

**PRESSEMITTEILUNG, 02.02.2010, Seite 1/4**

## **2009 war Rekordjahr für den Versand- und Online-Handel**

- Umsatz steigt auf 29,1 Mrd. Euro (+1,7%)
- 53,3 Prozent des Branchenumsatzes kommen über das Web
- Starker Anstieg der Online-Bestellungen bei den über 60-Jährigen (28% Nutzung)
- Frauen bestellen erstmals mehrheitlich online (53% Nutzung)
- Alle Versender steigern Online-Umsätze
- Mode weiterhin umsatzstärkste Warengruppe (13,4 Mrd. Euro)
- Internet-Ausgaben der Deutschen bei 21,7 Mrd. Euro (Waren + dig. Dienstleistungen)
- Branchenwachstum von 2 Prozent in 2010 erwartet/Online wächst zweistellig

**Hamburg/Frankfurt, 02.02.2010** Die Kaufbereitschaft der Deutschen im Internet ist ungebrochen. Dank starker Zuwächse im E-Commerce wuchs der Versand- und Online-Handel in Deutschland im Jahr 2009 um 1,7 Prozent auf einen Gesamtumsatz von 29,1 Mrd. Euro (2008: 28,6 Mrd.). Damit legte die Branche ein weiteres Mal gegen den allgemeinen Trend im Einzelhandel zu. Der Anteil des Versandhandels am Einzelhandel stieg dabei auf das neue Rekordhoch von 7,4 Prozent (Vorjahr: 7,2 Prozent). Diese Zahlen hat der Bundesverband des Deutschen Versandhandels (bvh) heute auf seiner Auftaktpressekonferenz 2010 in Hamburg bekanntgegeben. Die Daten basieren auf der repräsentativen Verbraucherstudie „Distanzhandel in Deutschland 2009“, die das Forschungsinstitut TNS Infratest zum vierten Mal im Auftrag des bvh durchgeführt hat. „Wir sind sehr froh, dass sich unsere Jahresprognose bestätigt hat“, sagte Thomas Lipke, Mitglied im Vorstand und Vorsitzender des Arbeitskreises E-Commerce im Bundesverband des Deutschen Versandhandels (bvh) sowie Geschäftsführer des Hamburger Multi-Channel-Versenders Globetrotter Ausrüstung.

### **53,3 Prozent des Branchenumsatzes kommen über das Web**

Erstmals in der Geschichte des Versand- und Online-Handels erzielte die Branche im Jahr 2009 über 50 Prozent – um genau zu sein: 53,3 Prozent – ihres Umsatzes über das Internet. Der Online-Umsatz mit Waren legte damit stärker als erwartet zu und wuchs um rund 16 Prozent auf 15,5 Mrd. Euro (Prognose für 2009: +15 Prozent auf 15,4 Mrd. Euro). Der Umsatzanteil der klassischen Bestellwege Telefon, Brief oder Fax sank gleichzeitig auf 40,9 Prozent (2008: 46,5 Prozent). „Der Wareneinkauf per Internet dominiert das Versandgeschäft“, sagte Lipke, „das Wachstum im Online-Handel übertraf unsere Erwartungen leicht“.

**PRESSEMITTEILUNG, 02.02.2010, Seite 2/4**

### **Starker Anstieg der Online-Bestellungen bei den über 60-Jährigen (28% Nutzung)**

Das Internet ist nicht nur der umsatzträchtigste Bestellweg für die Versender, sondern auch der meist genutzte. Insgesamt orderten im Jahr 2009 61 Prozent (Vorjahr: 51 Prozent) aller Versandkunden ihre Wunschwaren über das Internet. Online-Shopping ist in Deutschland längst nicht mehr nur eine Sache der jungen Leute: Bei den über 60-Jährigen stieg der Anteil der Online-Besteller von 19 Prozent in 2008 auf 28 Prozent in 2009, bei den 50- bis 59-Jährigen kletterte er von 43 auf 58 Prozent. „Wir gehen davon aus, dass sich das Internet als Bestellweg zukünftig über alle Altersgruppen hinweg als DER Einkaufskanal etablieren wird und somit weiteres Wachstum in den kommenden Jahren zu erwarten ist“, sagte Lipke.

### **Frauen bestellen erstmals mehrheitlich online (53% Nutzung)**

Frauen greifen erstmals lieber zur Computer-Maus als zu Telefon oder Stift: Bestellten im Jahr 2008 noch 43 Prozent aller Frauen ihre Wunschartikel per Web, waren es 2009 schon 53 Prozent. Die Beliebtheit des Internets steigt also über Alters- und Geschlechtergrenzen hinweg – was den Versandhandel in den kommenden Jahren weiter beflügeln wird.

