

# Willkommen zur Pressekonferenz

„Aufbruch oder verlorenes Jahrzehnt?“

**Gero Furchheim**, Präsident des bevh und Sprecher des Vorstands der Cairo AG

**Alien Mulyk**, Geschäftsführerin Public Affairs

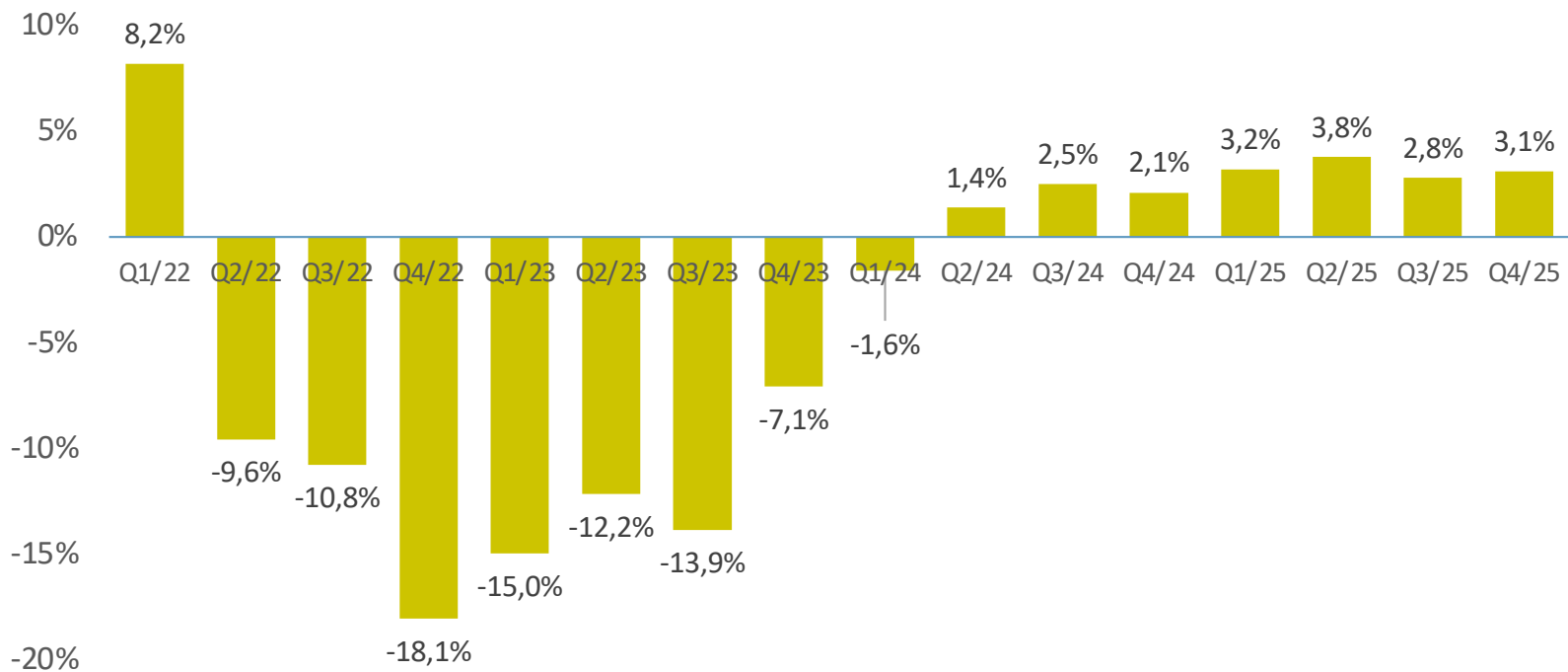
**Christoph Wenk-Fischer**, Hauptgeschäftsführer des bevh

