



## Wer kauft was im Internet?

### *Ergebnisse der Europäischen Erhebung zur Nutzung von Informations- und Kommunikationstechnologien*

In der heutigen Zeit ist es ein Leichtes, sich die städtische Einkaufszone per Mausklick auf den heimischen Bildschirm zu holen.

Vor allem die jüngeren Generationen wachsen mit den Möglichkeiten des Interneteinkaufs auf. Onlineshopping ist aber längst auch für ältere Generationen zur Selbstverständlichkeit geworden. Hierbei stellen sich jedoch die Fragen:

Wie nutzen die Bürgerinnen und Bürger Nordrhein-Westfalens das Internet als Einkaufsmöglichkeit? Und welchen Einfluss haben dabei Geschlecht, Alter und Bildung – auch hinsichtlich der im Internet gekauften Waren und Dienstleistungen?

Der nachfolgende Beitrag geht diesen Fragestellungen anhand der aktuellen Daten der *Europäischen Erhebung zur Nutzung von Informations- und Kommunikationstechnologien* (IKT-Erhebung) für das Jahr 2014 nach. Darüber hinaus wird anhand der Ergebnisse der IKT-Erhebung 2008 verglichen, ob sich im Zeitverlauf Entwicklungstendenzen feststellen lassen.

#### **Datengrundlage und Methodik**

Der Beitrag basiert auf den Daten der *Europäischen Erhebung zur Nutzung von Informations- und Kommunikationstechnologien* (IKT-Erhebung). Die Erhebung wird seit dem Jahr 2002 jährlich in allen EU-Mitgliedstaaten durchgeführt und zielt darauf ab, Informationen zur Ausstattung und zur Nutzung von IKT in privaten Haushalten zu gewinnen.

Die Grundgesamtheit der schriftlich durchgeführten Erhebung umfasst alle privaten Haushalte am Hauptwohnsitz in Nordrhein-Westfalen. Dazu gehören alle Personen im

Alter von 10 und mehr Jahren innerhalb eines Haushaltes, die gemeinsam wohnen und wirtschaften. Personen ohne festen Wohnsitz oder in Anstalten bleiben von der IKT-Erhebung unberücksichtigt.

Für diesen Beitrag wurden die Ergebnisse der IKT-Erhebung der Jahre 2014 und 2008 zum Thema Einkaufen im Internet analysiert. Die Fragen zum Zeitpunkt des letzten Interneteinkaufs und zur Art der im Internet bestellten bzw. gekauften Waren oder Dienstleistungen standen dabei im Vordergrund.

Der Indikator Bildung wird nach der von der UNESCO entwickelten Standardklassifikation des Bildungswesens ISCED<sup>1)</sup> 2011 operationalisiert. Es werden dabei drei Bildungsstufen betrachtet: niedrig (ISCED-Stufen 1 – 2), mittel (ISCED-Stufen 3 – 4) und hoch (ISCED-Stufen 5 – 8).

Beim Indikator Alter wird die Altersklasse der 10- bis 15-Jährigen aufgrund der fehlenden Geschäftsfähigkeit in diesem Beitrag nicht berücksichtigt. **Grundgesamtheit** für die Ergebnisse zum Interneteinkauf sind alle Personen im Alter von 16 Jahren und älter, die innerhalb des letzten Jahres (2014 bzw. 2008) mindestens einmal das Internet genutzt haben (*Internetnutzer*). Als *Internetkäufer* zählen die Personen ab einem Alter von 16 Jahren, die mindestens einmal innerhalb des letzten Jahres für den privaten Gebrauch Waren und Dienstleistungen im Internet gekauft bzw. bestellt haben.

1) International Standard Classification of Education. Stufe 1: Primarbereich (ohne schulischen/beruflichen Abschluss); Stufe 2: Sekundarbereich I; Stufe 3: Sekundarbereich II (allgemeinbildend und beruflich); Stufe 4: postsekundärer nicht tertiärer Bereich; Stufe 5: kurzes tertiäres Bildungsprogramm; Stufe 6: Bachelor bzw. gleichwertiges Bildungsprogramm; Stufe 7: Master bzw. gleichwertiges Bildungsprogramm; Stufe 8: Promotion ([https://www.destatis.de/DE/Publikationen/Thematisch/EinkommenKonsumLebensbedingungen/PrivateHaushalte/PrivateHaushalteIKT2150400147004.pdf?\\_\\_blob=publicationFile](https://www.destatis.de/DE/Publikationen/Thematisch/EinkommenKonsumLebensbedingungen/PrivateHaushalte/PrivateHaushalteIKT2150400147004.pdf?__blob=publicationFile))