Der gedruckte Katalog spielt trotz des Trends zum E-Commerce eine große Rolle für den Online-Kauf. 67 Prozent aller Internet-Kunden informierten sich vor der Bestellung eines Produkts zunächst im Katalog des Versenders. Dabei kommt Print auch bei jüngeren Kunden gut an. 63 Prozent der 14- bis 29-Jährigen nutzten vor dem Online-Kauf Kataloge. Diese bleiben damit auch im Online-Zeitalter ein festes Fundament des Versandgeschäfts.

### **Alle Versender steigern Online-Umsätze**

Versender, die ihre Waren über Katalog und Internet anbieten (Multi-Channel-Versender), verzeichneten über alle Bestellwege hinweg im Jahr 2009 insgesamt 3,2 Prozent Umsatzrückgang auf 16,1 Mrd. Euro (Vorjahr: 16,6 Mrd.). Im Internet stieg ihr Umsatz hingegen um 12,5 Prozent auf 5,8 Mrd. Euro (Vorjahr: 5,2 Mrd.). Insgesamt rund 5,2 Mrd. Euro setzten die reinen Internet-Versender im vergangenen Jahr um und kommen damit auf Platz 2 der Umsatzrangliste. Über alle Bestellwege hinweg legten sie insgesamt um 15,1 Prozent, speziell bei den Online-Umsätzen um 19,8 Prozent auf rund 4,5 Mrd. Euro (Vorjahr: 3,7 Mrd. Euro) zu. Die Differenz erklärt sich damit, dass auch bei den reinen Internet-Händlern mitunter telefonische Bestellungen eingehen.

Die Ebay-Powerseller als drittumsatzstärkste Gruppe steigerten ihre Erlöse im Jahr 2009 um 2,4 Prozent auf rund 2,13 Mrd. Euro. Die Teleshopping-Versender konnten insgesamt 5,7 Prozent auf

**PRESSEMITTEILUNG, 02.02.2010, Seite 3/4**

1,3 Mrd. Euro Umsatz zulegen. Die Apothekenversender setzten über alle Bestellwege hinweg rund 340 Mio. Euro um (+6,3 Prozent) um. Die „Versender mit Heimat im Stationärhandel“ und die „Hersteller-Versender“ legten zweistellig zu.

**Mode weiterhin umsatzstärkste Warengruppe**

Mit 13,4 Mrd. Euro Umsatz ist die Warengruppe „Bekleidung/Textilien/Schuhe“ unbestrittene Nummer 1 auf der Versandeinkaufsliste der Deutschen. Im Vergleich zum Vorjahr blieb der Gesamtumsatz stabil. Die Versandhandelskunden kaufen Bekleidung, Textilien und Schuhe aber immer häufiger im Web. Sie sorgten damit im Bereich Mode für ein Online-Handels-Plus von 11,7 Prozent auf rund 5,2 Mrd. Euro Umsatz (Vorjahr: 4,6 Mrd.). Mit „Medien, Bild- und Tonträgern“ erzielten die Versender über alle Bestellwege hinweg Warenerlöse von rund 3,1 Mrd. Euro (+7,3 Prozent; Vorjahresumsatz: 2,9 Mrd. Euro), davon werden 2,3 Mrd. Euro (+19,2 Prozent) über das Internet generiert. Die Warengruppe „Unterhaltungselektronik/Elektronikartikel“ gewinnt im E-Commerce 11,7 Prozent hinzu und erreichte vergangenes Jahr 1,4 Mrd. Online-Umsatz. Damit kaufen die Deutschen auch Unterhaltungselektronik überwiegend im Web. Der Gesamtumsatz in dieser Warengruppe betrug rund 1,8 Mrd. Euro (Vorjahr: 2,1 Mrd.) und war insgesamt rückläufig.

**Internet-Ausgaben der Deutschen bei 21,7 Mrd. Euro (Waren + dig. Dienstleistungen)**

Insgesamt kauften in Deutschland im Jahr 2009 52,1 Mio. (Vorjahr: 52 Mio.) Menschen im Versandhandel ein, darunter 24,1 Mio. Männer (2008: 24,0 Mio.) und 28 Mio. Frauen (2008: 28,0 Mio.). Dabei gaben die Frauen insgesamt 18,2 Mrd. Euro (2008: 17,7 Mrd.) aus und blieben die kaufkräftigste Kundengruppe. Die Ausgaben der Männer beliefen sich auf 10,9 Mrd. Euro (2008: 10,8 Mrd.). Pro Kopf der Bevölkerung bestellte jeder Deutsche für 354 Euro (2008: 346 Euro) Waren per Internet oder Telefon nach Hause.