---

**TEIL I:**  
**Wachstum ist möglich**

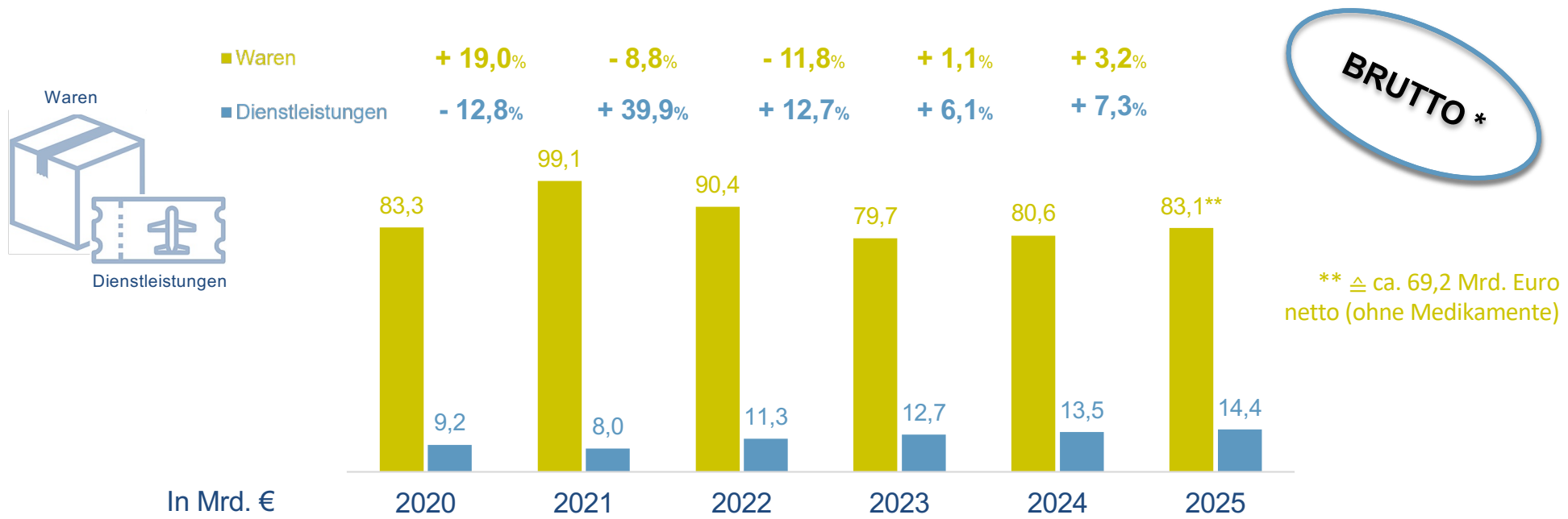
# Rückkehr zu dauerhaftem Wachstum in schwacher Konjunktur

