

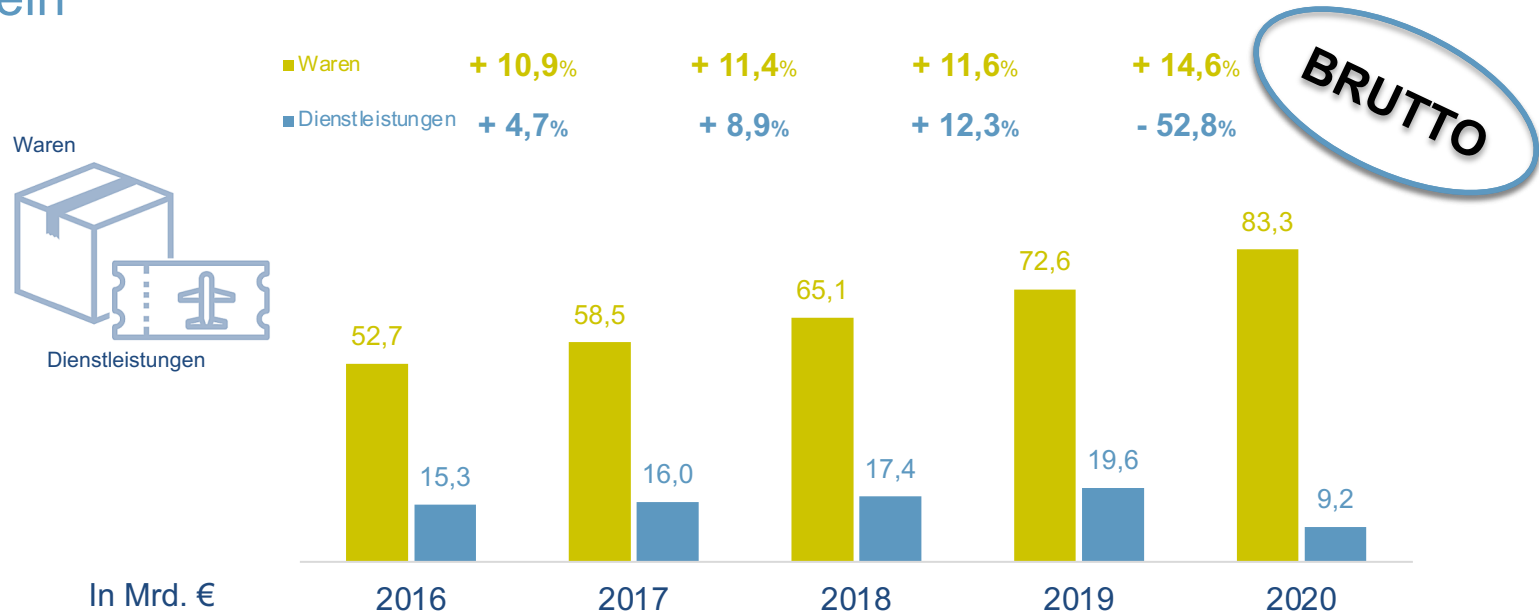
# HERZLICH WILLKOMMEN ZUM BEVH-JAHRESPRESSEGESPRÄCH 2021

Gero Furchheim, Präsident des bevh und Sprecher des Vorstands der Cairo AG  
Christoph Wenk-Fischer, Hauptgeschäftsführer des bevh  
Martin Groß-Albenhausen, Stellv. Hauptgeschäftsführer des bevh

