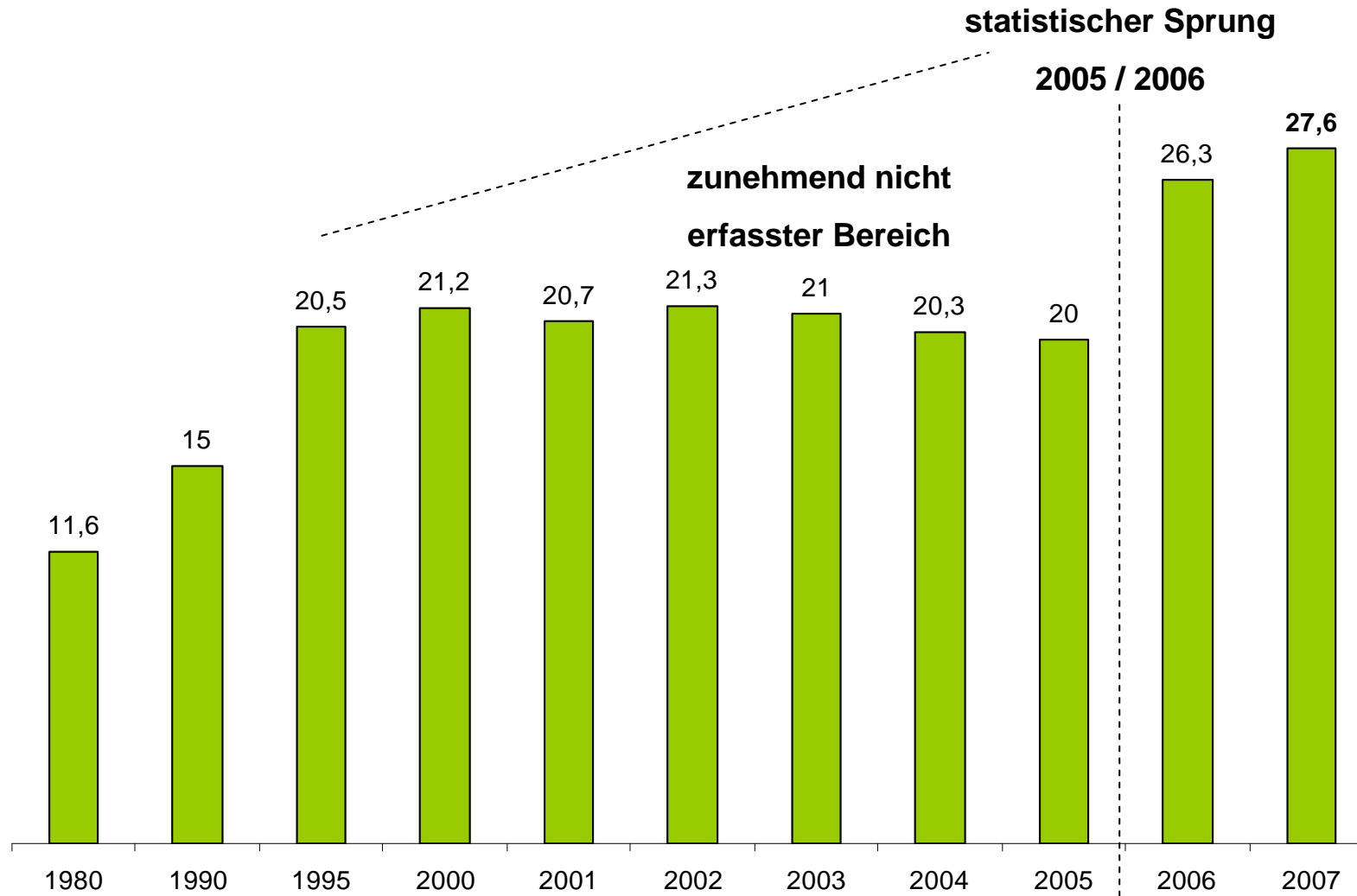


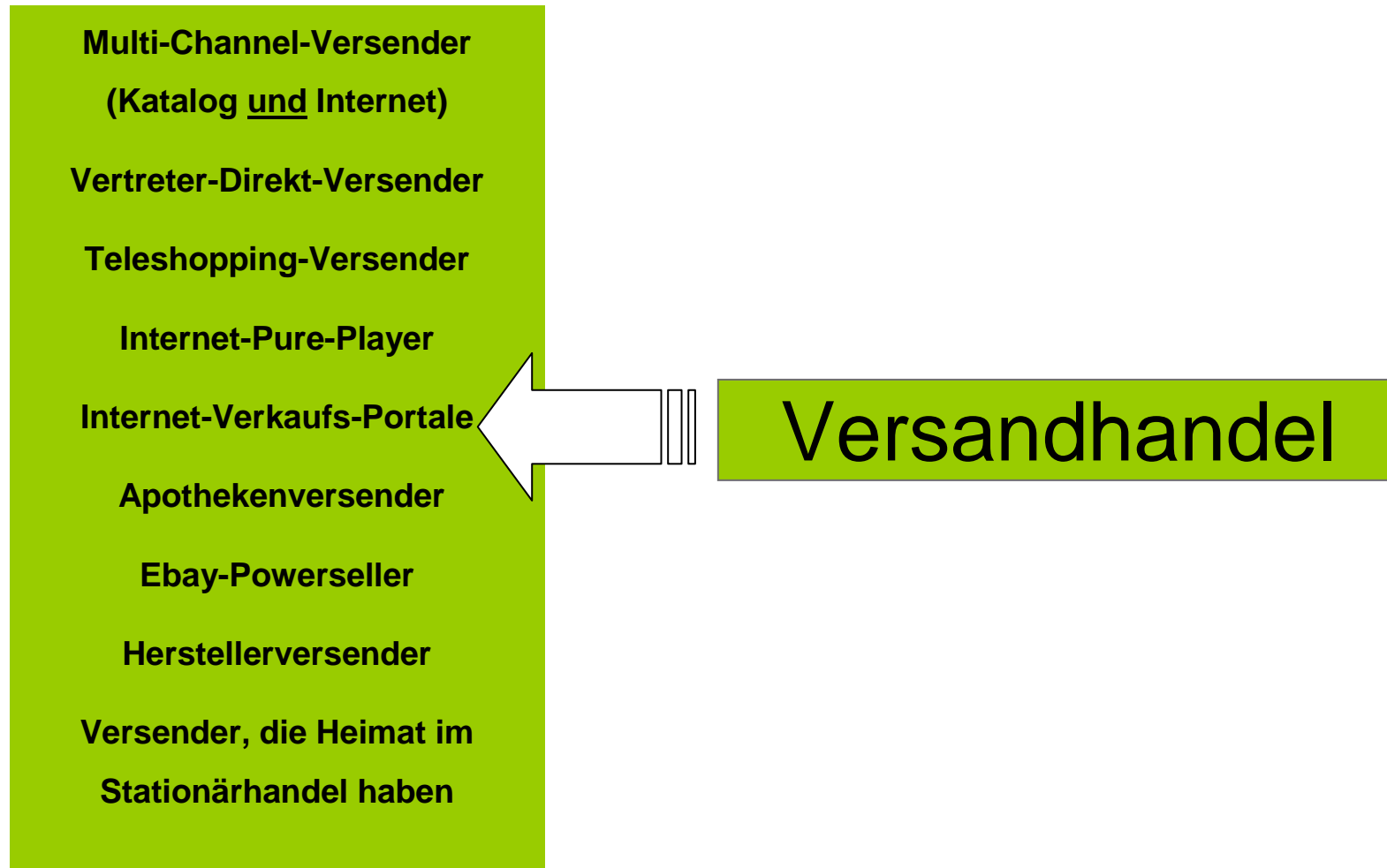
# **Versandhandel in Deutschland 2007**

**eine Untersuchung von TNS Infratest  
im Auftrag des Bundesverbandes des  
Deutschen Versandhandels e.V. (bvh)**

**bvh-Jahrespressekonferenz  
05.7.2007 in Frankfurt am Main**

# Versandhandelsumsatz mit Waren seit 1980 (Mrd. Euro)



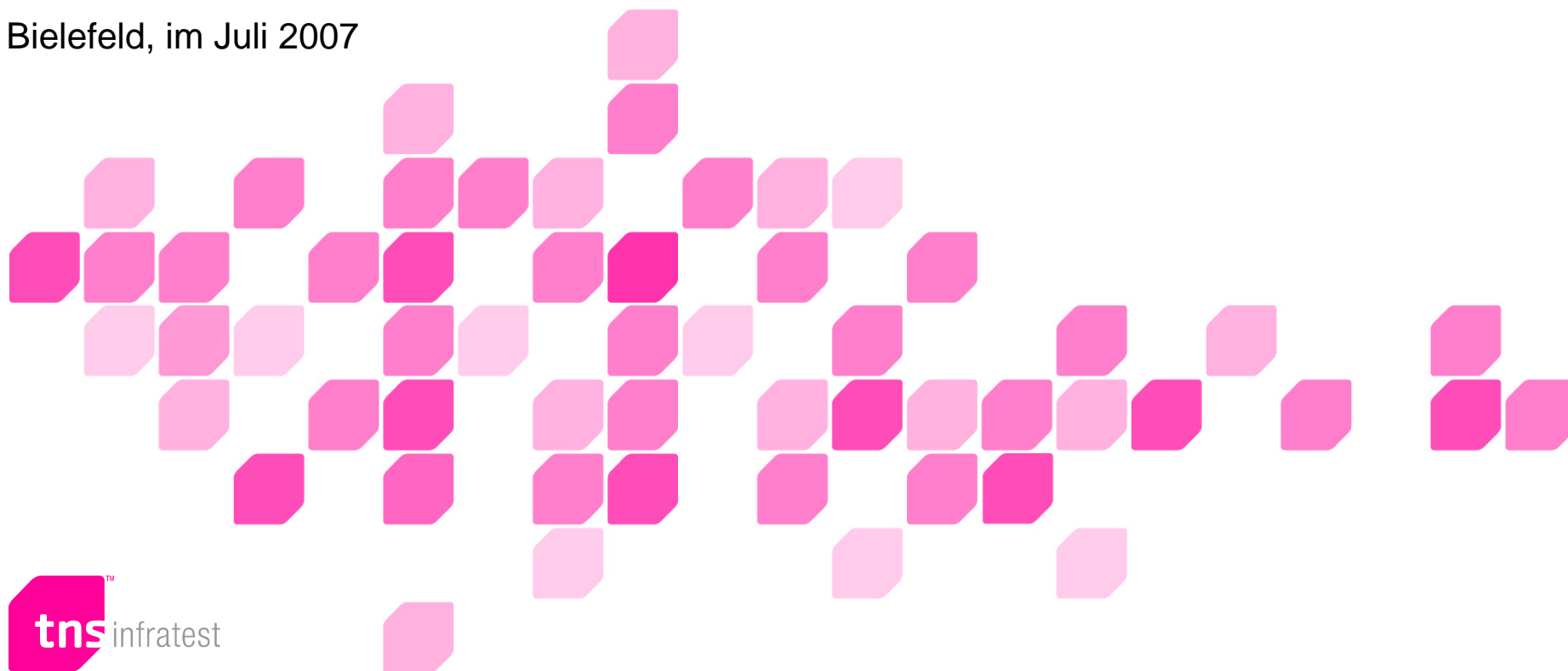


# Bundesverband Versandhandel (bvh)

## Distanzhandel in Deutschland

### Ergebnisse

Bielefeld, im Juli 2007



# Zielsetzung/Methode der Untersuchung

## Zielsetzungen

- Ermittlung des tatsächlichen jährlichen Volumens im deutschen Distanzhandel durch Privathaushalte in den Bereichen Waren und Dienstleistungen
- Ermittlung von Nutzungsfrequenzen, Bestellgewohnheiten und Einstellungen gegenüber dem Distanzhandel (getrennt nach Waren und Dienstleistungen)
- Die Bedeutung von Katalog und Internet als Informationsquellen für Käufe über den Distanzhandel (getrennt nach Waren und Dienstleistungen)

- Befragung in dem bevölkerungsrepräsentativen CATI Omnibus von TNS Infratest (telefonische Mehrthemenbefragung)
- Zielpersonen: Bevölkerung 14+ Jahre
- Zwei Bausteine der Erhebung
  1. Befragung von 2.008 Personen zu Einstellungen gegenüber dem Versandhandel  
Befragungszeit: 23. April bis 26. April 2007
  2. Befragung von 24.055 Personen zur Hochrechnung des Gesamtvolumens des Distanzhandels in deutschen Privathaushalten  
Befragungszeit: 23. April bis 18. Juni 2007

# Hochrechnungsmodell – Waren

## Jahreszeitliche Schwankungen

- Die Befragung wurde in den Monaten April, Mai und Juni 2007 durchgeführt. In diesen Monaten werden im Mittel praktisch zu gleichen Anteilen Waren bestellt wie auch in den übrigen Monaten Juli bis März.
- Eine jahreszeitliche Gewichtung der im April, Mai und Juni erhobenen Käufe ist also nicht notwendig.

