

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

Deutliches Umsatzplus im Interaktiven Handel im 1. Quartal 2016: Möbel und Lebensmittel nutzen ihr Potential

Berlin, 03. Mai 2016. Mit einem Umsatzwachstum von 6,7 Prozent schließt der Interaktive Handel erfolgreich das 1. Quartal 2016 ab. Die aktuellen Zahlen der großen Verbraucherstudie des Bundesverbandes E-Commerce und Versandhandel Deutschland e.V. (bevh) zeigen: Der Interaktive Handel folgt seinem stetigen Wachstumskurs. Der Onlinehandel als eigentlicher Wachstumstreiber legt rasant an Geschwindigkeit zu – plus 17,7 Prozent im Vergleich zum Vorjahr.

Mit ungebrochener Kauflaune setzten die deutschen Verbraucher im 1. Quartal 2016 12.875 Mio. EUR inkl. USt (1. Q. 2015: 12.071 Mio. EUR inkl. USt) im Interaktiven Handel (Online- und Versandhandel) um. Allein im Onlinehandel kauften die deutschen Verbraucher für 12.011 Mio. EUR inkl. USt (1. Q. 2015: 10.205 Mio. EUR inkl. USt) ein. Demnach hat der Onlinehandel einen Anteil von 93,3 Prozent am Gesamtumsatz des Interaktiven Handels. Die digitalen Dienstleistungen legten um 23,3 Prozent zu und verzeichnen einen Umsatz von 3.989 Mio. EUR inkl. USt (1. Q. 2015: 3.236 Mio. EUR inkl. USt).

Waren im Interaktiven Handel: Wachstum über viele Warengruppen hinweg

Nach wie vor kauften die deutschen Verbraucher besonders gerne Bekleidung im Online- und Versandhandel. Der Topseller verzeichnete im 1. Quartal 2016 ein Wachstum von 4,0 Prozent gegenüber dem Vorjahr und beläuft sich auf einen Umsatz von 2.784 Mio. EUR inkl. USt (1. Q. 2015: 2.676 Mio. EUR inkl. USt). Elektronikartikel und Telekommunikation wuchsen um 9,8 Prozent und verzeichnen einen Umsatz von 2.117 Mio. EUR inkl. USt (1. Q. 2015: 1.928 Mio. EUR inkl. USt). Die Umsätze bei Büchern und E-Books sind in diesem Quartal um 11,6 Prozent gesunken und liegen bei 907 Mio. EUR inkl. USt (1. Q. 2015: 1.026 Mio. EUR inkl. USt). Stärkstes Wachstum verzeichnete die Warengruppe Computer, Zubehör und Spiele. Hier wuchsen die Umsätze im 1. Quartal 2016 um 30,9 Prozent und belaufen sich auf 890 Mio. EUR inkl. USt (1. Q. 2015: 680 Mio. EUR inkl. USt).

Die Kategorie Möbel, Leuchten und Dekoration nutzte das zu Jahresbeginn prophezeite Wachstumspotential und legte im 1. Quartal 2016 um 24,8 Prozent auf 869 Mio. EUR inkl. USt (1. Q. 2015: 696 Mio. EUR inkl. USt) zu. Das Warenssegment Lebensmittel ver-

zeichnete in dem 1. Quartal 2016 einen Umsatz von 195 Mio. EUR inkl. USt (1. Q. 2015: 158 Mio. EUR inkl. USt) und legte somit ebenfalls ein beachtliches Wachstum von 23,4 Prozent hin, wenngleich diese Kategorie momentan noch einen Umsatzanteil von knapp 1,5 Prozent am Gesamtumsatz des Interaktiven Handels (Online- und Versandhandel) ausmacht.

„Auch im ersten Quartal 2016 startet der Interaktive Handel mit einem deutlichen Umsatzplus und setzt damit einen soliden Wachstumskurs fort. Spannend ist insbesondere die Entwicklung in der Warengruppe Lebensmittel: Zwar ist der Anteil am Gesamtumsatz des Interaktiven Handels noch sehr gering, aber die hohen zweistelligen Wachstumsraten verdeutlichen einerseits das Potenzial in diesem Segment und andererseits die steigende Akzeptanz des Lebensmittelversands unter den Verbrauchern.“, erläutert Prof. Dr. Christian Brock, Inhaber des Lehrstuhls für Allgemeine BWL: Marketing an der Universität Rostock und Mitglied des bevh Round-Table Wissenschaft und Lehre.

Versendertypen im Interaktiven Handel: Internet Pure Player zogen an

Nahezu die Hälfte der Gesamtumsätze des Interaktiven Handels wurden über Online-Marktplätze erzielt. Diese wuchsen im Vergleich zum Vorjahr um 2,5 Prozent und belaufen sich auf einen Umsatz von 6.244 Mio. EUR inkl. USt (1. Q. 2015: 6.092 Mio. EUR inkl. USt). Das Wachstum der Multichannel-Versender hatte sich im Vergleich zum Vorjahr abgeschwächt, liegt aber immer noch bei einem Plus von 10,9 Prozent und einem Umsatz von 4.477 Mio. EUR inkl. USt (1. Q. 2015: 4.038 Mio. EUR inkl. USt). Größtes Wachstum verzeichneten im 1. Quartal 2016 Internet Pure Player. Mit einem Plus von 31,2 Prozent liegen die Umsätze nun bei 1.794 Mio. EUR inkl. USt (1. Q. 2015: 1.367 Mio. EUR).

Zur Studie

Gemeinsam mit der GIM-Gesellschaft für Innovative Marktforschung führt der Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e.V. (bevh) zum vierten Mal in Folge die Verbraucherbefragung „Interaktiver Handel in Deutschland“ durch. Von Januar bis Dezember 2016 werden 40.000 Privatpersonen aus Deutschland im Alter von über 14 Jahren telefonisch und per Onlinefragebogen zu ihrem Ausgabeverhalten im Online- und Versandhandel und zu ihrem Konsum von digitalen Dienstleistungen (z. B. im Bereich Downloads oder Ticketing) befragt. Das Endergebnis der Studie wird Anfang 2017 nach Abschluss der Umfrage veröffentlicht. Die heute vorgelegten Zahlen basieren auf der Auswertung der Monate Januar bis März 2016.

Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e.V. (bevh)
Friedrichstraße 60 (Atrium Friedrichstraße), 10117 Berlin

Josephine Schmitt, Presseabteilung
Tel. 030 20 61 385 16, 0162 252 52 68
josephine.schmitt@bevh.org, www.bevh.org, www.katalog.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 52,4 Mrd. Euro um. Der Online-Handel mit Waren hat daran einen Anteil von 89,6 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. 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 fachliche Beratung zu den Aufgaben des Verbands.