

PRESSEMITTEILUNG

E-Commerce-Plus von 9,2 Prozent im 1. Halbjahr 2020 – dauerhaft mehr E-Commerce beim „Täglichen Bedarf“

Berlin 05.07.2020 | Nach einem Einbruch im 1. Quartal ist der E-Commerce im 2. Quartal überdurchschnittlich gewachsen. Er ist damit im gesamten 1. Halbjahr 2020 wieder zu gewohntem Wachstum zurückgekehrt. Die aktuellen Zahlen der großen Verbraucherstudie des Bundesverbandes E-Commerce und Versandhandel Deutschland e.V. (bevh) haben für das 2. Quartal 2020 ein E-Commerce-Wachstum von 16,5 Prozent ergeben, nach einer Corona-bedingten Stagnation von 1,5 Prozent im 1. Quartal 2020. Mit einem Plus von 51,2 Prozent im zweiten Quartal und 35,7 Prozent im 1. Halbjahr 2020 sind die Waren des täglichen Bedarfs wie Lebensmittel, Tierbedarf, Medikamente oder Drogerie am stärksten gewachsen.

Im Zeitraum April bis Juni 2020 gaben die Verbraucher im Online-Handel 20.222 Mio. EUR inkl. USt (2. Q. 2019: 17.363 Mio. EUR inkl. USt) aus. Im gesamten ersten Halbjahr summierten sich die Erlöse auf 36.705 Mio. EUR inkl. USt und damit 9,2 Prozent mehr als im Vorjahreszeitraum (33.608 Mio. EUR inkl. USt). Die digitalen Dienstleistungen wie elektronische Tickets, Downloads, Hotelbuchungen etc. verzeichnen im 2. Quartal 2020 einen Umsatz von nur noch 1.364 Mio. EUR inkl. USt (2. Q. 2019: 4.810 Mio. EUR inkl. USt) und damit einen Einbruch um 71,6 Prozent. Hier zeigen sich die Auswirkungen des Lockdowns auf Reisen und kulturelle Events auch im E-Commerce in voller Härte.

„E-Commerce hat sich im zweiten Quartal nachhaltig als zusätzliche Versorgungs-Infrastruktur etabliert“, fasst bevh-Hauptgeschäftsführer Christoph Wenk-Fischer zusammen. „Das zeigt sich nicht nur an den absoluten Zahlen, sondern auch am erklärten Willen der Konsumenten, auch künftig mindestens so viele, wenn nicht mehr Güter des täglichen Bedarfs und Medikamente online zu kaufen.“ In einer Zusatzbefragung unter ca. 2500 Konsumenten gab gut jeder Zweite der Befragten (53,6 Prozent) an, dass er aufgrund der Erfahrungen in der Corona-Krise künftig mehr online bestellen werde. Konkret nach Warengruppen gefragt, gaben 21,6 Prozent der Befragten an, mehr Lebensmittel online bestellen zu wollen; nur 11,6 Prozent gaben an, ihre Online-Ausgaben hier reduzieren zu wollen. Auch im Hinblick auf Medikamente, Drogerieprodukte und Tierbedarf äußerten deutlich mehr Befragte die Absicht, ihre Online-Einkäufe künftig zu steigern als sie zu verringern. Abseits der Waren des täglichen Bedarfs wollen die Konsumenten hauptsächlich bei Bekleidung und gedruckten oder elektronischen Büchern künftig eher mehr Geld im Internet ausgeben als weniger.

Von den höheren Umsätzen im Internet haben insbesondere die Internet Pure Player mit einem Wachstum von 13,3 Prozent im 1. Halbjahr und 20,8 Prozent allein im zweiten Quartal 2020 profitiert. Die Umsätze auf Online-Marktplätzen wuchsen im gleichen Zeitraum um 19,1 Prozent (Quartal) bzw. 12,1 Prozent (Halbjahr). Die Onlineumsätze der stationären Händler konnten demgegenüber im zweiten Quartal mit 4,7 Prozent nur unterdurchschnittlich am Wachstum partizipieren; auf das Halbjahr bezogen verloren sie sogar 1,8 Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum. „Auch wenn diese Zahlen ernüchtern, haben viele stationäre Händler in der Krise erstmals konsequent mit dem Onlinehandel begonnen. Dadurch wachsen die Chancen, dass Multichannel-Anbieter künftig wieder Boden gut machen“, so Christoph Wenk-Fischer.

