Was die Verbraucher im Internet am liebsten kaufen

Onlineshopping ist ein Boom-Markt. Immer mehr Verbraucher entdecken das Internet als Alternative zum Katalog oder Ladengeschäft. Welche Sortimenten sich besonders gut über das Internet verkaufen lassen, hat eine aktuelle Studie identifiziert.

Die Top 10 der beliebtesten Online-Sortimente finden Sie hier.

Tickets für Flüge und Bahnfahrten sind die beliebtesten Produkte beim Online-Shopping. Mit 47 Prozent haben fast die Hälfte aller Internetnutzer in Deutschland bereits eine Bahnfahrkarte oder ein Flugticket im Netz gekauft. Das entspricht 24 Millionen Bundesbürgern, berichtet der Branchenverband BITKOM auf Basis einer repräsentativen Umfrage unter tausend Befragten. Auf Platz zwei folgen Eintrittskarten für Konzerte, Theater, Kino oder andere Events. 40 Prozent der Internetnutzer oder 20 Millionen Deutsche haben bereits Eintrittskarten im Internet geordert. Den dritten Rang der beliebtesten Online-Produkte belegen Bücher. 35 Prozent der Befragten haben im Internet schon einmal ein Buch bestellt (15 Millionen).

> *„Der Online-Einkauf gehört heute zum Alltag vieler Menschen wie der Gang zum Bäcker", sagte BITKOM-Präsident Prof. August-Wilhelm Scheer.*

Laut Umfrage haben 44 Millionen Verbraucher Waren oder Dienstleistungen online gekauft. Das entspricht 88 Prozent aller Internetnutzer. Auch drei Viertel der Senioren ab 65 Jahren haben bereits im Internet eingekauft. Am stärksten wird das Online-Shopping in der Altersklasse der 30- bis 49-Jahrigen mit 92 Prozent genutzt.

Neben Fahrkarten werden auch Übernachtungen (28 Prozent der Internetnutzer) und Pauschalreisen (15 Prozent) sehr gerne online gebucht. Bei diesen Diensten kann das Internet seine Vorteile voll ausspielen. Zu den Klassikern des Online-Shoppings gehören Medien. Neben Büchern auf Rang 3 sind mit Musik auf Platz 7 (24 Prozent der Internetnutzer, 12 Millionen Deutsche) und Filmen auf Platz 8 (22 Prozent der Internetnutzer, 11 Millionen Deutsche) zwei weitere Produkte aus dem Bereich Medien in den Top-10 vertreten.

Männer und Frauen nutzen das Online-Shopping gleich intensiv, unterscheiden sich aber stark bei der Wahl der Produkte. So kaufen 33 Prozent der Frauen im Internet Bekleidung ein, aber nur 21 Prozent der Männer. Die weiblichen Online-Käufer liegen zudem bei Büchern, Haushaltsgeräten und Eintrittskarten vorne. Dagegen kaufen 31 Prozent der Männer Unterhaltungselektronik im Netz, aber nur 22 Prozent der Frauen. Weitere Männerdomänen beim Online-Shopping sind Filme, Computer und Musik.