

PRESSEMITTEILUNG, 29.10.2007, Seite 1/2

Neue Rekordumsätze im deutschen E-Commerce

- **Deutsche geben jährlich rund 10,9 Mrd. Euro für Waren im Internet aus (+ 9 Prozent)**
- **Onlineumsatz mit Bekleidung steigt auf rund 4 Mrd. Euro (+ 40 Prozent)**
- **Versender mit gemeinsamem Katalog- und Internetangebot führen im Onlinehandel**
- **Digitale Dienstleistungen (Downloads, Ticketing, usw.) zusätzlich erfasst**
- **Online-Shopping-Umsätze (Waren + Dienstleistungen) bei rund 16,8 Mrd. Euro**

Düsseldorf, 29.10.2007 Die Deutschen kaufen immer mehr über das Internet ein. Zu diesem Ergebnis kommt die repräsentative Verbraucherbefragung „Distanzhandel in Deutschland“, die das Forschungsinstitut TNS-Infratest im Auftrag des Bundesverbands des Deutschen Versandhandels (bvH) durchgeführt hat. Ergebnisse der Studie wurden heute vom bvH auf seiner Jahres-Presskonferenz zum Onlinehandel vorgestellt. Demnach geben die Deutschen in diesem Jahr den neuen Rekordwert von rund 10,9 Mrd. Euro im Internet für Waren aus. Das sind 9 Prozent mehr als im Jahr 2006. Der Onlinehandel mit Waren erreicht damit einen Anteil von 39,5 Prozent am Gesamtumsatz des Versandhandels (27,6 Mrd. Euro in 2007).

Der Vorsitzende des Ausschusses E-Commerce im bvH und Geschäftsführer des Hamburger Versenders Globetrotter Ausrüstung, Thomas Lipke, sagte: „Das Internet ist weiterhin der Wachstumsmotor der Versandhandelsbranche.“ Er führte die positive Entwicklung auf die steigende Attraktivität des Interneteinkaufs zurück: „Neue dreidimensionale Produktansichten ermöglichen ganz andere Einblicke in das, was das Besondere der einzelnen Artikel ausmacht. Durch IPTV – also Fernsehen im Internet – kann außerdem eine ganz neue Erlebniswelt mit eigenen Geschichten rund um die Produkte aufgebaut werden.“

Neben Waren kaufen die Deutschen für rund 5,9 Mrd. Euro digitale Dienstleistungen wie Downloads oder Online-Tickets im Internet ein. Davon entfallen 37 Prozent 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 diese 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.

PRESSEMITTEILUNG, 29.10.2007, Seite 2/2

Nach Warengruppen betrachtet wird im Internet das meiste Geld für Bekleidung Textilien und Schuhe ausgegeben – in Summe rund 3,9 Mrd. Euro (Vorjahr: 2,8 Mrd. Euro) und damit rund 40 Prozent mehr als im vergangenen Jahr. Darauf folgen Medien, Bild- und Tonträger mit insgesamt rund 2 Mrd. Euro (Vorjahr: 1,8 Mrd. Euro) sowie Unterhaltungselektronik mit rund 1,2 Mrd. Euro (Vorjahr: 1,4 Mrd. Euro).

Spitzenreiter beim Onlinehandel sind Versender, die ihre Waren per Katalog und Internet anbieten. Sie legen im Vergleich zum Vorjahr um 8 Prozent auf rund 4,2 Mrd. Euro Onlineumsatz zu (Vorjahr: 3,9 Mrd.). An zweiter und dritter Stelle folgen die so genannten Ebay-Powerseller (gewerbliche Anbieter auf Ebay) mit rund 2,5 Mrd. Euro (Vorjahr: 1,99 Mrd. Euro) und die reinen Internetanbieter, die auf 2,4 Mrd. Euro (Vorjahr: 2,5 Mrd. Euro) Onlineumsatz kommen.

„Beim Warenkauf ist das Internet unangefochten der am häufigsten genutzte Bestellweg“, so Lipke. Fast die Hälfte oder 48 Prozent (Vorjahr: 44 Prozent) der Versandhandelsaufträge werden inzwischen durchschnittlich online aufgegeben. Dabei nutzen auch Frauen den Computer immer stärker zum virtuellen Einkaufsbummel. Bei den von ihnen genutzten Bestellwegen hat das Internet inzwischen einen Anteil von 39 Prozent (Vorjahr: 34 Prozent).

Über alle Altersgruppen hinweg (Männer und Frauen zusammen betrachtet) wird das Internet immer beliebter. 50 bis 59-Jährige geben ihre Bestellungen bereits zu 39 Prozent (Vorjahr: 34 Prozent) am Computerbildschirm auf. Bei der Altersgruppe ab 60 Jahre erfolgt bereits nahezu jede sechste Bestellung (15 Prozent, Vorjahr: 12 Prozent) online.

Ein erheblicher Teil der Internet-Bestellungen werde nach wie vor über den klassischen Katalog angestoßen, so Lipke: „Fragt man die Internetbesteller, ob sie sich vor ihrer Onlinebestellung im Katalog des jeweiligen Versenders informiert haben, antworten 73 Prozent mit Ja. Das zeigt, dass der gedruckte Katalog vor einigen Jahren zu Unrecht tot gesagt wurde. Er ist und bleibt beliebtes Nachschlagewerk.“

Zusatzinformation: Nach der Allensbacher Computer- und Technik-Analyse, ACTA 2007, gibt es in diesem Jahr rund 29,37 Mio. (Vorjahr: 27,13 Mio.) Onlinekäufer für Waren und digitale Dienstleistungen in Deutschland.

Der Bundesverband des Deutschen Versandhandels e.V. mit Sitz in Frankfurt am Main vertritt seit 1947 die Interessen der Branche. Derzeit sind 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 Privatkundengeschäft (BtC) jährlich rund 27,6 Mrd. Euro um. Der Internetverkauf von Waren erreicht in diesem Jahr erstmals den Rekordwert von 10,9 Mrd. Euro.