

PRESSEMITTEILUNG

E-Commerce beschleunigt Wachstum deutlich auf mehr als 83 Mrd. Euro Warenumsatz in 2020 – bevh fordert Umdenken in der Politik

Berlin, 26.01.2021 | **Der Beitrag des E-Commerce zur Versorgung der Bevölkerung hat sich im Jahr 2020 im Zeichen der Corona-Pandemie deutlich verstärkt. Mehr als jeder achte Euro der Haushaltsausgaben für Waren wurde im E-Commerce ausgegeben. Der Brutto-Umsatz mit Waren im E-Commerce ist im vergangenen Jahr von 72,6 Mrd. Euro auf 83,3 Mrd. Euro gestiegen. Das ist trotz Stagnation im ersten Quartal ein Plus von 14,6 Prozent gegenüber 2019 und damit 3,3 Prozentpunkte über dem Wachstumsschnitt der drei vorangegangenen Jahre von 11,3 Prozent. Besonders dynamisch entwickelten sich dabei die Waren des täglichen Bedarfs, insbesondere Lebensmittel und Drogeriewaren, aber auch Medikamente.**

Die Daten der größten E-Commerce-Verbraucherstudie Deutschlands im Auftrag des Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e.V. (bevh) zeigen, dass E-Commerce inzwischen in der Mitte der Gesellschaft verankert ist. Fast jeder dritte Onlinekäufer im Jahr 2020 war älter als 60 Jahre. Vor Jahresfrist lag der Umsatzanteil der Kundinnen und Kunden in dieser Altersgruppe noch unter einem Viertel. Vier von zehn Onlinekundinnen und -kunden kaufen inzwischen mehr als einmal pro Woche im Distanzhandel. Fast drei von vier Onlinekäufern gaben an, künftig mehr oder genauso viel im Internet bestellen zu wollen – vor einem Jahr äußerte nur gut jeder zweite Kunde diese Absicht.

„Die Corona-Pandemie hat die Entwicklung des Handels hin zum E-Commerce deutlich beschleunigt, und unsere Branche hat ihr Leistungsversprechen erfüllt“, bewertet Gero Furchheim, bevh-Präsident und Sprecher des Vorstands der Cairo AG die Jahresbilanz. „Diese Entwicklung wird sich nicht mehr umkehren. Die gesellschaftliche und politische Debatte muss deshalb ihre Perspektive gründlich ändern: E-Commerce und seine Prozesse sind künftig die Basis, von der aus Kunden ihren Einkauf beginnen. Die Innenstädte und der Einzelhandel brauchen dieses digitale Fundament, um mit ihren stationären Angeboten den Kunden noch Mehrwerte zu bieten. Die Stadtentwicklung muss sich dieser Realität endlich stellen und diejenigen konsequent einbinden, die den neuen Handel gestalten.“

Obwohl während der gesamten Corona-Krise Lebensmittelhandel, Drogerien und Apotheken nie geschlossen hatten, legte im Onlinehandel das Cluster „täglicher Bedarf“ prozentual am stärksten zu. Der gesamte Online-Umsatz dieser Warengruppe stieg in

2020 auf 6,89 Mrd. Euro inkl. USt (2019: 4,90 Mrd. Euro inkl. USt) mit einer Steigerung von 40,9 Prozent. Apotheken konnten ihren E-Commerce-Umsatz um 33,8 Prozent auf 911 Mio. Euro. inkl. USt steigern; der Gesamtumsatz mit Medikamenten im Internet erhöhte sich sogar um mehr als die Hälfte (53,9 Prozent) auf 1,21 Mrd. Euro inkl. USt.

Die sehr hohe Zahl an Bestellungen ist nicht nur auf den temporären Shutdown, sondern auch darauf zurückzuführen, dass Händler und Zusteller in der Wahrnehmung der Kunden noch besser geworden sind. Über 95,3 Prozent der Befragten äußerten sich mit ihrem Onlineeinkauf sehr zufrieden oder zufrieden. Trotz der logistischen Herausforderungen in der Pandemie ist dies eine erneute Verbesserung um 0,8 Prozentpunkte.

Christoph Wenk-Fischer, bevh-Hauptgeschäftsführer: „Die Leistung aller daran, die Corona-Pandemie zu meistern und bewältigen, verdient höchsten Respekt. Wir blicken im E-Commerce auf ein sehr forderndes, komplexes und unkalkulierbares Jahr zurück. Die hervorragende Arbeit der Menschen in unserer Branche, die dafür gesorgt haben, dass wir die Bevölkerung in Deutschland so zuverlässig mit wirklich allem versorgen können, macht uns stolz. Wir haben bewiesen, dass E-Commerce offen für alle, sicher und vielfältig ist.“

Fast jeder zweite im E-Commerce umgesetzte Euro wurde auf Onlinemarktplätzen und Plattformen getätigt. Hinter dem mit mehr als 20 Prozent besonders ausgeprägten Wachstum dieser Kategorie verbirgt sich ein Zuwachs an großen und kleinen Händlern, die über diese belastbare Infrastruktur im E-Commerce erstmals aktiv geworden sind.

