

Willkommen zur Pressekonferenz

„Aufbruch oder verlorenes Jahrzehnt?“

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

Alien Mulyk, Geschäftsführerin Public Affairs

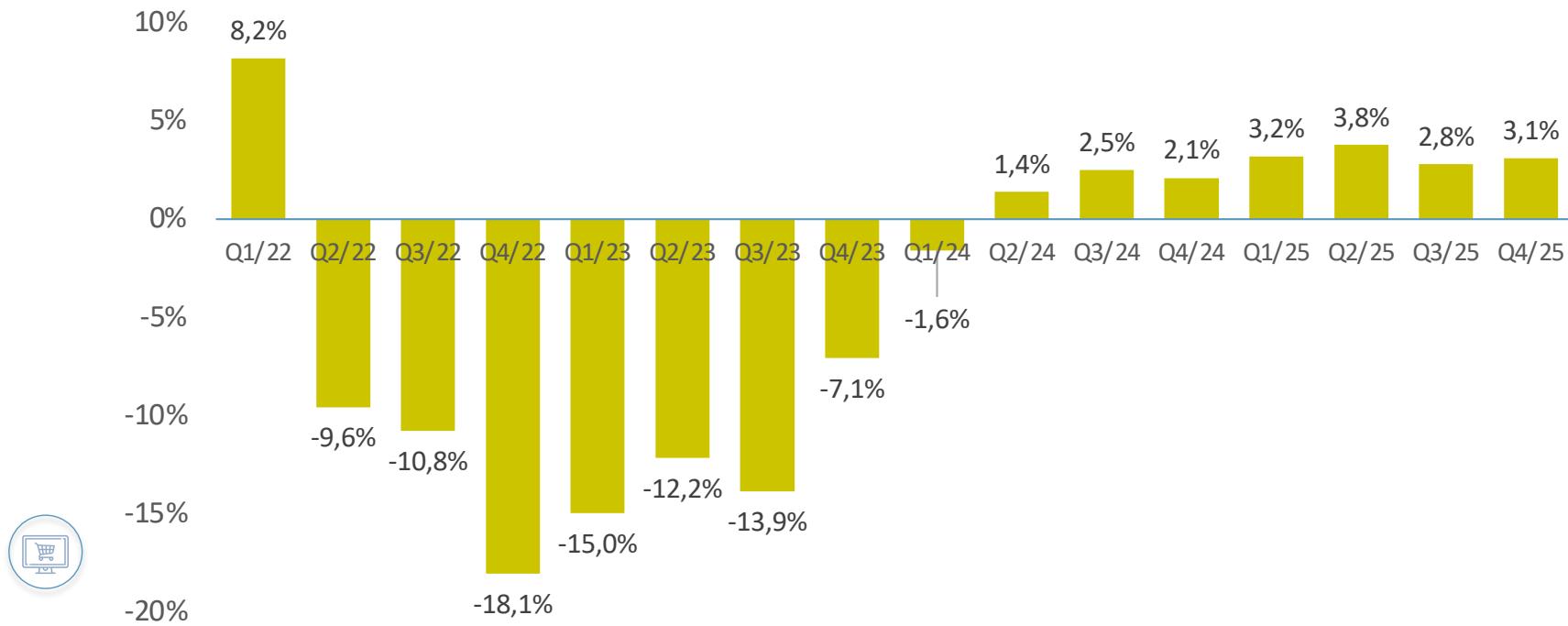
Christoph Wenk-Fischer, Hauptgeschäftsführer des bevh

TEIL I:

