

PRESSEMITTEILUNG

10,6 Prozent Umsatzplus im Online-Handel im 1. Quartal 2018: Dank Valentin: Schmuck und Uhren vorn, Lebensmittel-Onlinehandel wächst weiter

Berlin 15.04.2018 | **Die aktuellen Zahlen für das 1. Quartal 2018 bestätigen weiterhin einen deutlichen Wachstumskurs im interaktiven Handel. Der Onlinehandel als starker Wachstumstreiber des Handels legt weiterhin an Geschwindigkeit mit einem Plus um 10,6 Prozent im Vergleich zum 1. Quartal 2017 zu.**

Die Kauflaune der Kunden brachte dem Onlinehandel zwischen Januar und März 2018 14.603 Mio. EUR inkl. USt (1. Q. 2017: 13.209 Mio. EUR inkl. USt) Brutto-Umsatz. Tage wie der Valentinstag zeigen, dass extra für diesen Tag gern gekaufte Ware immer öfter auch im Internet erworben wird. Im 1. Quartal 2018 lag das Wachstum für den Bereich Schmuck und Uhren bei 34,8 Prozent gegenüber dem Vorjahr und erwirtschaftete einen Online-Umsatz von 237 Mio. EUR inkl. USt (1. Q. 2017: 176 Mio. EUR inkl. USt).

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

Der gesamte Online-Umsatz des Warengruppen-Clusters stieg im 1. Quartal 2018 auf 1.691 Mio. EUR inkl. USt (1. Q. 2017: 1.540 Mio. EUR inkl. USt) um insgesamt 9,8 Prozent.

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

In der Kategorie Möbel, Lampen und Dekoration zeigte sich das größte Wachstumspotential. Hier stieg der Online-Umsatz im 1. Quartal 2018 um 13 Prozent auf 1.046 Mio. EUR inkl. USt (1. Q. 2017: 926 Mio. EUR inkl. USt).

Warengruppen-Cluster „Bekleidung inkl. Schuhe“

Im 1. Quartal 2018 lag das Wachstum für den Bereich Schuhe bei 11,4 Prozent gegenüber dem Vorjahr und erwirtschaftete einen Online-Umsatz von 970 Mio. EUR inkl. USt (1. Q. 2017: 871 Mio. EUR inkl. USt). Auch Bekleidung ist nach wie vor bei deutschen Verbrauchern sehr beliebt. 6,1 Prozent Wachstum gegenüber dem Vorjahr zeigen dies. Der entsprechende Umsatz erhöhte sich auf 2.743 Mio. EUR inkl. USt (1. Q. 2017: 2.585 Mio. EUR inkl. USt).

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

Das Gesamtvolumen des Warengruppen-Cluster „Täglicher Bedarf“ stieg über das Internet um insgesamt 14,5 Prozent mit einem Gesamtumsatz von 926 Mio. EUR inkl. USt (1. Q. 2017: 809 Mio. EUR inkl. USt). Allein der Umsatz bei Tierbedarf hat sich gegenüber dem Vorjahr um 21,7 Prozent gesteigert. Der Bereich Lebensmittel stieg gegenüber Vorjahr um 16,1 Prozent mit einem Online-Umsatz von 234 Mio. EUR inkl. USt (1. Q. 2017: 201 Mio. EUR inkl. USt).

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

Die Umsätze für die Warengruppe Computer, Zubehör und Spiele wuchsen online im 1. Quartal 2018 um 11,4 Prozent und beliefen sich auf 1.160 Mio. EUR inkl. USt (1. Q. 2017: 1.041 Mio. EUR inkl. USt). Der Bereich Elektronikartikel und Telekommunikation wuchs online um deutliche 13,7 Prozent und verzeichnete einen Umsatz von 2.606 Mio. EUR inkl. USt (1. Q. 2017: 2.292 Mio. EUR inkl. USt). Die Online-Umsätze bei Büchern und E-Books stiegen um 2 Prozent und lagen bei 912 Mio. EUR inkl. USt (1. Q. 2017: 894 Mio. EUR inkl. USt).

