

PRESSEMITTEILUNG, 05.07.2007, Seite 1 / 4

- **Beliebter Versandhandel: Umsatz wächst auf 27,6 Mrd. Euro**
- **Wachstumsmotor E-Commerce: Onlineanteil steigt auf 10,9 Mrd. Euro**
- **52,4 Millionen Deutsche sind Versandhandelskunden**
- **Pro Kopf-Umsatz steigt auf 335 Euro**
- **Frauen geben 1 Mrd. Euro mehr im Versandhandel aus**
- **Größter Umsatz mit Bekleidung, Textilien und Schuhen (12,4 Mrd. Euro)**
- **Digitale Dienstleistungen (Downloads, Ticketing, usw.) separat erfasst**
- **Deutsche Online-Shopping-Umsätze bei rund 16,8 Mrd. Euro**
(darin 10,9 Mrd. Euro durch Online-Versandhandel + 5,9 Mrd. Euro Dienstleistungsumsätze)

Frankfurt am Main, 05.07.2007 Der Versandhandel wird bei den Verbrauchern immer beliebter. Im Vergleich zum Vorjahr verzeichnet die Branche ein Umsatzplus von 5,1 Prozent. Der deutsche Versandhandelsumsatz steigt auf 27,6 Mrd. Euro in diesem Jahr (Vorjahr: 26,3 Mrd. Euro). Der Anteil des Versandhandels am Deutschen Einzelhandel erreicht erstmals den Rekordwert von 7 Prozent. Wachstumsmotor bleibt das Internet. Der Online-Handel mit Waren konnte im Vergleich zum Vorjahr von rund 10 Mrd. Euro auf 10,9 Mrd. Euro (+ 9 Prozent) zulegen.

Diese Zahlen gehen aus der repräsentativen Verbraucherbefragung „Versandhandel in Deutschland“ hervor, die das Bielefelder Forschungsinstitut TNS-Infratest in diesem Jahr zum zweiten Mal im Auftrag des Bundesverbands des Deutschen Versandhandels (bvH) durchgeführt hat. Bei der Vorstellung der Studie in Frankfurt am Main zeigte sich bvH-Präsident Rolf Schäfer optimistisch über die weitere Entwicklung der Branche: „Behält der wirtschaftliche Aufschwung seine derzeitige Dynamik und werden die Prognosen über die steigende Konsumbereitschaft der Deutschen tatsächlich Wirklichkeit, sind wir zuversichtlich, im laufenden Jahr ein weiteres Wachstum von rund 2 Prozent erzielen zu können.“

PRESSEMITTEILUNG, 05.07.2007, Seite 2 / 4

Im Vergleich zum Vorjahr verlief die Entwicklung in den einzelnen Marktbereichen unterschiedlich. Den meisten Umsatz erwirtschaften nach wie vor die Multi-Channel-Versender, die ihre Waren per Katalog und Internet anbieten. Mit einem kleinen Minus von 0,5 Prozent und einem Gesamtumsatz von 17,4 Mrd. Euro können sie ihren Vorjahreswert (17,5 Mrd. Euro) nahezu unverändert halten. Der Umsatz der Teleshopping-Versender geht um 17,7 Prozent auf 1,06 Mrd. Euro (Vorjahr 1,29 Mrd. Euro) zurück, während die reinen Internetversender (Internet-Pure-Player) ihren Platz als zweitstärkste Gruppe ausbauen und ihren Umsatz im Vergleich zum Vorjahr um 9 Prozent auf rund 3,3 Mrd. Euro (Vorjahr rund 3 Mrd. Euro) steigern. Noch dynamischer entwickelten sich die Ebay-Powerseller mit einem Umsatzplus von 26 Prozent auf rund 2,5 Mrd. Euro (Vorjahr: rund 2 Mrd. Euro).

„Besonders erfreulich ist, dass immer mehr Einzelhändler die Vorzüge des Versandhandels für sich entdecken“, so Schäfer, „die Versender mit Heimat im Stationärhandel steigern ihren Gesamtumsatz um 29 Prozent auf 672 Mio. Euro (Vorjahr: 521 Mio. Euro).“ Parallel entschließen sich auch immer mehr Hersteller dazu, ihre Produkte direkt an die Kunden zu verkaufen. Die Herstellerversender erzielen ein Plus von 105 Prozent und verdoppeln ihren Umsatz auf über eine halbe Milliarde Euro (504 Mio. Euro, Vorjahr: 246 Mio. Euro). Auch die Apothekerversender legen weiter kräftig zu und steigern ihren Umsatz um 28 Prozent auf 341 Mio. Euro (Vorjahr: 266 Mio. Euro).