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

Obwohl Drogerie- und Supermärkte, Delikatessenhändler und Haus- und Heimtierbedarfsgeschäfte in der Corona-Krise geöffnet blieben, verzeichneten diese Kategorien auch im Onlinehandel ein unerwartetes Wachstum. Selbst nach der akuten Phase der „Hamsterkäufe“ und auch nach Ende der scharfen Corona bedingten Kontakt-Beschränkungen blieb die Nachfrage nach Gütern des täglichen Bedarfs im E-Commerce im zweiten Quartal 2020 deutlich erhöht, was eine dauerhaft positive Wachstumsprognose für dieses Segment nahelegt. Das Gesamtvolumen des Warengruppen-Clusters stieg von April bis Juni um insgesamt 51,2 Prozent auf einen Gesamtumsatz von

1.888 Mio. EUR inkl. USt (2. Q. 2019: 1.249 Mio. EUR inkl. USt). Dabei bescherte das 2. Quartal 2020 dem Lebensmittel-Onlinehandel einen Umsatzrekord von 772 Mio. EUR inkl. USt (2. Q. 2019: 407 Mio. EUR inkl. USt) und damit ein Wachstum um 89,4 Prozent. Der Verkauf von Drogerie-Produkten im Internet legte um 44,6 Prozent auf 715 Mio. EUR inkl. USt zu (2. Q. 2019: 495 Mio. EUR inkl. USt). Tierbedarf steigerte das Wachstumstempo mit 15,7 Prozent im Vergleich dazu fast moderat und erreichte 402 Mio. EUR inkl. USt, nach 347 Mio. EUR inkl. USt im 2. Quartal 2019.

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

Das gesamte Cluster wuchs um 18,7 Prozent auf 3.041 Mio. EUR inkl. USt, getrieben von einem starken Wachstum bei Haushaltswaren und -geräten (+25,6 Prozent auf 1.339 Mio. EUR inkl. USt ggü. 1.066 Mio. EUR inkl. USt im 2. Quartal 2019). In der Kategorie Möbel, Lampen und Dekoration zeigte sich nachhaltig hohes Wachstumspotential. Hier stieg der Online-Umsatz im 2. Quartal 2020 um 13,8 Prozent auf 1.412 Mio. EUR inkl. USt (2. Q. 2019: 1.241 Mio. EUR inkl. USt).

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

Das 2. Quartal bescherte der Kategorie „DIY und Blumen“ einen Online-Umsatz von 862 Mio. EUR inkl. USt (2. Q. 2019: 720 Mio. EUR inkl. USt) und damit einen Anstieg um 19,7 Prozent. Hobby und Freizeitartikel wuchsen im 2. Quartal 2020 um 20,9 Prozent auf 901 Mio. EUR inkl. USt (2. Q. 2019: 745 Mio. EUR inkl. USt). Der gesamte Online-Umsatz des Warengruppen-Clusters stieg im 2. Quartal 2020 auf 2.588 Mio. EUR inkl. USt (2. Q. 2019: 2.209 Mio. EUR inkl. USt) um 17,1 Prozent.

Warengruppen-Cluster „Bekleidung inkl. Schuhe“

In der Kategorie Bekleidung hatte die Corona-Krise zu einer deutlichen Kaufzurückhaltung im März und erst einer leichten Erholung im April geführt. Im zweiten Quartal 2020 verzeichnet die Branche nun mit einem Wachstum von 15,3 Prozent wieder ein deutliches Plus gegenüber dem Vorjahr. Der Umsatz erhöhte sich dabei auf 3.697 Mio. EUR inkl. USt (2. Q. 2019: 3.206 Mio. EUR inkl. USt). Der Einbruch der Verkaufszahlen zu Beginn der COVID-19-Pandemie konnte auf Halbjahresbasis allerdings noch nicht voll kompensiert werden. Das Wachstum im Halbjahr liegt bei 6,4 Prozent auf 6.743 Mio. EUR inkl. USt. Im Vorjahr erreichte der Bekleidungssektor im E-Commerce im Vergleichszeitraum noch ein Wachstum von 14,0 Prozent auf damals 6.388 Mio. EUR inkl. USt.

