**PRESSEMITTEILUNG**

Internet World Messe veröffentlicht Studie über Cross-Border-Shopping:

# Was kostet die Welt? – Deutsche Online-Shopper kaufen immer öfter über die Landesgrenze hinweg

München, 24. Juni 2015 – **Übersee ist vermeintlich weit weg, doch zum Online-Shoppen nah und attraktiv genug für deutsche Schnäppchenjäger. 58 Prozent der deutschen Online-Käufer bestellen Produkte und Marken bereits international. Dabei spielen vor allem günstigere Preise sowie die Nicht-Erhältlichkeit hierzulande eine Rolle. Zu diesem Ergebnis kommt eine internet-repräsentative Studie, die das Online-Marktforschungsinstitut Fittkau & Maaß Consulting im Auftrag der Internet World Messe unter mehr als 5.000 deutschen Internet-Nutzern durchgeführt hat.**

Deutsche Online-Einkäufer machen keinen Halt vor der Landesgrenze: 67 Prozent kaufen bereits bei europäischen Online-Shops ihre Lieblingsmarke oder haben zumindest Interesse daran. 56 Prozent tun dies auch außerhalb Europas und bestellen Produkte aus Übersee bzw. zeigen sich aufgeschlossen, dies in Zukunft zu tun. „Wir stellen fest, dass inzwischen viele Online-Shopper ihren Radius erweitern, wenn sie online einkaufen. Die Scheu vor dem Klick auf den Kaufen-Button im Ausland sinkt mit zunehmender E-Commerce-Erfahrung immens“, so Daniela Zimmer, Programmleiterin der Internet World. Die meisten haben Einkaufserfahrungen innerhalb Europas: 54 Prozent haben schon öfter bei einem europäischen Online-Shop bestellt, außereuropäisch sind es immerhin 41 Prozent. Sehr oft werden Produkte gekauft, die in Deutschland nicht erhältlich sind, so das Motiv der Mehrheit von 90 Prozent. Auch das Preisargument ist für die Deutschen ausschlaggebend, bei ausländischen Shops auf Schnäppchenjagd zu gehen: 83 Prozent gaben an, sie können im Ausland online zu günstigeren Preisen einkaufen als in Deutschland.

**Das Profil: Männlich, jung, gebildet**

Die Studie ergab zudem einige interessante Aspekte hinsichtlich der Web-Shopper, die weltweit im Netz bestellen. 58 Prozent sind Männer, knapp ein Drittel ist jünger als 30 Jahre alt. 63 Prozent haben als Schulabschluss Abitur. Und sie sind vertraut im Umgang mit

mobilen Geräten: 87 Prozent besitzen Smartphones und 58 Prozent Tablet-Geräte, was deutlich mehr ist als in der Internet-Gesamtnutzerschaft.

**International Shoppen unter Vorbehalt**

Insgesamt sind sich die internationalen Web-Shopper durchaus auch der nicht kalkulierbaren Risiken bewusst. 63 Prozent sagen, dass hohe Versandkosten abschreckend sind, 60 Prozent scheuen versteckte Kosten wie z.B. Bank- oder Zollgebühren. Im Vergleich dazu spielen Sicherheitsaspekte die weit weniger bedeutende Rolle: Nur 24 Prozent sind der Meinung, dass der Auslandszahlungsverkehr unsicher erscheint und lediglich 32 Prozent gaben an, um die Sicherheit ihrer persönlichen Daten besorgt zu sein. Insbesondere die jungen Nutzer haben die größeren Vorbehalte hinsichtlich des weltweiten Online-Shoppings. So scheuen über drei Viertel der Unter-30-Jährigen die hohen Versandkosten, 57 Prozent haben Angst vor der Kostenexplosion bei etwaigen Retouren.

## Über die Studie

Fittkau & Maaß Consulting untersuchte im Auftrag der Internet World Messe in einer internet-repräsentativen Online-Befragung im Mai 2015 über 5.000 Internet-Nutzer hinsichtlich ihres Einkaufsverhaltens bei europäischen und globalen Online-Shops.
Detailergebnisse der Befragung inklusive Grafiken stehen kostenlos unter folgendem Link zum Download zur Verfügung: http://www.internetworld-messe.de/Presse/Studie

## Über die Internet World Messe

Internet World ist eine Marke des Medien- und Weiterbildungsunternehmens Neue Mediengesellschaft Ulm mbH, München. Das Unternehmen bedient mit der Messe „Internet World – Die E-Commerce Messe“ und diversen Fachkongressen, der Website internetworld.de und der vierzehntägigen Fachzeitschrift INTERNET WORLD Business die Zielgruppe der Internet-Professionals mit profundem Fachwissen, topaktuellen News und wichtigen Kontakten. Die Themenschwerpunkte der Internet World Messe sind E-Commerce, Multichannel, Online Marketing, Logistik, Software, E-Payment, Usability und Social Media. Die Messe wird begleitet von einem hochkarätigen Kongress, der unter dem Motto „Die Zukunft des E-Commerce“ steht. Veranstalter der Internet World ist die gleichnamige Fachzeitschrift INTERNET WORLD Business. 2016 findet die 20. Internet World vom 1. bis 2. März auf dem Münchner Messegelände statt.

## Über Fittkau & Maaß Consulting

Fittkau & Maaß Consulting verfügt über langjährige Expertise in der technischen wie konzeptionellen Durchführung von Online-Studien. Die Forschungs- und Beratungs-Services sind gezielt auf digitale, interaktive Medien ausgerichtet. Internet-Studien wie die WWW-Benutzer-Analyse W3B sowie individuell konzipierte Projekte (u. a. Trend- , Wettbewerber- und Potentialanalysen, Zufriedenheitsstudien, Werbewirkungsforschung, Website-Tests, Usability-Labs, Online-Panelbefragungen) unterstützen die Kunden von Fittkau & Maaß Consulting bei Planung, Konzeption, Monitoring, Optimierung und Vermarktung ihrer Online-Produkte und -Aktivitäten.

## Links

*http://www.internetworld-messe.de*
*http://www.fittkaumaass.de*


## Pressekontakt

**Vera Vaubel**
Tel.: +49 (89) 98103987
Fax: +49 (89) 98103988
E-Mail: medienberatung@vaubel.de
Vaubel Medienberatung GmbH

Gumppenbergstraße 6, 81679 München
http://www.vaubel.de

## Unternehmenskontakt

**Regina Reitzer**
Tel.: +49 (89) 74117-128
Fax: +49 (89) 74117-448
E-Mail: regina.reitzer@nmg.de
Neue Mediengesellschaft Ulm mbH – Kongresse & Messen
Bayerstraße 16 a, 80335 München
http://www.nmg.de