

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

Prognose im Online-Handel bestätigt sich - Steigerung von 11,1 Prozent im 1. Halbjahr 2018 gegenüber Vorjahr

Berlin 08.07.2018 | **Die aktuellen Zahlen für das 2. Quartal 2018 der großen Verbraucherstudie des Bundesverbandes E-Commerce und Versandhandel Deutschland e.V. (bevh) bestätigen weiterhin einen nachhaltigen Wachstumskurs im Interaktiven Handel. Der Online-Handel bleibt Wachstumstreiber im 1. Halbjahr 2018 und legt insgesamt mit einem Plus um 11,1 Prozent im Vergleich zum 1. Halbjahr 2017 zu.**

Im Zeitraum April und Juni 2018 brachten die Verbraucher dem Online-Handel 2018 15.600 Mio. EUR inkl. USt (2. Q. 2017: 13.972 Mio. EUR inkl. USt) Brutto-Umsatz. Im gesamten Interaktiven Handel (Online- und klassischer Versandhandel) im 2. Quartal 2018 kauften die deutschen Verbraucher Waren für 16.369 Mio. EUR inkl. USt (2. Q. 2017: 15.011 Mio. EUR inkl. USt). Demnach hat der Onlinehandel einen Anteil von 95,3 Prozent am Gesamtumsatz des Interaktiven Handels. Die digitalen Dienstleistungen wie elektronische Tickets, Downloads, Hotelbuchungen etc. verzeichnen einen Umsatz von 4.608 Mio. EUR inkl. USt (2. Q. 2017: 4.153 Mio. EUR inkl. USt) und damit ein Umsatzplus von 10,9 Prozent.

Warengruppen-Cluster „Freizeit“ (DIY/Blumen, Spielwaren, Auto/Motorrad/Zubehör, Hobby/Freizeitartikel)

Der gesamte Online-Umsatz des Warengruppen-Clusters stieg im 2. Quartal 2018 auf 1.979 Mio. EUR inkl. USt (2. Q. 2017: 1.812 Mio. EUR inkl. USt) um 9,3 Prozent. Der Bereich DIY und Blumen bescherte dem 2. Quartal 2018 einen Online-Umsatz von 632 Mio. EUR inkl. USt (2. Q. 2017: 532 Mio. EUR inkl. USt) und einen Anstieg um 18,8 Prozent.

Warengruppen-Cluster „Einrichtung“ (Möbel/Lampen/Deko, Haus- /Heimtextilien, Haushaltswaren/-geräte)

In der Kategorie Haushaltswaren und -geräte zeigte sich weiterhin hohes Wachstumspotential. Hier stieg der Umsatz online im 2. Quartal 2018 um 23,0 Prozent auf 957 Mio. EUR inkl. USt (2. Q. 2017: 778 Mio. EUR inkl. USt).

Warengruppen-Cluster „Bekleidung inkl. Schuhe“

Die Kategorie Bekleidung ist bei deutschen Verbrauchern ein Dauerbrenner. 9,0 Prozent Wachstum gegenüber dem Vorjahr belegen dies. Der entsprechende Umsatz erhöhte sich auf 2.818 Mio. EUR inkl. USt (2. Q. 2017: 2.586 Mio. EUR inkl. USt). Im 2. Quartal 2018 lag das Wachstum für den Bereich Schuhe bei 6,6 Prozent gegenüber dem Vorjahr und erwirtschaftete einen Online-Umsatz von 926 Mio. EUR inkl. USt (2. Q. 2017: 868 Mio. EUR inkl. USt).

Warengruppen-Cluster „Täglicher Bedarf“ (Lebensmittel, Drogerie, Tierbedarf)

Verbraucher beschäftigen sich immer mehr mit dem Thema „Täglicher Bedarf“ im Online-Handel. Daher stieg das Gesamtvolumen des Warengruppen-Cluster um insgesamt 15,4 Prozent mit einem Gesamtumsatz von 1.094 Mio. EUR inkl. USt (2. Q. 2017: 948 Mio. EUR inkl. USt). Die steigende Akzeptanz für das Warenssegment Lebensmittel bescherte dem 2. Quartal 2018 einen Online-Umsatz von 346 Mio. EUR inkl. USt (2. Q. 2017: 272 Mio. EUR inkl. USt) und stieg um 26,9 Prozent.