Im 2. Quartal 2020 lag das Wachstum für den Bereich Schuhe sogar bei nur 4,5 Prozent gegenüber dem Vorjahr und erwirtschaftete einen Online-Umsatz von 1.062 Mio. EUR inkl. USt (2. Q. 2019: 1.015 Mio. EUR inkl. USt). Das gesamte Cluster „Bekleidung inkl. Schuhe“ erreichte damit im zweiten Quartal dieses Jahres 4.759 Mio. EUR inkl. USt, ein Wachstum von 12,7 Prozent (2. Q. 2019: 4.222 Mio. EUR inkl. USt).

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

Die im Cluster enthaltene Warengruppe Computer, Zubehör und Spiele verzeichnete im 2. Quartal 2020 Umsätze von 1.763 Mio. EUR inkl. USt (2. Q. 2019: 1.526 Mio. EUR inkl. USt) und stieg um 15,5 Prozent. Der Bereich Elektronikartikel und Telekommunikation wuchs online um 6,3 Prozent und verzeichnete einen Umsatz von 3.571 Mio. EUR inkl. USt (2. Q. 2019: 3.359 Mio.

EUR inkl. USt). Die Online-Umsätze bei Büchern und E-Books stiegen um 6,6 Prozent und liegen bei 978 Mio. EUR inkl. USt (2. Q. 2019: 917 Mio. EUR inkl. USt). Das gesamte Cluster „Unterhaltung“ erreichte 7.025 Mio. EUR inkl. USt, ein Zuwachs um 9,1 Prozent gegenüber dem 2. Quartal 2019 (6.438 Mio. EUR inkl. USt).

Internet Pure Player wachsen im Halbjahr um 13,3 Prozent, Online-Marktplätze um 12,1 Prozent

Im 2. Quartal konnten die Multichannel-Versender nur durch das starke Wachstum der klassischen Versandhändler und der Versandapotheken mit 10,6 Prozent knapp zweistellig auf 6.871 Mio. EUR inkl. USt wachsen (2. Q. 2019: 6.251 Mio. EUR inkl. USt). Einen Boom erlebten die Versandapotheken mit einem Plus von 67,1 Prozent auf 267 Mio. EUR inkl. USt (2. Q. 2019: 160 Mio. EUR inkl. USt). Unter den Multichannel-Anbietern wuchsen die klassischen Versandhändler mit einem Plus von 12,6 Prozent auf 3.666 Mio. EUR inkl. USt (2. Q. 2019: 3.277 Mio. EUR inkl. USt) am stärksten. Die Versender mit Herkunft aus dem stationären Geschäft verzeichneten ein deutlich unterdurchschnittliches Plus von 4,7 Prozent. Die Umsätze lagen bei 2.818 Mio. EUR inkl. USt (2. Q. 2019: 2.691 Mio. EUR).

„Lokomotiven“ des E-Commerce waren im zweiten Quartal die Internet Pure Player, die 3.076 Mio. EUR inkl. USt umsetzen und damit 20,8 Prozent gegenüber dem Vorjahresquartal zulegten (2.547 Mio. EUR inkl. USt). Mit einem weiteren Wachstum von 19,1 Prozent gegenüber dem Vorjahr und einem Umsatz von 9.550 Mio. EUR inkl. USt (2. Q. 2019: 8.020 Mio. EUR inkl. USt) besetzten die Online-Marktplätze wieder fast die Hälfte des Gesamtumsatzes.

„Wir sehen gute Chancen, dass der E-Commerce in 2020 trotz der Corona-Krise einen Umsatz von bis zu 80 Mrd. Euro brutto erreichen kann“, prognostiziert Christoph Wenk-Fischer. Für den Bereich der „Digitalen Dienstleistungen“ ist die ursprüngliche Prognose infolge von Corona nicht zu erreichen. Bei Waren und Dienstleistungen zusammengenommen rechnet der bevh daher mit einem Wachstum deutlich unterhalb der ursprünglich erwarteten 100 Mrd. EUR brutto.

Über die Studie

In der Verbraucherbefragung „Interaktiver Handel in Deutschland“ 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 2021 nach Abschluss der Umfrage veröffentlicht. Die heute vorgestellten Zahlen basieren auf der Auswertung der Monate April bis Juni 2020. Die Studie wird durch die BEYONDATA GmbH durchgeführt.

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 Informationen 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
10117 Berlin
Susan Saß
Tel.: 030 403675131
Mobil: 0162 2525268
susan.sass@bevh.org