### Mehr als drei Viertel der Internetnutzerinnen und -nutzer aus NRW kaufen im Internet ein

2014 haben 11,8 Millionen Personen im Alter von 16 Jahren und älter aus Nordrhein-Westfalen mindestens einmal im vergangenen Jahr das Internet genutzt. Der Anteil der Internetnutzerinnen und -nutzer an der altersentsprechenden Bevölkerung liegt damit bei 79,6 Prozent. Im Jahr 2008 lag dieser Anteil mit 72,2 Prozent noch um 7,4 Prozentpunkte darunter.

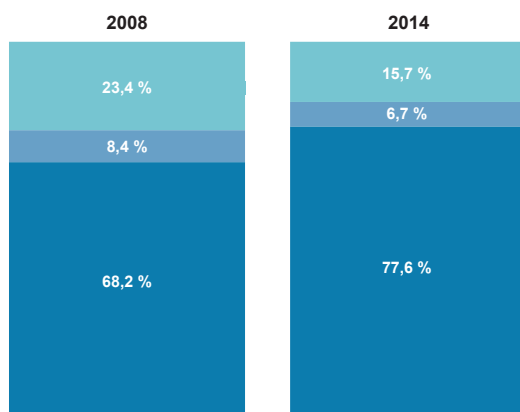
Dabei haben 77,6 Prozent der 11,8 Millionen Internetnutzerinnen und -nutzer aus Nordrhein-Westfalen im Internet mindestens einmal für den privaten Gebrauch Waren und Dienstleistungen bestellt bzw. gekauft, 6,7 Prozent haben vor mehr als einem Jahr online gekauft, 15,7 Prozent haben noch nie im Internet bestellt (Abbildung 1).

2008 bestellten 68,2 Prozent der Internetnutzerinnen und -nutzer innerhalb des letzten Jahres Waren oder Dienstleistungen im Internet, 8,4 Prozent kauften vor mehr als einem Jahr online ein. 23,4 Prozent hatten noch nie die Möglichkeit des Interneteinkaufs genutzt. Im Zeitverlauf zeichnet sich damit ein deutlicher Anstieg von 9,4 Prozentpunkten bei den Personen ab, die (2014 bzw. 2008) innerhalb des letzten Jahres das Internet als Shopping-Portal genutzt haben.

**Abb. 1 Zeitpunkt des letzten privaten Interneteinkaufs\*) in NRW 2008 und 2014**

Wann haben Sie zuletzt Waren oder Dienstleistungen für den privaten Gebrauch über das Internet bestellt oder gekauft?

- innerhalb des letzten Jahres
- vor mehr als einem Jahr
- noch nie



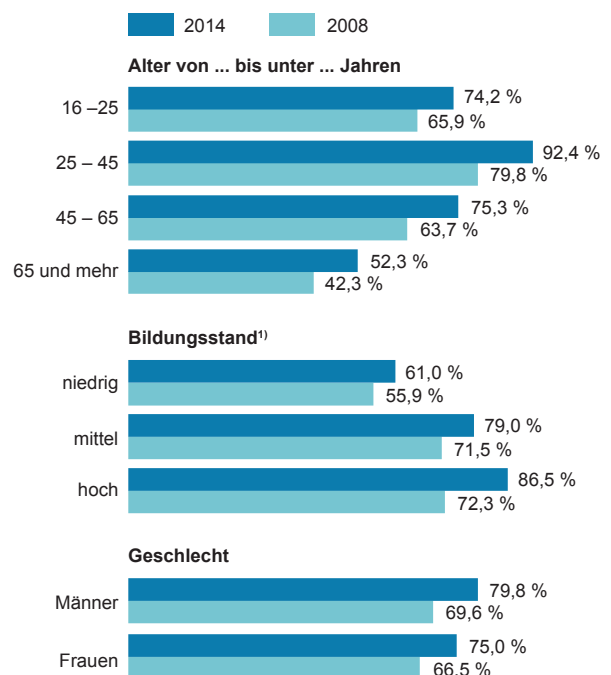
\*) Personen ab 16 Jahren mit Internetnutzung innerhalb des letzten Jahres  
 --- Ergebnisse der IKT-Erhebung 2008 und 2014 Grafik: IT.NRW