# TEIL I: CORONA – TIPPING POINT IM HANDEL

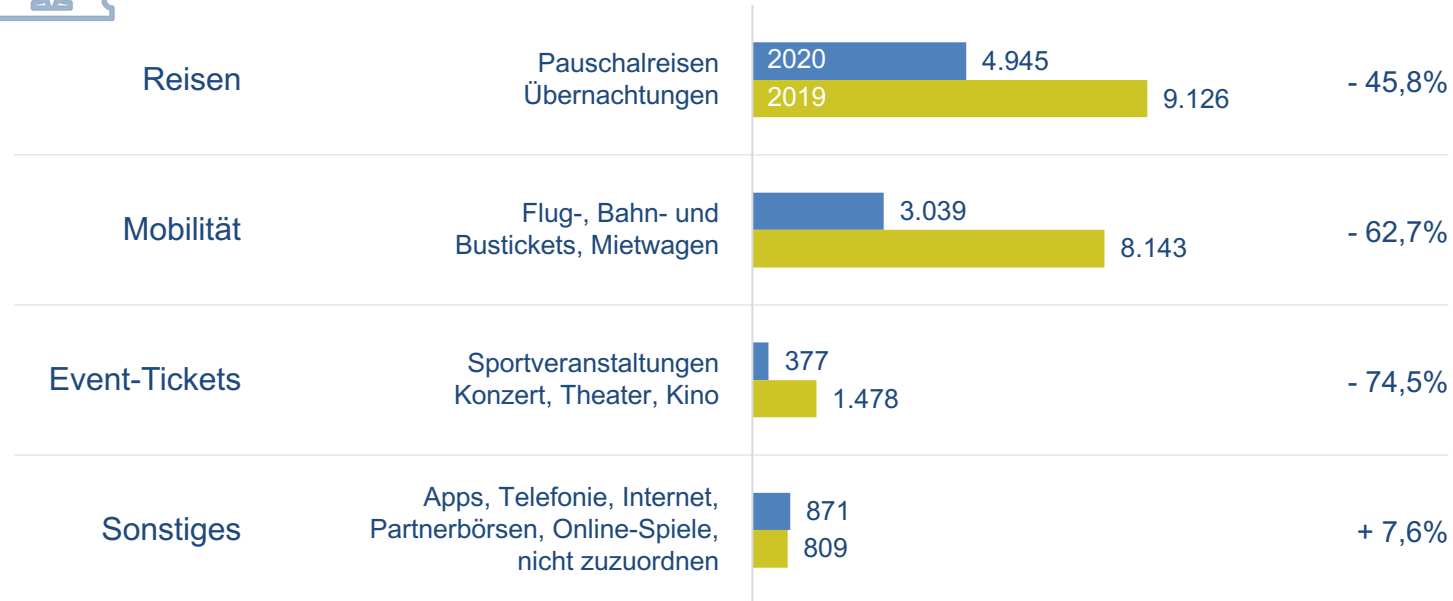
# WACHSTUM WAREN UND DIENSTLEISTUNGEN

Waren wachsen stark, Dienstleistungen brechen 2020 vs. 2019 ein



# Dienstleistungsgruppen nach Volumina

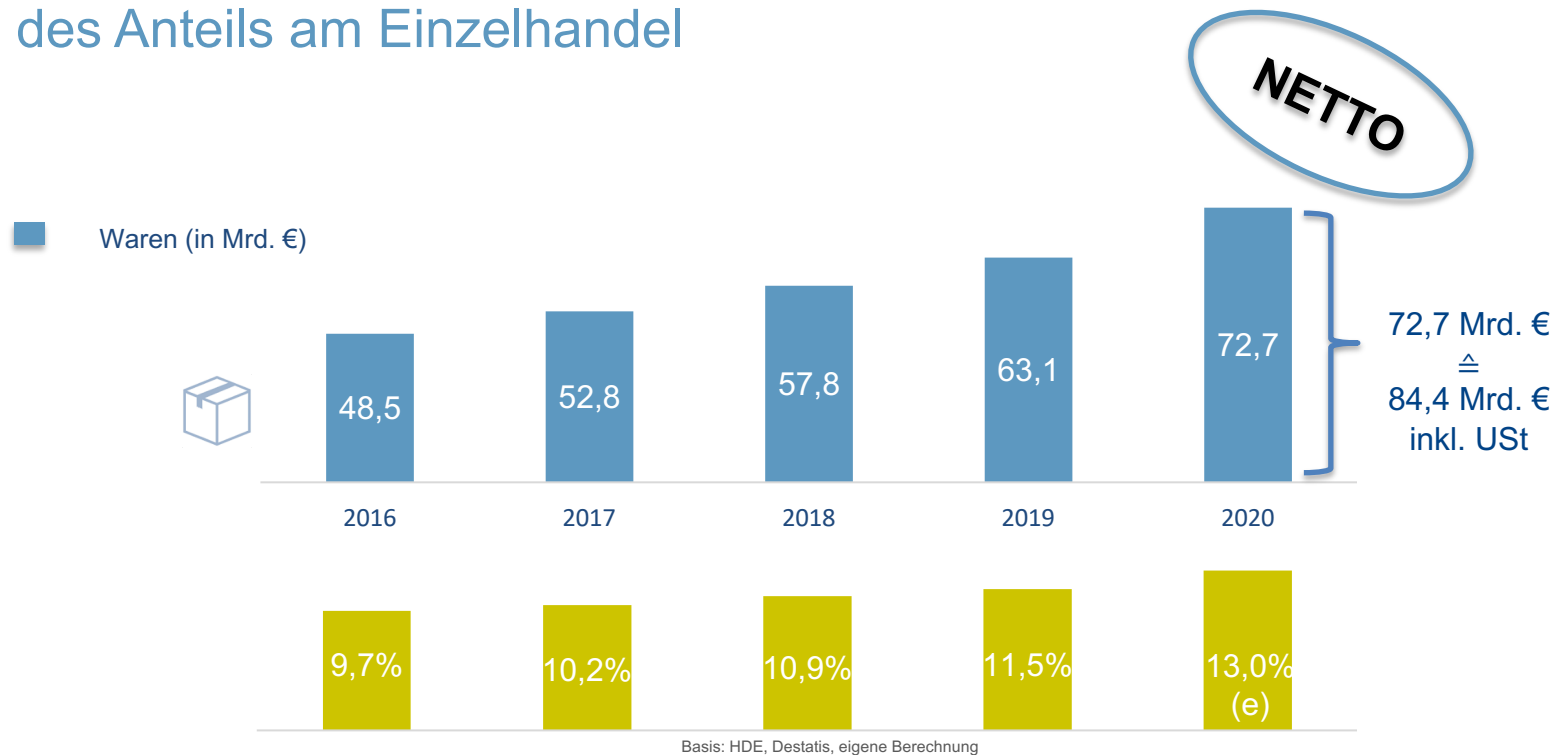
## 2020 vs. 2019





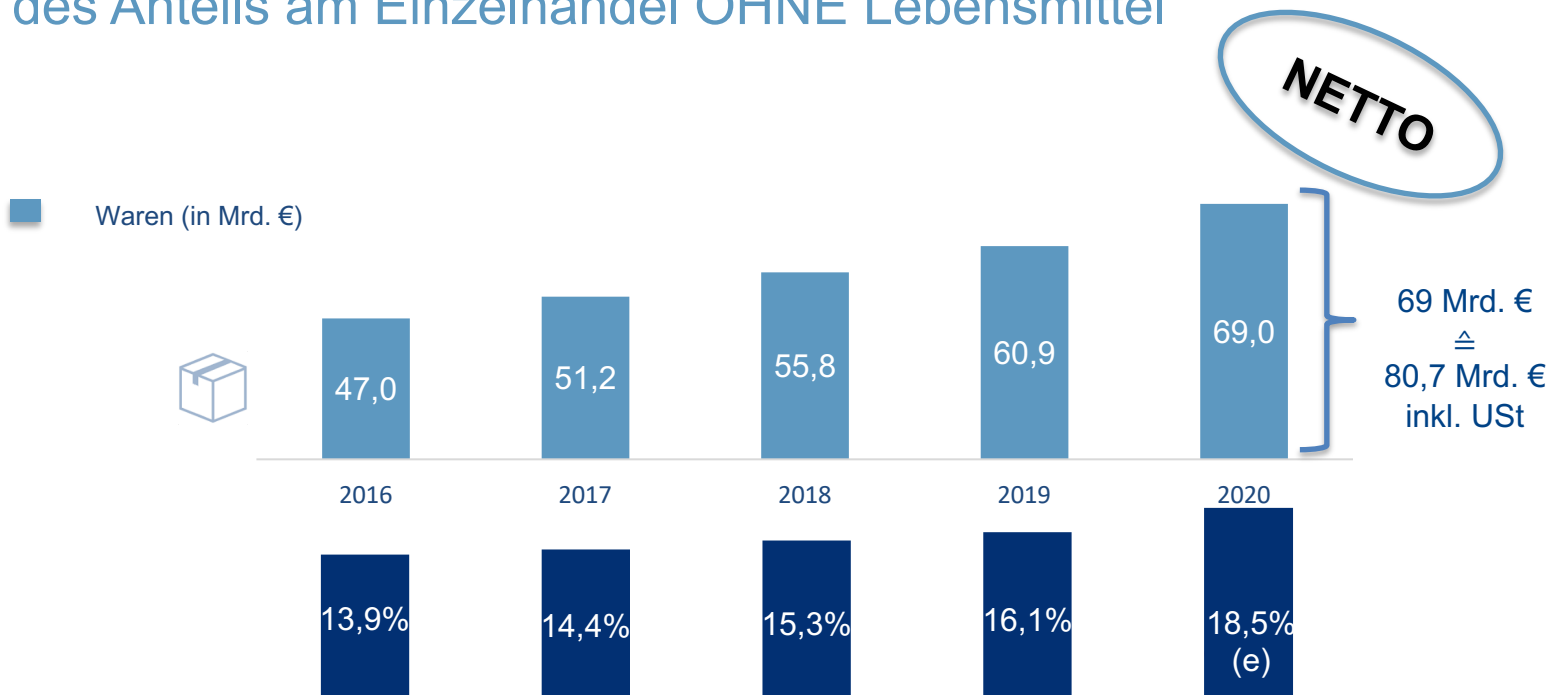
# Anteil des E-Commerce am Einzelhandel

bevh-interne Berechnung der Netto-Vergleichswerte und des Anteils am Einzelhandel



