

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

Neuer Aufwind nach leichter Flaute: Konjunkturelle Stimmung im Interaktiven Handel auf hohem Niveau

Berlin/Neuss, 9. Juni 2015

Der Interaktive Handel befindet sich auch im Frühjahr 2015 nach wie vor in einer konjunkturellen Boomphase. Die Verbreitung von Social Media hat in den letzten zwölf Monaten nochmals zugenommen und auch Mobile Commerce gewinnt weiter an Bedeutung.

Stimmung trotz leichter Eintrübungen überdurchschnittlich

Das Konjunktur- und Geschäftsklima im deutschen Online- und Versandhandel hat sich laut der aktuellen Händlerstudie „Die Wirtschaftslage im deutschen Interaktiven Handel B2C 2014/2015“ des Bundesverbandes E-Commerce und Versandhandel Deutschland e.V. (bevh) und der Creditreform Boniversum GmbH (Boniversum) etwas eingetrübt. Das Ergebnis entspricht damit der eher zurückhaltenden gesamtwirtschaftlichen Konjunkturlage zu Jahresbeginn. Obwohl alle Basiswerte (Auftragseingang, Umsatz-, Ertrags- und Personalsituation) einen rückläufigen Trend aufweisen, ist die Stimmung dennoch weiterhin deutlich positiver als in der gesamten deutschen Wirtschaft: So ist der Anteil der Unternehmen, die steigende Auftragseingänge und höhere Umsätze erwarten, bei den Interaktiven Händlern etwa doppelt so hoch wie der entsprechende Wert in der gesamtwirtschaftlichen Betrachtung. Auch die Erwartungen für die künftige Lage spiegeln den konjunkturellen Optimismus wieder und liegen deutlich über den aktuellen Lagebeurteilungen.

„Obwohl die Konjunkturdelle 2014 an einer umsatzstarken Branche wie dem Interaktiven Handel nicht spurlos vorbeigegangen ist, so hält der langfristige Wachstumstrend dennoch an. Die Ergebnisse der Händlerbefragungen bestätigen das und zeigen vor allem, dass der Online- und Versandhandel mit seinem überdurchschnittlich guten Geschäftsklima eine tragende Säule der konjunkturellen Aufwärtsbewegung ist“, so Christoph Wenk-Fischer, bevh, Hauptgeschäftsführer.

Investitionsbereitschaft: Optimistisch in die Zukunft

Mit 86 Prozent liegt die Investitionsbereitschaft der befragten Unternehmen nach wie vor auf sehr hohem Niveau, trotz leichtem Rückgang um drei Prozentpunkte. Der Vergleichswert der Gesamtwirtschaft liegt bei 54 Prozent. Die Interaktiven Händler favorisieren dabei Investitionen zur Kapazitätserweiterung, was als Ausdruck für konjunkturellen Optimismus zu verstehen ist. Vor allem umsatzstarke sowie Unternehmen aus den Bereichen Technik und Bekleidung planen überdurchschnittlich zu investieren.

Social Media: Der direkte Draht zum Kunden

Fast neun von zehn Online- und Versandhändlern nutzen Kanäle wie Facebook, Google+ oder Twitter, um ihre Kundenbeziehungen zu qualifizieren und auszubauen: 86 Prozent der Unternehmen sind in sozialen Netzwerken aktiv, das sind 5 Prozentpunkte mehr als im Vorjahr. Die Hauptgründe für die Nutzung sind die Relevanz als Marketingplattform (30 Prozent; 2014: 21 Prozent), ein engerer Kundenkontakt (28 Prozent; 2014: 28 Prozent) sowie die Steigerung des Bekanntheitsgrades (24 Prozent; 2014: 33 Prozent).

Mobile Commerce: Der neue Umsatztreiber

Über die Hälfte der Interaktiven Händler (55 Prozent) bieten bereits optimierte M-Commerce-Angebote - in Form eines mobil-optimierten Shops, responsive Design oder einer App - an. Der Umsatzanteil liegt bei etwa 15 Prozent, die durchschnittliche Warenkorbgröße bei 99 Euro. Besonders in den umsatzstarken Branchenbereichen Technik und Bekleidung spielt Mobile Commerce eine überdurchschnittlich große Rolle.

„Für Verbraucher ist das Einkaufen über mobile Endgeräte bereits selbstverständlich. Dass Mobile Commerce auch auf Händlerseite zunehmend an Bedeutung gewinnt, zeigen die aktuellen Ergebnisse. Bereits sechs von zehn Online- und Versandhändlern haben ihre Shops für den Mobile-Commerce optimiert. Neben den umsatzstarken Unternehmen setzen aber auch kleine Unternehmen auf Mobile-Commerce - dies sicherlich als Teil einer Spezialisierungsstrategie“, sagt Ralf Zirbes, Geschäftsführer von Boniversum.

Für die Erhebung wurden über 160 Unternehmen zu ihrer Einschätzung der aktuellen und zukünftigen Geschäftslage auf Grundlage verschiedener Indikatoren befragt. Die Studie ist Ergebnis einer Kooperation von bevh und der Creditreform Boniversum GmbH und ermöglicht bereits das vierte Jahr in Folge eine detaillierte Analyse der Situation und Bedürfnisse von Online- und Versandhändlern in Deutschland. Die Studie kann zum Preis von 249 EUR bzw. 99 EUR für bevh-Mitglieder zzgl. MwSt. bestellt werden.

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

Friedrichstraße 60, 10117 Berlin

Franziska Solbrig, Presseabteilung

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

franziska.solbrig@bevh.org, www.bevh.org, www.katalog.de

Creditreform Boniversum GmbH,

Hellersbergstraße 11, 41460 Neuss

Pressekontakt: Dana Wipperfeld, Tel. 02131-109-5103

d.wipperfeld@boniversum.de, www.boniversum.de, www.bonigo.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.

Über Boniversum:

Die Creditreform Boniversum GmbH (Boniversum) ist einer der größten Anbieter von Bonitätsinformationen über Privatpersonen in Deutschland. Der Einsatz von Bonitätsprüfungen schützt Unternehmen vor Zahlungsausfällen bei Geschäften mit ihren Kunden. Daneben umfasst das Portfolio Adressvalidierungen, Identifizierungen, Monitoring und Betrugsprävention. Boniversum wird damit zu einem Lösungsanbieter für ein optimiertes Risikomanagement. Zusätzlich bietet Boniversum mit BONIGO einen Service direkt für Privatpersonen an. Die Selbstauskunft sowie weitere Produkte rund um die Bonität werden online angeboten. Boniversum wurde 1997 gegründet und ist ein Unternehmen der Creditreform Gruppe.