### Die 25- bis 44-Jährigen kaufen am häufigsten im Internet

Die 25- bis 44-Jährigen nutzen die Möglichkeit des Interneteinkaufs am häufigsten: Mit 92,4 Prozent ist der Onlineeinkauf in dieser Altersgruppe sehr weit verbreitet. Doch auch bei den anderen Altersgruppen ist der Interneteinkauf üblich. Bei den 45- bis 64-jährigen Internetnutzerinnen und -nutzern haben 75,3 Prozent für den privaten Gebrauch Waren und Dienstleistungen online bestellt, bei den 16- bis 24-Jährigen waren es mit 74,2 Prozent fast ebenso viele. Dagegen kauft lediglich knapp über die Hälfte (52,3 Prozent) der Internetnutzerinnen und -nutzer im Alter von 65 und mehr Jahren im Internet ein.

Noch im Jahr 2008 fielen die Anteile beim Interneteinkauf in allen vier Altersgruppen geringer aus. Auch damals nutzten Personen über 65 Jahre die Möglichkeit des Interneteinkaufs am seltensten. Im Zeitverlauf stiegen die Anteile in Bezug auf den Interneteinkauf in allen vier Altersgruppen in etwa im gleichen Maße an, sodass die Unterschiede zwischen den Altersgruppen im Zeitverlauf bestehen blieben.

**Abb. 2 Internetnutzer/-innen\*), die innerhalb des letzten Jahres im Internet eingekauft haben, 2008 und 2014 nach Alter, Bildungsstand und Geschlecht**



\*) Personen ab 16 Jahren mit Internetnutzung innerhalb des letzten Jahres –  
 1) Bildungsstand nach ISCED-Klassifizierung  
 --- Ergebnisse der IKT-Erhebung 2008 und 2014 Grafik: IT.NRW

### Je höher der Bildungsstand desto höher die Affinität zum Einkauf im Internet

Differenziert nach dem Bildungsstand zeigen sich beim Interneteinkauf klare Unterschiede (Abbildung 2). Personen mit hohem Bildungsstand nutzen die Möglichkeit des Interneteinkaufs häufiger als Personen mit niedrigem oder mittlerem Bildungsstand. 61,0 Prozent der Internetnutzerinnen und -nutzer mit niedrigem Bildungsstand haben Waren und Dienstleistungen im Internet gekauft, bei den Nutzer(inne)n mit hohem Bildungsstand sind es hingegen 86,5 Prozent.

Im Jahr 2008 nutzten Personen mit mittlerem oder hohem Bildungsstand die Möglichkeit des Interneteinkaufs in etwa gleich, Personen mit niedrigem Bildungsstand am seltensten. Zwischen 2008 und 2014 ist der Anstieg beim Interneteinkauf bei Personen mit hohem Bildungsstand deutlich stärker als bei Internetnutzerinnen und -nutzern mit niedrigem oder mittlerem Bildungsstand.

