % der Personen, die in den letzten drei Monaten vor der Erhebung das Internet nutzten, an, jemals Waren oder Dienstleistungen im

<sup>12</sup> Da in der Erhebung zwar nach dem Haushaltseinkommen, nicht aber dem persönlichen Einkommen gefragt wird, ist eine detaillierte Analyse der Einkommensverhältnisse nach Altersklassen oder auf Personenebene nicht möglich.

**Schaubild 1 Art der über das Internet getätigten Einkäufe in den letzten zwölf Monaten vor der Erhebung 2013**  
in % der Onlineeinkäufer der letzten zwölf Monate



**Schaubild 2 Anteil der Internetnutzer in den drei Monaten vor der Erhebung, die jemals Onlineeinkäufe für den privaten Verbrauch getätigt haben in %**



Internet bestellt zu haben, waren es 2009 bereits 75 % und im Jahr 2013 sogar 83 % (siehe Schaubild 2).

Diese Entwicklung ist nicht ausschließlich auf die Gesamtbevölkerung beschränkt, sondern in allen Bevölkerungsgruppen zu beobachten. Seit 2006 ist die Gruppe der Onlineeinkäuferinnen um 13 Prozentpunkte gewachsen, bei den im Internet einkaufenden Männern sind es immerhin 9 Prozentpunkte. Auch Erwerbstätige (+ 12 Prozentpunkte gegenüber 2006) und Arbeitslose (+ 14 Prozentpunkte gegenüber 2006) nutzen immer häufiger das Internet für Einkäufe und Bestellungen. Bei den Rentnern und anderen Nichterwerbstätigen hat der Anteil der Personen, die Interneteinkäufe tätigten, zwischen 2006 und 2013 mit 10 Prozentpunkten etwas weniger zugenommen (siehe Tabelle 3).

**Tabelle 3 Entwicklung von Internetbestellungen**  
% der Internetnutzer der letzten drei Monate

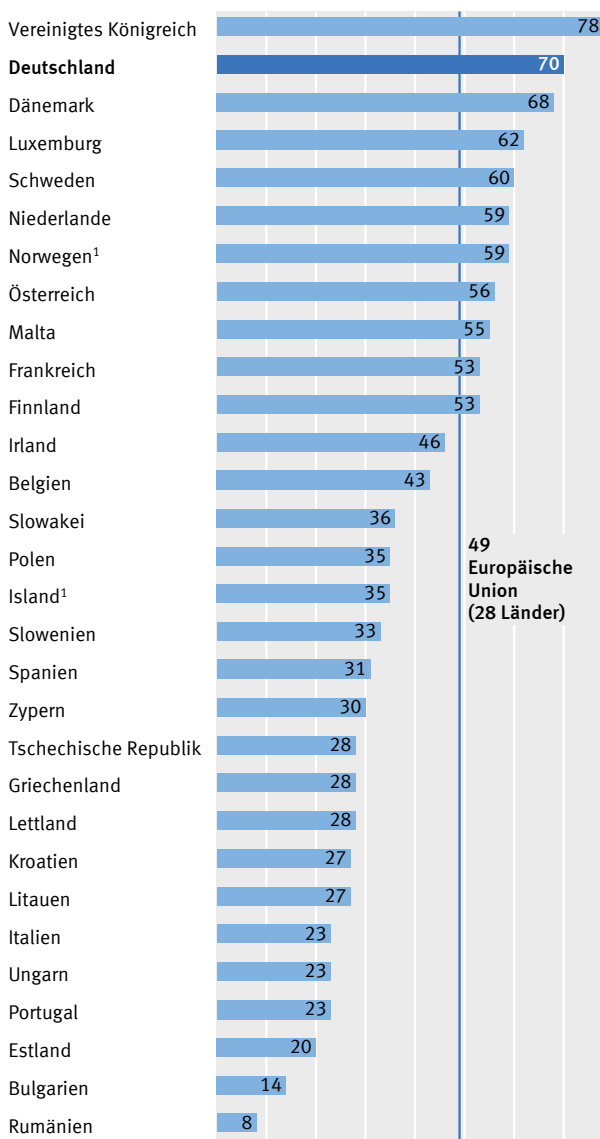
	2006	2009	2013
Internetnutzer insgesamt	72	75	83
Männer	75	76	84
Frauen	69	74	82
Erwerbstätige	79	84	91
Arbeitslose	68	73	82
sonstige nichterwerbstätige Personen	66	69	76

## E-Commerce im europäischen Binnenmarkt<sup>13</sup>

Auf europäischer Ebene werden die Angaben der Internetnutzer/-innen, die innerhalb der letzten drei Monate vor der Erhebung Waren oder Dienstleistungen online bestellt haben, miteinander verglichen. Mit 70 % weist Deutschland

hier den zweithöchsten Anteil auf, nur im Vereinigten Königreich gab es mit 78 % mehr Onlineeinkäufer. Eine ähnlich hohe Rate von Interneteinkäufern wie Deutschland weist mit 68 % Dänemark auf Rang drei auf, es folgt mit 62 % Luxemburg. In allen anderen EU-Ländern sowie in Norwegen und Island liegt der entsprechende Anteil bei 60 % oder weniger, der Durchschnitt aller 28 EU-Mitgliedstaaten beträgt 49 % (siehe Schaubild 3).