# Anteil des E-Commerce am Einzelhandel ohne Lebensmittel

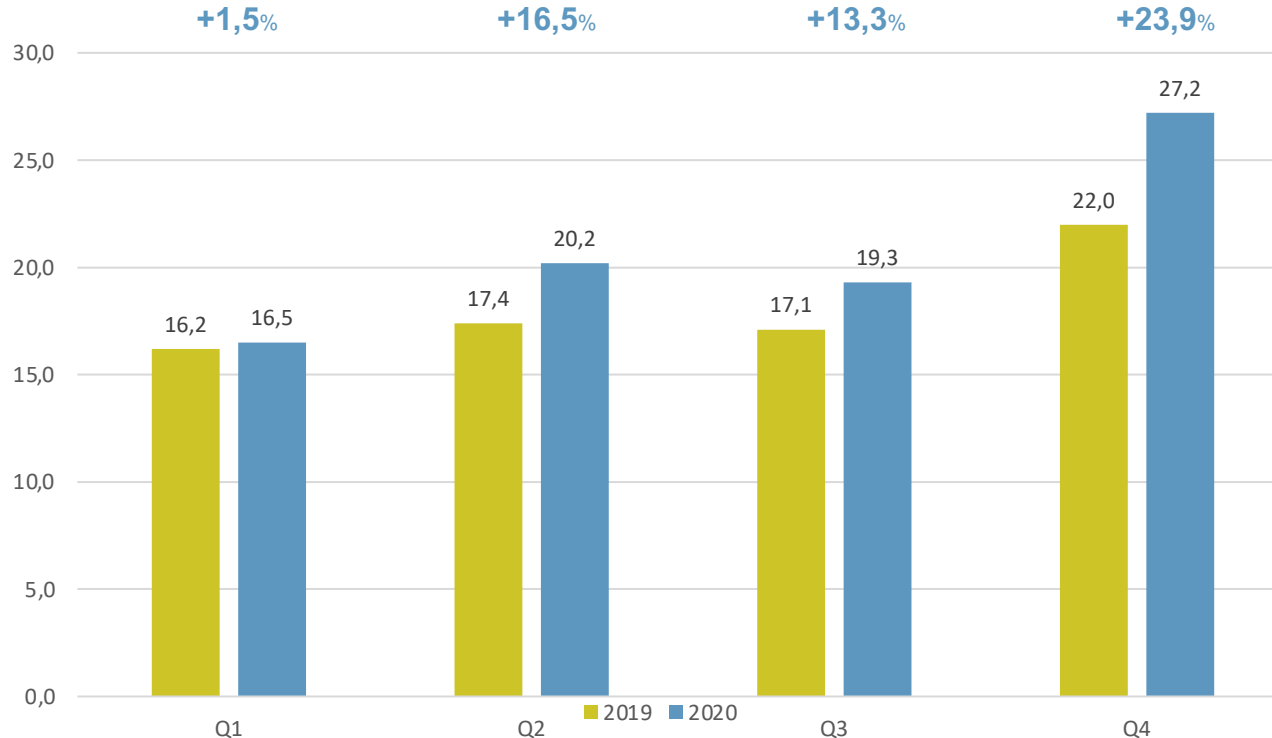
bevh-interne Berechnung der Netto-Vergleichswerte und  
des Anteils am Einzelhandel OHNE Lebensmittel



Basis: HDE, Destatis, eigene Berechnung

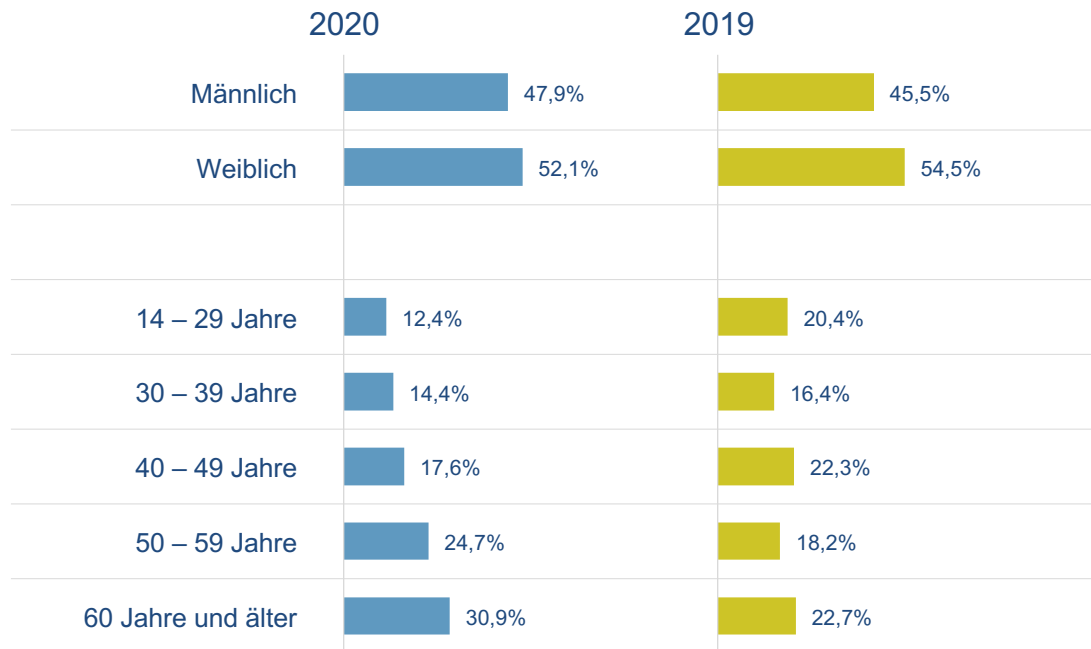
# QUARTALSÜBERSICHT

Das vierte Quartal 2020 zeigt sich mit Abstand am stärksten



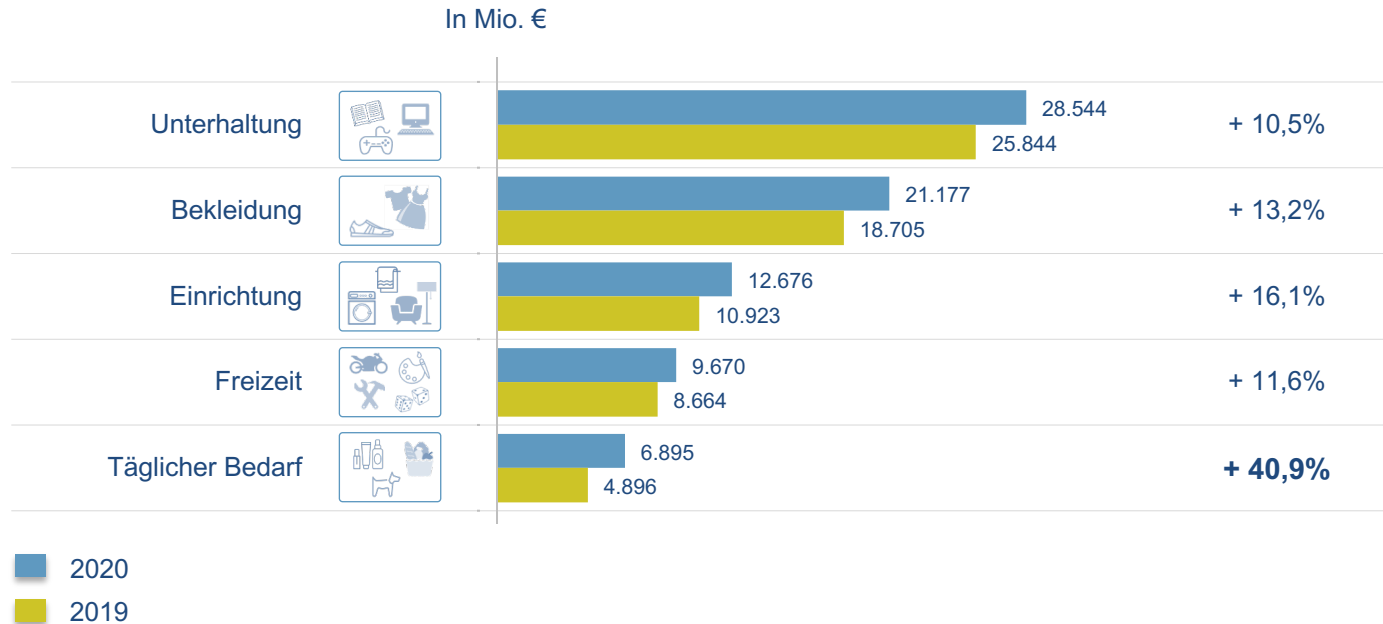
# Mehr Parität zwischen den Geschlechtern in der Kundenstruktur