### Frauen und Männer kaufen fast gleich häufig im Internet ein

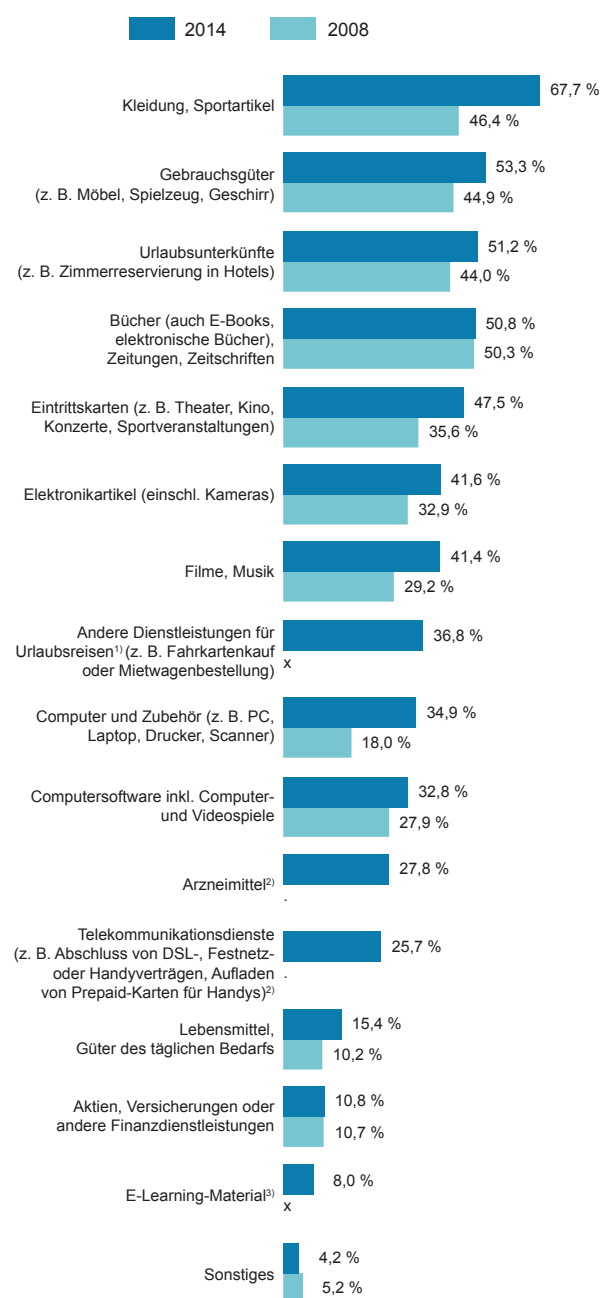
Der Interneteinkauf ist bei Frauen und Männern gleichermaßen beliebt: Wie in Abbildung 2 dargestellt, haben 2014 79,8 Prozent der Internetnutzer und 75,0 Prozent der Internetnutzerinnen Waren und Dienstleistungen im Internet gekauft bzw. bestellt. Auch 2008 war der Anteil bei den Männern (69,6 Prozent) beim Internetkauf nur etwas größer als bei den Frauen (66,5 Prozent). Zwischen 2008 und 2014 sind die Anteile in Bezug auf den Interneteinkauf in beiden Gruppen um etwa 10 Prozentpunkte gestiegen.

### Kleidung und Sportartikel werden im Internet am meisten gekauft

Etwas mehr als zwei Drittel (67,7 Prozent) der Internetnutzerinnen und -nutzer aus Nordrhein-Westfalen bestellen Kleidung und Sportartikel im Internet. Damit gehören diese Waren mit Abstand zu den meist gekauften. Ebenfalls häufig online gekauft werden Gebrauchsgüter (53,3 Prozent), wie Spielzeug, Möbel oder Geschirr, sowie Urlaubsunterkünfte (51,2 Prozent).

2008 zählten noch Bücher und Zeitungen (50,3 Prozent) zu den meist gekauften Waren im Internet. Zwischen 2008 und 2014 stagniert jedoch der Anteil der Personen, die diese Produkte online kaufen. Auf Platz zwei und drei der im Internet häufig gekauften Waren und Dienstleistungen rangierten damals Kleidung und Sportartikel (46,4 Prozent) sowie Gebrauchsgüter (44,9 Prozent).

**Abb. 3 Art der im Internet gekauften Waren und Dienstleistungen 2008 und 2014\***



\*) von Personen ab 16 Jahren mit Internetnutzung und Interneteinkauf innerhalb des letzten Jahres – 1) 2008 noch der Kategorie Urlaubsunterkünfte zugeordnet. – 2) Kategorie wurde 2008 nicht erfragt. – 3) 2008 noch der Kategorie Bücher zugeordnet. – – – Ergebnisse der IKT-Erhebung 2008 und 2014 Grafik: IT.NRW

## Beim Kauf von Kleidung und Sportartikeln im Internet sind sich (fast) alle einig

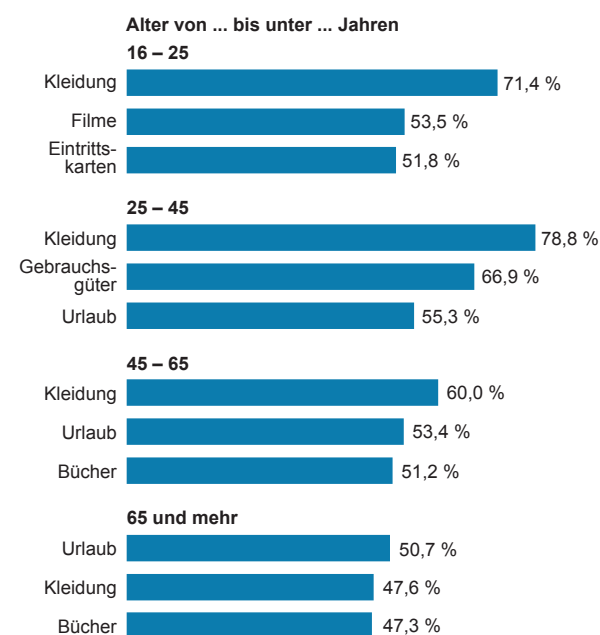
Der Kauf von Kleidung und Sportartikeln bestimmt unabhängig von Alter, Bildung und Geschlecht den Einkauf im Internet. Eine Ausnahme stellen lediglich die Internetnutzerinnen und -nutzer im Alter von 65 Jahren und älter dar, die am häufigsten Urlaubsreisen im Internet einkaufen bzw. buchen.