Warengruppen-Cluster „Unterhaltung“ (Bücher/Ebooks/Hörbücher, Computer/Zubehör/Spiele/Software inkl. Downloads, Elektronikartikel/Telekommunikation)

Die Warengruppe Computer, Zubehör und Spiele verzeichnete im 2. Quartal 2018 Umsätze von 1.376 Mio. EUR inkl. USt (2. Q. 2017: 1.191 Mio. EUR inkl. USt) und stieg um 15,5 Prozent. Der Bereich Elektronikartikel und Telekommunikation wuchs online um auf 16,6 Prozent und verzeichnete einen Umsatz von 3.044 Mio. EUR inkl. USt (2. Q. 2017: 2.612 Mio. EUR inkl. USt). Die Online-Umsätze bei Büchern und E-Books stiegen um 4,5 Prozent und lagen bei 863 Mio. EUR inkl. USt (2. Q. 2017: 826 Mio. EUR inkl. USt).

Versendertypen im Interaktiven Handel: Multichannel-Versender holen wieder auf

Mit einem weiteren Wachstum von 9,8 Prozent gegenüber dem Vorjahr und einem Umsatz von 7.279 Mio. EUR inkl. USt (2. Q. 2017: 6.633 Mio. EUR inkl. USt) besetzten die Online-Marktplätze fast wieder die Hälfte der Gesamtumsätze. Im 2. Quartal zogen allerdings die Multichannel-Versender weiterhin nach. Diese Kategorie wuchs im Vergleich zum Vorjahr um 6,1 Prozent und erreichte einen Umsatz von 6.008 Mio. EUR inkl. USt (2. Q. 2017: 5.664 Mio. EUR inkl. USt). Darunter verzeichneten die Versender mit Herkunft aus dem stationären Geschäft ein über Plus von 10,5 Prozent. Die Umsätze lagen bei 2.612 Mio. EUR inkl. USt (2. Q. 2017: 2.363 Mio. EUR).

„Wir freuen uns, dass E-Commerce immer stärker seinen Beitrag zur Grundversorgung der Bevölkerung leistet. Vor allem dort, wo die Gleichwertigkeit der Lebensverhältnisse aufgrund der demografischen Entwicklung anders nur mehr schwer gewährleistet werden kann. Anfang des Jahres haben wir prognostiziert, dass wir auch dieses Jahr ein zweistelliges Wachstum im E-Commerce haben werden. Die gesamte Branche und ihre Dienstleister müssen gemeinsam mit Hochdruck daran arbeiten, dass dieses Wachstum auch in diesem Jahr, aufgrund der vermehrten Bestellungen insbesondere im Weihnachtsgeschäft, realisiert werden kann“, so Christoph Wenk-Fischer, Hauptgeschäftsführer des bevh.

Die Branche setzte online im Jahr 2017 im Privatkundengeschäft allein mit Waren über 58,4 Milliarden Euro um. Auf Basis der guten Geschäftsergebnisse des Jahres 2017 erwartet der bevh in diesem Jahr für den E-Commerce einen weiteren Zuwachs um 9,3 Prozent auf rund 63,9 Mrd. Euro.

Über die Studie

Der Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e.V. (bevh) führt zum sechsten Mal in Folge die Verbraucherbefragung „Interaktiver Handel in Deutschland“ durch. Ab diesem Jahr mit dem neuen Partner BEYONDATA GmbH. In der Studie 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. im Bereich Reisen oder Ticketing) befragt. Das Endergebnis der Studie wird Anfang 2019 nach Abschluss der Umfrage veröffentlicht. Die heute vorgestellten Zahlen basieren auf der Auswertung der Monate April bis Juni 2018.

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 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 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 20 61 385 16
Mobil: 0162 252 52 68
susan.sass@bevh.org