## Die Altersgruppe 50+ verzeichnet 2020 ein deutliches Wachstum



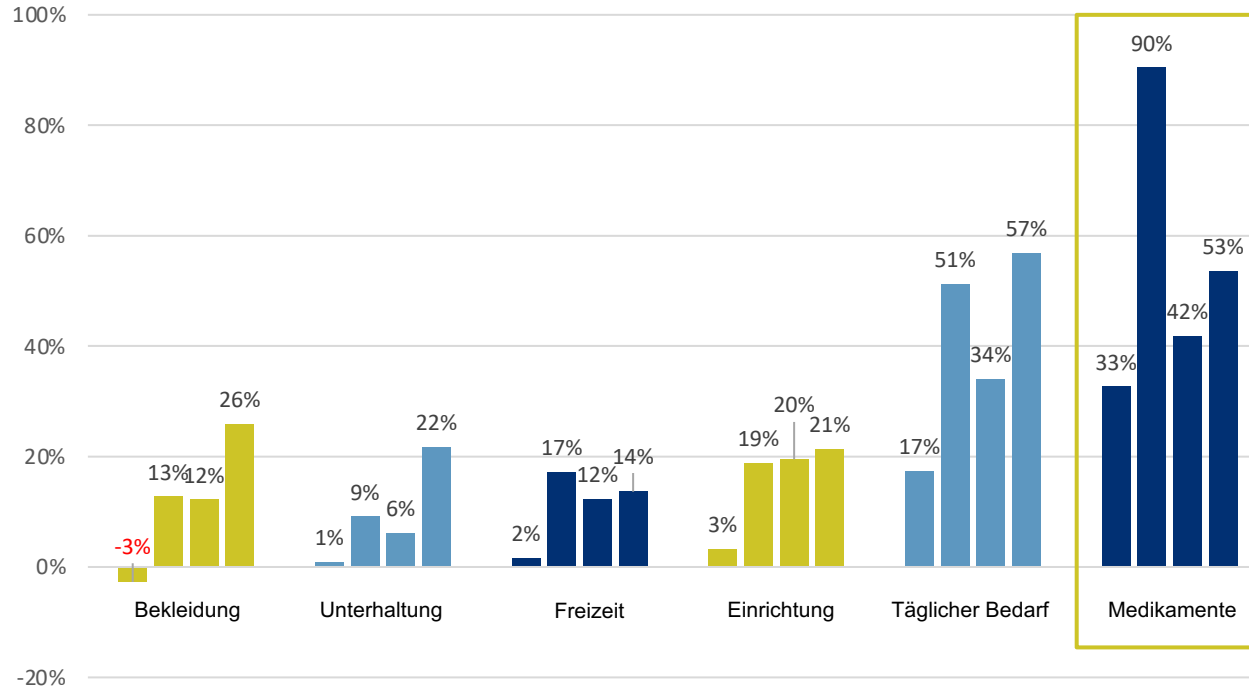
# Warengruppe „Unterhaltung“ mit größtem Umsatz

## „Täglicher Bedarf“ mit stärkstem Wachstum 2020 vs. 2019



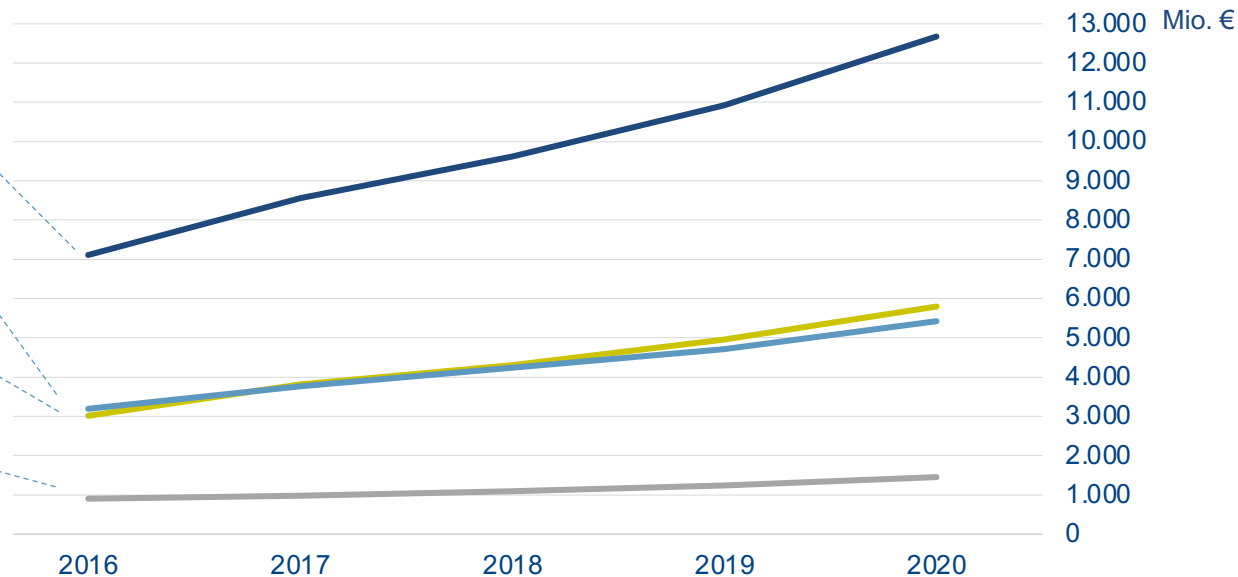
# Umsatzveränderung je Warengruppe nach Quartalen 2020

## Nicht jede Kategorie profitiert gleichmäßig



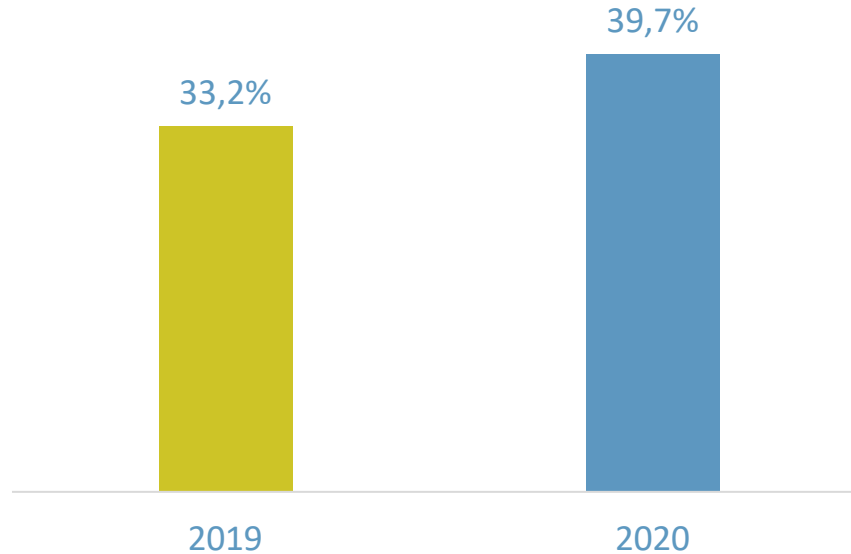
# Besonderer Blick auf die Warengruppe “Einrichtung”