		<b>Monatliches Mittel</b>
<b>April</b>	<b>8,5%</b>	<b>7,8%</b>
<b>Mai</b>	<b>7,6%</b>	
<b>Juni</b>	<b>7,4%</b>	
		<b>8,5%</b>
Juli	6,3%	
August	7,5%	
September	8,6%	
Oktober	9,1%	
November	10,3%	
Dezember	9,1%	
Januar	9,3%	
Februar	7,3%	
März	8,8%	

# Zielsetzung/Methode der Untersuchung

## Befragungsinhalte Hauptbefragung

- Aus dem Kreis der 24.055 Zielpersonen:
  - Identifikation von Personen, die innerhalb der letzten 7 Tage Waren über den Versandhandel gekauft haben: N=5.899 Personen
  - Identifikation von Personen, die innerhalb der letzten 7 Tage Dienstleistungen über den Distanzhandel gekauft haben: N=842 Personen
- Detaillierte Erhebung dieser wochenaktuellen Käufe separat für Waren und Dienstleistungen:
  - namentliche Erfassung der Versender (bei Ebay: Differenzierung nach Privatverkäufen und Powersellern)
  - gekaufte Waren bzw. Dienstleistungen
  - Einkaufsbetrag (ohne Versandkosten)
  - Bestellweg (telefonisch / per Internet / schriftlich)
  - Umsatz
  - Zahlweise
  - Informationswege

- Klassifizierung der genannten Versender in Warenbereich in Zusammenarbeit mit dem bvh in diese Versendertypologie:
  - STV      Versender, die Heimat im Stationärhandel haben
  - HEV      Herstellerversender
  - APV      Apothekerversender
  - EPS      Ebay-Powerseller
  - IPP      Internet-Pure-Player
  - MCV      Multi-Channel-Versender (Katalog+Internet)
  - TVS      Teleshopping-Versender
  - VDV      Vertreter-Direkt-Versender
  - SER      Services wie Software-Downloads, Tickets, Reisebuchungen
  - Portal    Portale mit mehreren Anbietern

### ■ **Ebay Privatverkäufer**

Herausnahme des beträchtlichen Ebay-Volumens, das über Privatverkäufer erzielt wird, mit dem Ziel, nur die für die Hochrechnung relevanten Käufe von Ebay-Powersellern einfließen zu lassen.

### ■ **Extremwertbereinigung der Einkaufsbeträge**

Jede Hochrechnung auf Basis einer Stichprobe für eine große Grundgesamtheit ist sensibel bei einfließenden Extremwerten.

Beispiel: Der Kauf von Autoersatzteilen für 8.000 Euro bei einem Ebay- Powerseller.

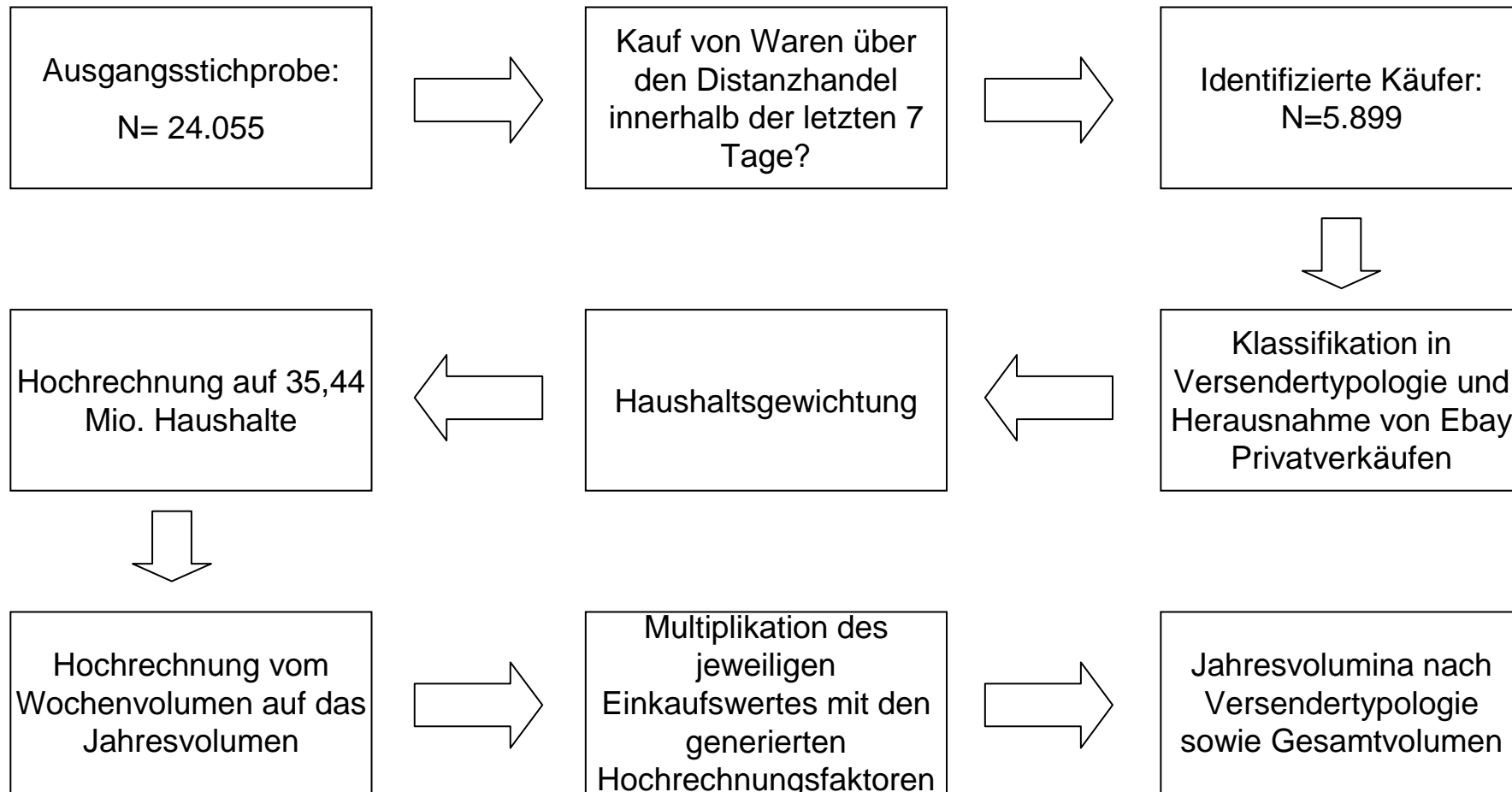
Daher wurden die genannten Euro-Einkaufsbeträge zu je 5% am oberen und unteren Ende der Verteilung aus dem Modell herausgefiltert.