Wachstum ist möglich

Rückkehr zu dauerhaftem Wachstum in schwacher Konjunktur

Entwicklung der Quartalsumsätze im Jahresvergleich



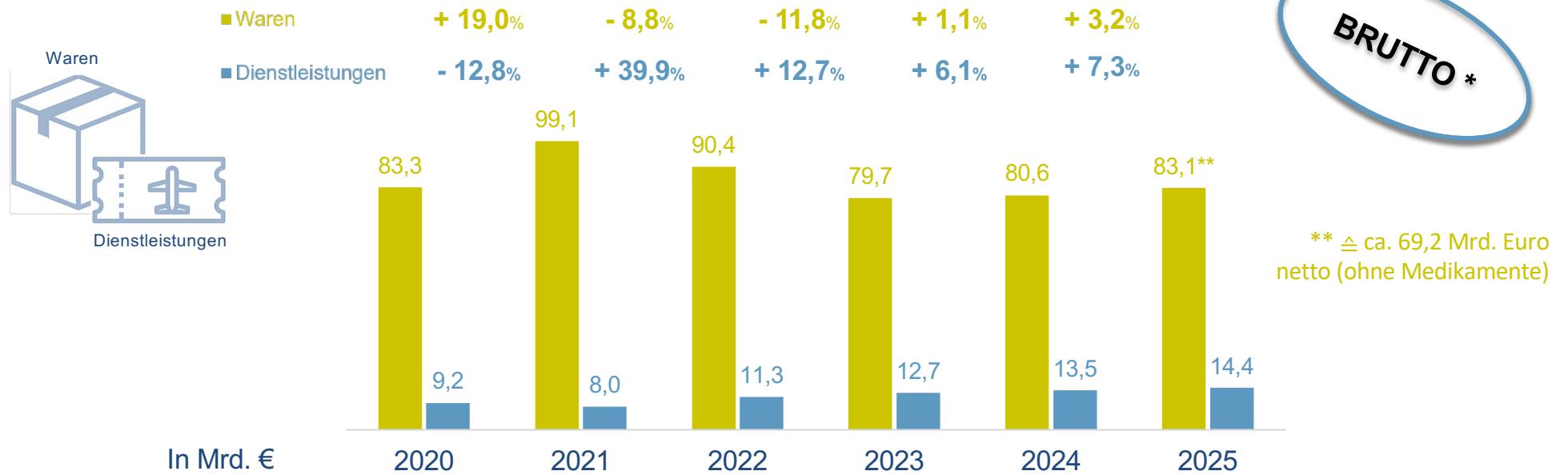
3 | * Basis: Umsatzangaben inkl. Umsatzsteuer, ohne OMP-Käufe von privat

