

PRESSEMITTEILUNG

E-Commerce Umsätze für 1. Quartal 2019 übertreffen Erwartungen - Top-3 Umsatzgewinner sind Lebensmittel, Haushaltswaren sowie Computer

Berlin 22.04.2019 | **Der Onlinehandel legt zwischen Januar und März mit einem Plus von 11,2 Prozent im Vergleich zum 1. Quartal 2018 überraschend stark zu. Das Wachstum im ersten Quartal dieses Jahres lag damit noch über den starken Vorjahreswerten von 10,6 Prozent.**

Die Kunden kauften im Onlinehandel zwischen Januar und März 2019 Waren für 16.244 Mio. EUR inkl. USt ein (1. Q. 2018: 14.603 Mio. EUR inkl. USt). Im 1. Quartal 2019 lag das Wachstum in der Kategorie Lebensmittel bei 20,7 Prozent gegenüber dem Vorjahr und erwirtschaftete einen Online-Umsatz von 282 Mio. EUR inkl. USt (1. Q. 2018: 234 Mio. EUR inkl. USt). Somit gehörte die Warengruppe zum Spitzenreiter. Dicht gefolgt von der Warengruppe Haushaltswaren- und geräte. Im 1. Quartal 2019 wurde hier ein Umsatz von 1.060 Mio. EUR inkl. USt (1. Q. 2018: 896 Mio. EUR inkl. USt) erwirtschaftet und stieg um 18,3 Prozent. Die Umsätze für Computer, Zubehör und Spiele wuchsen online im 1. Quartal 2019 um 17,8 Prozent und beliefen sich auf 1.366 Mio. EUR inkl. USt (1. Q. 2018: 1.160 Mio. EUR inkl. USt).

„2019 startete sehr erfreulich für den Onlinehandel. Das erste Quartal bildet zwar immer auch das hervorragende ‚nachlaufende‘ Weihnachtsgeschäft mit ab. Wir liegen aber für Januar bis März trotz aller wirtschaftlichen Unwägbarkeiten wie Brexit und mögliche konjunkturelle Eintrübungen schon am oberen Rand unserer Umsatzerwartungen für die Branche“, so Christoph Wenk-Fischer, Hauptgeschäftsführer des Bundesverband E-Commerce und Versandhandel e.V. (bevh).

Warengruppen-Cluster „Freizeit“ (DIY/Blumen, Spielwaren, Auto/Motorrad/Zubehör, Hobby/Freizeitartikel)

Der gesamte Online-Umsatz des Warengruppen-Clusters stieg im 1. Quartal 2019 auf 1.861 Mio. EUR inkl. USt (1. Q. 2018: 1.691 Mio. EUR inkl. USt) um insgesamt 10,0 Prozent.

Warengruppen-Cluster „Einrichtung“ (Möbel/Lampen/Deko, Haus- /Heimtextilien, Haushaltswaren-/geräte)

Im 1. Quartal 2019 stieg der Online-Umsatz auf insgesamt 2.542 Mio. EUR inkl. USt (1. Q. 2018: 2.220 Mio. EUR inkl. USt). Dies ist das zweite Jahr in Folge ein wiederholtes Wachstum von 14,5 Prozent im ersten Quartal.

Warengruppen-Cluster „Bekleidung inkl. Schuhe“

Bekleidung wurde online im 1. Quartal 2019 für 3.132 Mio. EUR inkl. USt (1. Q. 2018: 2.743 Mio. EUR inkl. USt) gekauft. Das Wachstum lag somit bei 14,2 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Der Bereich Schuhe erwirtschaftete einen Online-Umsatz von 1.049 Mio. EUR inkl. USt (1. Q. 2018: 970 Mio. EUR inkl. USt). Hier lag das Wachstum bei 8,1 Prozent gegenüber dem Vorjahr.