## Der Umsatz hat sich innerhalb von fünf Jahren nahezu verdoppelt



# Bestellfrequenz stark ansteigend

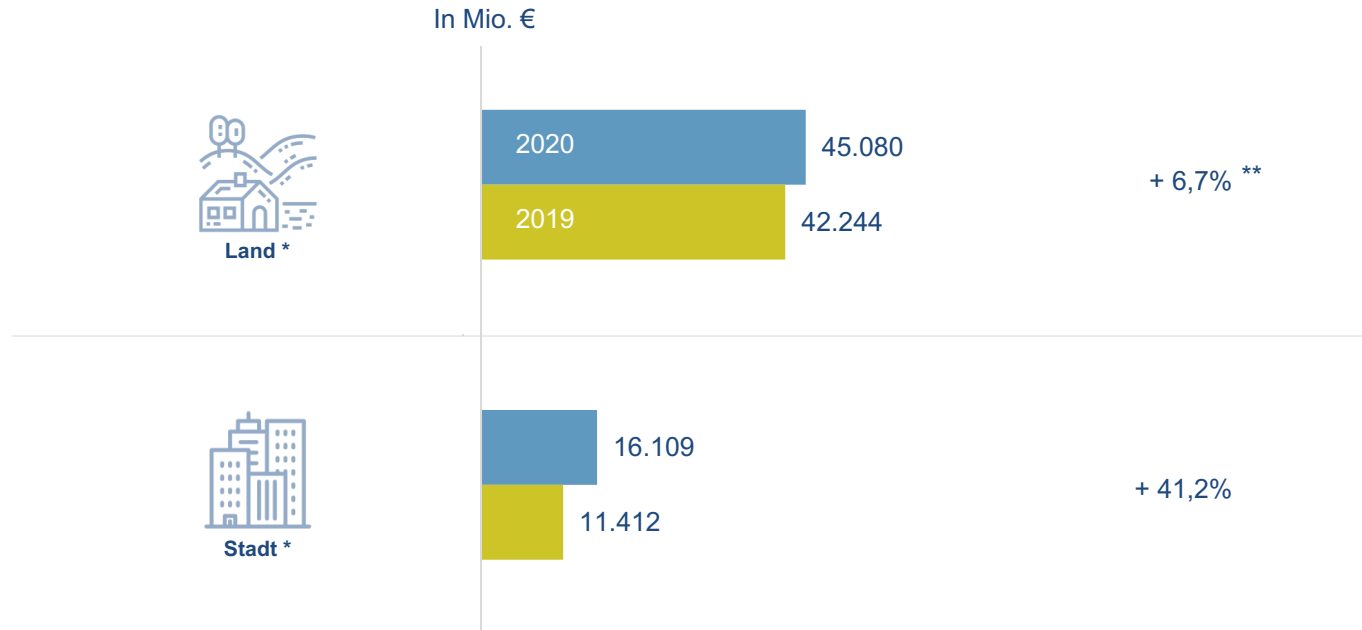
## Mehr als ein Kauf in den vergangenen sieben Tagen





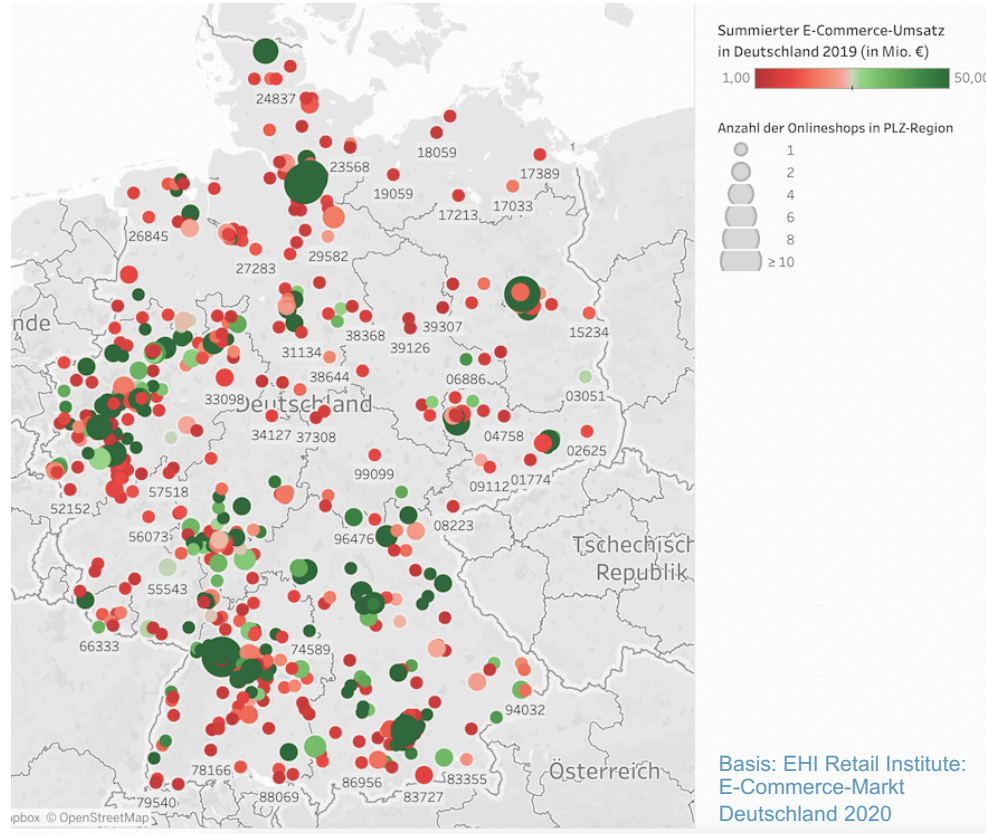
# Warengruppen Volumina nach Land/Stadt\*

## 2019 vs. 2020



# Top 1000 Händler in Deutschland

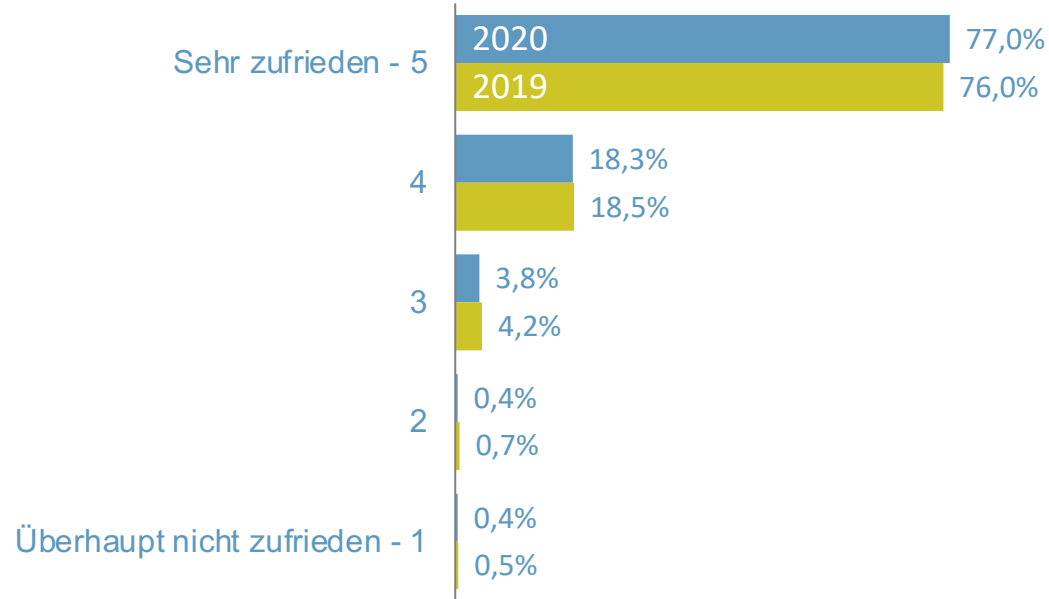
## Räumliche Verteilung der E-Commerce-Händler



Lesebeispiel: Ein großer dunkelgrüner Punkt bedeutet, dass in dem entsprechenden Postleitzahlengebiet mehr als 10 Shops mit einem Umsatz von mehr als 50 Mio. Euro ansässig sind.