#bevhPK26

bevh

Umsatz-Trendwende auf Jahresbasis erreicht

Dauerhaft starkes Wachstum braucht Impulse



4 | * Basis: Umsatzangaben inkl. Umsatzsteuer, ohne OMP-Käufe von privat

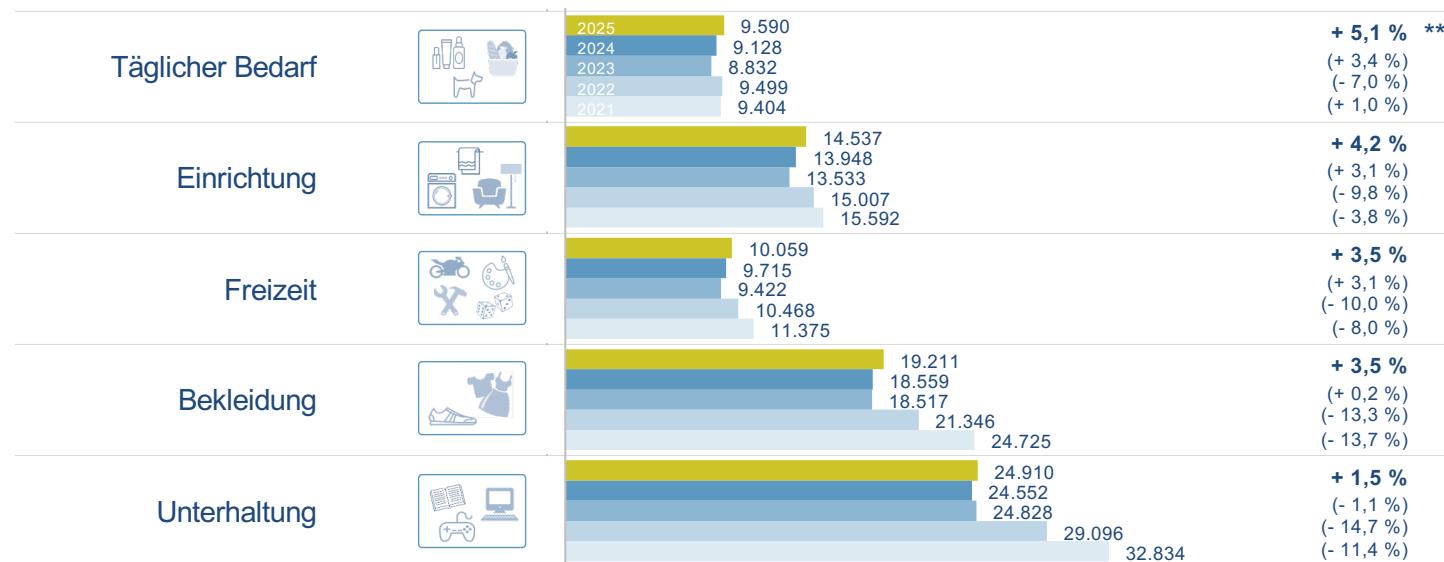
Entwicklung der Warencluster

Bekleidung back on track



E-Commerce

in Mio. Euro *



5 | * Basis: Umsatzangaben inkl. Umsatzsteuer, ohne OMP-Käufe von privat; ** prozentuale Veränderung zum Vorjahr

