



Knapp die Hälfte der Internetsurfer bestellt Waren und Dienstleistungen online

Dr. Michaela Voß



Dr. Michaela Voß ist Referentin im Referat „Preise, Löhne und Gehälter, Wirtschaftsrechnungen“ des Statistischen Landesamtes Baden-Württemberg.

Das Internet gewinnt als Zugang zum Kunden für Unternehmen immer mehr an Bedeutung. Dies hat das Statistische Landesamt im Rahmen der dritten europaweiten Umfrage zur Nutzung von Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT) in privaten Haushalten im Jahr 2004 festgestellt. Einen wichtigen Aspekt stellt in diesem Zusammenhang der E-Commerce – also der Handel mit Waren und Dienstleistungen im Internet – dar. Am häufigsten wurden im 1. Quartal 2004 Printmedien im Internet nachgefragt.

Knapp die Hälfte der Internetsurfer setzte das World Wide Web ein, um Waren und Dienstleistungen zu kaufen. Im 1. Quartal 2004 bestellten damit hochgerechnet knapp 2,7 Mill. Baden-Württembergern und Baden-Württemberger Waren und Dienstleistungen online (*Schaubild*).

Allerdings profitieren die „klassischen Medien“ wie Bücher und Zeitschriften vom Vertriebsweg über die „neuen Medien“ deutlich, denn mehr als die Hälfte der Personen, die in den letzten drei Monaten vor der Befragung auf Einkaufstour im Internet unterwegs waren, bestellten im Jahr 2004 online Bücher und Zeitschriften. Knapp zwei Fünftel kauften Kleidung und Sportartikel, immer noch ein Viertel Filme und Musik. Elek-

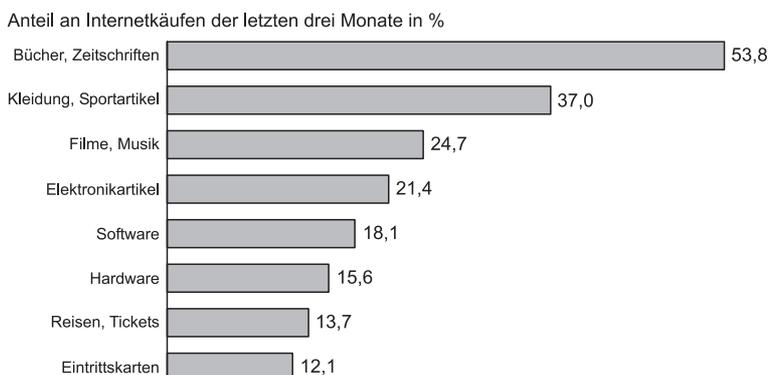
i Im Rahmen des „eEurope 2005 Action Plan“, mit dessen Unterstützung das Ziel, die EU bis zum Jahr 2010 zur wettbewerbsfähigen und zur stärksten wissensbasierten Region der Welt zu entwickeln, erreicht werden soll, wurden seit 2002 in der EU zwei Pilotstudien zur IKT-Nutzung durchgeführt – in Unternehmen und in privaten Haushalten. In Deutschland haben im Jahr 2004 rund 10 300 Personen in fast 5 000 Haushalten an der dritten Erhebung zur Nutzung von Informations- und Kommunikationstechnologie in privaten Haushalten teilgenommen. Mehr als jeder zehnte Haushalt davon wurde in Baden-Württemberg schriftlich befragt, insgesamt 580 Haushalte mit 1 250 Personen ab 10 Jahren.

tronikartikel folgten mit 21 %. Nur eine geringe Rolle spielten beim Interneteinkauf Medikamente, Finanzdienstleistungen, Lebensmittel und Lotterien.

Männliche Internetnutzer kaufen eher online ein als weibliche: Rund 62 % der Internetskäufer waren im 1. Quartal 2004 Männer, nur 38 % Frauen. Dabei setzten die Geschlechter auch unterschiedliche Schwerpunkte. Insgesamt bestellten 57 % der weiblichen Internetsurfer Bücher, dagegen nur 47 % der männlichen. Mode ist auch im Internet eine Domäne der weiblichen Nutzer. Knapp die Hälfte bestellte Kleidung online, aber nicht einmal 30 % der männlichen Surfer kleidete sich im Internet ein. Knapp ein Viertel der männlichen Onliner erwarben elektronische Gegenstände, aber nur 13 % der weiblichen. Ebenfalls zu den männlichen Favoriten zählen Computer oder Computerzubehör; jeweils ein Fünftel besorgte Hard- und/oder Software über das Internet. Von Frauen und Mädchen wurden diese Waren deutlich seltener nachgefragt. ■

Weitere Auskünfte erteilt
Dr. Michaela Voß, Telefon 07 11/641-2090
E-Mail: Michaela.Voss@stala.bwl.de

S Ausgewählte Waren und Dienstleistungen im E-Commerce*) in Baden-Württemberg 2004



*) Bezogen auf Käufe in den vergangenen drei Monaten. Mehrfachnennungen möglich.