## Entwicklung der Quartalsumsätze im Jahresvergleich



# Umsatz-Trendwende auf Jahresbasis erreicht

Dauerhaft starkes Wachstum braucht Impulse

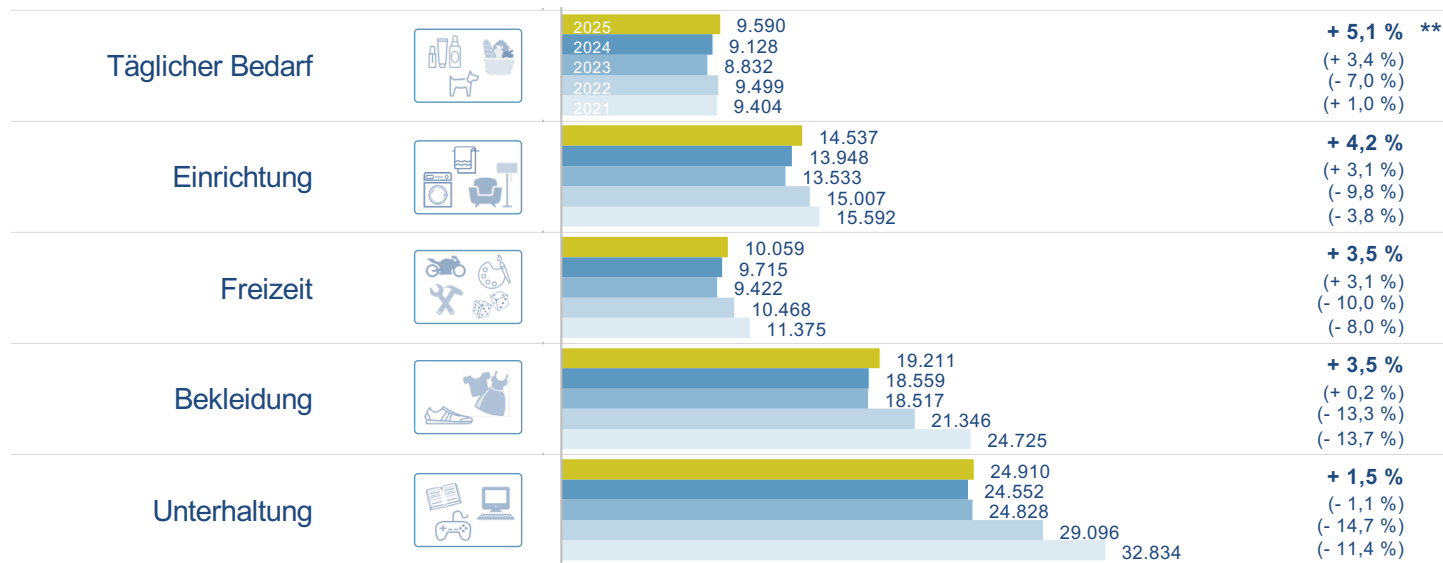


# Entwicklung der Warencluster

## Bekleidung back on track



in Mio. Euro \*



# Warenkategorien im E-Commerce

Deutliche Verbesserungen bei den größten Kategorien



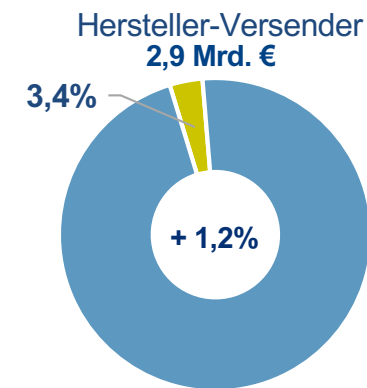
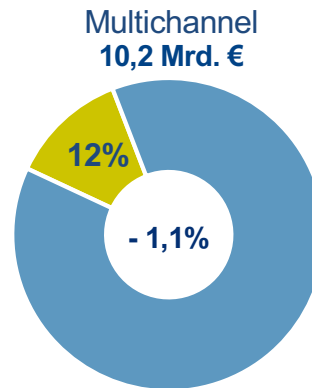
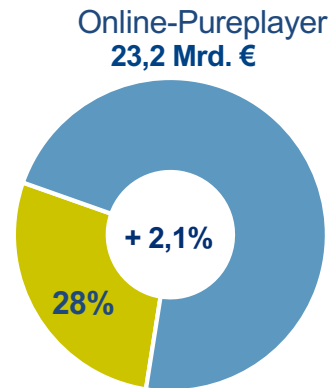
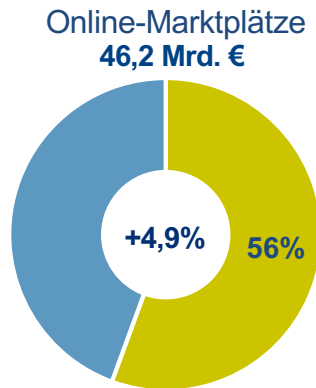
	2024 in Mio. € *	2025 in Mio. € *	
	<b>80.571</b>	<b>83.148</b>	<b>+ 3,2 %</b>
Medikamente	1.705	1.807	+ 6,0 %
Lebensmittel	3.907	4.121	+ 5,5 %
Tierbedarf	1.877	1.971	+ 5,0 %
DIY & Blumen	2.901	3.042	+ 4,9 %
Haushaltswaren & -geräte	6.867	7.198	+ 4,8 %
Haus- & Heimtextilien	1.665	1.742	+ 4,6 %
Drogerie	3.345	3.499	+ 4,6 %
Spielwaren	2.002	2.087	+ 4,2 %
Schuhe	3.937	4.084	+ 3,7 %
Hobby & Freizeitartikel	3.507	3.628	+ 3,5 %
Bekleidung	14.621	15.127	+ 3,5 %
Möbel, Lampen & Dekoration	5.417	5.597	+ 3,3 %
Bürobedarf	897	919	+ 2,5 %
Schmuck & Uhren	1.148	1.174	+ 2,3 %
** Computer / -Zubehör/Spiele/Software	6.100	6.225	+ 2,1 %
** Bild- & Tonträger / Video- & Musik	3.189	3.243	+ 1,7 %
Elektronikartikel & Telekommunikation	12.081	12.246	+ 1,4 %
** Bücher / Ebooks / Hörbücher	3.182	3.196	+ 0,4 %
Auto & Motorrad/ Zubehör	1.306	1.303	- 0,3 %
Sonstiges	920	941	+ 2,3 %