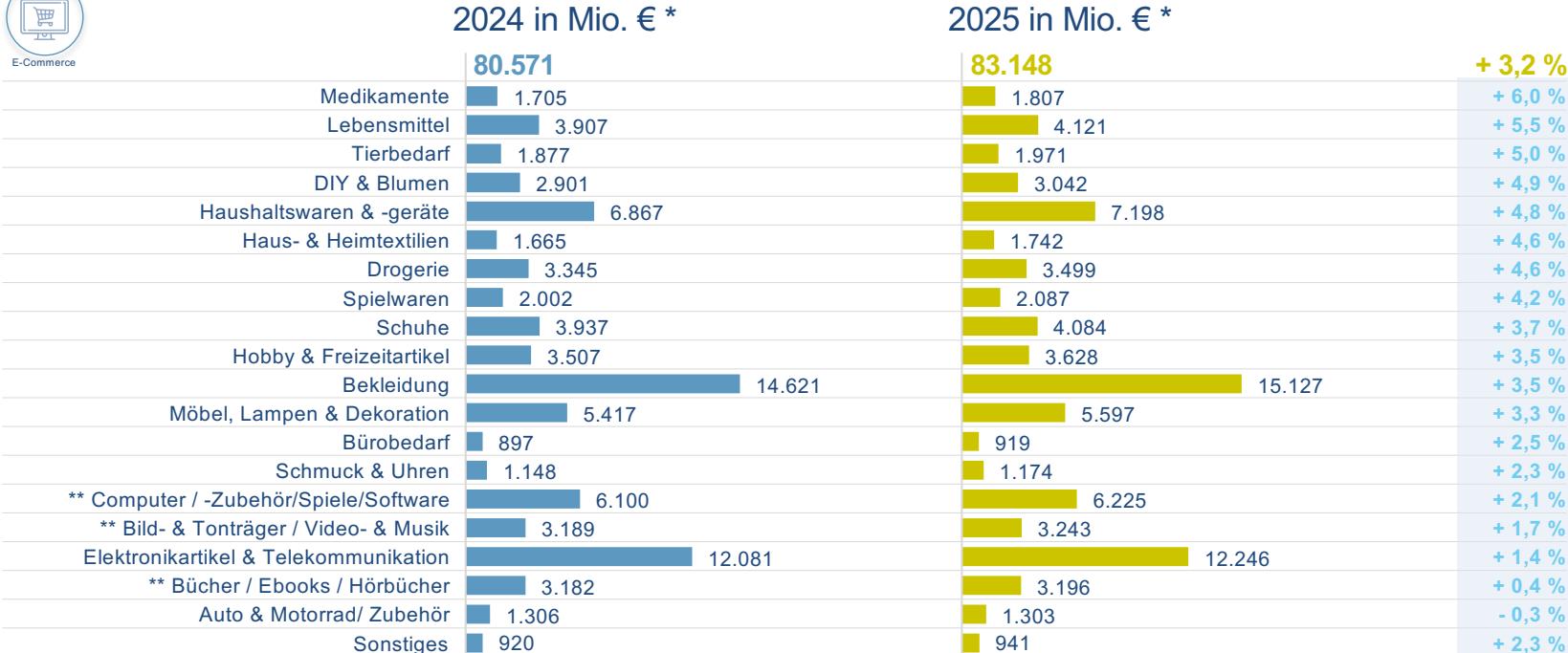
#bevhPK26

Warenkategorien im E-Commerce

Deutliche Verbesserungen bei den größten Kategorien



E-Commerce



6 | * Basis: Umsatzangaben inkl. Umsatzsteuer, ohne OMP-Käufe von privat; ** inklusive Downloads