„Der Verkauf über Onlinemarktplätze und Plattformen ist aufgrund der Bündelung von Kunden und Nachfrage heute ein unverzichtbarer Teil jeder E-Commerce-Strategie“, so Gero Furchheim. „Die deutsche und europäische Politik hat mit der jüngsten Novellierung des Wettbewerbsrechts diese Veränderung konstruktiv aufgegriffen, um ein Level Playing Field zu ermöglichen. Es ist erfreulich, dass mit der neuen US-Regierung auch die Frage einer fairen Besteuerung globaler digitaler Unternehmen auf OECD-Ebene in Gang kommt. Dafür haben wir uns stets eingesetzt. Wir hoffen, dass die Parteien in ihren Wahlprogrammen und die nächste Bundesregierung den progressiven Kurs fortsetzen.“

Der Branchenverband geht davon aus, einen großen Teil der Corona-bedingten zusätzlichen Nachfrage halten zu können, auch wenn Geschäfte wieder öffnen. Dämpfend könnten die wirtschaftlichen Nachwirkungen der Corona-Pandemie ausfallen. „Im Zusammenspiel der Faktoren gehen wir von einem Umsatz-Wachstum bei Waren im E-Commerce von 12,5 Prozent für Jahr 2021 aus, mit dem die online verkauften Waren und Dienstleistungen zusammen die Grenze von 100 Mrd. Euro brutto sicher überspringen werden“, so Furchheim.

Die nachfolgende Tabelle zeigt die **Umsatzentwicklung mit Waren im Jahr 2019 zu 2020** nach einzelnen Warengruppen:

Warengruppe	2019		2020		Veränderung zum Vorjahr in %
		E-Commerce		E-Commerce	
Bekleidung		14.257		16.338	14,6%
Haus- & Heimtextilien		1.247		1.453	16,5%
Schuhe		4.448		4.840	8,8%
Bücher / Ebooks / Hörbücher		3.856		4.073	5,6%
Bild- & Tonträger / Video & Music Downloads		2.763		3.117	12,8%
Elektronikartikel & Telekommunikation		13.225		14.697	11,1%
Computer/Zubehör/Spiele/Software inkl. Downloads		6.000		6.657	11,0%
Hobby & Freizeitartikel		3.309		3.691	11,5%
DIY & Blumen		2.276		2.591	13,8%
Möbel, Lampen & Dekoration		4.717		5.425	15,0%
Haushaltswaren & -geräte		4.959		5.799	16,9%
Drogerie		2.076		2.811	35,4%
Lebensmittel		1.595		2.667	67,2%
Schmuck & Uhren		1.108		1.217	9,8%
Auto & Motorrad/ Zubehör		1.608		1.718	6,8%
Spielwaren		1.470		1.671	13,6%
Bürobedarf		788		895	13,5%
Medikamente		788		1.213	53,9%
Tierbedarf		1.224		1.418	15,8%
Sonstiges		923		957	3,7%

CLUSTER Bekleidung		18.705		21.177	13,2%
CLUSTER Unterhaltung		25.844		28.544	10,5%
CLUSTER Freizeit		8.664		9.670	11,6%
CLUSTER Einrichtung		10.923		12.676	16,1%
CLUSTER täglicher Bedarf		4.896		6.895	40,9%

Waren im interaktiven Handel (E-Commerce + Bestellungen, Fax, oder schriftlich) (Mio. €)		84.381		13,4%
Onlineanteil (%)		98,7%		14,6%
Waren im E-Commerce (Mio. €)		83.245		

Waren im interaktiven Handel (E-Commerce + Bestellungen, Fax, oder schriftlich und digitale Dienstleistungen) (Mio. €)		93.612		
Digitale Dienstleistungen (Mio. €)		9.231		-52,8%

(Angaben in Mio. Euro, inklusive USt)

Die nachfolgende Tabelle zeigt die **Umsatzentwicklung mit Waren im Jahr 2019 zu 2020** nach einzelnen Versandertypologien:

Versandertypologie	2019		2020		Veränderung zum Vorjahr in %
	E-Commerce		E-Commerce		
IPP	10.812		12.021		11,2%
OMP	33.931		40.786		20,2%
SHC	471		542		15,1%
HEV	1.590		1.820		14,5%
MCV (darin enthalten: STV, APV, TVS, Katalog-Versender)	25.724		27.959		8,7%
STV	10.429		10.935		4,9%
APV	681		911		33,8%
TVS	710		739		4,2%
Katalog-Versender	13.905		15.374		10,6%
Sonstige	111		117		5,8%

(OMP: Online-Marktplätze, MCV: Multichannel-Versender (darin enthalten: STV, APV, TVS, Katalog-Versender), IPP: Internet-Pure-Player, HEV: Herstellerversender, SHC: Shoppingclub, STV: Stationärsender, TVS: Teleshopping, APV: Apothekenversender)

(Angaben in Mio. Euro, inklusive USt)

Über die Studie

Der Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e.V. (bevh) führte zum achten Mal in Folge mit dem Partner BEYONDATA GmbH die Verbraucherbefragung „Interaktiver Handel in Deutschland“ durch. In der Studie wurden von Januar bis Dezember 2020 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.

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 und mehr als 75 Prozent des Umsatzes der Branche im Endkundengeschäft. Der bevh vertritt die Brancheninteressen 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 40 367 51 31
Mobil: 0162 252 52 68
susan.sass@bevh.org