### ■ **Gewichtung der Stichprobe auf Basis von 35,44 Mio. Haushalten**

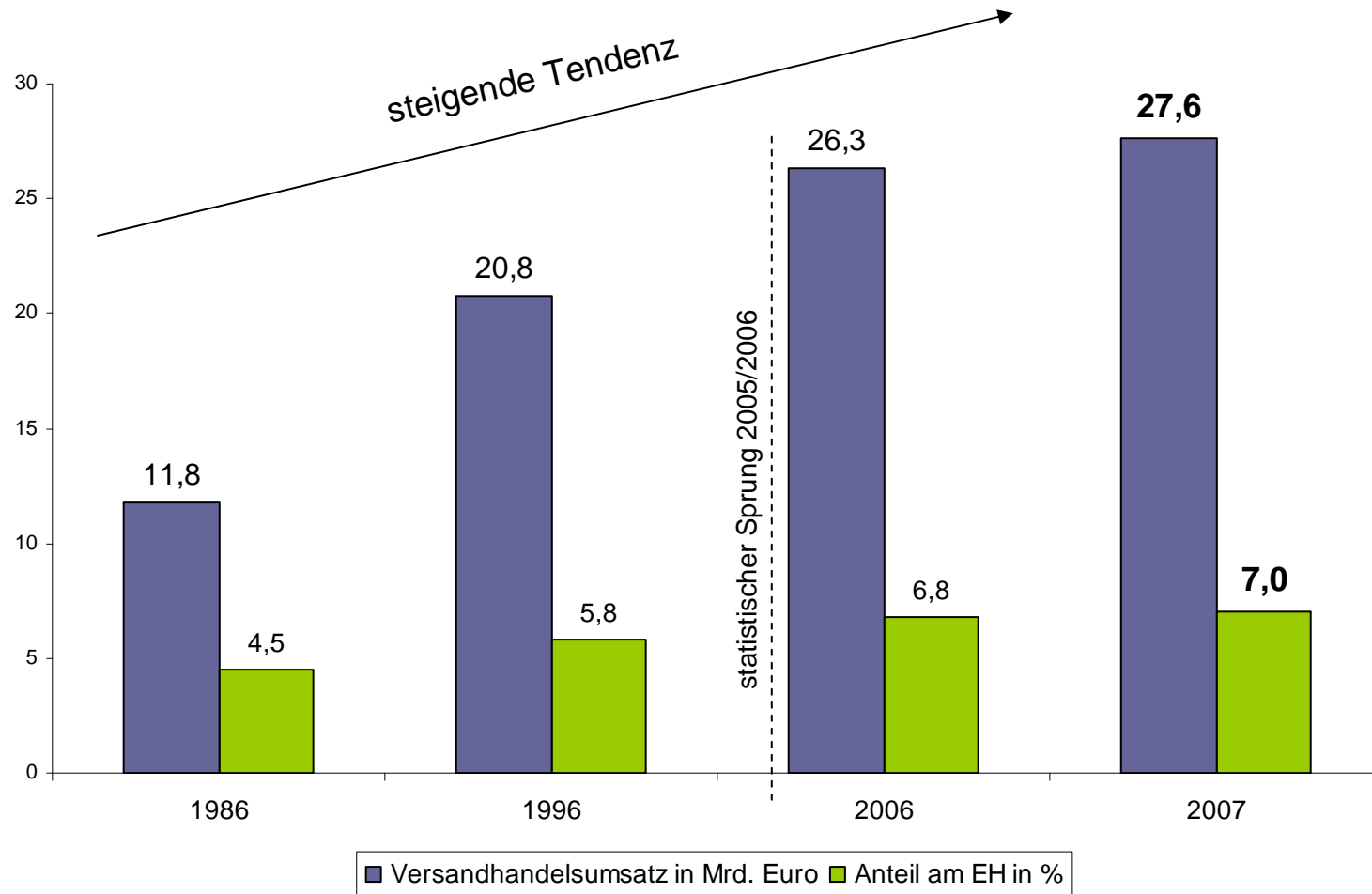
Insbesondere von Käufern in Mehrpersonenhaushalten werden auch Waren bestellt, die nicht nur für die Verwendung durch den Besteller, sondern auch für andere Haushaltsmitglieder bestimmt sein können.

