



Studie
„Minimales Wirtschaftswissen auf digitalen Märkten“

Mai 2013

Prof. Dr. Peter Kenning

Lehrstuhl für Marketing, Zeppelin Universität Friedrichshafen
im Auftrag des Verbraucherzentrale Bundesverbands e. V. (vzbv)

Wichtigste Ergebnisse

- **85,6 Prozent der Befragten** haben bereits im Internet eingekauft.
- Lediglich **22 Prozent** der Befragten beantworteten alle Fragen rund um das Thema Online-Shopping richtig.
- **Frauen** lagen bei weniger Fragen richtig als **Männer**.
- Wer **bereits einmal online eingekauft** hatte, konnte mehr Fragen richtig beantworten.
- Je höher das **Nettohaushaltseinkommen** ist, desto mehr Fragen wurden richtig beantwortet.
- **Allgemeines ökonomisches Wissen** korreliert positiv mit der Anzahl der richtig beantworteten Fragen.

Insgesamt lässt sich allenfalls ein lückenhaftes minimales Wirtschaftswissen der Verbraucher auf digitalen Märkten feststellen.

Vorgehensweise

- Neun Experten wurden gebeten, mögliche Fragen zur Erfassung des minimalen Wirtschaftswissens auf digitalen Märkten vorzuschlagen – und zwar Konzeptfragen, Faktenfragen und Zusammenhangsfragen.
- Diese Fragen wurden gesammelt, im Pretest geprüft und gebündelt allen Experten zur Bewertung und Freigabe vorgelegt.
- Anschließend wurden die Fragen für den finalen Fragebogen ausgesucht.

Ziel: Entwicklung eines Fragebogens zum minimalen Wirtschaftswissen auf digitalen Märkten (dMEK = digital Minimal Economic Knowledge), den die Befragten richtig beantworten können sollten.

Stichprobe

- 1.014 Befragte
- Geschlecht:
 - 50,8 Prozent männlich
 - 49,2 Prozent weiblich
- Durchschnittsalter: 45,8 Jahre
- Durchschnittliches Haushaltsnettoeinkommen: 2.847,10 Euro
- Hochschulabschluss (inkl. BA-Abschluss): 38,3 Prozent

→ **repräsentatives Sample**

Ergebnisse der Umfrage

- **22 Prozent** der Befragten beantworteten alle Fragen richtig, **2,9 Prozent** keine der Fragen.
- Werden alle Fragen richtig beantwortet, entspricht das einem dMEK-Wert von 100. Im Durchschnitt wurden **67,2 Punkte** erreicht.
- **Männer** schnitten mit einem dMEK-Wert von 70,3 etwas besser ab als **Frauen** (dMEK-Wert = 64,0).
- **Befragte mit Hochschulabschluss** erreichten im Durchschnitt einen dMEK-Wert von **75,7**. **Befragte ohne Hochschulabschluss** kamen auf einen dMEK-Wert von **61,9**.
- Je **älter** jemand war, desto weniger Fragen beantwortete er richtig.
- Je höher das **Haushaltsnettoeinkommen**, desto höher war auch der dMEK-Wert.
- Es zeigten sich deutliche Unterschiede, je nachdem, ob ein Befragter bereits im Internet eingekauft hatte oder nicht: **Internetkäufer** erreichten im Durchschnitt einen dMEK-Wert von **70,3** – **Nicht-Internetkäufer** einen Wert von **48,4**.

Ergebnisse der Umfrage – Beispielfrage 1

Was ist E-Commerce?

	Häufigkeit	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
1) Die Werbemaßnahmen eines Unternehmens im Internet	120	13,8	13,8
2) <i>Elektronischer Handel</i>	622	71,5	85,3
3) Das Online-Banking der Commerzbank	62	7,1	92,4
4) Ein Kartenlesegerät zum Bezahlen mit Kredit- und EC-Karte	46	5,3	97,7
5) Digitale Flugtickets, die nicht ausgedruckt werden müssen	20	2,3	100,0
Gesamt	870	100,0	

Ergebnisse der Umfrage – Beispielfrage 2

Woran können Sie während des Online-Einkaufs erkennen, dass eine prinzipiell gesicherte Verbindung vorliegt?

	Häufigkeit	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
1) Bevor ich den Online-Einkauf starte, erhalte ich eine Email von der Verbraucherzentrale, die mir versichert, dass die Internetverbindung nun überwacht wird	43	4,9	4,9
2) Der PC beginnt kurz rot aufzublinken, um mir zu zeigen, dass ich nun mit dem Online-Shopping weitermachen kann	10	1,1	6,1
3) In der Adresszeile des Browsers erscheint statt des Kürzels „http“ ein „https“ und im Browserfenster wird ein geschlossenes Vorhängeschloss sichtbar	639	73,4	79,5
4) Internetverbindungen sind immer sicher, außer es erscheint ein Pop-Up vom Bundeskriminalamt, das mich vor Internetkriminalität warnt	21	2,4	82,0
5) Internetverbindungen sind immer dann sicher, wenn ich einen aktuellen Virenschanner installiert habe	157	18,0	100,0
Gesamt	870	100,0	

Ansprechpartner



Prof. Dr. Peter Kenning

Lehrstuhl für Marketing
Zeppelin Universität Friedrichshafen

Tel: +49 7541 6009-1500

E-Mail: peter.kenning@zu.de