

Fast jeder zweite EU-Bürger kauft bereits online

✘ Im jährlichen Verbraucherbarometer der EU hat die Entwicklung des Online-Handels ihren festen Platz. Untersucht wird unter anderem, wie weit verbreitet der e-Commerce in den 27 EU-Staaten ist und wie sich der grenzüberschreitende Online-Handel entwickelt.

Die zentralen Ergebnisse haben wir zusammengefasst. Der Online-Handel hat sich in der gesamten EU als Vertriebskanal etabliert. Das ist das zentrale Ergebnis des 5. **Consumer Conditions Scoreboard**. Im Durchschnitt kaufen bereits 40 Prozent der EU-Bürger Waren, Tickets und Dienstleistungen im Internet ein. Im Vergleich zum Vorjahr (37 Prozent) eine Steigerung von acht Prozent.

Das Gros der Bestellungen entfällt dabei auf einheimische Online-Shops (36 Prozent). Der grenzüberschreitende Online-Handel innerhalb der EU wächst seit 2008 aber nur langsam. 2010 haben neun Prozent der Bürger bei in einem Online-Shop eines anderen EU-Mitglieds eingekauft. Im Jahr zuvor war es ein Prozentpunkt weniger. Nur marginale Bedeutung hat der Handel mit Shop außerhalb der EU. Hierzu finden sich gerade einmal fünf Prozent der Verbraucher bereit.



Große nationale Unterschiede

Allerdings ist in der Betrachtung der einzelnen Staaten eine immense Spreizung festzustellen. Während in Dänemark, Großbritannien, den Niederlanden und Schweden bereits mehr als 60 Prozent der Bürger online einkaufen, tätigen in Bulgarien und Rumänien gerade einmal fünf und vier Prozent der Bevölkerung ihre Einkäufe im Netz.



Große nationale Unterschiede gibt es aber auch bei der Bereitschaft der Nutzer in Shops anderer EU-Staaten ihr Geld auszugeben. Die größte Bereitschaft im Ausland einzukaufen, herrscht in Luxemburg, Malta, Zypern und Österreich. In diesen Staaten kauften mehr Verbraucher im Aus- als im Inland ein. Gründe für die Zurückhaltung bei grenzüberschreitenden Internet-Käufen sind mangelnde Erfahrungen und Sprachbarrieren, so die Autoren der Studie.

Die Bereitschaft der deutschen Online-Shopper zum Kauf im Ausland hält sich sehr in Grenzen. Mit acht Prozent liegt eine der größten europäischen e-Commerce-Nationen sogar noch unter dem EU-Durchschnitt von neun Prozent.