# Hochrechnungsmodell – Waren

## Überblick



# Anteil des Versandhandels am Einzelhandel



# Hochrechnung

## Volumina im Distanzhandel 2007

Differenzierung nach Geschlecht

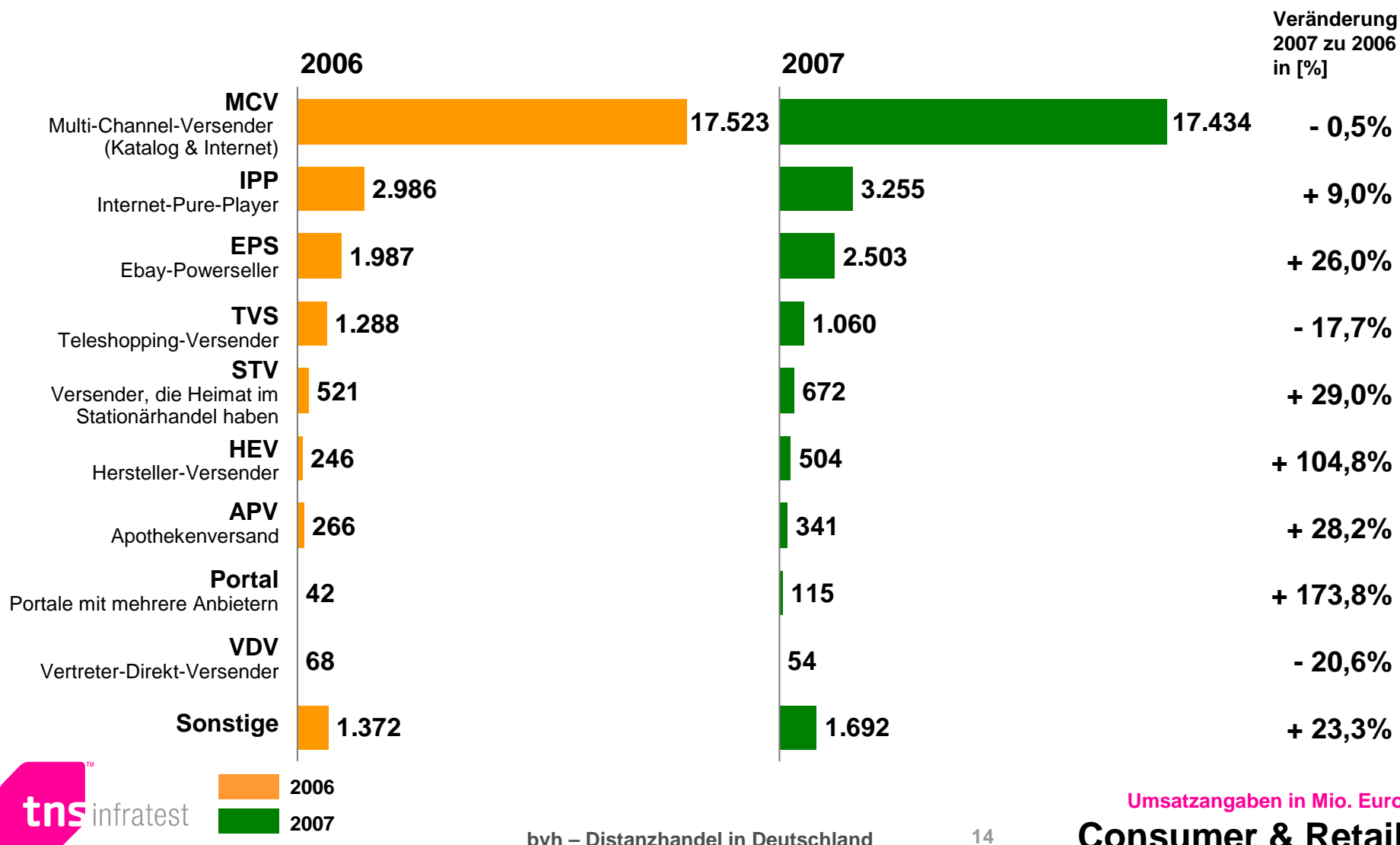
		Männer	Frauen
<b>MCV</b>	Multi-Channel-Versender (Katalog+Internet)	4.973	12.461
<b>IPP</b>	Internet-Pure-Player	2.133	1.122
<b>EPS</b>	Ebay-Powerseller	1.533	970
<b>TVS</b>	Teleshopping-Versender	195	865
<b>STV</b>	Versender, die Heimat im Stationärhandel haben	279	392
<b>HEV</b>	Hersteller-Versender	275	229
<b>APV</b>	Apothekenversand	83	258
<b>Portal</b>	Portale mit mehreren Anbietern	56	59
<b>VDV</b>	Vertreter-Direkt-Versender	26	28
	Sonstige	1.045	647
		Umsatzangaben in Mio. Euro	

**Männer:  
10,6 Mrd. €\***

**Frauen:  
17 Mrd. €\*2**

# Hochrechnung – Waren









## Vergleich 2006 – 2007: Volumina im Distanzhandel



# Hochrechnung [%]

## Volumina im Distanzhandel 2007

Differenzierung nach Marktanteil

		<u>2006</u>	
<b>MCV</b>	Multi-Channel-Versender (Katalog+Internet)	 <b>63,1%</b>	<b>66,6 %</b>
<b>IPP</b>	Internet-Pure-Player	 <b>11,8%</b>	<b>11,4 %</b>
<b>EPS</b>	Ebay-Powerseller	 <b>9,1%</b>	<b>7,6 %</b>
<b>TVS</b>	Teleshopping-Versender	 <b>3,8%</b>	<b>4,9 %</b>
<b>STV</b>	Versender, die Heimat im Stationärhandel haben	 <b>2,4%</b>	<b>2,0 %</b>
<b>HEV</b>	Hersteller-Versender	 <b>1,8%</b>	<b>0,9 %</b>
<b>APV</b>	Apothekenversand	 <b>1,2%</b>	<b>1,0 %</b>
<b>Portal</b>	Portale mit mehreren Anbietern	<b>0,4%</b>	<b>0,2 %</b>
<b>VDV</b>	Vertreter-Direkt-Versender	<b>0,2%</b>	<b>0,3 %</b>
	Sonstige	 <b>6,1%</b>	<b>5,2 %</b>

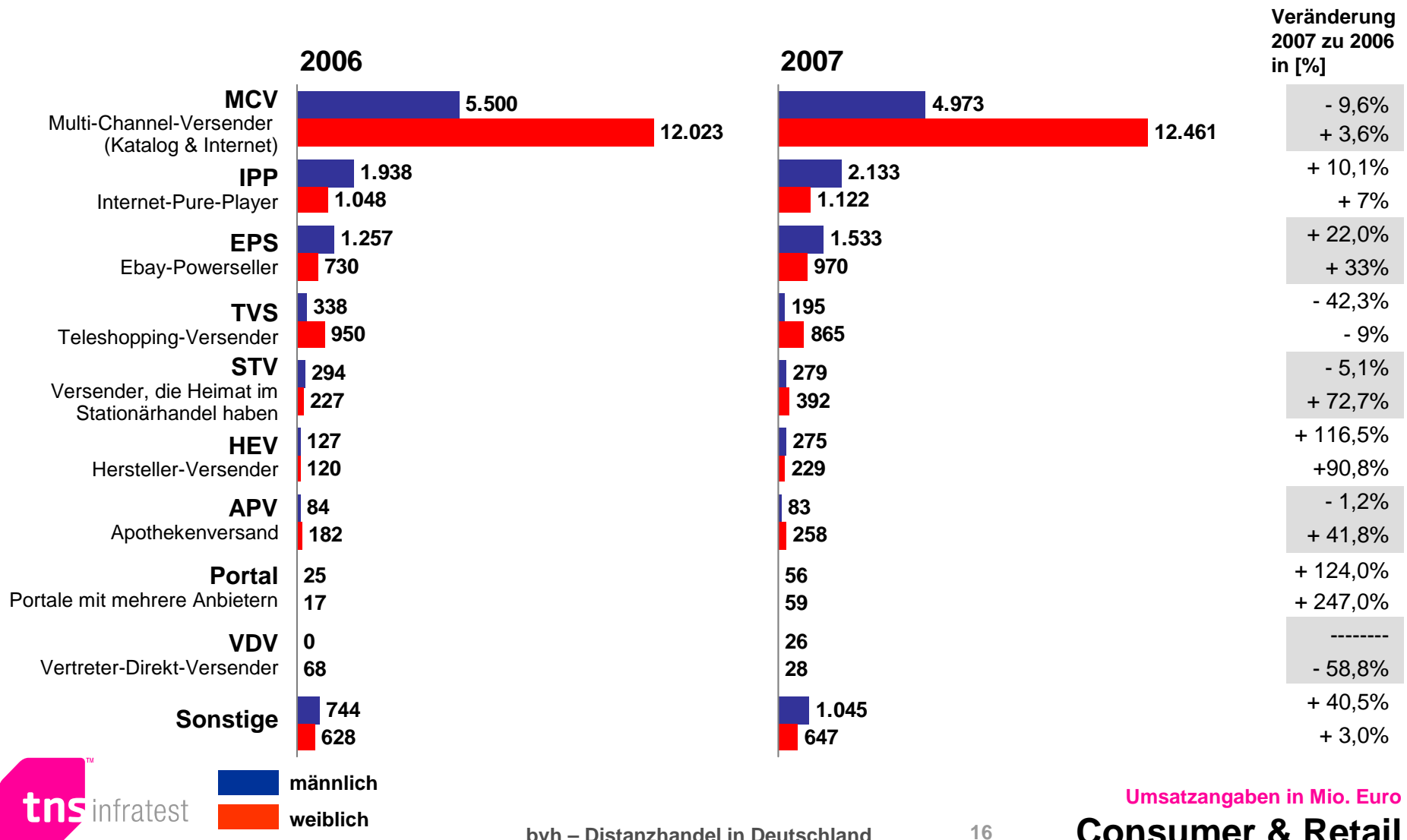
*Verteilung des Gesamtvolumens von 27,6 Mrd Euro auf die Versendertypen*