# Zufriedenheit mit dem Onlinekauf steigt weiter

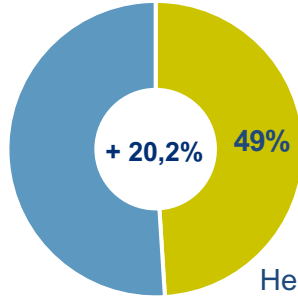
## Starke Branchenleistung in der Pandemie



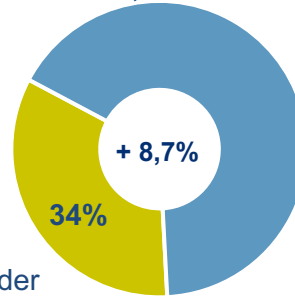
# Umsätze auf Online-Marktplätzen wachsen am stärksten | Wachstum liegt bei über 20 Prozent



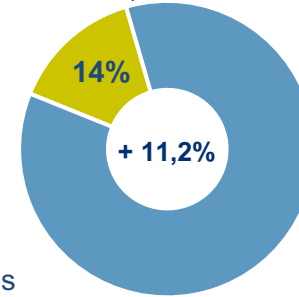
Online-Marktplätze  
40,8 Mrd. €



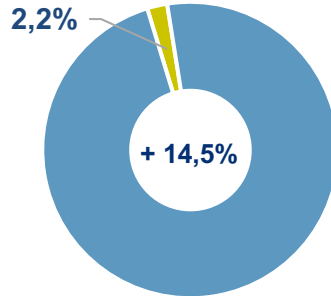
Multichannel \*  
28,0 Mrd. €



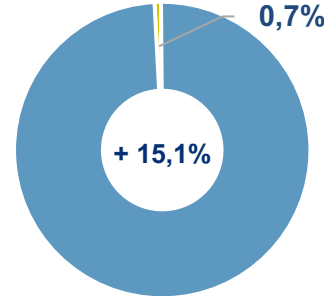
Internet-Pure-Player  
12,0 Mrd. €



Hersteller-Versender  
1,8 Mrd. €



Shopping Clubs  
0,5 Mrd. €



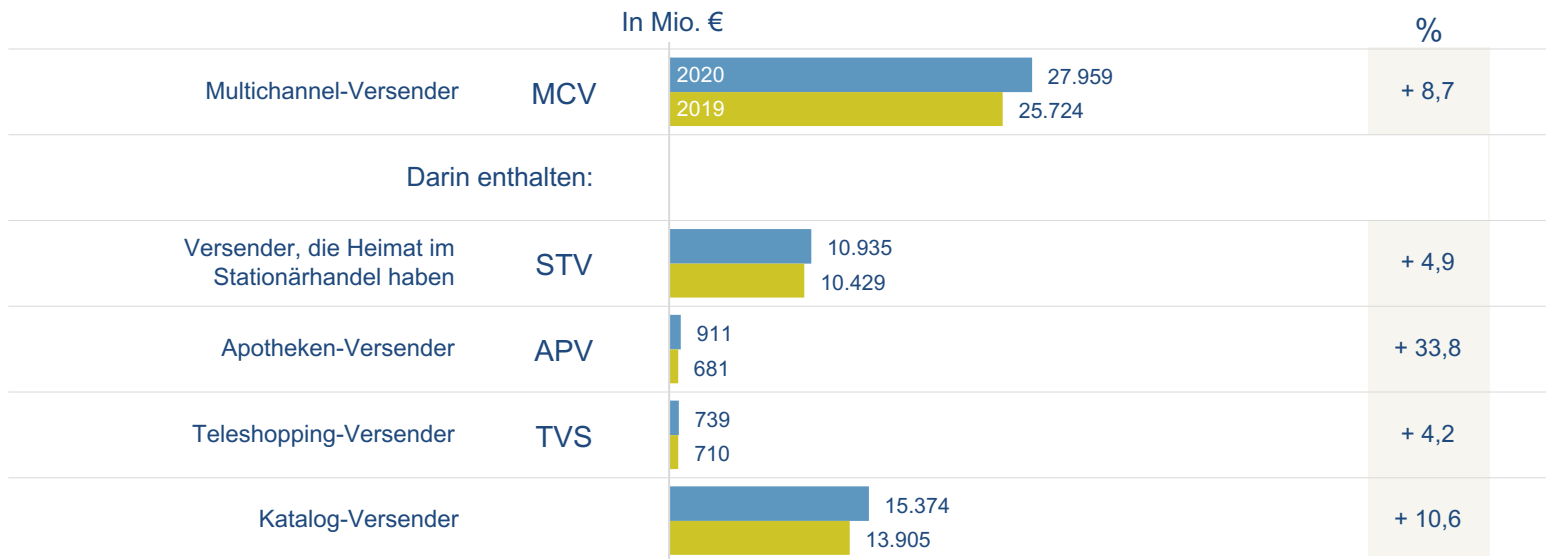
Marktwachstum  
14,6 %

