

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

Vorliebe der deutschen Verbraucher für Online-Shopping stagniert auf hohem Niveau

Berlin/Neuss, 25. Oktober 2016. Online-Shopping ist für die meisten Verbraucher in Deutschland eine Selbstverständlichkeit. Vier von zehn Einkäufen werden lieber online getätigt. Aber: Immer noch kauft die Mehrheit der Befragten bevorzugt im klassischen Einzelhandel ein. Dies zeigen die Ergebnisse der heute veröffentlichten Verbraucherbefragung des Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e.V. (bevh) und der Creditreform Boniversum GmbH.

Die Nutzung des Online- und Versandhandels in Deutschland bleibt auch 2016 trotz leichter Einbußen auf höchstem Niveau. Damit korrespondierend entwickelte sich der Umsatz des Online- und Versandhandels 2014 und auch 2015 etwas verhaltener als in den Jahren zuvor. So konnte die aktuelle Analyse „Die Wirtschaftslage im deutschen Interaktiven Handel B2C 2015/2016“ belegen, dass der Umsatz im Interaktiven Handel (klassische Bestellwege und E-Commerce) von 2014 auf 2015 auf ähnlichem Niveau zulegen konnte wie von 2013 auf 2014. Der Umsatz im Interaktiven Handel (klassische Bestellwege und E-Commerce) steigerte sich zuletzt von 50,2 auf 52,4 Milliarden Euro inkl. USt um 4,4 Prozent. Auch im Sommer 2016 werden nach Angaben der Verbraucher vier von zehn aller Einkäufe „lieber“ im Online- und Versandhandel getätigt – bei aktuell leicht zurückgehender Tendenz (40,2 Prozent; - 1,2 Punkte). Umgekehrt geben allerdings derzeit rund 60 Prozent der befragten Verbraucher an (59,2 Prozent; + 1,2 Punkte), bevorzugt im klassischen Einzelhandel einzukaufen.

Bücher bleiben Online-Favorit, Lebensmittel sind weiterhin der Spitzenreiter im klassischen Einzelhandel

Zum dritten Mal in Folge belegt der Produktbereich Bücher den Spitzenplatz in der Käufergunst beim Einkauf im Online- und Versandhandel – mit allerdings wiederum zurückgehender Tendenz (2016: 64,5 Prozent; - 2,9 Punkte). Der Produktbereich „Unterhaltungselektronik / Bild- und Tonträger“ (59,2 Prozent; - 4,0 Punkte) rangiert auch in diesem Jahr auf Rang zwei, ebenfalls mit zurückgehenden Online-Präferenzwerten. Auf den Rängen drei und vier folgen die Produktbereiche „Telekommunikation / Handy und Zubehör“ vor „Computer und Zubehör“. Die Online-Präferenzwerte dieser letztgenannten drei besonders technik- und unterhaltungsaffinen Warengruppen verbleiben deutlich über den entsprechenden Vergleichswerten für den Einkauf im klassischen Einzelhandel.

Schlusslichter in der Online-Käufergunst sind die Kategorien Heimwerkerbedarf/Gartenzubehör und Blumen (13,7 Prozent) sowie Lebensmittel (5,4 Prozent). Diese werden immer noch bevorzugt im klassischen Einzelhandel gekauft. Jedoch weisen die beiden Warengruppen im Mehrjahresvergleich mit die höchsten Zuwächse der Nutzergunst im Online- und Versandhandel auf. Sie haben folglich noch das größte Wachstumspotenzial – letzteres gilt insbesondere für den Lebensmittelsektor.

Zwar setzt sich der Abwanderungstrend Richtung Online- und Versandhandel für Lebensmittel weiterhin fort. Trotzdem werden Brot, Gemüse und Co. immer noch bevorzugt im Supermarkt um die Ecke gekauft. Eine Spitzenstellung im Online- und Versandhandel scheint aufgrund der Preissensibilität der Kunden, der hohen Dichte an Supermärkten und Discountern und der lebensmittelspezifischen Frischedimension auch in Zukunft schwerlich erreichbar.