Versendertypen im E-Commerce-Handel: Omnichannel und Apothekenversand vorn

Mit einem Wachstum von 9 Prozent gegenüber dem Vorjahr und einem Umsatz von 6.908 Mio. EUR inkl. USt (1. Q. 2017: 6.338 Mio. EUR inkl. USt) besetzten die Online-Marktplätze wieder die Hälfte der Gesamtumsätze. Im 1. Quartal zogen die Multichannel-Versender weiter nach. Diese Kategorie wuchs im Vergleich zum Vorjahr um 12,6 Prozent und erreichte einen Online-Umsatz von 5.123 Mio. EUR inkl. USt (1. Q. 2017: 4.552 Mio. EUR inkl. USt). Großes Wachstum verzeichneten die Apothekenversender. Mit einem Plus um 9,5 Prozent lagen die Umsätze bei 158 Mio. EUR inkl. USt (1. Q. 2017: 144 Mio. EUR).

Im gesamten interaktiven Handel (Online- und klassischer Versandhandel) kauften im 1. Quartal 2018 die deutschen Verbraucher Waren für 15.335 Mio. EUR inkl. USt (1. Q. 2017 14.050 Mio. EUR inkl. USt). Daran hat der Onlinehandel einen Anteil von 95,2 Prozent und konnte seine Durchdringung um 1,2 Prozentpunkte zum Vorjahresquartal steigern. Die digitalen Dienstleistungen wie elektronische Tickets und Hotelbuchungen etc. verzeichnen einen Umsatz von 4.120 Mio. EUR inkl. USt (1. Q. 2017: 4.129 Mio. EUR inkl. USt) und damit ein Umsatzplus von 2 Prozent.

bevh-Hauptgeschäftsführer Christoph Wenk-Fischer sieht die Aussagen in der im Januar durchgeführten Jahrespressekonferenz bestätigt: „E-Commerce boomt weiterhin und ist etablierter Einkaufsort für jeglichen Bedarf. Dabei unterscheiden sich Stadt- und Landbevölkerung nicht mehr im Online-Einkaufsverhalten. Deshalb profitiert der E-Commerce inzwischen in gleicher Weise von saisonalen Schwerpunkten wie der Einzelhandel. Nach Valentinstag und dem Vor-Ostergeschäft wird sich durch die kommende WM und die Musikfestivals einiges im Onlinehandel tun. Aufgrund unseres erfolgreichen bevh-Merchandisetags im Februar wissen wir, dass die Onlinehändler darauf gut vorbereitet sind. Von Fußballtrikots bis zu Konzert-Shirts liegen Merchandising-Artikel bereit und warten darauf, versendet zu werden.“

Die Branche setzte online im Jahr 2017 im Privatkundengeschäft allein mit Waren über 58,4 Milliarden Euro um. Auf Basis der guten Geschäftsergebnisse des Jahres 2017 erwartet der bevh in diesem Jahr für den E-Commerce einen weiteren Zuwachs um 9,3 Prozent auf rund 63,9 Mrd. Euro.

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 Information der Mitglieder über aktuelle Entwicklungen und Trends, die Organisation des gegenseitigen Erfahrungsaustausches sowie eine fachliche Beratung zu den Aufgaben des Verbands.

Über die Studie:

Der Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e.V. (bevh) führt zum sechsten Mal in Folge die Verbraucherbefragung „Interaktiver Handel in Deutschland“ durch. Ab diesem Jahr mit dem neuen Partner BEYONDATA GmbH. In der Studie werden von Januar bis Dezember bis zu 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 2019 nach Abschluss der Umfrage veröffentlicht. Die heute vorgestellten Zahlen basieren auf der Auswertung der Monate Januar bis März 2018.

Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e.V. (bevh)
Friedrichstraße 60 (Atrium)
10117 Berlin
Susan Saß
Tel. 030 20 61 385 16, 0162 252 52 68
susan.sass@bevh.org