Die Fan-Gemeinde des Online-Einkaufs vergrößerte sich in Deutschland im vergangenen Jahr um gut 1,1 Mio. auf nunmehr 32,5 Mio. Internet-Käufer (2008: 31,4 Mio.). Diese orderten nicht nur Waren für 15,5 Mrd. Euro im Internet, sondern auch digitale Dienstleistungen wie Downloads oder Online-Tickets. Auf 6,2 Mrd. Euro (Vorjahr: 5,9 Mrd. Euro) addierten sich die im Web generierten Dienstleistungsumsätze und legten damit im Vorjahresvergleich um 5,2 Prozent zu. Addiert man sie mit den Online-Warenumsätzen der Versender (15,5 Mrd. Euro), ergeben sich daraus die Gesamtausgaben der Deutschen im Internet von 21,7 Mrd. Euro im Jahr 2009. Das ist ein Anstieg von 12,4 Prozent und gleichzeitig ein neues Rekordhoch. 2008 lag das Gesamtvolumen noch bei rund 19,3 Mrd. Euro.

**PRESSEMITTEILUNG, 02.02.2010, Seite 4/4**

Der größte Teil der digitalen Dienstleistungsumsätze entfiel mit 44 Prozent auf den Bereich „Mobilität“, unter den zum Beispiel Flugtickets, Bahnreisen oder Mietwagenverträge fallen. 27 Prozent sind bei den weiteren Reiseausgaben (Pauschalreisen und Übernachtungen) zu verorten. 11 Prozent Umsatz liegen im Bereich Ticketing, 9 Prozent gehen auf Entertainment-Ausgaben (z.B. MP3-Dateien, Klingeltöne, Spiele) zurück. 1 Prozent kann dem Kauf von Computer-Software zugeschrieben werden. Pro Kopf der Bevölkerung gaben die Deutschen im Jahr 2009 76 Euro (Vorjahr: 72 Euro) für digitale Dienstleistungen im Internet aus. 189 zusätzliche Euro (Vorjahr: 163 Euro) entfielen auf Warenkäufe im Web. Das macht 265 Euro (Vorjahr: 235 Euro) Internet-Ausgaben pro Einwohner insgesamt – Tendenz weiter steigend

**Branchenwachstum von 2 Prozent in 2010 erwartet/Online wächst zweistellig**

Der bvh geht davon aus, dass sich die positive Branchenentwicklung in diesem Jahr aufgrund starker Zuwächse im E-Commerce weiter fortsetzen wird. Innovationen wie die Bewegtbild-Technologie, Social Media-Plattformen und neue Angebotsformen, wie etwa iPhone-Applikationen, werden den Versandhandel weiter beflügeln. Insbesondere vom Mobile-Commerce erwartet der bvh weitere Wachstumsimpulse. Der Verband rechnet mit einem zweistelligen Umsatzplus im Internet und insgesamt mit zwei Prozent Branchenwachstum im Versand- und Online-Handel im Jahr 2010.

**Zur Studie:** Die Untersuchung „Distanzhandel in Deutschland“ wurde 2009 zum vierten Mal vom Bielefelder Forschungsinstitut TNS Infratest im Auftrag des Bundesverbands des Deutschen Versandhandels (bvh) durchgeführt. Dabei wurden rund 30.000 Privatpersonen aus Deutschland über 14 Jahren von Januar bis Dezember 2009 zu ihrem Ausgabeverhalten im Versandhandel und zu ihrem Konsum von digitalen Dienstleistungen (z.B. im Bereich Downloads oder Ticketing) befragt.

---

*Dank E-Commerce und Internet ist der Versandhandel so vital wie nie. Der Bundesverband des Deutschen Versandhandels (bvh) ist die Branchenvereinigung der Versand- und Online-Händler. Derzeit sind über 290 Unternehmen im Verband organisiert, die ihre Waren per Katalog, Internet oder TV anbieten. Darunter sind Versender mit gemeinsamem Katalog- und Internet-Angebot, reine Internet-Händler, TV-Versender, Apothekenversender und Ebay-Powerseller. Die Versandhandelsbranche erwirtschaftet jährlich rund 29,1 Mrd. Euro Umsatz im Privatkundengeschäft. Der Online-Handel mit Waren macht dabei mehr als 50 Prozent des Umsatzes aus, in Summe 15,5 Mrd. Euro.*