#bevhPK26

bevh

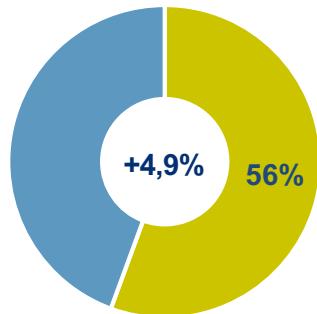
Umsatzanteile der einzelnen Anbieter

Online-Pureplayer zurück im Wachstum

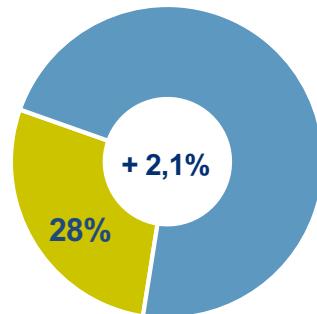


E-Commerce

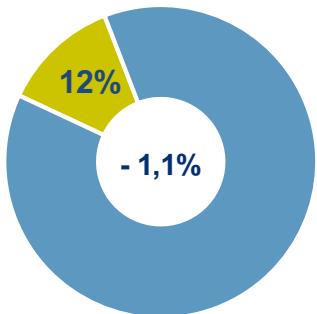
Online-Marktplätze
46,2 Mrd. €



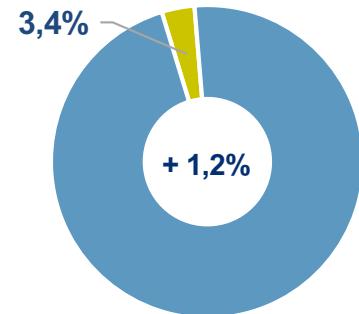
Online-Pureplayer
23,2 Mrd. €



Multichannel
10,2 Mrd. €



Hersteller-Versender
2,9 Mrd. €



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

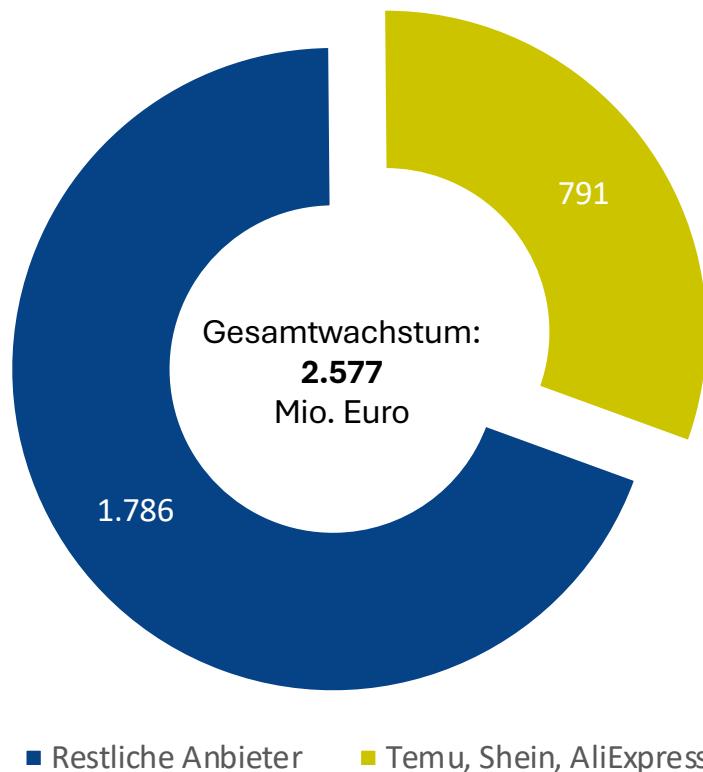
- Anteil der Viel-Käufer (2 oder mehr Käufe in der Woche) unverändert hoch bei 34,2 Prozent (2024: 34,1 Prozent).
- Durchschnittlicher Bestellwert stieg von 144,12 Euro (2024) auf 146,19 Euro (2025).
- Zufriedenheit mit dem E-Commerce bleibt mit 96,2 Prozent auf unverändert hohem Niveau (2024: 96,0 Prozent).

TEIL II:

Wachstum zulassen

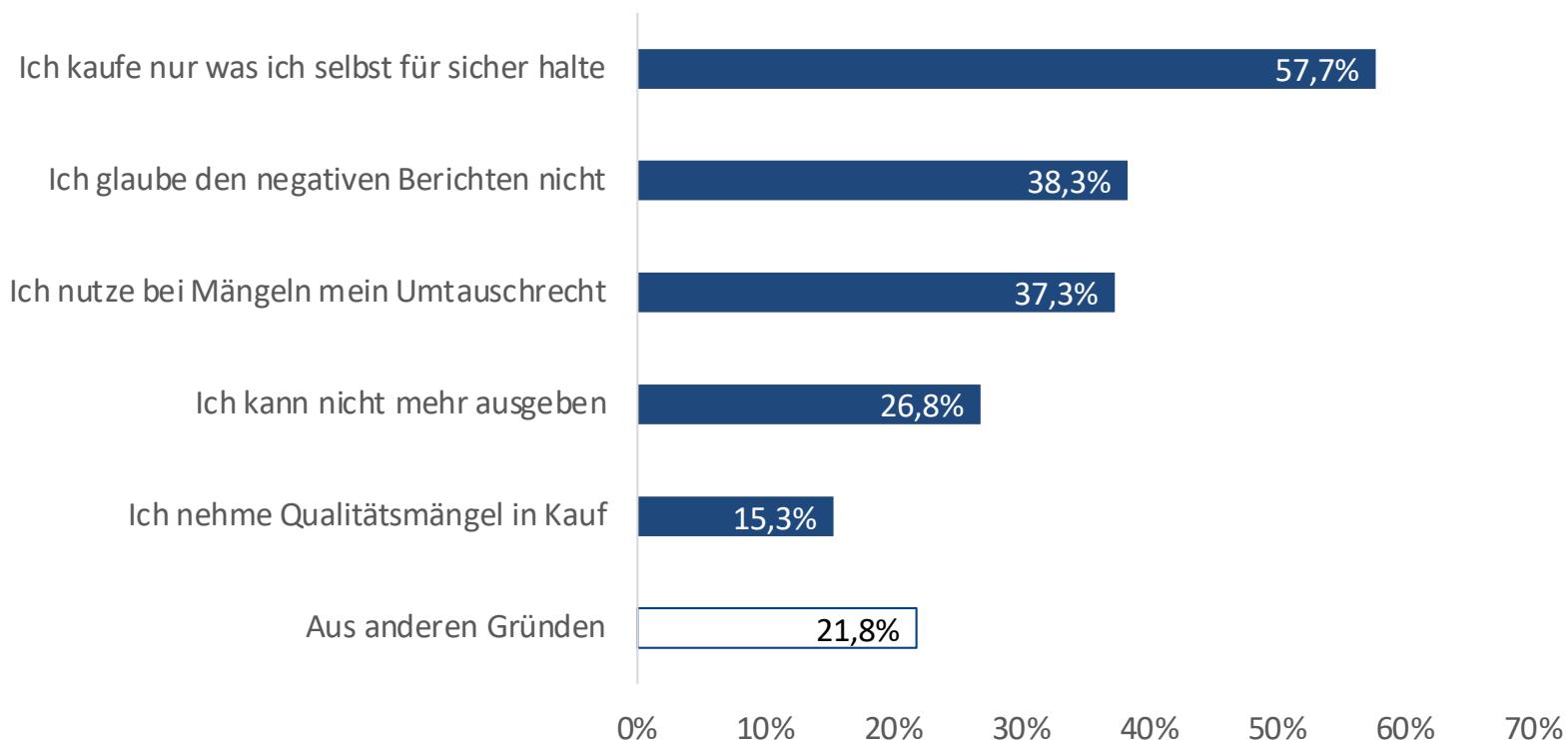
Können wir uns gegen unfairen Wettbewerb behaupten?