Umsatzangaben in Mio. Euro

# Hochrechnung VI – Waren

## Vergleich 2006 – 2007: Volumina im Distanzhandel

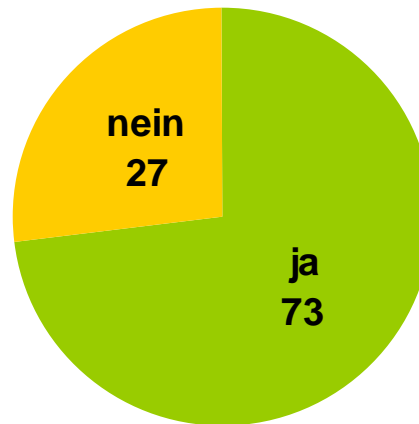
Differenzierung nach Geschlecht



# Vorabinformation per Katalog [%]

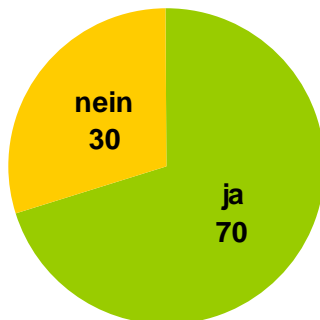
Haben Sie sich vor Ihrer Bestellung über das Produkt in dem Katalog des Versenders informiert?

## Total

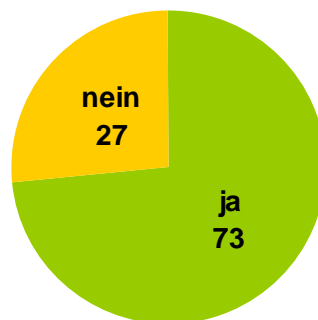


## Altersgruppen

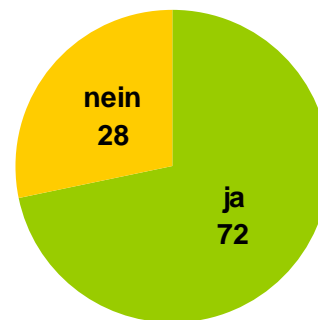
### 14-29 Jahre



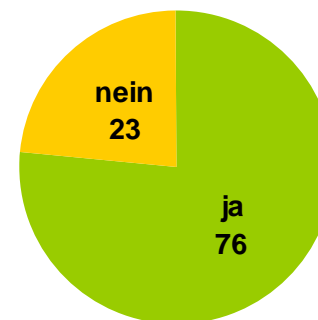
### 30-39 Jahre



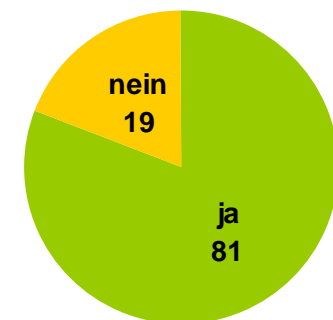
### 40-49 Jahre



### 50-59 Jahre



### 60+ Jahre

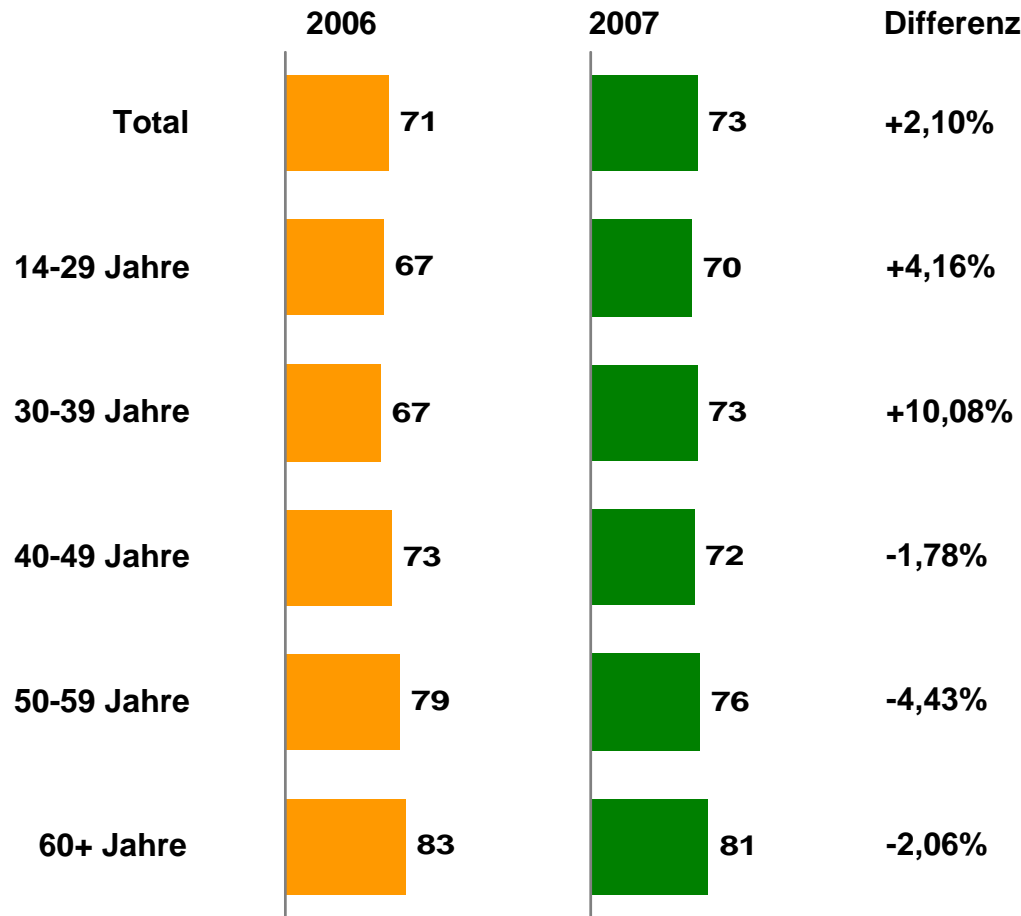


# Vorabinformation per Katalog [%]

## Vergleich 2006 – 2007

Haben Sie sich vor Ihrer Bestellung über das Produkt in dem Katalog des Versenders informiert?

