

FOCUS ON TECH LIFE • WEB • ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ-ΙΟΥΝΙΟΣ 2026

# Από τη Gen Z στη Gen X: Πώς αλλάζει το online shopping

Τι βάζει κάθε γενιά στο ψηφιακό της καλάθι

# Ταυτότητα έρευνας

Πληθυσμός

**16-64**

Εύρος ηλικίας



Δείγμα

**1.500**

Άτομα



Γεωγραφική Κάλυψη

**Σύνολο  
Ελλάδας**



**CAWI**

(Computer Assisted Web Interviews)

Online web survey  
μέσω του YouGov panel



Περίοδος διεξαγωγής: Ιανουάριος-Ιούνιος 2026

## Οι εξεταζόμενες γενιές

**01**

**Gen Z**

16-29 ετών

**n=413**

**02**

**Millennials**

30-45 ετών

**n=475**

**03**

**Gen X**

46-61 ετών

**n=548**

# 8 στους 10 Έλληνες (80%) ψωνίζουν online

## Gen Z

**76%**

είναι e-shoppers

Βάση: Χρήστες Internet (τελ. 30 ημέρες)

**27** αγορές

κατά μέσο όρο στο τελευταίο εξάμηνο

Βάση: e-shoppers (τελ. 6 μήνες)

## Millennials

**82%**

είναι e-shoppers

Βάση: Χρήστες Internet (τελ. 30 ημέρες)

**29** αγορές

κατά μέσο όρο στο τελευταίο εξάμηνο

Βάση: e-shoppers (τελ. 6 μήνες)

## Gen X

**82%**

είναι e-shoppers

Βάση: Χρήστες Internet (τελ. 30 ημέρες)

**23** αγορές

κατά μέσο όρο στο τελευταίο εξάμηνο

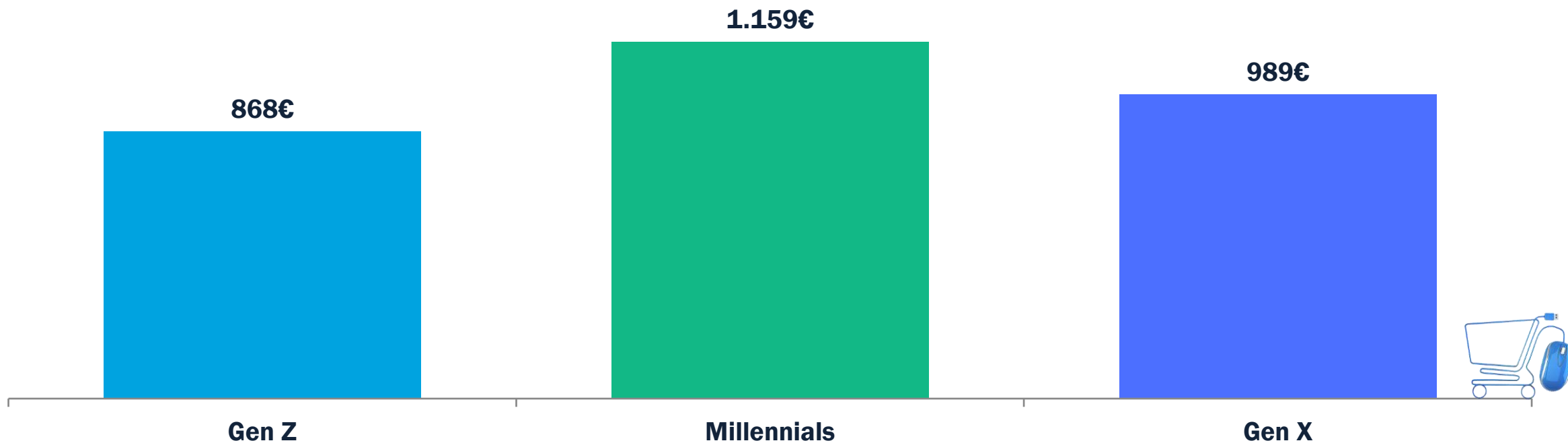
Βάση: e-shoppers (τελ. 6 μήνες)

Η διείσδυση του online shopping είναι υψηλή σε όλες τις γενιές, με Millennials και Gen X να προηγούνται οριακά (82%).  
Ωστόσο, σε συχνότητα αγορών ξεχωρίζουν οι Millennials, ενώ η Gen Z εμφανίζεται πιο ενεργή από τη Gen X

# Πόσα ξοδεύουν



Μέσο συνολικό ποσό online αγορών ανά γενιά (τελευταίους 6 μήνες)



Οι Millennials εμφανίζουν τη μεγαλύτερη δαπάνη online αγορών, φτάνοντας τα 1.159€ στο εξάμηνο — περίπου 34% υψηλότερα από τη Gen Z. Η Gen X ακολουθεί με 989€

# Top5 online αγορών

Κορυφαίες κατηγορίες και μέσο ποσό σε αυτές ανά γενιά (τελευταίοι 6 μήνες)

## Gen Z

16-29 ετών

- |    |                                          |            |
|----|------------------------------------------|------------|
| 1. | Ρούχα                                    | 44% → 146€ |
| 2. | ;Φαγητό / delivery                       | 36% → 140€ |
| 3. | Παπούτσια                                | 25% → 121€ |
| 4. | Εισιτήρια ακτοπλοϊκά, τρένων, λεωφορείων | 21% → 98€  |
| 5. | Αεροπορικά εισιτήρια                     | 20% → 305€ |