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

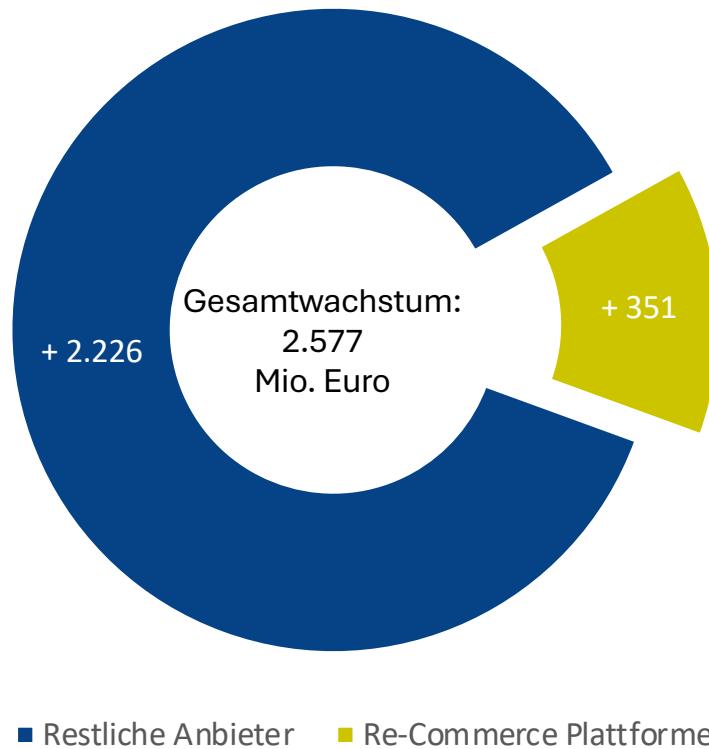
Können wir uns gegen unfairen Wettbewerb behaupten?

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?