Unterschiede zwischen den gesellschaftlichen Gruppen ergeben sich jedoch bei den am zweit- und dritthäufigsten im Internet gekauften Waren und Dienstleistungen:

Bei den 16- bis 24-jährigen Internetnutzerinnen und -nutzern stehen Filme und Musik (53,5 Prozent) auf dem zweiten Rang und Eintrittskarten (51,8 Prozent) auf dem dritten Rang. Bei den Internetnutzerinnen und -nutzern im Alter von 25 bis 44 Jahren liegen hingegen Gebrauchsgüter an zweiter (66,9 Prozent) und Urlaubsreisen (55,3 Prozent) an dritter Stelle.

Bücher spielen für ältere Personen eine wichtige Rolle: Diese nehmen sowohl bei den 45- bis 64-Jährigen als auch bei den Personen im Alter von 65 und mehr Jahren jeweils den dritten Platz ein.

**Abb. 4 Art der im Internet am häufigsten gekauften Waren und Dienstleistungen 2014 nach dem Alter der Internetnutzer/-innen\*)**



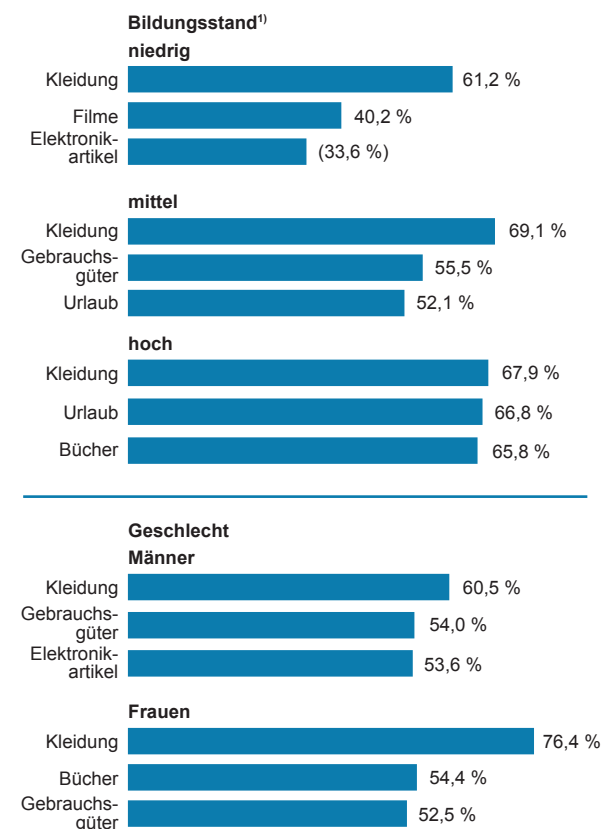
\*) Personen ab 16 Jahren mit Internetnutzung und Interneteinkauf innerhalb des letzten Jahres – – – Ergebnisse der IKT-Erhebung 2014 Grafik: IT.NRW

Bücher (65,8 Prozent) und Urlaubsreisen (66,8 Prozent) stehen ebenfalls bei Internetnutzerinnen und -nutzern mit hohem Bildungsstand an zweiter und dritter Stelle. Auch bei Personen mit mittlerem Bildungsstand spielen Urlaubsreisen (52,1 Prozent) neben Gebrauchsgütern (55,5 Prozent) eine große Rolle. Internetnutzerinnen und -nutzer mit niedrigem Bildungsstand bevorzugen dagegen Filme und Musik (40,2 Prozent) sowie Elektronikartikel (33,6 Prozent<sup>2)</sup>).

Frauen und Männer kaufen neben Kleidung auch häufig Gebrauchsgüter. Ein Unterschied zwischen Frauen und Männern beim Internetkauf zeigt sich lediglich darin, dass Männer Elektronikartikel (53,6 Prozent) häufiger im Internet bestellen, während Frauen bevorzugt Bücher und Zeitschriften (54,4 Prozent) online kaufen.