# Umsatzanteile der einzelnen Anbieter

## Online-Pureplayer zurück im Wachstum



E-Commerce



**Marktentwicklung**  
**+ 3,2 %**

10 | Basis: Umsatz inkl. Umsatzsteuer, ohne Verkäufe von privat über OMP; Lesebeispiel: Online-Marktplätze sind in 2025 um 4,9% auf 46,2 Mrd. € gewachsen und machen 56% des gesamten E-Commerce-Umsatzes aus. Fehlende zu 100% sind Sonstige.

## Kundentreue im E-Commerce stabil

- Anteil der Viel-Käufer (2 oder mehr Käufe in der Woche) unverändert hoch bei 34,2 Prozent (2024: 34,1 Prozent).
- Durchschnittlicher Bestellwert stieg von 144,12 Euro (2024) auf 146,19 Euro (2025).
- Zufriedenheit mit dem E-Commerce bleibt mit 96,2 Prozent auf unverändert hohem Niveau (2024: 96,0 Prozent).

---

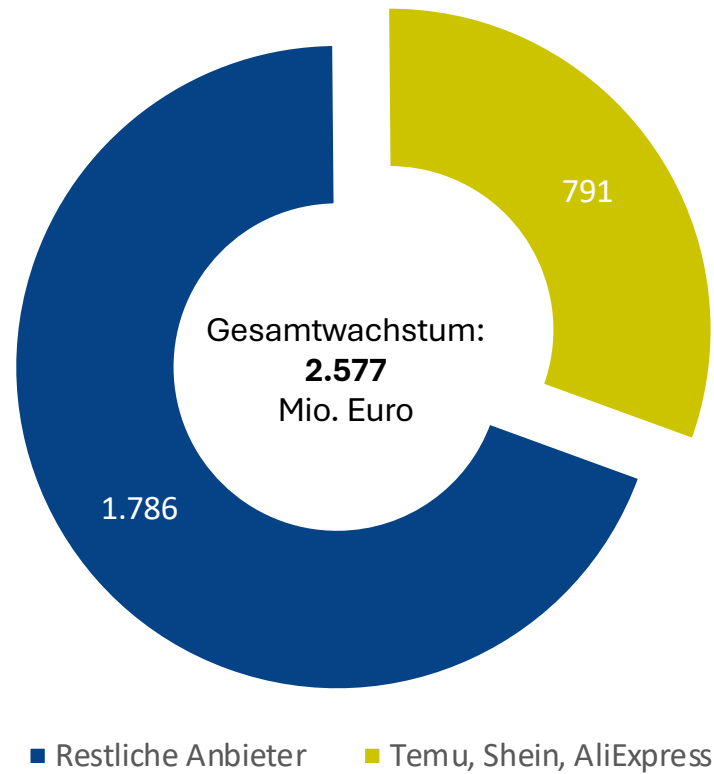
# TEIL II: Wachstum zulassen

#bevhPK26



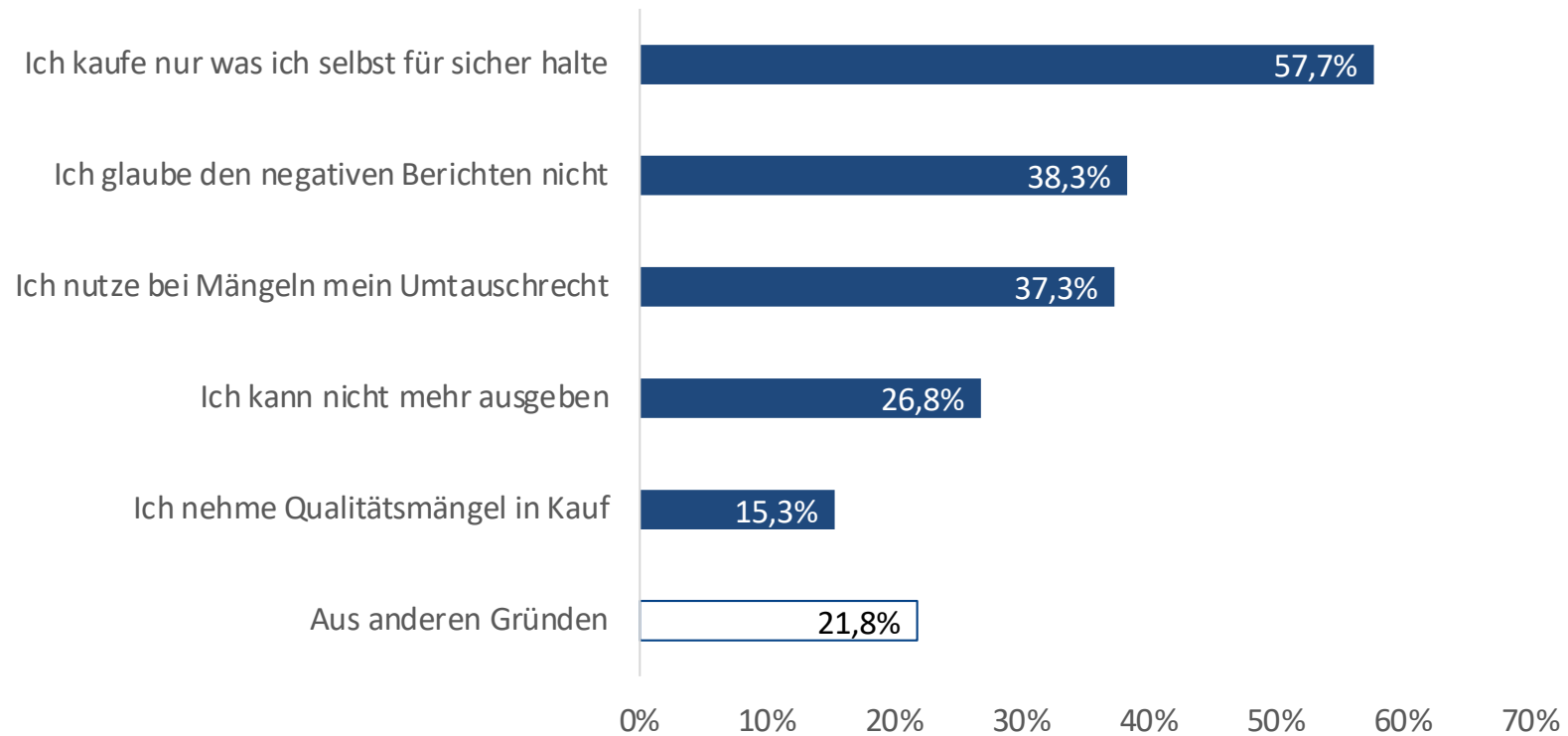
# Können wir uns gegen unfairen Wettbewerb behaupten?

