

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

E-Commerce-Schwung hält an: Online-Handel legt im 3. Quartal 2020 mit einem Plus von 13,3 Prozent im Vergleich zum Vorjahr zu

Berlin 04.10.2020 | **Das überdurchschnittliche Wachstum des E-Commerce hat in Deutschland auch im dritten Quartal angehalten. Die aktuellen Zahlen für das 3. Quartal 2020 der großen Verbraucherstudie des Bundesverbandes E-Commerce und Versandhandel Deutschland e.V. (bevh) zeigen weiterhin ein starkes Wachstum insbesondere bei Gütern des täglichen Bedarfs. Als Motor des Handels insgesamt legt der Online-Handel für das 3. Quartal 2020 mit einem Plus um 13,3 Prozent erneut stärker zu als im entsprechenden Vorjahresquartal (+12,3 Prozent). Kumuliert erhöhte sich der E-Commerce-Umsatz seit Jahresbeginn im Vergleich mit den ersten 9 Monaten 2019 um 10,6 Prozent auf 56.034 Mio. Euro. Aufgrund des Corona-bedingten Einbruchs, vor allem im Bekleidungssektor, im 1. Quartal liegt das im Jahr 2020 aufgelaufene Wachstum prozentual noch leicht unter dem Schnitt der Vorjahre.**

Von Juli bis September 2020 verzeichnete die Branche im Online-Handel 19.329 Mio. EUR inkl. USt (3. Q. 2019: 17.063 Mio. EUR inkl. USt). Im gesamten Interaktiven Handel (Online- und klassischer Versandhandel) kauften im 3. Quartal 2020 die deutschen Verbraucher Waren für 19.650 Mio. EUR inkl. USt (3. Q. 2019: 17.467 Mio. EUR inkl. USt). Demnach hat der Onlinehandel inzwischen einen Anteil von 98,4 Prozent am Gesamtumsatz des Interaktiven Handels. Die digitalen Dienstleistungen wie elektronische Tickets, Downloads, Hotelbuchungen etc. verloren weiterhin massiv und erreichten mit einem Umsatz von 1.702 Mio. EUR inkl. USt. nur noch ein Drittel des Vorjahreswertes von 5.099 Mio. EUR inkl. USt.

„Obwohl seit Juli alle Läden wieder geöffnet haben, verlassen sich viele Verbraucher weiter auf die belastbaren Lieferstrukturen des Online- und Versandhandels,“ so Christoph Wenk-Fischer, Hauptgeschäftsführer des bevh. „Im Vergleich der Vertriebskanäle ist erneut sichtbar geworden, dass die reinen Distanzhändler den größten Teil des Marktwachstums im E-Commerce an sich ziehen konnten.“

Cocooning hält an: Täglicher Bedarf und Einrichtung treiben das Wachstum

Um 34 Prozent ist das Onlinevolumen des Warengruppen-Clusters „Täglicher Bedarf“ gestiegen und liegt mit einem Gesamtumsatz von 1.733 Mio. EUR inkl. USt (3. Q. 2019: 1.294 Mio. EUR inkl. USt) wie schon im 1. und 2. Quartal an der Wachstumsspitze. Das Warenssegment Lebensmittel erreichte dabei mit 633 Mio. EUR inkl. USt im 3. Quartal 2020 ein Plus um mehr als die Hälfte im Vorjahresvergleich (+52,9 Prozent ggü. 414 Mio. Euro inkl USt im 3. Quartal 2019).

Das Geld, das nicht in Reisen fließen konnte, investierten die Deutschen auch im dritten Quartal gern in Haus- und Gartenmöbel. Der Cluster Einrichtung legte mit 19,5 Prozent auf 3.205 Mio. EUR inkl. USt zu (3. Q. 2019: 2.682 Mio. EUR inkl. USt).

Überdurchschnittlich oft bestellten die Deutschen auch ihre Medikamente online. Diese Warengruppe wuchs von 220 Mio. Euro inkl. USt im 3. Quartal 2019 auf 312 Mio. EUR inkl. USt im 3. Quartal dieses Jahres.

