

# „Verbraucher als Verkäufer“ – Privathaushalte als Anbieter von Waren im Internet, insbesondere auf der Internetplattform ebay

## Kurzfassung der Ergebnisse des Projekts „Verbraucher als Verkäufer im Internet“

von Heike Dennig und Michael-Burkhard Piorkowsky, Universität Bonn

Dass Verbraucher als Nachfrager an Versteigerungen von Waren im Internet teilnehmen, ist hinlänglich bekannt. In den Medien wird darüber berichtet, und es liegen sogar bereits umfangreiche wissenschaftliche Analysen zum Nachfrage- und Bieterverhalten vor. Weniger bekannt ist über die entgegengesetzte Rolle der Verbraucher als Anbieter und Verkäufer. Die repräsentativen Erhebungen des Statistischen Bundesamtes über die Nutzung von Informationstechnologie in privaten Haushalten zeigen, dass die Bedeutung derartiger Verkaufsaktivitäten der Privathaushalte mit der Verbreitung des Internets und der Bekanntheit von Internetauktionshäusern zunimmt und aktuell die Hälfte der Käufer auch als Verkäufer agiert.

### Ergebnisse des Statistischen Bundesamtes über „Informationstechnologie in Haushalten 2004“

Im Jahr 2004 waren es bereits 21 % der Befragten, die das Internet zum Verkaufen bzw. Anbieten von Waren und Diensten genutzt haben (Statistisches Bundesamt: Informationstechnologie in Haushalten 2004, Wiesbaden 2005, Tab. 20). Die Differenzierung nach soziodemographischen Merkmalen zeigt für die Befragten der Erhebung von 2004 Folgendes:

- Nach dem **Geschlecht**: männlich waren 66 %, weiblich waren 34 %.
- Nach dem **Alter**: zwischen 10 und 24 Jahre alt waren 21 %, zwischen 25 und 54 Jahre alt waren 71 %, und 55 Jahre und älter waren 7 %.
- Nach dem **Schulabschluss**: einen Haupt-/Volksschulabschluss hatten 23 %, einen Abschluss der Realschule bzw. der polytechnischen Oberschule hatten 37 %, und die (Fach-)Hochschulreife hatten 40 %.
- Nach der **Stellung im Beruf**: selbstständig waren 9 %, Beamte oder Angestellte waren 57 %, und Arbeiter waren 25 %.
- Nach der **sozialen Stellung**: berufstätig waren 57 %, arbeitslos waren 10 %, im Studium waren 8 %, und in der Schule waren 9 %.
- Nach dem **Haushaltstyp**: Einpersonenhaushalte waren 14 %, Zweipersonenhaushalte ohne Kind waren 21 %, Alleinerziehende waren 6 %, Familienhaushalte mit zwei Erwachsenen waren 49 %, und Familienhaushalte mit drei oder mehr Erwachsenen waren 5 %.

Weitere Daten zum Verkaufsverhalten und zu den Bestimmungsgründen des Angebots- und Verkaufsverhaltens wurden vom Statistischen Bundesamt nicht erhoben.

### Ergebnisse der Erhebung über „Verbraucher als Verkäufer auf der Internetplattform ebay“

Im Zeitraum von Anfang Januar bis Anfang Oktober 2005 wurde von der Professur für Haushalts- und Konsumökonomik der Universität Bonn mittels schriftlicher Befragung eine Zielgruppenerhebung bei Personen durchgeführt, die als Verkäufer auf Internetplattformen, insbesondere auf ebay, agieren. Der Fragebogen war über zweckdienliche Kanäle abrufbar, u.a. als Onlinefragebogen über das Internet. In die Auswertung konnten 172 Fragebögen einbezogen werden. Der Vergleich mit den soziodemographischen Charakteristika der repräsentativen Ergebnisse des Statistischen Bundesamtes zeigt eine weitgehende Übereinstimmung im Großen und Ganzen, aber nicht im Detail, so dass die Ergebnisse der eigenen Erhebung keine statistische Repräsentativität beanspruchen können, als Pilotstudie jedoch aufschlussreiche Erkenntnisse bieten. Die Studie wurde vom **Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft** gefördert.

