

P R E S S E M I T T E I L U N G

Zunehmendes Interesse der Deutschen am Lebensmittelonlinehandel und der Nutzung digitaler Dienstleistungen.

Berlin, 19. November 2015. Die deutschen Online- und Versandhändler verzeichneten im dritten Quartal 2015 ein Umsatzplus von 4 Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum. Insbesondere der Lebensmittelversand erfuhr eine intensive Belebung.

Der Interaktive Handel (Online- und Versandhandel) erzielte in den Monaten Juli bis September 2015 einen Gesamtumsatz mit Waren in Höhe von 12,3 Mrd. EUR (3. Q. 2014: 11,9 Mrd. EUR; +4 Prozent). Der Anteil des Onlinehandels lag im dritten Quartal bei 91,5 Prozent, was einem Umsatz von 11,3 Mrd. EUR (3. Q. 2014: 9,8 Mrd. EUR; +15,7 Prozent) entspricht. Die Umsätze mit digitalen Dienstleistungen beliefen sich in diesem Zeitraum auf 3,2 Mrd. EUR (3. Q. 2014: 2,3 Mrd. EUR; +38 Prozent).

Leben und Genuss – spannende Entwicklung bei den Warengruppen

Die aus der Vergangenheit gewohnt starken Warengruppen lassen sich auch in dem 3. Quartal 2015 erkennen. Der Spitzenreiter Bekleidung verzeichnete einen Umsatz von 2.933 Mio. EUR (3. Q. 2014: 2.813 Mio. EUR; +4,3 Prozent). Das Warensegment U-Elektronik/E-Artikel inkl. Telekommunikation erwirtschaftete 1.901 Mio. EUR (3. Q. 2014: 1.778 Mio. EUR; +6,9 Prozent). Im Warensegment Schuhe hielten sich die Umsätze nahezu stabil bei 879 Mio. EUR (3. Q. 2014: 872 Mio. EUR; +0,8 Prozent). In dem Warensegment Bücher und E-Books wurde ein rückläufiger Umsatz von 868 Mio. EUR (3. Q. 2014: 1.088 Mio. EUR; -20,2 Prozent) erfasst. Die Kategorie Möbel und Dekoration inkl. Lampen befand sich mit einem Umsatz von 721 Mio. EUR (3. Q. 2014: 742 Mio. EUR; -2,8 Prozent) an letzter Stelle der Top Five.

Im starken Aufwind befindet sich das Warensegment Lebensmittel. Hier stiegen die Umsätze auf 290 Mio. EUR (3. Q. 2014: 190 Mio. EUR; +52,4 Prozent), was einen vielversprechenden Jahresausklang für die deutschen Lebensmittelversender erwarten lässt.

„Neben den schon E-Commerce-'Klassikern' Bekleidung, Medien und Elektronik ist bei den Waren besonders beachtlich das Wachstum im Bereich ‚Lebensmittel‘. Das Jahr 2015 scheint den Durchbruch in diesem Markt mit riesigem Potential zu bringen“, stellt Christoph Wenk-Fischer, Hauptgeschäftsführer des bevh, fest.

Steigerung Digitaler Dienstleistungen

Das Interesse der Konsumenten an digitalen Dienstleistungen hat im Vergleich zum Vorjahreszeitraum erheblich zugenommen und so verzeichneten die digitalen Dienstleistungen im dritten Quartal 2015 eine Umsatzsteigerung von 38 Prozent. *„Die Regel, dass alles, was digitalisiert werden kann, auch digitalisiert wird, bestätigt sich im enormen Wachstum der Digitalen Dienstleistungen: Elektronische Tickets, Reisebuchung online und Downloads ersetzen immer stärker ihre analogen Vorgänger“,* ergänzt Wenk-Fischer.

Onlinemarktplätze haben den Multi-Channel-Handel überholt

Onlinemarktplätze holten im Vergleich zum Vorjahreszeitraum auf und verzeichneten im dritten Quartal 2015 mit 6.029 Mio. EUR (3. Q. 2014: 5.272 Mio. EUR; +14,4 Prozent) den größten Umsatz unter den Versandertypen. Die Multi-Channel-Versender erfuhren hingegen eine leicht rückläufige Entwicklung und erwirtschafteten 4.263 Mio. EUR (3. Q. 2014: 4.393 Mio. EUR; -3 Prozent). Internet-Pure-Player verzeichneten Umsätze von 1.577 Mio. EUR (3. Q. 2014: 1.513 Mio. EUR; +4,3 Prozent). Versender die im Stationären Handel beheimatet sind vermerkten einen rückläufigen Umsatz bei 1.419 Mio. EUR (3. Q. 2014: 1.598 Mio. EUR; -11,2 Prozent).

Jahresprognose 2015 kann bestätigt werden

Bliebe das diesjährige Weihnachtsgeschäft allein auf Vorjahresniveau, wird die zu Beginn des Jahres 2015 aufgestellte Umsatzprognose für den gesamten Interaktiven Handel von 51,6 Mrd. EUR und für den E-Commerce von 46,9 Mrd. EUR bestätigt. Sollte das Weihnachtsgeschäft 2015, in Anbetracht der positiven Gesamtentwicklung der Branche, erwartungsgemäß wachsen, wird diese jedoch noch übertroffen werden.

Zur Studie

Die Untersuchung „Interaktiver Handel in Deutschland“ wird in diesem Jahr zum dritten Mal im aktualisierten Studiendesign vom Marktforschungsinstitut GIM-Gesellschaft für innovative Marktforschung im Auftrag des Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland

e.V. (bevh) durchgeführt. Dafür werden rund 40.000 Privatpersonen aus Deutschland im Alter von über 14 Jahren von Januar bis Dezember 2015 telefonisch und per Onlinefragebogen zu ihrem Ausgabeverhalten im Online- und Versandhandel und zu ihrem Konsum von digitalen Dienstleistungen (z.B. im Bereich Downloads oder Ticketing) befragt. Das Endergebnis der Studie wird Anfang 2016 nach Abschluss der Umfrage veröffentlicht. Die heute vorgelegten Zahlen basieren auf der Auswertung der Monate Juli bis September 2015.

Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e.V. (bevh)

Friedrichstraße 60 (Atrium Friedrichstraße), 10117 Berlin

Josephine Schmitt, Presseabteilung

Tel. 030 20 61 385 16, 0162 252 52 68

josephine.schmitt@bevh.org, www.bevh.org, www.katalog.de

Über den bevh

Dank E-Commerce und Internet ist der Versandhandel so vital wie nie. Der Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e.V. (bevh) ist die Branchenvereinigung der Interaktiven Händler (d.h. der Online- und Versandhändler). Die Branche setzt aktuell jährlich im Privatkundengeschäft allein mit Waren rund 49 Mrd. Euro um. Der Online-Handel mit Waren hat daran einen Anteil von 85 Prozent. Der jährliche Gesamtumsatz im Geschäft mit gewerblichen Kunden wird auf mindestens 8,1 Mrd. Euro geschätzt. Neben den Versendern sind dem bevh auch namhafte Dienstleister angeschlossen. Der bevh vertritt die Brancheninteressen aller Mitglieder gegenüber dem Gesetzgeber sowie Institutionen aus Politik und Wirtschaft. Darüber hinaus gehören die Information der Mitglieder über aktuelle Entwicklungen und Trends, die Organisation des gegenseitigen Erfahrungsaustausches sowie fachliche Beratung zu den Aufgaben des Verbands.