Warengruppen-Cluster „Täglicher Bedarf“ (Lebensmittel, Drogerie, Tierbedarf)

Das Gesamtvolumen des Warengruppen-Cluster „Täglicher Bedarf“ stieg online um insgesamt 13,3 Prozent mit einem Gesamtumsatz von 1.050 Mio. EUR inkl. USt (1. Q. 2018:

926 Mio. EUR inkl. USt). Allein der Umsatz bei Drogerie hat sich gegenüber dem Vorjahr um 16,4 Prozent gesteigert.

Warengruppen-Cluster „Unterhaltung“ (Bücher/Ebooks/Hörbücher, Computer/Zubehör/Spiele/Software inkl. Downloads, Elektronikartikel/Telekommunikation)

Die Umsätze für die Warengruppe Computer, Zubehör und Spiele wuchsen online im 1. Quartal 2019 um 17,8 Prozent und beliefen sich auf 1.366 Mio. EUR inkl. USt (1. Q. 2018: 1.160 Mio. EUR inkl. USt). Die Online-Umsätze bei Büchern und E-Books stiegen um 3,5 Prozent und lagen bei 944 Mio. EUR inkl. USt (1. Q. 2018: 912 Mio. EUR inkl. USt).

Versendertypen im E-Commerce-Handel: Multichannel und Omnichannel weiterhin vorn

Im 1. Quartal zogen die Multichannel-Versender weiter voran. Diese Kategorie wuchs im Vergleich zum Vorjahr um 15,4 Prozent und erreichte einen Online-Umsatz von 5.912 Mio. EUR inkl. USt (1. Q. 2018: 5.123 Mio. EUR inkl. USt). Ein Wachstum von 10,6 Prozent gegenüber dem Vorjahr und einen Umsatz von 7.639 Mio. EUR inkl. USt (1. Q. 2018: 6.908 Mio. EUR inkl. USt) erwirtschafteten die Online-Marktplätze.

Im gesamten Interaktiven Handel (Online- und klassischer Versandhandel) kauften im 1. Quartal 2019 die deutschen Verbraucher Waren für 16.740 Mio. EUR inkl. USt (1. Q. 2018: 15.335 Mio. EUR inkl. USt). Daran hat der Onlinehandel einen Anteil von 97,0 Prozent und konnte seine Durchdringung um 1,8 Prozentpunkte zum Vorjahresquartal steigern. Die digitalen Dienstleistungen wie elektronische Tickets und Hotelbuchungen etc. verzeichnen einen Umsatz von 4.489 Mio. EUR inkl. USt (1. Q. 2018: 4.120 Mio. EUR inkl. USt) und damit ein Umsatzplus von 6,6 Prozent.

Mit einem Plus von 11,4 Prozent auf 65,1 Mrd. Euro ist der Brutto-Umsatz mit Waren im E-Commerce im Jahr 2018 weiterhin zweistellig gewachsen. Der reine E-Commerce-Umsatz steht somit für mehr als jeden achten Euro im Einzelhandel. Der E-Commerce-Umsatz dürfte die 70 Mrd. Euro-Marke überspringen und knapp unter 72 Mrd. Euro brutto (+10,5 Prozent) erreichen. Für den Gesamtmarkt des Interaktiven Handels rechnet der bevh mit einem Wachstum von 8,6 Prozent auf rund 73,95 Mrd. Euro brutto.

Über die Studie:

Der Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e.V. (bevh) führt zum sechsten Mal in Folge die Verbraucherbefragung „Interaktiver Handel in Deutschland“ durch. Ab 2018 mit dem neuen Partner BEYON-DATA GmbH. In der Studie werden von Januar bis Dezember 40.000 Privatpersonen aus Deutschland im Alter ab 14 Jahren zu ihrem Ausgabeverhalten im Online- und Versandhandel und zu ihrem Konsum von digitalen Dienstleistungen (z. B. im Bereich Reisen oder Ticketing) befragt. Das Endergebnis der Studie wird Anfang 2020 nach Abschluss der Umfrage veröffentlicht. Die heute vorgestellten Zahlen basieren auf der Auswertung der Monate Januar bis März 2019.

Über den bevh

Der Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e.V. (bevh) ist die Branchenvereinigung der Interaktiven Händler (d.h. der Online- und Versandhändler). Neben den Versendern sind dem bevh auch namhafte Dienstleister angeschlossen. Nach Fusionen mit dem Bundesverband Lebensmittel-Onlinehandel und dem Bundesverband der Deutschen Versandbuchhändler, repräsentiert der bevh die kleinen und großen Player der Branche. 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 eine fachliche Beratung zu den Aufgaben des Verbands.

Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e.V. (bevh)
Friedrichstraße 60 (Atrium)
10117 Berlin
Susan Saß
Tel. 030 20 61 385 16, 0162 252 52 68
susan.sass@bevh.org