



# Faktenblatt

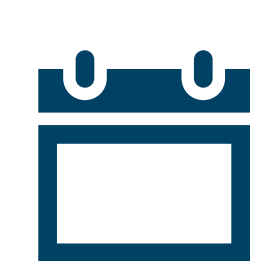
## zur DIN-Verbraucherrat Studie

### „Online-Marktplätze aus Verbrauchersicht: Probleme, Barrieren und Lösungsansätze“

#### Inhalt der Studie

Die Studie beschäftigt sich mit der Thematik der Online-Marktplätze (**OM**) und grenzt diese von reinen Online-Shops (**OS**) ab. Auf Grundlage einer Literaturrecherche wird die Customer Journey der Verbraucher\*innen im Prozess der Transaktionen auf Marktplätzen dargestellt, Verbraucherprobleme ermittelt und daraufhin Forschungslücken aufgedeckt. Auf Grundlage der ermittelten Lücken wurde eine repräsentative Umfrage unter 1.000 Verbraucher\*innen durchgeführt. Schlussendlich wurden Handlungsempfehlungen für die Verbraucherpolitik und Normung abgeleitet.

#### Fakten zur Studie



Veröffentlichungsdatum:  
**Dezember 2023**



Anzahl der Studienteilnehmer:  
**1.000 Befragte**



Durchgeführt von:  
**ConPolicy GmbH**



Finanziert durch: **Bundesministerium für Umwelt, nukleare Sicherheit & Verbraucherschutz (BMUV)**

#### Interessante Fakten der Befragung



Nur **10 %** wussten, dass es sich bei Douglas, H&M und Decathlon um **Online-Marktplätze** handelt.



Das **Vertrauen** in reine Online-Shops ist grundsätzlich größer als in Marktplätze.



Die Mehrheit kann die verschiedenen **Verantwortungsbereiche** der **OM** & **OS** nicht korrekt zuordnen.

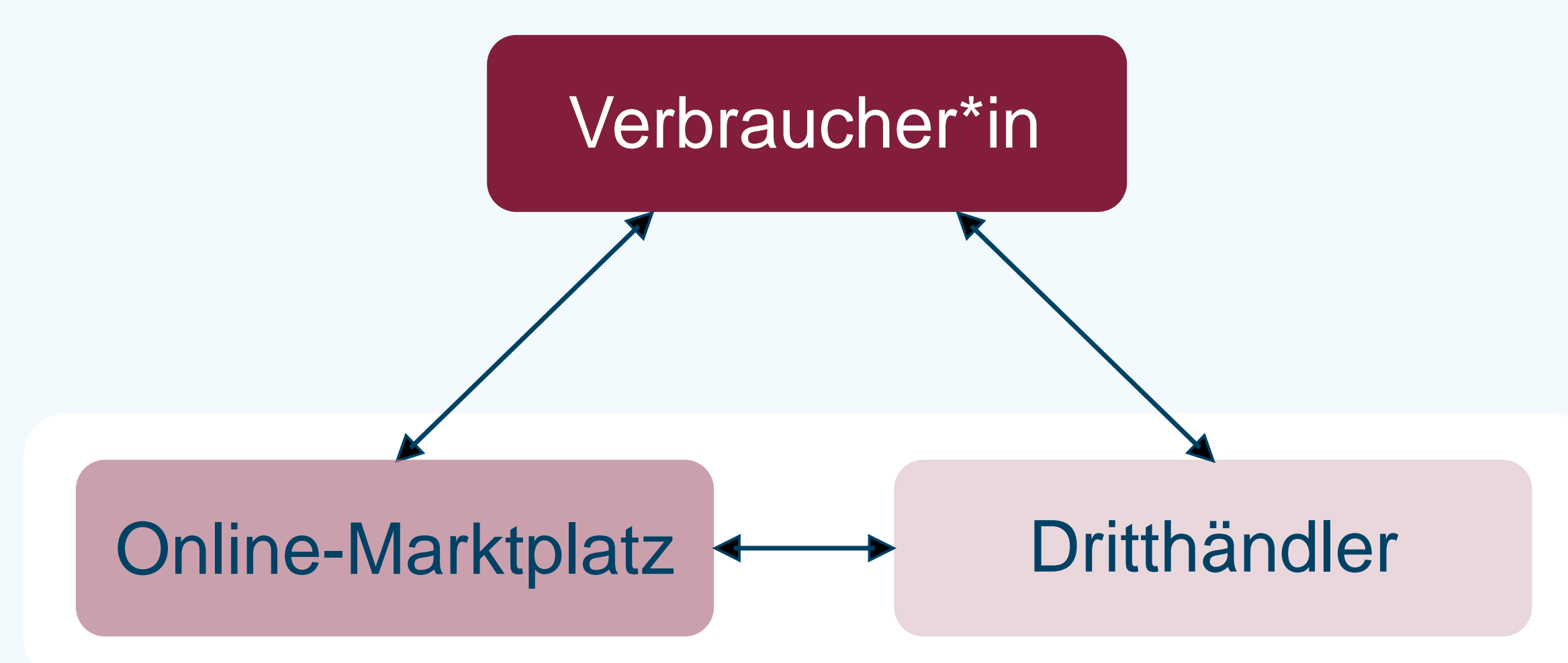


Der eigene **Kenntnisstand** zu den Eigenschaften der **OM** & **OS** wird grundsätzlich zu hoch eingeschätzt.



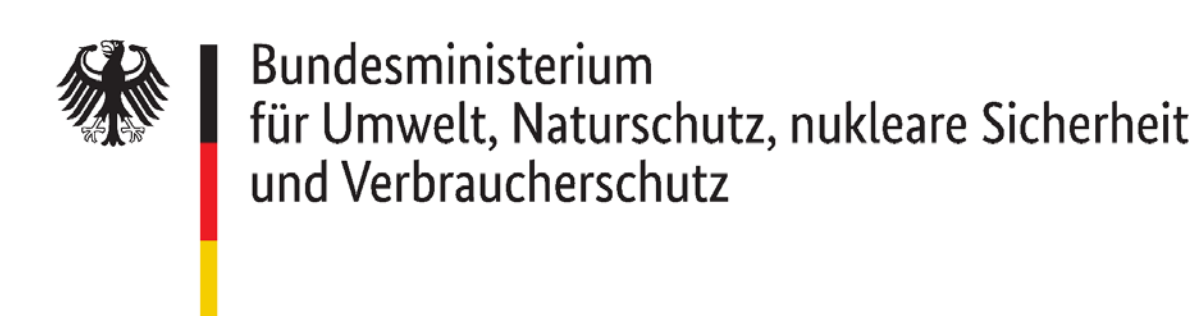
Die **häufigsten Probleme** auf **OM**: aufwändige Verpackung, verspätete Lieferung und unvollständige Lieferung

#### Was ist ein Online-Marktplatz?



Auf einem **Online-Marktplatz** bieten **mehrere unterschiedliche Verkäufer** (= Dritthändler) ihre Produkte an. Häufig verkauft der Online-Marktplatzbetreiber auch eigene Produkte und ist somit auch Verkäufer.

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages