

Interaktiver Handel in Deutschland

Ergebnisse 2017



Bundesverband E-Commerce und Versandhandel e.V.



GIM | GESELLSCHAFT FÜR
INNOVATIVE MARKTFORSCHUNG

1

Inhaltsverzeichnis



1. Studien-Steckbrief	4-11
Zielsetzungen, Methode, Befragungsinhalte, Versenderklassifizierung, Hochrechnungsmodell, Weiterentwicklung	
2. Volumina im Interaktiven Handel im Überblick	12-15
3. Waren im E-Commerce	16-54
Volumina nach Warengruppen und im Jahresvergleich	17-19
Volumina nach Warengruppen und Geschlecht im Jahresvergleich	20-24
Volumina nach Warengruppen und Land/Stadt im Jahresvergleich	25-30
Volumina nach Versendertypologie und im Jahresvergleich	31-33
Volumina nach Versendertypologie, Geschlecht und Land/Stadt im Jahresvergleich	34-36
Bestellte Waren im Jahresvergleich und nach Geschlecht und Land/Stadt	37-41
Genutzte Versendertypen im Jahresvergleich und nach Geschlecht und Land/Stadt	42-44
Private vs. gewerblich genutzte Anbieter im Jahresvergleich und nach Geschlecht und Land/Stadt	45-47
Bestellweg im Jahresvergleich und nach Geschlecht und Land/Stadt	48-50
Zahlweise im Jahresvergleich und nach Geschlecht und Land/Stadt	51-53
Bestellhäufigkeit im Jahresvergleich und nach Geschlecht und Land/Stadt	54-56
Genutzte Informationsquellen im Jahresvergleich und nach Geschlecht und Land/Stadt	57-59



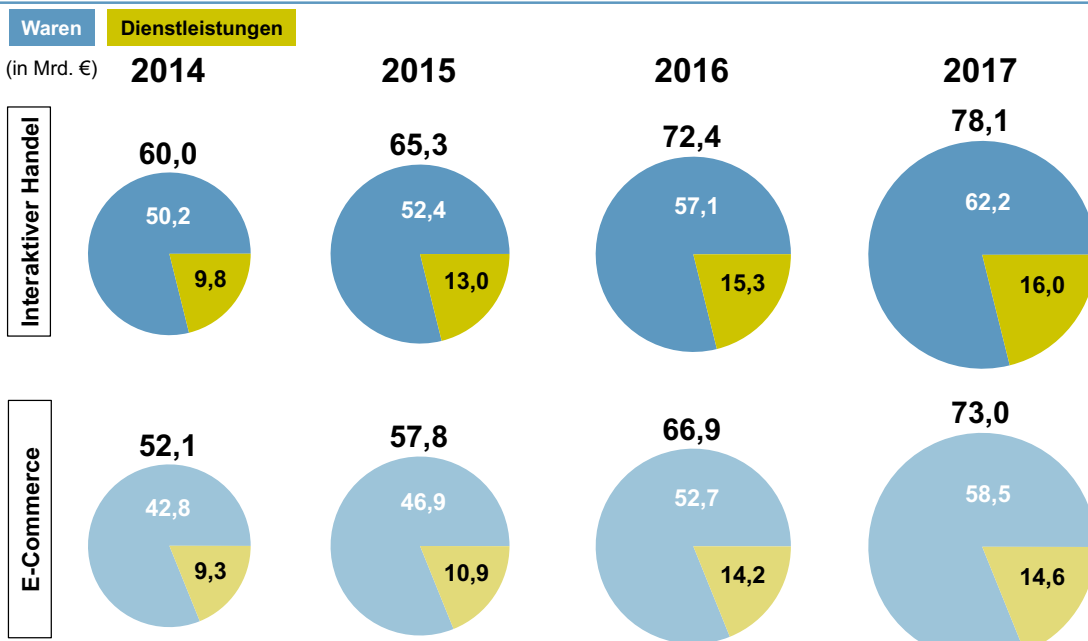
www.bevh.org

Seite 2

4. E-Commerce vs. klassische Bestellwege	60-65
Kundenstruktur	61-62
Versandhandelsverhalten	63-64
Informationsquellen vor Bestellung nach Geschlecht	65
5. Dienstleistungen im Interaktiven Handel	66-72
Volumina nach Dienstleistungsgruppen im Jahresvergleich	67-68
Bestellte Dienstleistungen im Detail und Jahresvergleich	69
Bestellweg im Jahresvergleich	70
Zahlweise im Jahresvergleich	71
Genutzte Informationsquellen im Jahresvergleich	72
6. Zusatzbefragung (Basis: Interaktiver Handel)	73-80
Zufriedenheit mit Lieferzeit im Jahresvergleich und nach Geschlecht und Land/Stadt	74-76
Neues funktionales Profil nach Geschlecht und Land/Stadt	77-80



Interaktiver Handel – Hochrechnung Waren- und Dienstleistungs-Volumina im Überblick (I/II)



Basis: Umsatzangaben inkl. Umsatzsteuer, ohne OMP Privat-Käufe; Abweichungen von Gesamtsumme: Rundungsdifferenzen



Interaktiver Handel – Hochrechnung



Waren- und Dienstleistungs-Volumina im Überblick(II/II)

(in Mio. €)

	2014		2015		2016		2017
Total	60,027	+ 8,9 %	65,341	+ 10,8 %	72,403	+ 7,9 %	78,143
Waren im E-Commerce	42.843	+ 9,5 %	46.901	+ 12,5 %	52.741	+ 10,9 %	58.466
Waren insgesamt	50.185	+ 4,4 %	52.372	+ 9,1 %	57.122	+ 8,8 %	62.150
Dienstleistungen	9.843	+ 31,8 %	12.969	+ 17,8 %	15.281	+ 4,7 %	15.993

Basis: Umsatzangaben inkl. Umsatzsteuer, ohne OMP Privat-Käufe; Abweichungen von Gesamtsumme: Rundungsdifferenzen



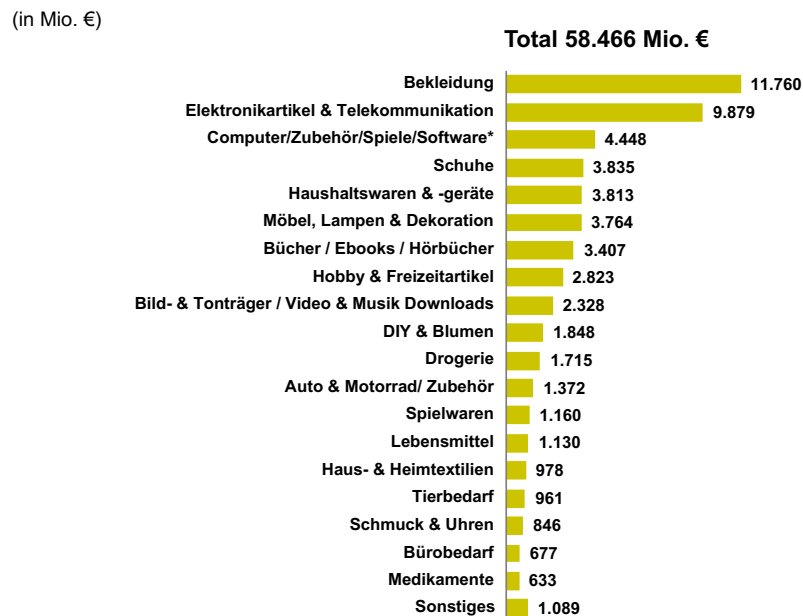
www.bevh.org

Seite 14

Waren im E-Commerce – Hochrechnung



Volumina nach Warengruppen: 2017



* inkl. Downloads

Basis: Umsatzangaben inkl. Umsatzsteuer, ohne OMP Privat-Käufe; Abweichungen von Gesamtsumme: Rundungsdifferenzen



www.bevh.org

Seite 17

Waren im E-Commerce – Hochrechnung

Volumina nach Warengruppen: 2014 - 2017



(in Mio. €)			in [%]		in [%]		in [%]
Total	2014: 42.843	+ 9,5	2015: 46.901	+ 12,5	2016: 52.741	+ 10,9	2017: 58.466
Bekleidung	8.497	+ 17,9	10.016	+ 11,5	11.165	+ 5,3	11.760
Elektronikartikel / Telekommunikation	6.277	+ 20,3	7.554	+ 15,8	8.745	+ 13,0	9.879
Computer/Zubehör/Spiele/Software*	3.004	- 0,5	2.989	+ 23,1	3.679	+ 20,9	4.448
Schuhe	2.849	+ 15,0	3.276	+ 9,3	3.580	+ 7,1	3.835
Haushaltswaren & -geräte	2.403	+ 1,7	2.444	+ 23,4	3.015	+ 26,5	3.813
Möbel, Lampen & Dekoration	2.316	+ 15,5	2.674	+ 19,4	3.193	+ 17,9	3.764
Bücher / Ebooks / Hörbücher	3.930	- 8,1	3.613	- 1,9	3.545	- 3,9	3.407
Hobby & Freizeitartikel	2.016	+ 11,9	2.256	+ 12,5	2.539	+ 11,2	2.823
Bild- & Tonträger / Video & Musik*	2.278	- 20,0	1.824	+ 14,8	2.094	+ 11,2	2.328
DIY & Blumen	1.127	+ 21,1	1.365	+ 16,8	1.594	+ 15,9	1.848
Drogerie	1.205	+ 12,7	1.358	+ 12,7	1.530	+ 12,0	1.715
Auto & Motorrad/ Zubehör	977	+ 13,8	1.112	+ 9,3	1.215	+ 12,9	1.372
Spielwaren	928	+ 16,0	1.076	+ 1,9	1.097	+ 5,8	1.160
Lebensmittel	618	+ 19,1	736	+ 26,7	932	+ 21,3	1.130
Haus- & Heimtextilien	562	+ 30,1	732	+ 23,4	903	+ 8,4	978
Tierbedarf	646	+ 30,3	842	+ 3,4	870	+ 10,5	961
Schmuck & Uhren	721	+ 2,1	736	+ 5,0	772	+ 9,6	846
Bürobedarf	815	- 20,9	644	+ 5,1	677	+/- 0,0	677
Medikamente	485	+ 18,5	575	- 0,6	571	+ 10,8	633
Sonstiges	1.190	- 9,1	1.081	- 5,3	1.024	+ 6,4	1.089

* inkl. Downloads

Basis: Umsatzangaben inkl. Umsatzsteuer, ohne OMP Privat-Käufe; Abweichungen von Gesamtsumme: Rundungsdifferenzen



www.bevh.org

Seite 18

Waren im E-Commerce – Hochrechnung

Volumina nach Versandertypen: 2017



(in Mio. €)

Total 2017: 58.466 Mio. €

OMP Online-Marktplätze (Ebay, Amazon etc.)	27.898
MCV Multichannel-Versender	20.109
IPP Internet-Pure-Player	8.564
HEV Hersteller-Versender	1.335
SHC Shopping Clubs	393
Nicht zuzuordnen	167
In MCV enthalten	
STV Versender, die Heimat im Stationärhandel haben	8.749
TVS Teleshopping-Versender	588
APV Apotheken-Versender	568

Basis: Umsatzangaben inkl. Umsatzsteuer, ohne OMP Privat-Käufe; Abweichungen von Gesamtsumme: Rundungsdifferenzen



www.bevh.org

Seite 31