

Neue EU-Studie: e-Commerce trotz der Krise

✖ Immer mehr Europäer kaufen per Mausklick ein. Eine neue EU-Studie belegt, dass 2008 schon durchschnittlich 33 Prozent aller EU-Verbraucher (2006: 27 %) wenigstens ein Produkt online erworben haben. Am liebsten shoppen die EU-Bürger allerdings immer noch im eigenen Land.

Deutschland, Großbritannien und Frankreich führen beim Umsatz.

EU-Verbraucherkommissarin Meglena Kuneva machte gestern aber auch auf die Schattenseiten des „E-Commerce“ aufmerksam: Danach gibt der Internet-Shopper eindeutig Händlern aus seinem Heimatland den Vorzug – ein krasser Widerspruch zum hehren Prinzip des gemeinsamen Binnenmarktes.

Auffällig ist auch das eklatante West-Ost-Gefälle. Während allein die „Großen Drei“ (Deutschland, Großbritannien, Frankreich) in den Schlüsselbranchen 70 Prozent des E-Commerce-Umsatzes bestreiten, hinken die jüngsten Mitgliedsstaaten Bulgarien und Rumänien dramatisch hinterher. Hier kaufen nur 3 bzw. 4 Prozent der Verbraucher per Internet, aber auch Griechenland, Italien und Portugal (10 %) schneiden nicht viel besser ab.

130 Millionen Europäer sind inzwischen Internet-Shopper

„Der Verbraucher hat im Internet viel zu gewinnen“, sagt die Kommissarin. Es ermögliche rasche Produktinformationen und einen umfassenden Preisvergleich, schon nach wenigen Klicks erscheint das Schnäppchen auf dem Bildschirm. 130 Millionen Europäer sind inzwischen Internet-Shopper – aber nur 30 Millionen kaufen grenzüberschreitend ein.

Trotz des gemeinsamen Binnenmarktes sind die Hürden oft hoch. So fühlen sich viele Verbraucher abgeschreckt durch Sprachbarrieren, 60 Prozent aller Händler bieten ihre Waren lediglich in einer Sprache an. Vor allem erschüttern aber unklare oder ungünstige Garantie-, Umtausch- und Lieferbedingungen das Verbrauchervertrauen ins weltweite Netz.

Die neue EU-Studie kommt zum Ergebnis, dass das Internet der am schnellsten wachsende Vertriebsweg des Einzelhandels ist. Am beliebtesten ist Internet-Shopping bei Reisen (42 %), dicht gefolgt von Kleidung und Sportartikel (41 %), Büchern (39 %) sowie Informations- und Unterhaltungselektronik. (via DerWesten und e-commerce-blog)

Hier finden Sie die Studie zum Download als PDF-Dokument.