2) Aussagewert eingeschränkt, da der Zahlenwert aufgrund der Haushaltszahlen/Personenzahlen (50 bis unter 100 Haushalte bzw. Personen) statistisch relativ unsicher ist.

**Abb. 5 Art der im Internet am häufigsten gekauften Waren und Dienstleistungen 2014 nach Bildungsstand und Geschlecht der Internetnutzer/-innen\*)**



\*) Personen ab 16 Jahren mit Internetnutzung und Interneteinkauf innerhalb des letzten Jahres – 1) Bildungsstand nach ISCED-Klassifizierung – – – Ergebnisse der IKT-Erhebung 2014 Grafik: IT.NRW

## Zusammenfassung

Insgesamt lassen sich zwischen 2008 und 2014 für Nordrhein-Westfalen Anstiege sowohl bei der Internetnutzung als auch beim Interneteinkauf sowie den online gekauften Waren und Dienstleistungen feststellen. Diese Anstiege sind dementsprechend auch bei Frauen wie Männern sowie in allen Altersgruppen und für alle Bildungsstände sichtbar.

Der Beitrag zeigt zudem, dass die Möglichkeit des Interneteinkaufs nicht von allen gleichermaßen genutzt wird. Über 65-Jährige kaufen bzw. bestellen Waren und Dienstleistungen seltener im Internet als andere Altersgruppen. Internetnutzerinnen und -nutzer mit hohem Bildungsstand kaufen häufiger im Internet ein als Nutzer/-innen mit niedrigem oder mittlerem Bildungsstand. Im Zeitverlauf haben die Unterschiede zwischen den Nutzer(inne)n mit hohem und niedrigem Bildungsstand zugenommen. Nur der Indikator Geschlecht wirkt sich nicht aus: Frauen nutzen das Internet fast genauso häufig zum Einkaufen wie Männer.

In Bezug auf die jeweils im Internet gekauften Waren- und Dienstleistungen üben das Alter und der Bildungsstand jedoch Einfluss auf die Kaufentscheidungen aus: Kleidung und Sportartikel liegen in den digitalen Warenkörben des deutlich überwiegenden Teils der Internetkäuferinnen und -käufer, mit Ausnahme der Personen im Alter von 65 Jahren und älter. Bei den Älteren (45 bis 64 Jahre sowie 65 Jahre und älter) spielen Bücher und Urlaubsreisen eine wichtige Rolle, während die Jüngeren (16 bis 24 Jahre) häufiger Filme und Musik sowie Eintrittskarten im Internet kaufen. Urlaubsreisen und Bücher sind auch bei den Internetnutzerinnen und -nutzern mit hohem Bildungsstand beliebt, dagegen kaufen die Nutzer/-innen mit niedrigem Bildungsstand häufiger Filme und Musik sowie Elektronikartikel online.

*Patrick Turowski*

## Impressum

Herausgegeben von  
Information und Technik Nordrhein-Westfalen (IT.NRW),  
Geschäftsbereich Statistik  
Postfach 10 11 05, 40002 Düsseldorf  
Mauerstraße 51, 40476 Düsseldorf

☎ 0211 9449-01  
✉ [poststelle@it.nrw.de](mailto:poststelle@it.nrw.de)  
[www.it.nrw.de](http://www.it.nrw.de)

Bestell-Nr.: Z259 2015 52

Download:  
[www.it.nrw.de/statistik/querschnitts-  
veroeffentlichungen/Statistik\\_kom-  
pakt/index.html](http://www.it.nrw.de/statistik/querschnitts-<br/>veroeffentlichungen/Statistik_kom-<br/>pakt/index.html)



Zentrale statistische Information und Beratung:  
☎ 0211 9449-2495/2525  
✉ [statistik-info@it.nrw.de](mailto:statistik-info@it.nrw.de)

Publikationsservice:  
☎ 0211 9449-2494  
✉ [vertrieb@it.nrw.de](mailto:vertrieb@it.nrw.de)  
[www.it.nrw.de](http://www.it.nrw.de) (siehe unter Publikationen)

© Information und Technik Nordrhein-Westfalen,  
Düsseldorf, 2015

Vervielfältigung und Verbreitung, auch auszugswei-  
se, mit Quellenangabe gestattet.