# Multichannel ist...

## Die Versendertypologien im Blick



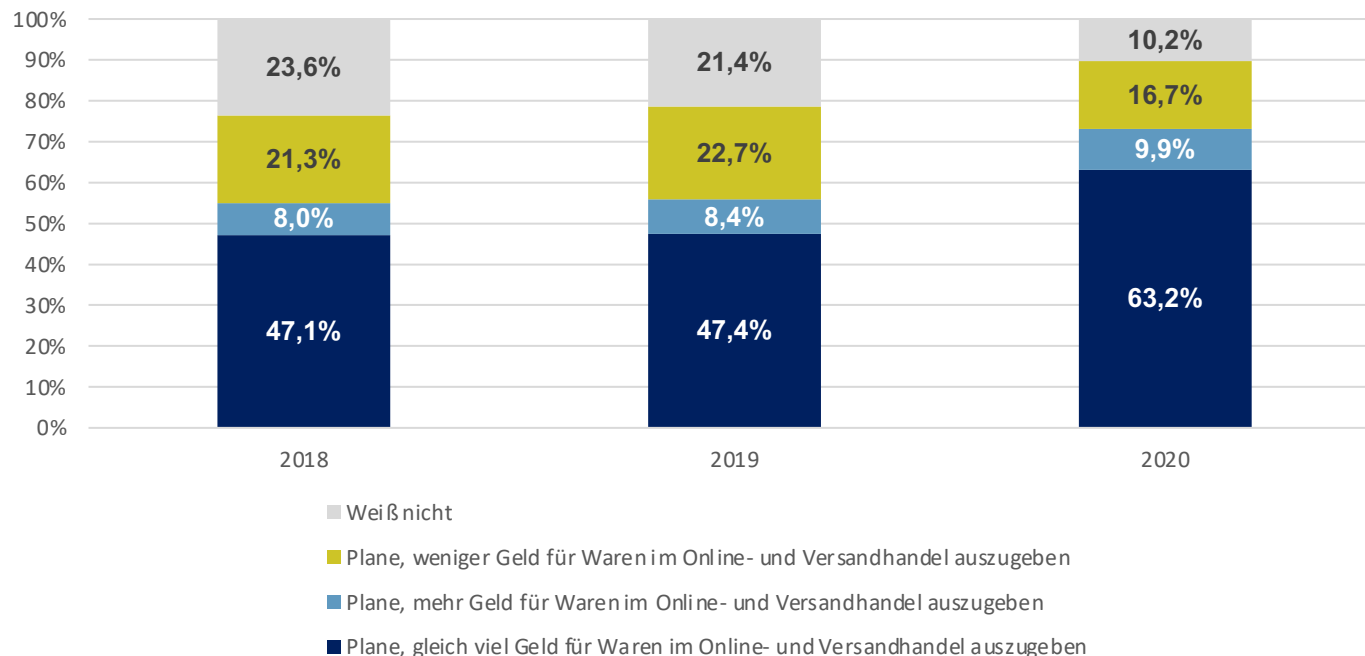
E-Commerce



# TEIL II: DER HANDEL DER ZUKUNFT

## Tipping Point: Kein Weg mehr zurück

Drei von vier Kunden wollen künftig genauso viel oder mehr kaufen



## Tipping Point: Kein Weg mehr zurück E-Commerce als Kern des Handelsgeschäfts

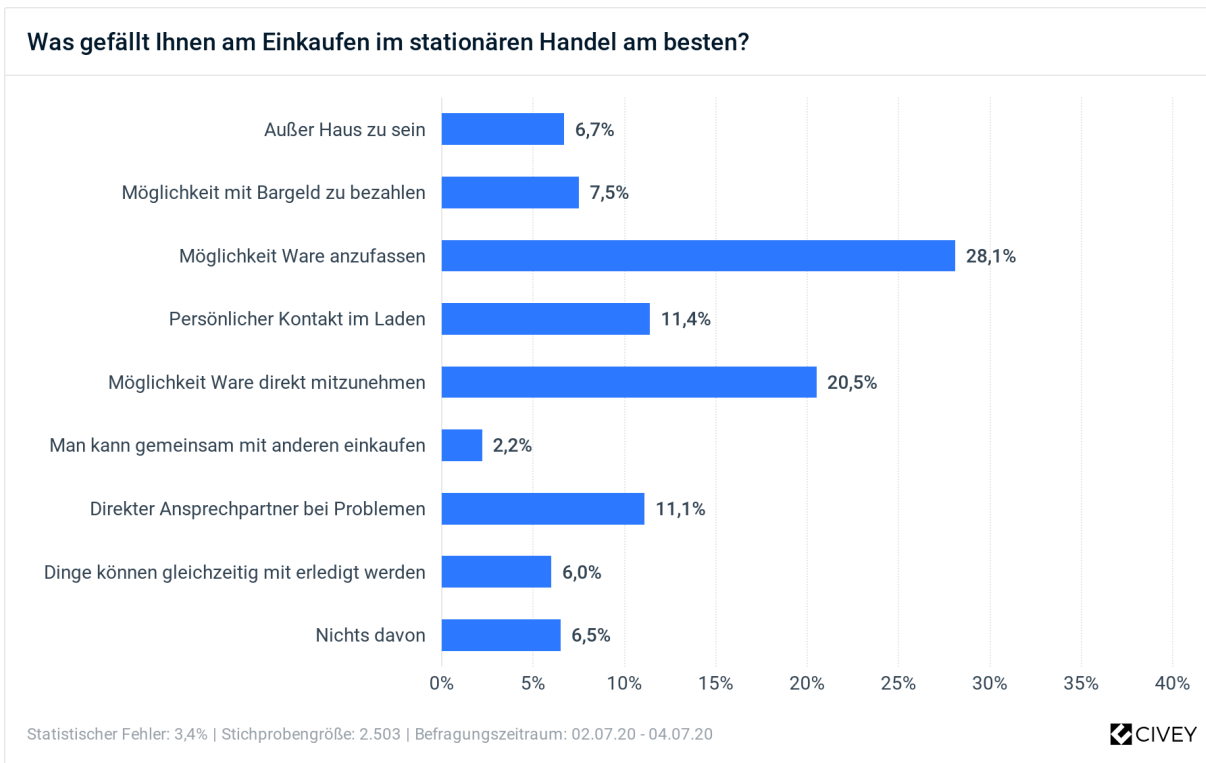
*„Bislang gilt Douglas vorwiegend als Einzelhändler mit vielen Filialen. Künftig drehen wir das Ganze bewusst um und sagen: Douglas ist ein Onlinehändler, der auch ein erfolgreiches stationäres Geschäft hat.“*

*Tina Müller, CEO, Douglas*



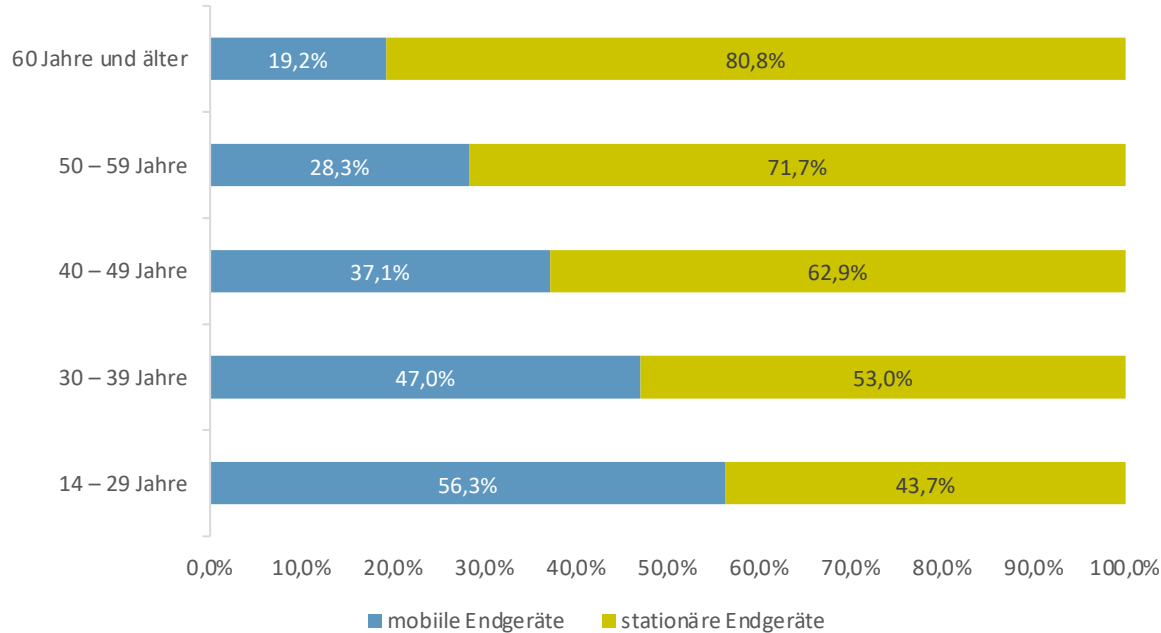
# Der Laden als Touchpoint im E-Commerce

