

PRESSEMITTEILUNG, 06.07.2010, Seite 1/3

Konsequentes Wachstum im Versand- und Online-Handel

- Umsatz steigt auf 29,9 Mrd. Euro (+2,7 Prozent)
- Online-Handel mit Waren legt auf 17,8 Mrd. Euro zu (+15 Prozent)
- Deutsche geben insgesamt 24,3 Mrd. Euro im Internet aus (+12 Prozent)
(17,8 Mrd. Euro online für Waren + 6,5 Mrd. Euro für digitale Dienstleistungen)
- Quelle-Insolvenz bleibt ohne Folgen für die Branche
- Anteil der Internet-Bestellungen steigt auf 71 Prozent
- Neue Technologien pushen E-Commerce
- 68 Prozent der Online-Käufer nutzen weiterhin gedruckte Kataloge
- Versender von Unterhaltungselektronik profitieren vom WM-Effekt

Hamburg/Frankfurt, 06.07.2010 Die Kaufbereitschaft der Deutschen im Internet ist auch dieses Jahr ungebrochen. Dank starker Zuwächse im E-Commerce können sich die Versand- und Online-Händler weiterhin über steigende Umsätze freuen. Auf Basis der repräsentativen Verbraucherstudie „Distanzhandel in Deutschland 2010“ (TNS Infratest) rechnet der bvh für das laufende Jahr mit einem Gesamtbranchenumsatz von 29,9 Mrd. Euro, was einem Plus von 2,7 Prozent entspricht. Der Prognose nach wächst der Anteil des Versandhandels am Einzelhandel damit auf 7,6 Prozent (2009: 7,4 Prozent). Der Online-Handel mit Waren legt um 15 Prozent auf 17,8 Mrd. Euro (2009: 15,5 Mrd. Euro) zu. Damit erwirtschaftet die Branche inzwischen 59,5 Prozent (2009: 53,3 Prozent) ihres Warenumsatzes im Internet. Insgesamt werden die Deutschen bei konstantem Konsumverhalten in diesem Jahr 24,3 Mrd. Euro (2009: 21,7 Mrd.) und damit 12 Prozent mehr im Internet ausgeben als im Jahr 2009. Davon entfallen 17,8 Mrd. Euro auf den Online-Warenhandel und 6,5 Mrd. Euro (2009: 6,2 Mrd.) auf Ausgaben für digitale Dienstleistungen, wie z.B. Downloads und Online-Reisebuchungen.

„Die Prognose zeigt eindrucklich, dass sich weder die Finanz- und Wirtschaftskrise noch die Insolvenz des Versandhauses Quelle negativ auf die Gesamtbranche ausgewirkt haben“, sagte der im Juni neu gewählte bvh-Präsident Thomas Lipke, Geschäftsführer des Hamburger Multi-Channel-Versenders Globetrotter Ausrüstung, anlässlich der bvh-Jahrespressekonferenz in Hamburg. Außerdem bestellen sich immer mehr Menschen ihre Wunschprodukte bequem nach Hause und geben dabei im Schnitt immer mehr Geld aus. 53,4 Mio. (2009: 52,1 Mio.) Versandkunden gibt es aktuell in Deutschland. Pro Kopf der Bevölkerung geben die Menschen dieses Jahr 365 Euro (2009: 354 Euro) und damit durchschnittlich einen Euro pro Tag für Waren im Versandhandel aus.

PRESSEMITTEILUNG, 06.07.2010, Seite 2/3

Anteil der Internet-Bestellungen steigt auf 71 Prozent

Das Internet bringt nicht nur den Löwenanteil des Warenumsatzes in die Kassen der Versender, sondern erweist sich auch als beliebtester Bestellweg: Voraussichtlich 71 Prozent aller Versandhandelskunden werden 2010 die gewünschten Waren per Web einkaufen – zehn Prozent mehr als 2009, womit das Internet seinen Vorsprung als meist genutzter Bestellweg zum Telefon (19 Prozent), Brief oder Postkarte (5 Prozent) sowie E-Mail (3 Prozent) noch einmal eklatant vergrößern würde. „Der Siegeszug des Online-Handels ist ungebrochen“, sagte Thomas Lipke.