## Allein drei Plattformen mit Ursprung in China machen 30 % des Marktwachstums aus



## Kaufmotive auf Temu und Shein

„Warum kaufen Sie trotz negativer Berichte bei Temu oder Shein ein?“



## Drittstaaten-Plattformen

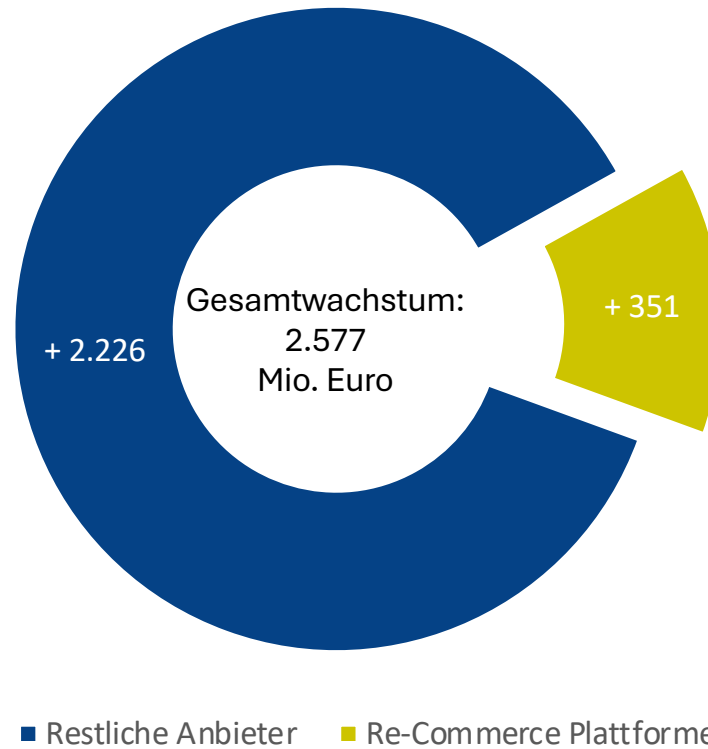
Können wir uns gegen unfairen Wettbewerb behaupten?

Ja, wenn:

- vorhandene Gesetze durchgesetzt werden.
- Europa einheitlich und durchdacht agiert.
- gezielt Marktüberwachung und Zoll gestärkt werden.

# Können wir das Wachstum nachhaltiger Geschäftsmodelle stärken?

## Re-Commerce für 13,6 % des Wachstums verantwortlich



## Re-Commerce

Können wir das Wachstum nachhaltiger Geschäftsmodelle stärken?