Die **Differenzierung nach soziodemographischen Merkmalen** zeigt für die Befragten der eigenen Erhebung Folgendes:

- Nach dem **Geschlecht**: männlich waren 59 %, weiblich waren 41 %.
- Nach dem **Alter**: zwischen 15 und 29 Jahre alt waren 47 %, zwischen 30 und 59 Jahre alt waren 51 %, und 55 Jahre und älter waren 2 %.
- Nach dem **Schulabschluss**: einen Haupt-/Volksschulabschluss hatten 4 %, einen Abschluss der Realschule (Mittlere Reife) hatten 13 %, und die (Fach-)Hochschulreife hatten 83 %.
- Nach der **sozialen Stellung und der Stellung im Beruf**: selbstständig waren 13 %, Beamte oder Angestellte waren 49 %, Arbeiter waren 1 %, Studierende waren 24 %, Schüler waren 3 %, arbeitslos waren 4 %, in der Ausbildung waren 2 %, und Hausfrau bzw. Hausmann waren 2 %.
- Nach der **Haushaltsgröße**: Einpersonenhaushalte waren 26 %, Zweipersonenhaushalte waren 44 %, Dreipersonenhaushalte waren 10 %, Vierpersonenhaushalte waren 16 %, und Haushalte mit fünf und mehr Personen waren 5 %.
- Nach der **Haushaltsform**: mit (ohne) erwachsenem Partner lebten 59 % (61 %), mit (ohne) Kinder im Haushalt lebten 29 % (71 %).
- Nach monatlichem **Haushaltsnettoeinkommen**: bis unter 1.300 Euro hatten 34 %, zwischen 1.300 bis unter 2.600 Euro hatten 30 %, zwischen 2.600 bis unter 3.600 Euro hatten 13 %, zwischen 3.600 bis unter 5.100 Euro hatten 8 %, und mehr als 5.100 Euro hatten 6 % zur Verfügung.

Ein **Hauptziel** der eigenen Erhebung war die **Bildung von Typen auf Grund der Motive** für das Angebots- und Verkaufsverhalten. Es konnten drei „reine“ Typen und ein gemischter Typ gebildet werden, die sich wie folgt auf die Befragten verteilen:

- |  |      |
|--|------|
| ▪ Erwerbsorientierung (gezielte Beschaffung für Verkauf, Zusatzverdienst)  | 5 %  |
| ▪ Spannungs- und Spaßmotiv („Versteigern auf ebay finde ich spannend“)     | 4 %  |
| ▪ Vernunftmotiv (früher selber genutzt bzw. nie genutzt, lagert ungenutzt) | 41 % |
| ▪ Motivmischungen (mehrere Motive als „trifft voll zu“ genannt)            | 49 % |

Ein **weiteres Ziel** war die Gewinnung von Informationen über **ausgewählte Merkmale** der Verkaufstätigkeit und die Prüfung typspezifischer Ausprägungen. Gefragt wurde u.a. nach:

- Versteigerten Artikeln
- Verkaufshäufigkeit
- Umsatzhöhe
- Nutzung von anderen Internet-Handelsplattformen außer ebay
- Erstkontakt mit ebay
- Erfahrungen auf herkömmlichen Second-Hand-Märkten
- Vertriebswegen bzw. herkömmlich genutzten Märkten
- Verkauften Artikeln auf herkömmlichen Märkten
- Kommentierungen zur Zufriedenheit mit dem Handel auf ebay

**Versteigerte Waren** sind hauptsächlich Elektroartikel (48 % der Mehrfachnennungen insgesamt), Bücher und Kleidung & Accessoires (je 38 %), Artikel der Kategorie Sammeln & Seltenes (27 %), Möbel (14 %), Haushaltsgeräte (12 %) und Spielzeug (9 %). Bei den Erwerbsorientierten dominiert Sammeln & Seltenes (77 %), bei den Spannungs- und Spaßorientierten dominiert Kleidung & Accessoires (71 %), bei den Vernunftmotivierten sind es gleichauf Elektroartikel und Bücher (je 45 %), und in der Mischform dominieren Elektroartikel (52 %).