Neue Technologien pushen E-Commerce

Der bvh erwartet, dass innovative Technologien den E-Commerce weiter beflügeln werden und damit der Branche weiteres Wachstum sichern. Mit der rasanten Verbreitung von Smartphones wird das mobile Internet zur Alltagsanwendung werden – und damit einhergehend auch der Mobile Commerce. Auch neuartige Shopping-Arten im Internet, wie etwa Grouponing-Plattformen oder Online-Shopping-Clubs, machen den Einkauf im Web immer beliebter. Social Media-Kanäle, wie Facebook, StudiVZ oder Twitter, werden von innovativen Versendern bereits auf ihre Tauglichkeit als Vertriebskanal getestet.

68 Prozent der Online-Käufer nutzen weiterhin gedruckte Kataloge

Auch wenn der Einkauf im Internet beeindruckend zulegt, verliert der gedruckte Katalog nicht an Relevanz: Im Jahr 2010 werden sich hochgerechnet 68 Prozent (2009: 67 Prozent) aller Internet-Kunden vor dem Online-Kauf im Katalog über das Produkt informieren. „Schmökern im Katalog, Shoppen im Web, lautet die Devise vieler Online-Kunden“, so Thomas Lipke. Der Katalog bleibt weiterhin wichtiger Anstoßgeber für den Kauf im Internet.

Versender von Unterhaltungselektronik profitieren von WM-Effekt

Das mit Abstand meiste Geld geben Versandkunden für Bekleidung, Textilien und Schuhe aus. Sollte sich das Einkaufsverhalten im zweiten Halbjahr nicht radikal ändern, wird der Gesamtumsatz über alle Bestellwege in dieser Warengruppe (2009: 13,4 Mrd. Euro) voraussichtlich leicht gegenüber dem Vorjahr zulegen, da die Ausgabebereitschaft der Deutschen für Mode gestiegen ist. Das zeigt sich noch stärker im Internet (Online-Umsatz 2009: 5,2 Mrd. Euro), weshalb der bvh hier mit überdurchschnittlichem Wachstum rechnet.

PRESSEMITTEILUNG, 06.07.2010, Seite 3/3

Auch in der Warengruppe „Medien, Bild- und Tonträgern“ liegen die Ausgaben der Verbraucher im ersten Halbjahr 2010 leicht über Vorjahr, weshalb der Gesamtumsatz in dieser Warengruppe (2009: 3,1 Mrd. Euro) voraussichtlich um einen mittleren einstelligen Prozentbetrag steigen wird. Da die Online-Bestellungen bei Büchern besonders stark zunehmen, ist auch für den E-Commerce mit Büchern, CDs und DVDs mit überproportionalem Wachstum zu rechnen (Online-Umsatz 2009: 2,3 Mrd. Euro).

Versender von „Unterhaltungselektronik und Elektronikartikeln“ können sich über einen deutlichen WM-Effekt freuen. Da die Quote der Neuanschaffungen insbesondere bei Fernsehgeräten im ersten Halbjahr 2010 stark gestiegen ist, rechnet der bvh in dieser Warengruppe mit einem deutlichen Umsatzplus (Gesamtumsatz 2009: 1,8 Mrd. Euro). Der Online-Umsatz mit Unterhaltungselektronik (2009: 1,4 Mrd. Euro) kann voraussichtlich um mehr als 20 Prozent zulegen und erweist sich damit als Wachstumstreiber.

Zur Studie: Die Untersuchung „Distanzhandel in Deutschland“ wird in diesem Jahr zum fünften Mal vom Bielefelder Forschungsinstitut TNS Infratest im Auftrag des Bundesverbands des Deutschen Versandhandels (bvh) durchgeführt. Dafür werden rund 30.000 Privatpersonen aus Deutschland über 14 Jahren von Januar bis Dezember 2010 zu ihrem Ausgabeverhalten im Versandhandel und zu ihrem Konsum von digitalen Dienstleistungen (z.B. im Bereich Downloads oder Ticketing) befragt. Das Endergebnis der Studie wird Anfang 2011 nach Abschluss der Umfrage veröffentlicht. Das heute vorgelegte Zwischenergebnis basiert auf der Auswertung des ersten Halbjahres 2010 und steht im Pressebereich des bvh zum Download bereit: www.versandhandel.org

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 300 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, Apothekensender und Ebay-Powerseller. Die Versandhandelsbranche erwirtschaftet jährlich rund 30 Mrd. Euro Umsatz im Privatkundengeschäft. Der Online-Handel mit Waren hat daran einen Anteil von knapp 60 Prozent.