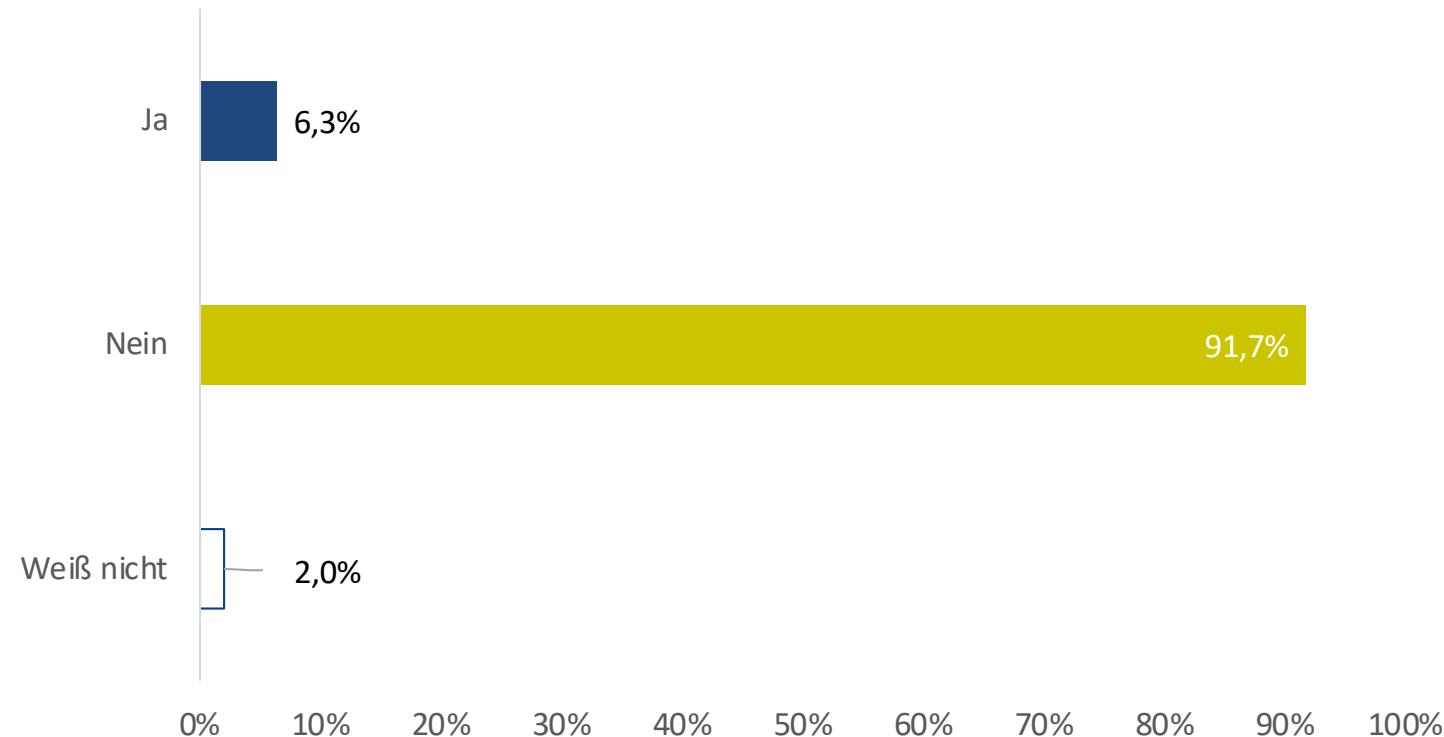
Ja, wenn:

- 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?