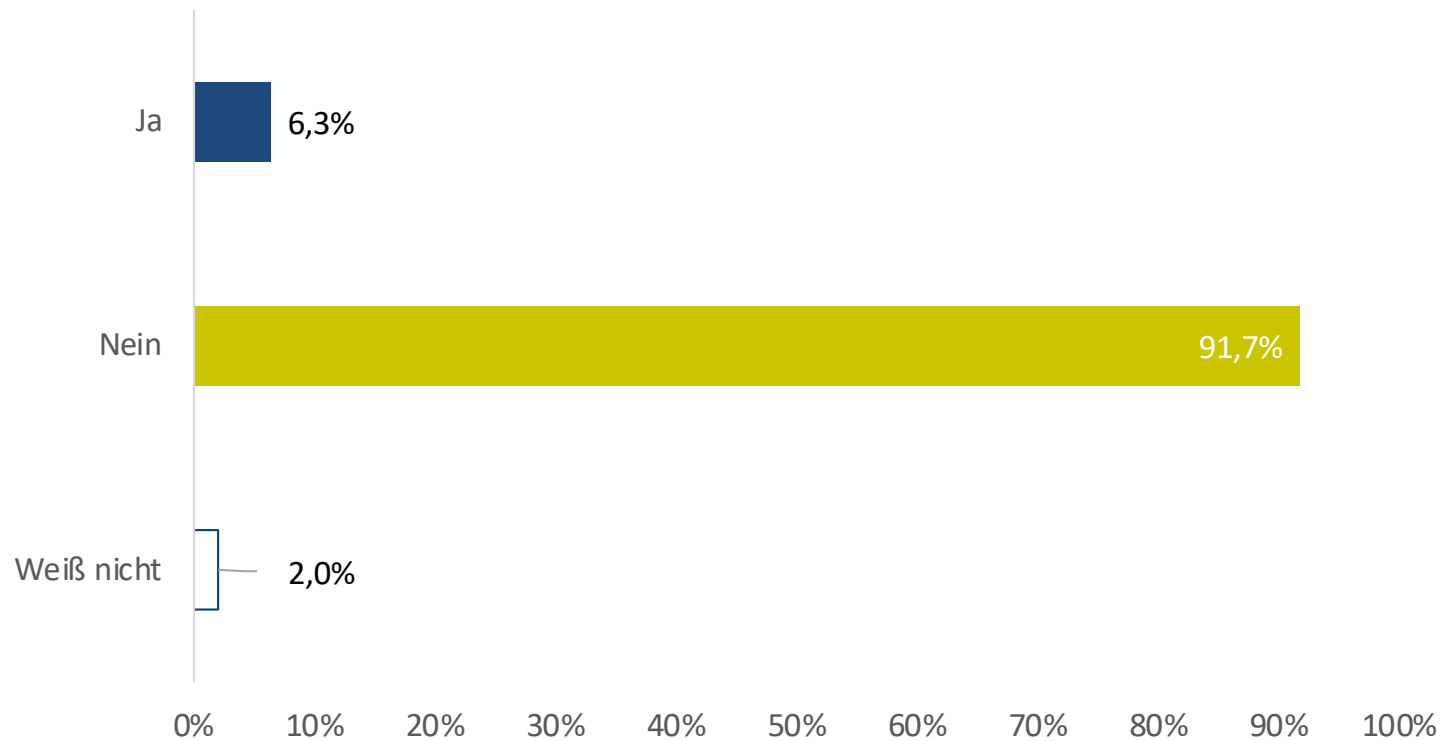
Ja, wenn:

- Anforderungen und Potenziale der Kreislaufwirtschaft berücksichtigt werden.
- Akteure frühzeitig in die Ausgestaltung neuer Regelungen einbezogen werden.
- Geschäftsmodelle bei der Gesetzgebung mitgedacht und so unbeabsichtigte Hürden vermieden werden.

