

PRESSEMITTEILUNG

EU-Vergleich: Deutsche hängen weniger am Offline-Handel – Hohes Vertrauen in Lieferqualität und Sicherheit

Berlin, 30. Juni 2022 | Danach gefragt, was Wenig-Besteller davon abhält, im Internet einzukaufen, zeigen sich deutliche Unterschiede in Europa. Besonders deutsche Verbraucher haben vergleichsweise wenig Berührungsängste mit dem E-Commerce, selbst wenn sie nicht regelmäßig online bestellen. Das ergab eine Eurostat-Umfrage unter europäischen Kunden, deren Online-Einkäufe länger als drei Monate zurückliegen. Die Ergebnisse wurden im neuen European E-Commerce Report 2022 der europäischen Dachverbände Ecommerce Europe und EuroCommerce präsentiert.

Während im EU-weiten Durchschnitt 54 Prozent der Wenig-Besteller angaben, bewusst lieber stationär einkaufen zu wollen – entweder aus Gewohnheit, aus Loyalität zu Händlern oder um Produkte zu testen – sind es in Deutschland nur 38 Prozent. Das ist der drittniedrigste Wert in der EU-27 hinter Ungarn (21 Prozent) und Irland (31 Prozent). Vor allem in den Niederlanden (85 Prozent), Spanien (83 Prozent) und Kroatien (82 Prozent) unterstützen Wenig-Besteller lieber stationäre Geschäfte, statt ins Internet zu gehen.

Die Qualität der Händler, Bezahl-dienstleister und Zusteller überzeugt deutsche Verbraucher. Gerade einmal 2 Prozent der deutschen Wenig-Besteller gab an, dass sie wegen der Lieferqualität den E-Commerce meide (EU-27-Durchschnitt: 9 Prozent). Nur 8 Prozent der Wenig-Besteller werde von der Sorge um fehlende Bezahlsicherheit und Datenschutz im Internet abgeschreckt. Im Durchschnitt der EU-27 ist dieser Wert mehr als doppelt so hoch (18 Prozent). Am größten ist die Sorge der Verbraucher um die Lieferqualität und den Datenschutz in Portugal (jeweils 38 Prozent und 69 Prozent Zustimmung).

„Die Ergebnisse zeigen die hohe Leistungsfähigkeit der Branche in Deutschland, aber auch wie normal und niedrigschwellig das Bestellen im E-Commerce geworden ist. Im Ergebnis beobachten wir, dass die Deutschen jedes Jahr hochfrequenter bestellen und den E-Commerce zunehmend für die tägliche Versorgung nutzen“, erklärt Martin Groß-Albenhausen, Stellvertretender Hauptgeschäftsführer beim bevh.

bevh-eigene Daten unterstreichen dieses Bild: Für seine laufende Studie zum Interaktiven Handel in Deutschland fragt der Verband jede Woche Verbraucher nach ihrer Bestellhäufigkeit und ermittelte im Jahr 2021, dass durchschnittlich 43,6 Prozent innerhalb der letzten 7 Tage online eingekauft haben (2017: 38 Prozent). Davon haben fast 41 Prozent in diesem Zeitraum sogar mehr als einmal bestellt (2017: 32,2 Prozent aller Kunden, die in letzten 7 Tagen gekauft haben).

Über den bevh

Der Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e.V. (bevh) ist die Branchenvereinigung der Interaktiven Händler (d.h. der Online- und Versandhändler). Neben den Versendern sind dem bevh auch namhafte Dienstleister angeschlossen. Nach Fusionen mit dem Bundesverband Lebensmittel-Onlinehandel und dem Bundesverband der Deutschen Versandbuchhändler, repräsentiert der bevh die kleinen und großen Player und mehr als 75 Prozent des Umsatzes der Branche im Endkundengeschäft. Der bevh vertritt die Brancheninteressen gegenüber dem Gesetzgeber sowie Institutionen aus Politik und Wirtschaft. Darüber hinaus gehören die Information der Mitglieder über

aktuelle Entwicklungen und Trends, die Organisation des gegenseitigen Erfahrungsaustausches sowie eine fachliche Beratung zu den Aufgaben des Verbands.

Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e.V. (bevh)
Friedrichstraße 60 (Atrium)
10117 Berlin
Frank Düssler
Tel.: 030 40 367 51 31
Mobil: 0162 252 52 68
frank.duessler@bevh.org