## E-Commerce Prozesse werden den Handel prägen



# Die Zukunft des Handels ist offen für alle

## Mobile Commerce auf dem Sprung

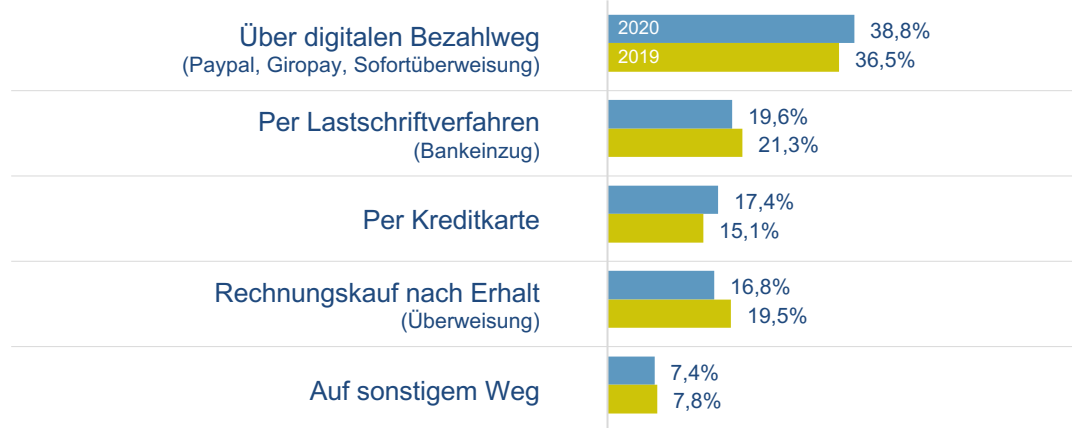


# Die Zukunft des Handels ist offen für alle Social Networks – der unkomplizierte Einstieg



# Die Zukunft des Handels ist sicher

## Blick auf den Bezahlweg



# Die Zukunft des Handels ist persönlich

## Nähe 4.0 durch VR-Anwendungen



## Smart Devices

Interesse an Smart Digital Assistants nimmt zu



Ich würde gern digitale  
Assistenten, wie z.B.  
Google Home, Siri, Amazon  
Alexa oder Cortana auch  
zum Bestellen nutzen.

2019

11,4%

2020

14,2%

# **TEIL III: VOM E-COMMERCE ZUM HANDEL IN EINER DIGITALEN GESELLSCHAFT**

# Blick auf die nationalen und internationalen regulatorischen Ansätze

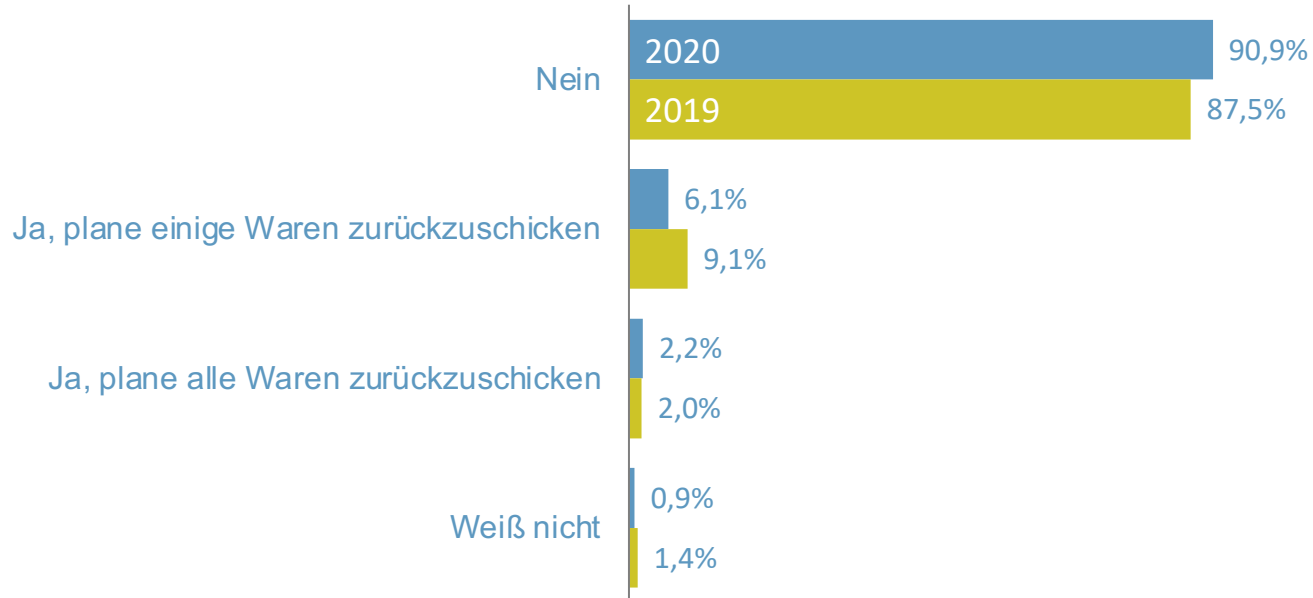
## Keine Hemmnisse für Innovationen durch Überregulierung





# Stichwort Retouren

## Retourenabsicht sinkt im Vorjahresvergleich



## Stichwort Nachhaltigkeit

Nachhaltiges Verhalten der Händler immer stärker im Fokus

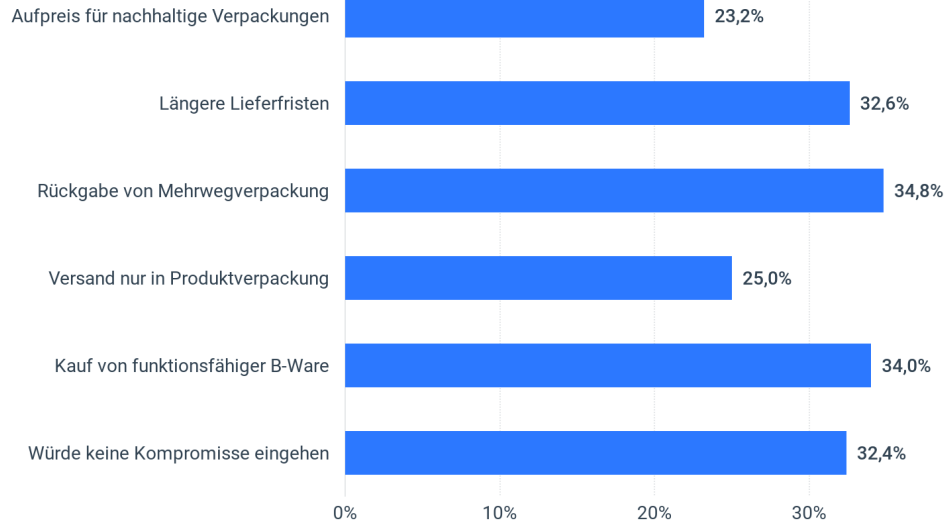
Knapp 25 Prozent der Verbraucherinnen und Verbraucher setzen beim Einkauf im Internet auf Händler, die ihre Nachhaltigkeitskriterien erfüllen.

# Stichwort Nachhaltigkeit

## Für nachhaltigen Konsum werden Kompromisse eingegangen

Welche Kompromisse würden Sie eingehen, um im Internet nachhaltiger einzukaufen?

🕒 Personen, die im Internet einkaufen



Mehrfachantwort möglich | Statistischer Fehler: 3,4% | Stichprobengröße: 2.501 | Befragungszeitraum: 22.12.20 - 27.12.20



## bevh-Forderungen an die Politik

E-Commerce Branche muss auch weiterhin innovativ bleiben können

**Keine Überregulierung**

**Digitalisierungsfreundliche  
Wirtschaftspolitik**

**Mehr experimentieren  
und beteiligen: Politik  
aus dem Reallabor**

## Forderungen des bevh

**Unterstützung von  
Innovation statt Restauration**

**Innovative, soziale und  
machbare Konzepte für  
Stadt und Land**

**Europa und internationale  
Partnerschaften stärken**

## Prognose für das Jahr 2021

Was erwarten wir für die Branche in den kommenden 12 Monaten



Der **E-Commerce-Umsatz mit Waren** wird im Jahr 2021 voraussichtlich ein Wachstum von **12,5 Prozent** erreichen.



Das moderate zweistellige prozentuale Wachstum wird dazu führen, dass der **E-Commerce mit Waren und Dienstleistungen die Grenze von 100 Mrd. Euro sicher überspringen** wird.