Pro Kopf-Umsatz steigt auf 335 Euro

Frauen geben 1 Mrd. Euro mehr im Versandhandel aus

Am liebsten kaufen Frauen im Versandhandel ein. Im Vergleich zum Vorjahr geben sie für das Shoppen in den eigenen vier Wänden eine Milliarde Euro mehr aus – insgesamt 17 Mrd. Euro. Die Männer legen leicht von 10,3 Mrd. Euro auf 10,6 Mrd. Euro zu. Insgesamt zählen inzwischen 52,4

PRESSEMITTEILUNG, 05.07.2007, Seite 3 / 4

Millionen Deutsche (Vorjahr: 51,8 Millionen) zu den Versandhandelskunden, davon sind 24,2 Millionen Männer (Vorjahr: 24,8) und 28,2 Millionen Frauen (Vorjahr: 27 Millionen). Pro Kopf geben die Deutschen im Jahr den neuen Rekordwert von 335 Euro (Vorjahr: 318) für Waren im Versandhandel aus. Die meisten Bestellungen werden über das Internet aufgegeben (48 Prozent), gefolgt von Bestellungen via Telefon (39 Prozent), Brief und Postkarte (10 Prozent), E-Mail (6 Prozent) und Fax (3 Prozent). Während der Trend zur Onlinebestellung zunimmt, bleibt der gedruckte Katalog weiterhin beliebtes Nachschlagewerk für jung und alt. Schäfer sagte: „Das Durchblättern eines Katalogs ist für viele Menschen etwas Besonderes, bei dem sie entspannen und sich gleichzeitig informieren können. Auch wenn die Verbraucher ihre Bestellung dann über das Internet oder E-Mail aufgeben, haben doch 73 Prozent (Vorjahr: 71,4) von ihnen zuerst in den Katalog geschaut.“

Größter Umsatz mit Bekleidung, Textilien und Schuhen (12,4 Mrd. Euro)

Bekleidung, Textilien und Schuhe sind mit rund 12,4 Mrd. Euro Umsatz (+2 Prozent, Vorjahr: 12,1 Mrd. Euro) weiterhin die größte Warengruppe. Etwas mehr als jedes fünfte Kleidungsstück wird in Deutschland über den Versandhandel verkauft. Der Gesamtumsatz mit Medien (Bücher, CDs, DVDs usw.) verbessert sich um 12 Prozent auf rund 2,9 Mrd. Euro (Vorjahr: 2,6 Mrd. Euro). Der drittgrößte Umsatzanteil wird mit Unterhaltungselektronik und -technik erreicht (2,1 Mrd. Euro, Vorjahr: rund 2 Mrd.), gefolgt von Möbeln und Dekorationsartikeln (2,0 Mrd. Euro, Vorjahr: 1,7 Mrd. Euro) sowie Produkten aus dem Bereich Hobby, Sammeln und Freizeit (rund 1,8 Mrd. Euro, Vorjahr: 1,4 Mrd. Euro).

PRESSEMITTEILUNG, 05.07.2007, Seite 4 / 4

Digitale Dienstleistungen (Downloads, Ticketing, ...) separat erfasst Deutsche Online-Shopping-Umsätze bei 16,8 Mrd. Euro

Neben den Online-Käufen im Versandhandel (Umsatz: 10,9 Mrd. Euro) geben die Deutschen zusätzlich pro Jahr rund 5,9 Mrd. Euro für digitale Dienstleistungen im Internet aus. Zu diesem hochdynamischen Bereich zählen die Umsätze mit Handy-Klingeltönen, mit dem Download von Computerprogrammen, MP3- und Video-Dateien, mit Tickets für Sportveranstaltungen, Konzerte und Kinofilme sowie mit online getätigten Übernachtungsbuchungen und Fahrkartenkäufen. 37 Prozent der Dienstleistungsumsätze entfallen auf den Bereich Mobilität (Flugtickets, Bahntickets, Mietwagen), 34 Prozent auf Reiseausgaben (Pauschalreisen und Übernachtungen), 13 Prozent auf das Ticketing, 9 Prozent auf Entertainment (z.B. MP3-Dateien, Klingeltöne, Spiele) und 2 Prozent auf Computer-Software. Addiert man die Dienstleistungsumsätze (5,9 Mrd. Euro) mit den Online-Warenumsätzen des Versandhandels (10,9 Mrd. Euro) ergibt sich daraus eine Gesamtsumme aller deutschen Online-Shopping-Umsätze von rund 16,8 Mrd. Euro.

Zur Studie: Die Untersuchung „Versandhandel in Deutschland“ wurde in diesem Jahr zum zweiten Mal vom Bielefelder Forschungsinstitut TNS-Infratest im Auftrag des Bundesverbands des Deutschen Versandhandels durchgeführt. Zwischen dem 23. April und dem 18. Juni 2007 wurden dabei rund 24.055 Privatpersonen aus Deutschland über 14 Jahren nach ihrem Ausgabeverhalten im Versandhandel und nach ihrem Konsum von digitalen Dienstleistungen (z.B. im Bereich Downloads oder Ticketing) befragt. Die Verbraucherbefragung erfolgte in Form telefonischer Interviews nach einem einheitlichen Fragebogen. Die zentralen Ergebnisse stehen unter www.versandhandel.org im Pressebereich zum Download zur Verfügung.

Der Bundesverband des Deutschen Versandhandels e.V. mit Sitz in Frankfurt am Main vertritt seit 1947 die Interessen der Branche. Derzeit sind rund 250 Unternehmen im Verband organisiert, die ihre Waren per Katalog, Internet oder TV anbieten. Darunter sind Versender mit gemeinsamem Katalog- und Internetangebot, reine Internethändler, TV-Versender, Apothekenversender und Ebay-Powerseller. Die Versandhandelsbranche setzt im Jahr rund 27,6 Mrd. Euro um. Der Internetverkauf von Waren erreicht im Jahr 2007 erstmals den Rekordwert von 10,9 Mrd. Euro.