**Schaubild 3 Einkäufe über das Internet in den drei Monaten vor der Erhebung im europäischen Vergleich 2013 in %**



Bezogen auf Personen im Alter zwischen 16 und 74 Jahren, die in den letzten zwölf Monaten vor der Befragung das Internet genutzt haben.  
1 Kein Mitgliedstaat der EU.

2014 - 01 - 0602

Auch der Anteil der Personen, die überhaupt das Internet nutzten, unterscheidet sich innerhalb der EU deutlich. So gaben in Dänemark und Schweden nur 4 %<sup>14</sup> der Befragten

<sup>14</sup> Eine noch niedrigere Rate an Offlinern weisen Island und Norwegen, die keine Mitgliedsländer der EU sind, mit jeweils 3 % auf.

an, noch nie das Internet genutzt zu haben. Mit einem Anteil von 13 % liegt Deutschland außerdem hinter den Niederlanden und Luxemburg (jeweils 5 %), Finnland (6 %) und dem Vereinigten Königreich (8 %). Die höchsten Anteile an Offlinern, also Befragten, die noch nie das Internet genutzt haben, wiesen Rumänien (42 %), Bulgarien (41 %) und Griechenland (36 %) auf.

Wird auch die Gesamtbevölkerung der jeweiligen Staaten berücksichtigt, ändert sich die Reihenfolge der Staaten geringfügig. Mit 71 % Interneteinkäufern in den letzten drei Monaten vor der Erhebung liegt das Vereinigte Königreich weiterhin an erster Stelle, Dänemark rangiert jedoch mit 65 % an zweiter Stelle. Erst danach folgt mit 60 % Deutschland.

### Ausblick

Die Zahlen zeigen deutlich, dass Interneteinkäufe in Deutschland mittlerweile eine wichtige Rolle spielen. Ähnlich wie andere Bereiche der Computer- und Internetnutzung sind sie inzwischen im Leben eines Großteils der Bevölkerung fester Bestandteil. Parallel zur Verbreitung von Computern und Internetzugängen ist auch die Nutzung der Möglichkeiten, welche diese Technologien bieten, gestiegen. Dies gilt auch für Onlineeinkäufe.

Allerdings ist die Aussagekraft dieser Daten eingeschränkt, da bislang keine Informationen zur Häufigkeit der Internetbestellungen oder zum Warenwert erhoben wurden. Um diese Datenlücke zu schließen, werden in der Erhebung 2015 mehrere Fragen zu diesen Gesichtspunkten gestellt. Zusätzlich zu den bisherigen Merkmalen wird die Anzahl der getätigten Interneteinkäufe und -bestellungen im ersten Quartal 2015 erhoben werden, sowie der Wert der bestellten Waren. Erstmals wird im Jahr 2015 auch nach Problemen, die beim Einkaufen im Internet aufgetreten sind, gefragt werden. Und auch über diejenigen, die keine Onlineeinkäufe tätigen, werden dann mehr Informationen vorliegen: Sie sollen Auskunft darüber geben, aus welchen Gründen sie darauf verzichten, im Internet Waren und Dienstleistungen zu bestellen. [u](#)

## Auszug aus Wirtschaft und Statistik

### Herausgeber

Statistisches Bundesamt, Wiesbaden

[www.destatis.de](http://www.destatis.de)

### Schriftleitung

Dieter Sarreither,  
Vizepräsident des Statistischen Bundesamtes

Redaktion: Ellen Römer  
Telefon: + 49 (0) 6 11 / 75 23 41

### Ihr Kontakt zu uns

[www.destatis.de/kontakt](http://www.destatis.de/kontakt)

### Statistischer Informationsservice

Telefon: + 49 (0) 6 11 / 75 24 05

### Abkürzungen

WiSta	=	Wirtschaft und Statistik
MD	=	Monatsdurchschnitt
VjD	=	Vierteljahresdurchschnitt
HjD	=	Halbjahresdurchschnitt
JD	=	Jahresdurchschnitt
D	=	Durchschnitt (bei nicht addierfähigen Größen)
Vj	=	Vierteljahr
Hj	=	Halbjahr
a. n. g.	=	anderweitig nicht genannt
o. a. S.	=	ohne ausgeprägten Schwerpunkt
St	=	Stück
Mill.	=	Million
Mrd.	=	Milliarde

### Zeichenerklärung

p	=	vorläufige Zahl
r	=	berichtigte Zahl
s	=	geschätzte Zahl
–	=	nichts vorhanden
0	=	weniger als die Hälfte von 1 in der letzten besetzten Stelle, jedoch mehr als nichts
.	=	Zahlenwert unbekannt oder geheim zu halten
...	=	Angabe fällt später an
X	=	Tabellenfach gesperrt, weil Aussage nicht sinnvoll
I oder —	=	grundsätzliche Änderung innerhalb einer Reihe, die den zeitlichen Vergleich beeinträchtigt
/	=	keine Angaben, da Zahlenwert nicht sicher genug
()	=	Aussagewert eingeschränkt, da der Zahlenwert statistisch relativ unsicher ist

Abweichungen in den Summen ergeben sich durch Runden der Zahlen.