„**Gelegentlich**“ ist insgesamt die häufigste Verkaufsfrequenz (66 % der Nennungen). „Häufig“ verkaufen 22 %, und „Selten“ verkaufen 13 %. Die Erwerbsorientierten verkaufen überwiegend „Häufig“ (67 %), die übrigen Verhaltenstypen verkaufen überwiegend „Gelegentlich“: die Spannungs- und Spaßorientierten zu 86 %, die Vernunftmotivierten zu 70 % und die gemischt Motivierten zu 64 %.

Einen durchschnittlichen **Umsatz pro Jahr** bis unter 200 Euro erzielen insgesamt 47 % der Befragten. Zwischen 200 bis unter 400 Euro erzielen 22 %, 400 bis unter 600 Euro nennen 11 %, 600 bis unter 1.000 Euro geben 6 % an, und 1.000 bis 1.500 Euro schaffen 5 %. Darüber liegen die restlichen 14 %. Die Umsatzgrößenklassen sind typspezifisch besetzt. Nur die Erwerbsorientierten finden sich überwiegend in den hohen Umsatzgrößenklassen von 600 Euro und mehr (66 %). Die übrigen Verhaltenstypen sind überwiegend in den Umsatzgrößenklassen bis 600 Euro (80 bis 90 %).

**Andere Internet-Handelsplattformen außer ebay** werden nur in geringem Ausmaß genutzt. Am häufigsten zusätzlich in Anspruch genommen wird Ricardo (42 % der insgesamt 47 % Mehrfachnennungen), gefolgt von Beste Auktion und Atrada (je 33 %), Hood (14 %) und Feininger (3 %). Am geringsten ausgeprägt ist die zusätzliche Nutzung von anderen Handelsplattformen bei den vernunftmotivierten Verkäufern.

**Erstkontakt mit ebay** wurde hauptsächlich über Freunde bzw. Bekannte hergestellt (49 %). Bei 33 % war es kein äußerer Anstoß, sondern die Verfügbarkeit über einen Internetzugang. Für 8 % war es die Werbung, und für 7 % waren es Zeitungsartikel, die den Impuls zur Nutzung ausgelöst haben. Hier zeigen sich keine verhaltenstypspezifischen Ausprägungen.

**Erfahrungen auf herkömmlichen Second-Hand-Märkten** hatten 74 % der Befragten. Bei den Erwerbsorientierten waren es 100 %, bei den durch Spaß und Spannung motivierten waren es 86 %, bei den Vernunftmotivierten waren 76 %, und bei den gemischt Motivierten waren es 72 %.

**Vertriebswege bzw. herkömmliche Märkte** waren hauptsächlich Flohmärkte (61 % der Mehrfachnennungen), Zeitungsannoncen (55 %), Second-Hand-Läden (31 %), Gebrauchtwagenmärkte (22 %), Aushänge (6 %), Bekanntenkreis (5 %) und herkömmliche Haushaltsauflösung (2 %). Insbesondere die Vernunftorientierten hatten früher Flohmärkte als Vertriebsweg genutzt (69 %). Bei den anderen Verhaltenstypen waren es nur 50 bis 57 %, die zuvor Flohmärkte genutzt hatten.

**Verkaufte Artikel auf herkömmlichen Märkten** waren vor allem Bücher (52 % der Mehrfachnennungen), Kleidung & Accessoires sowie Spielzeug (je 47 %), Elektroartikel (39 %), Möbel & Wohngegenstände (31 %), Sammeln & Seltenes (30 %), Haushaltsgeräte (29 %) sowie Auto & Motorrad (17 %). Auch hier sind es die Vernunftorientierten, die überproportional Bücher (67 %) und Kleidung & Accessoires (54 %) sowie Spielzeug (52 %) verkauft haben.

Die **Kommentierungen zur Zufriedenheit** mit dem Handel auf ebay fallen unterschiedlich aus. Erwerbsorientierte äußern sich teilweise unzufrieden, weil zu viele Fälschungen von Markenartikeln angeboten würden und ebay zur Billigplattform im Kunstbereich verkomme. Vernunftmotivierte sind überwiegend sehr zufrieden, beklagen aber vereinzelt zu hohe Gebühren. Von den gemischt motivierten Verkäufern kommen positive Kommentare: „Ich hatte mit ebay noch nie Pech.“ – „Macht Spaß!“ – „Zuerst wird immer bei ebay geschaut.“ – „Ebay dient uns auf dem Land als hervorragende Verkaufsplattform.“