## Millennials

30-45 ετών

- |    |                    |            |
|----|--------------------|------------|
| 1. | Ρούχα              | 41% → 171€ |
| 2. | Φαγητό / delivery  | 40% → 199€ |
| 3. | Παπούτσια          | 34% → 122€ |
| 4. | Βιταμίνες / συμπλ. | 25% → 81€  |
| 5. | Ηλεκτρονικά        | 25% → 263€ |

## Gen X

46-61 ετών

- |    |                   |            |
|----|-------------------|------------|
| 1. | Ρούχα             | 43% → 128€ |
| 2. | Παπούτσια         | 32% → 113€ |
| 3. | Φαγητό / delivery | 29% → 153€ |
| 4. | Καλλυντικά        | 28% → 74€  |
| 5. | Ηλεκτρονικά       | 23% → 225€ |

Ρούχα, παπούτσια και delivery είναι ο κοινός πυρήνας και των τριών γενιών, επιβεβαιώνοντας την καθολική τους δυναμική στο online shopping.

Η Gen Z στρέφεται περισσότερο σε μετακινήσεις και ταξίδια, ενώ Millennials και Gen X εμφανίζουν ένα πιο οικογενειακό προφίλ αγορών.

Το delivery είναι η μόνη κατηγορία με υψηλή διεύθυνση και υψηλή δαπάνη σε κάθε γενιά.

# Πού ξοδεύουν τα περισσότερα

Τορ 5 κατηγοριών με το μεγαλύτερο μέσο ποσό ανά γενιά (τελευταίοι 6 μήνες)

## Gen Z

16–29 ετών

|    |                      |      |
|----|----------------------|------|
| 1. | Έπιπλα / οικιακά     | 567€ |
| 2. | Αεροπορικά εισιτήρια | 305€ |
| 3. | Ηλεκτρονικά          | 295€ |
| 4. | Ηλεκτρικές συσκευές  | 259€ |
| 5. | Ξενοδοχεία / διαμονή | 254€ |

## Millennials

30–45 ετών

|    |                       |      |
|----|-----------------------|------|
| 1. | Ξενοδοχεία / διαμονή  | 394€ |
| 2. | Αγορές για Κατοικίδια | 362€ |
| 3. | Έπιπλα / οικιακά      | 335€ |
| 4. | Supermarket           | 330€ |
| 5. | Αεροπορικά εισιτήρια  | 327€ |

## Gen X

46–61 ετών

|    |                      |      |
|----|----------------------|------|
| 1. | Ξενοδοχεία / διαμονή | 507€ |
| 2. | Αεροπορικά εισιτήρια | 500€ |
| 3. | Supermarket          | 409€ |
| 4. | Webinars             | 271€ |
| 5. | Ηλεκτρικές συσκευές  | 243€ |

Η αξία των online δαπανών αντανακλά τις διαφορετικές προτεραιότητες κάθε γενιάς: η Gen Z εστιάζει στο νέο της ξεκίνημα και στα ταξίδια, οι Millennials στο σπίτι και την οικογένεια, ενώ η Gen X περισσότερο σε ταξίδια, εμπειρίες και αυτοβελτίωση

# Πώς πληρώνουν

Τρόποι πληρωμής (τελευταίοι 6 μήνες)

| Gen Z<br>16–29 ετών |     | Millennials<br>30–45 ετών |     | Gen X<br>46–61 ετών |     |
|---------------------|-----|---------------------------|-----|---------------------|-----|
| Χρεωστική κάρτα     | 56% | Χρεωστική κάρτα           | 66% | Χρεωστική κάρτα     | 62% |
| Ψηφιακά wallets     | 41% | Ψηφιακά wallets           | 34% | Αντικαταβολή        | 33% |
| Αντικαταβολή        | 34% | Αντικαταβολή              | 31% | Πιστωτική κάρτα     | 28% |
| Πιστωτική κάρτα     | 24% | Πιστωτική κάρτα           | 23% | Ψηφιακά wallets     | 26% |

Η Gen Z φαίνεται να κινείται πιο άνετα σε άμεσες, digital πληρωμές, οι Millennials δείχνουν μεγαλύτερη έμφαση στον έλεγχο του καθημερινού και οικογενειακού budget μέσω χρεωστικής, ενώ η Gen X διατηρεί πιο παραδοσιακό mix, με μεγαλύτερη χρήση πιστωτικής κάρτας

# 4 insights για το e-commerce ανά γενιά

1

## Το e-commerce είναι πλέον συνήθεια και στις τρεις γενιές

Η διείσδυση είναι υψηλή και με μικρές διαφορές: 76% στη Gen Z και 82% σε Millennials και Gen X

2

## Οι Millennials είναι οι πιο ενεργοί e-shoppers

Κάνουν τις περισσότερες αγορές (29) και καταγράφουν την υψηλότερη εξαμηνιαία δαπάνη (1.159€)

3

## Οι προτεραιότητες αγορών αλλάζουν από γενιά σε γενιά

Gen Z: νέο ξεκίνημα και ταξίδια · Millennials: σπίτι και οικογένεια · Gen X: ταξίδια, εμπειρίες και αυτοβελτίωση

4

## Χρεωστική κάρτα παντού

Η Gen Z ξεχωρίζει στα digital wallets (41%), ενώ η Gen X παραμένει πιο κοντά σε πιστωτική και αντικαταβολή



# Σας ευχαριστούμε!

FOCUS ON TECH LIFE · WEB · Ιανουάριος–Ιούνιος 2026

