

Umsatzentwicklung im E-Commerce mit Waren nach Segmenten

(alle Angaben in Mio. Euro, inklusive USt.)

	Gesamtumsätze		Veränderung
	Q2/'21	Q2/'22	Q2/'21 vs. Q2/'22
CLUSTER Bekleidung	5.626	5.003	-11,1%
CLUSTER Unterhaltung	7.994	6.734	-15,8%
CLUSTER Freizeit	3.080	2.808	-8,8%
CLUSTER Einrichtung	3.804	3.680	-3,2%
CLUSTER täglicher Bedarf	2.506	2.472	-1,4%

Bekleidung	4.402	3.887	-11,7%
Haus- & Heimtextilien	381	403	6,0%
Schuhe	1.225	1.116	-8,9%
Bücher / Ebooks / Hörbücher	1.072	895	-16,5%
Bild- & Tonträger/Video & Music Downloads	808	801	-0,9%
Elektronikartikel & Telekommunikation	3.934	3.188	-19,0%
Computer/Zubehör/Spiele/Software	2.180	1.850	-15,1%
Hobby & Freizeitartikel	1.014	965	-4,8%
DIY & Blumen	1.183	1.000	-15,5%
Möbel, Lampen & Dekoration	1.799	1.553	-13,7%
Haushaltswaren & -geräte	1.624	1.723	6,1%
Drogerie	960	940	-2,1%
Lebensmittel	1.041	992	-4,7%
Schmuck & Uhren	243	236	-2,8%
Auto & Motorrad/ Zubehör	506	447	-11,6%
Spielwaren	377	396	5,1%
Bürobedarf	224	224	0,2%
Medikamente	437	461	5,4%
Tierbedarf	506	539	6,7%
Sonstiges	227	217	-4,8%

Waren im interaktiven Handel (E-Commerce + Bestellungen, Fax, oder schriftlich)	24.563	22.147	-9,8%
Onlineanteil in %	98,3%	98,6%	
Waren im E-Commerce	24.141	21.835	-9,6%

Waren & Dienstleistungen im interaktiven Handel (E-Commerce + Bestellungen, Fax, oder schriftlich & digitale Dienstleistungen)	26.763	25.441	-4,9%
Digitale Dienstleistungen	2.200	3.294	49,7%

Umsatzentwicklung mit Waren nach Versendern

(alle Angaben in Mio. Euro, inklusive USt.)

Versendertyp	Q2/2021	Q2/2022	Veränderung
MCV	4.094	3.496	-14,6%
Online-Handel (IPP, APV, SHC)	6.853	6.468	-5,6%
OMP	12.087	10.913	-9,7%
HEV	897	811	-9,6%
TVS	183	127	-30,6%
Sonstige	28	20	-26,6%

(**MCV**: Multichannel-Versender, **IPP**: Internet- Pure-Player, **APV**: Apothekenversender, **SHC**: Shoppingclub, **OMP**: Online-Marktplätze, **HEV**: Herstellerversender, **TVS**: Teleshopping)

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. Reisen oder Ticketing) befragt. Die Endergebnisse der Studie werden am Anfang jeden Jahres veröffentlicht. Die heute vorgestellten Zahlen basieren auf der Auswertung des Zeitraums vom 1. April bis 30. Juni. 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 und mehr als 80 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)