# Können wir die Vielfalt im Onlinehandel sichern?

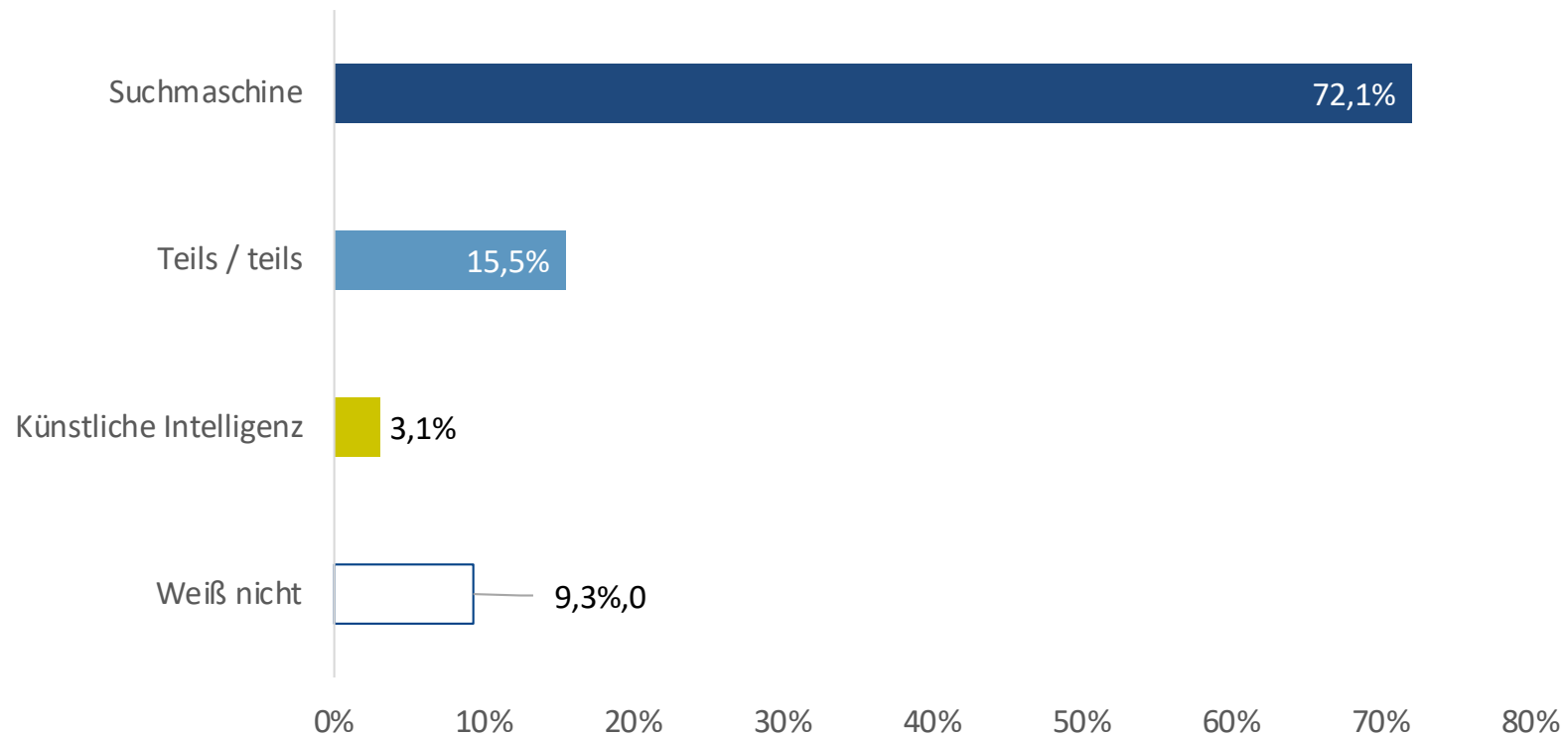
## KI-Shopping: Noch fehlt das Vertrauen

„Würden sie eine Künstliche Intelligenz für sich einkaufen und bezahlen lassen?“



## KI-Shopping: Noch fehlt das Vertrauen

„Nutzen Sie beim Shopping lieber eine KI oder eine Suchmaschine?“



## KI-Plattformen

Können wir die Vielfalt im Onlinehandel sichern?

Ja, wenn:

- KI-Plattformen die Unabhängigkeit und Transparenz ihrer Empfehlung gewährleisten.
- Bei aller Technologieoffenheit für faire Bedingungen im Markt gesorgt wird.
- KI nicht zum Gatekeeper wird und ein Level-Playing-Field gewahrt wird.

# Können wir den Überblick behalten?

## Überregulierung & Bürokratie

### Können wir den Überblick behalten?

Ja, wenn Politik:

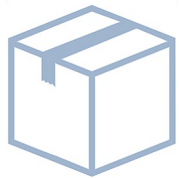
- sich nicht in Details verliert.
- Dinge nicht doppelt regelt.
- nur Regelungen trifft, die wirklich notwendig sind.
- nach objektiven Kriterien nachvollziehbar und faktenbasiert, verlässlich und beständig handelt.
- Regelungen in der gesamten EU harmonisiert und deren Erfüllung durch Digitalisierung erleichtert.

---

# TEIL III: Wachstum fortsetzen

#bevhPK26





Der E-Commerce-Umsatz **mit Waren** bleibt stark von der Politik, globalen Konflikten und der wirtschaftlichen Entwicklung abhängig und wächst 2026 nominal voraussichtlich um

**+ 3,8 Prozent.**

**Vielen Dank!**



**Der E-Commerce Verband**

Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e.V. (bevh)  
Friedrichstraße 60 (Atrium)  
10117 Berlin  
Tel.: +49 30 40 36 751 – 0  
info@bevh.org, www.bevh.org

#bevhPK26