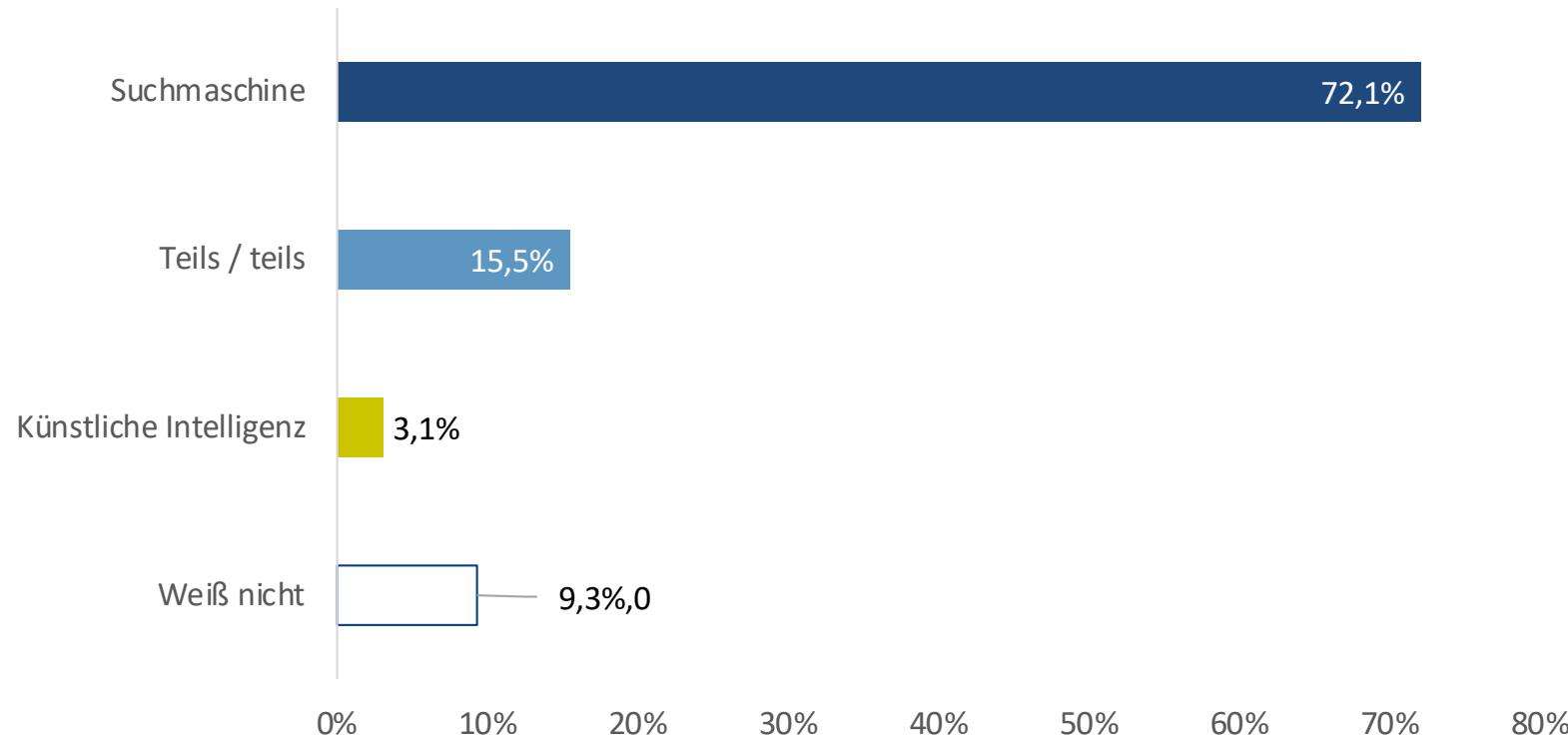
KI-Shopping: Noch fehlt das Vertrauen

„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:

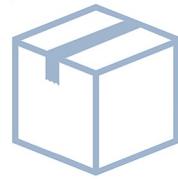
- sich nicht in Details verliert.
- Dinge nicht doppelt regelt.
- nur Regelungen trifft, die wirklich notwendig sind.
- nach objektiven Kriterien nachvollziehbar und faktenbasiert, verlässlich und beständig handelt.
- Regelungen in der gesamten EU harmonisiert und deren Erfüllung durch Digitalisierung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

TEIL III:

Wachstum fortsetzen

#bevhPK26

bevh 



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