„Lebensmittel sind im E-Commerce noch ein richtiger Nischenmarkt – in dem aber zukünftig noch viel Bewegung stattfinden wird. Gerade weil viele Verbraucher noch eher verhalten darauf reagieren, frische Lebensmittel oder leicht verderbliche Ware im Internet zu bestellen, haben wir hier einen Markt, in dem die innovativsten Lösungsansätze der Branche geboren werden“, so Christoph Wenk-Fischer, Hauptgeschäftsführer des bevh.

Kundenprofil: Männer kaufen lieber online ein als Frauen

Männer favorisieren weiterhin stärker als Frauen den Kauf im Online- und Versandhandel. Der Abstand zwischen beiden Gruppen hat sich in diesem Jahr wieder vergrößert (2016: 5,6 Punkte; 2015: 3,4 Punkte). Ähnliches gilt für die eher jungen und für die eher alten Altersgruppen. Die Online-Nutzungspräferenzen beider Gruppen haben sich in diesem Jahr (leicht) verringert und zudem wieder auseinanderentwickelt. So liegt die Online-Präferenz bei Personen unter 40 Jahren 2016 wieder um rund 3,9 Prozentpunkte (2016: 42,6 Prozent; - 0,3 Punkte) über dem entsprechenden Wert der Personen über 40 Jahre (2016: 38,7 Prozent; - 1,8 Punkte). Im Vorjahr betrug der Abstand nur rund 2,4 Punkte.

In der Gesamtbetrachtung, ob nach Geschlecht, Alter, Einkommen oder beruflichem Status, stagniert die Vorliebe für den Einkauf im Online- und Versandhandel oder ist sogar leicht rückläufig. Zwei Ausnahmen sind jedoch zu beobachten. Sowohl bei der Gruppe der Studierenden und Schüler (42,5 Prozent; + 1,6 Punkte) wie auch der Rentner (38,8 Prozent; + 0,6 Punkte) wächst die Anzahl derjenigen, die lieber online einkaufen, stetig. Auch im Mehrjahresvergleich weisen die beiden Gruppen mit die höchsten Zuwachsraten auf.

Und wie in den Vorjahren weisen Personen, die den Einkauf im Online- und Versandhandel favorisieren, eine höhere Affinität zur Kreditnutzung auf.

„Auch wenn Männer und eher junge Menschen die Online-Shopping-Rangliste noch an-

führen, zeigt unsere Umfrage, dass der Einkauf im Internet mittlerweile für fast jeden Verbraucher in Deutschland, unabhängig von Alter, Geschlecht und Einkommen, Alltag geworden ist. Der Einkauf im Online- und Versandhandel ist für die meisten Verbraucher nicht mehr wegzudenken und eine Selbstverständlichkeit. Den typischen Online-Käufer gibt es nicht mehr.“, so Ralf Zirbes, Geschäftsführer Boniversum.

Creditreform Boniversum GmbH

Hellersbergstraße 11, 41460 Neuss

Aleksandra Gulba, Presseabteilung

Tel. 02131 109 5103

a.gulba@boniversum.de, www.boniversum.de

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 Boniversum

Die Creditreform Boniversum GmbH (Boniversum) ist einer der größten Anbieter von Bonitätsinformationen über Privatpersonen in Deutschland. Regelmäßig veröffentlicht Boniversum in Zusammenarbeit mit renommierten Partnern und Instituten umfangreiche Studien wie den SchuldnerAtlas und den SchuldnerKlima-Index, um Trends frühzeitig vorherzusehen und Veränderungen im Schuldnerverhalten oder in der Kreditaffinität sicher zu prognostizieren. Boniversum wurde 1997 gegründet und ist ein Unternehmen der Creditreform Gruppe.

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, mehrheitlich durch Mitglieder des bevh. Der Online-Handel mit Waren hat daran aktuell einen Anteil von über 90 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.