Warengruppen-Cluster „Bekleidung“ wieder auf normalem Wachstumskurs

Mit einem Wachstum um 12,2 Prozent auf 5.042 Mio. EUR inkl. USt hat der E-Commerce-Umsatz mit Bekleidung und Schuhen (Warengruppen-Cluster „Bekleidung“) wieder sein normales Wachstumstempo erreicht (3. Q. 2019: 4.496 Mio. EUR inkl. USt). Schaut man nur auf den Online-Handel mit Bekleidung, also ohne Schuhe, stieg dieser im dritten Quartal leicht überdurchschnittlich um 13,9 Prozent auf 3.962 Mio. EUR (3. Q. 2019: 3.477 Mio. EUR). Aufgelaufen seit Jahresbeginn liegt der Umsatz im Cluster Bekleidung bei 13.868 Mio. EUR inkl. USt (1.-3. Q. 2019: 12.899 Mio. EUR inkl. USt) und damit bei einem Wachstum von 7,5 Prozent.

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

Auch der Freizeitsektor konnte mit einem überdurchschnittlichen Wachstum weiter Boden gut machen. Der gesamte Online-Umsatz des Warengruppen-Clusters stieg im 3. Quartal 2020 auf 2.274 Mio. EUR inkl. USt (3. Q. 2019: 2.024 Mio. EUR inkl. USt), ein Wachstum von 12,3 Prozent. Do-it-yourself-Produkte und Auto- bzw. Motorradzubehör zeigten sich mit +17,5 Prozent bzw. +14,4 Prozent dabei besonders robust.

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

Deutlich schwächer als der Gesamtmarkt entwickelte sich das Cluster „Unterhaltung“, welches nur um 6,1 Prozent auf 6.079 Mio. EUR inkl. USt zulegen konnte (3. Q. 2019: 5.730 Mio. EUR inkl. USt). Abkoppeln konnten sich auch hier die Video- und Musik-Downloads als Ersatz für Kino und Konzerte. Diese Kategorie legte online um 18,7 Prozent auf 717 Mio. EUR zu (3. Q. 2019: 605 Mio. EUR).

Versendertypen im E-Commerce: Onlineshops der stationären Händler laufen dem Markt weiter hinterher

Nur um 6,7 Prozent konnten die Onlineshops stationärer Händler zulegen. Sie erzielten in Summe 2.692 Mio. EUR inkl. USt (3. Q. 2019: 2.522 Mio. EUR inkl. USt) und stehen damit für nur knapp 14 Prozent des E-Commerce. Um etwas mehr als 1,1 Mrd. EUR legten hingegen die Online-Marktplätze auf insgesamt 9.075 Mio. EUR inkl. USt zu. Prozentual ist das ein Wachstum von 13,9 Prozent gegenüber dem Vorjahresquartal (7.965 Mio. EUR inkl. USt). Prozentual am stärksten konnten erneut die Shops der klassischen Versandhändler wachsen. Sie erreichten 3.495 Mio. EUR inkl. USt, 17,3 Prozent mehr als im 3. Quartal 2019 (2.980 Mio. EUR inkl. USt). Mit einem Wachstumssprung um 10,9 Prozent auf 2.957 Mio. EUR (3. Q. 2019: 2.688 Mio. EUR) verpassten die reinen Onlinehändler im dritten Quartal nur knapp die Grenze von 3 Mrd. Euro, lagen aber auch leicht unter dem Marktwachstum.

Trotz der Delle im ersten Quartal wird der E-Commerce-Umsatz allein mit Waren nach Einschätzung des bevh in 2020 die 80 Mrd. EUR-Marke erreichen. Für den Gesamtmarkt des Interaktiven Handels mit physischen Gütern rechnet der bevh mit einem Wachstum von 10 Prozent auf rund 82 Mrd. EUR brutto. „Je nach Entwicklung der kommenden drei Monate kann der gesamte E-Commerce, inklusive Dienstleistungen, noch die 90 Mrd. Euro-Grenze überspringen. Sobald Reisen und Veranstaltungen wieder online gebucht werden, wird das Marktvolumen des E-Commerce mit Endverbrauchern sicher mehr als 100 Mrd. Euro inkl. Umsatzsteuer erreichen,“ prognostiziert bevh-Hauptgeschäftsführer Christoph Wenk-Fischer.

Über die Studie

In der Verbraucherbefragung „Interaktiver Handel in Deutschland“ 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 2021 nach Abschluss der Umfrage veröffentlicht. Die heute vorgestellten Zahlen basieren auf der Auswertung der Monate Juli bis September 2020. Die Studie wird durch die BEYONDATA GmbH durchgeführt.

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 gehört 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
Mobil: 0162 252 52 68
susan.sass@bevh.org