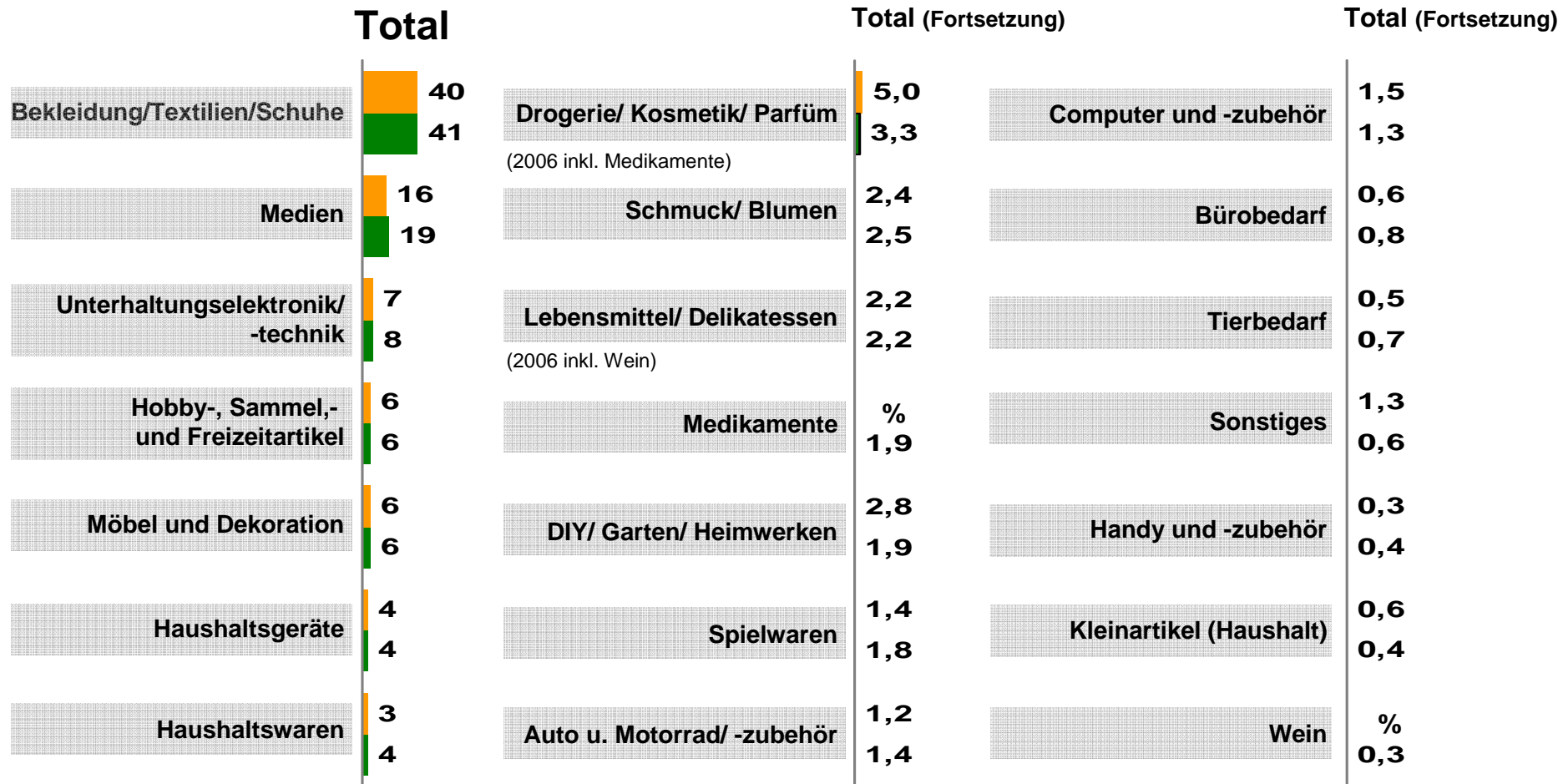
### Antwort „Ja“ nach Altersgruppen



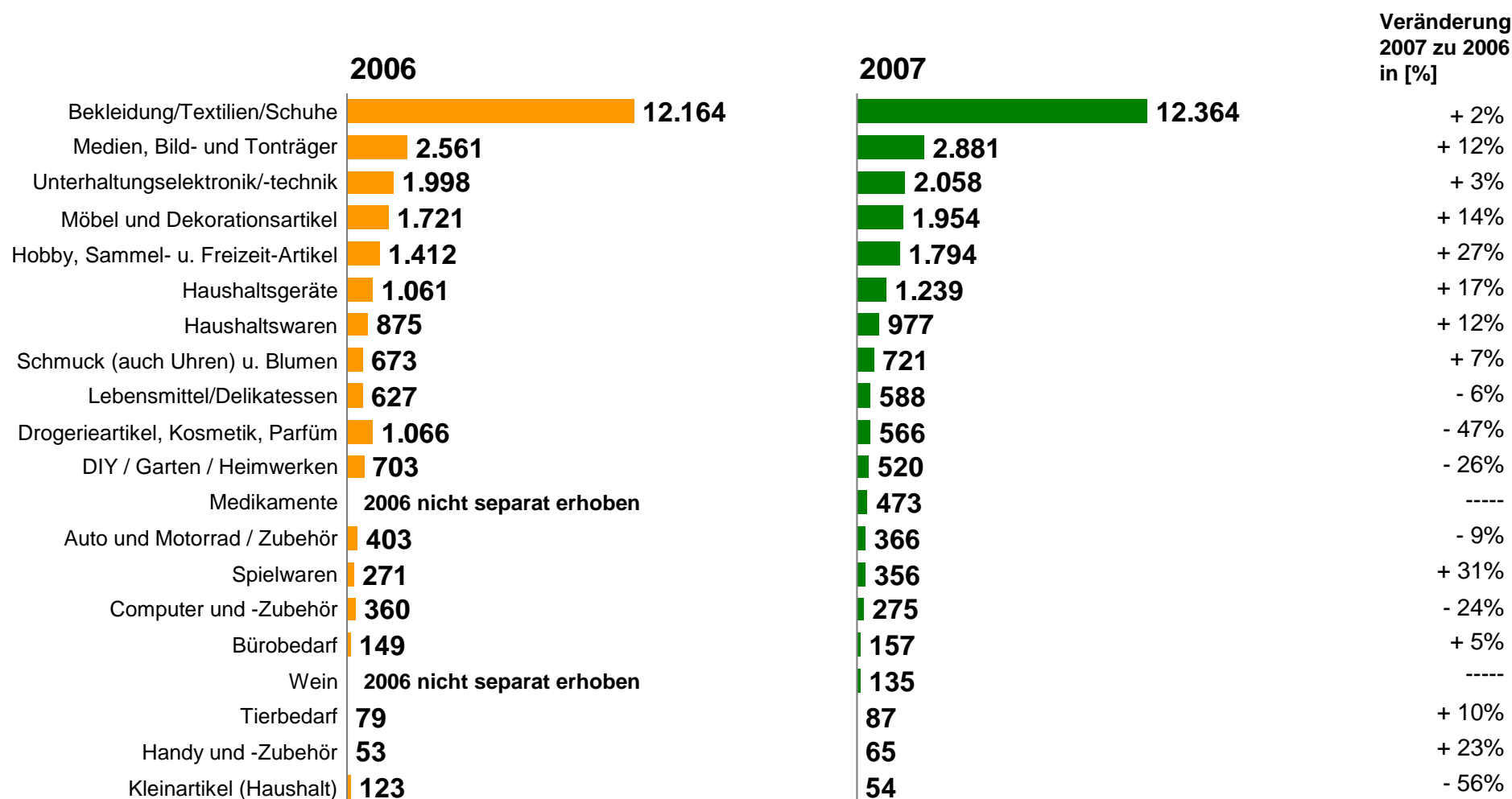
# Bestellte Waren – Übersicht [%]

## Vergleich 2006 – 2007

Welche Waren haben Sie bei diesem zuletzt genutzten Anbieter genau bestellt?



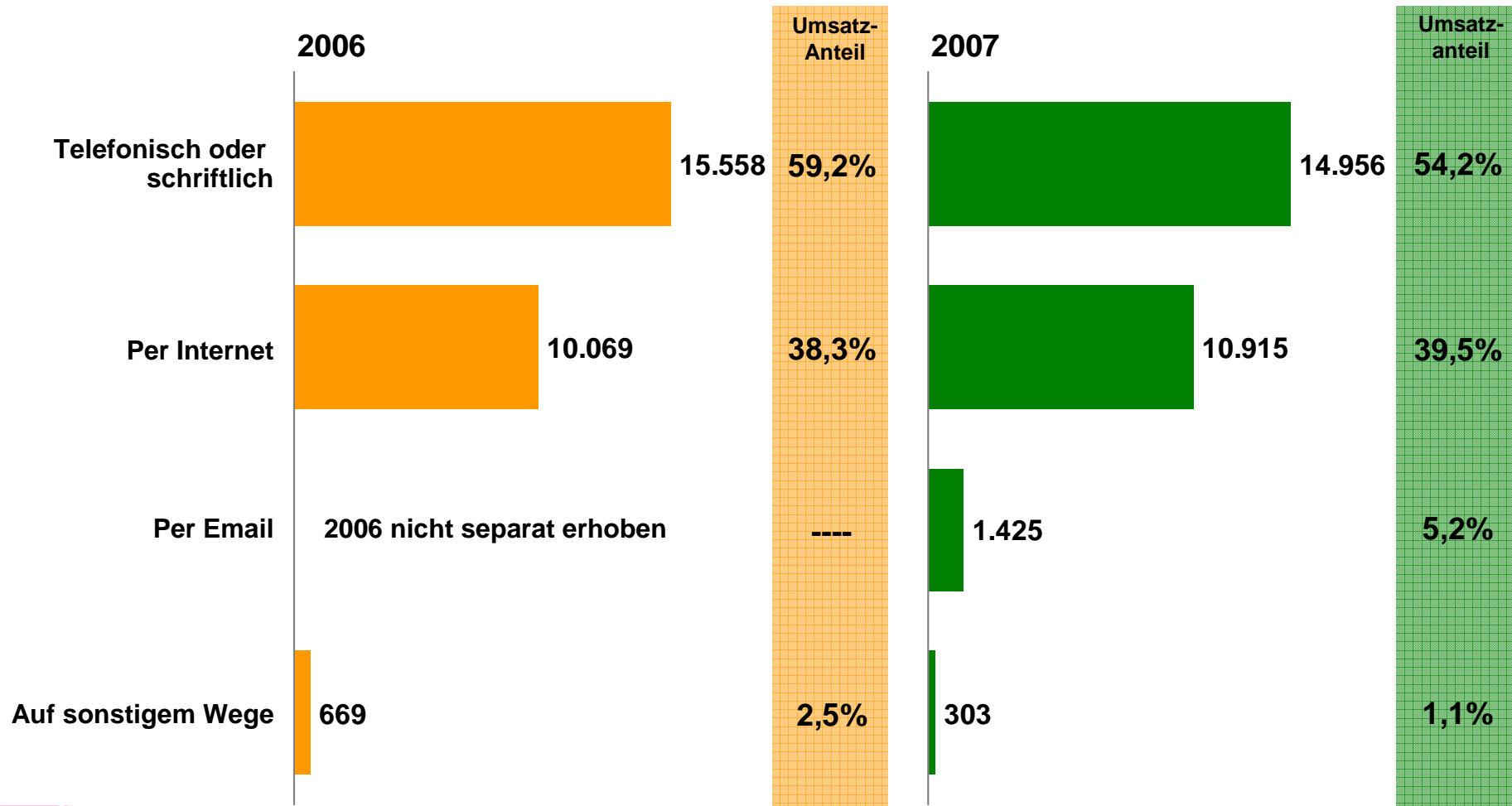
### Volumina nach Warengruppen



# Hochrechnung

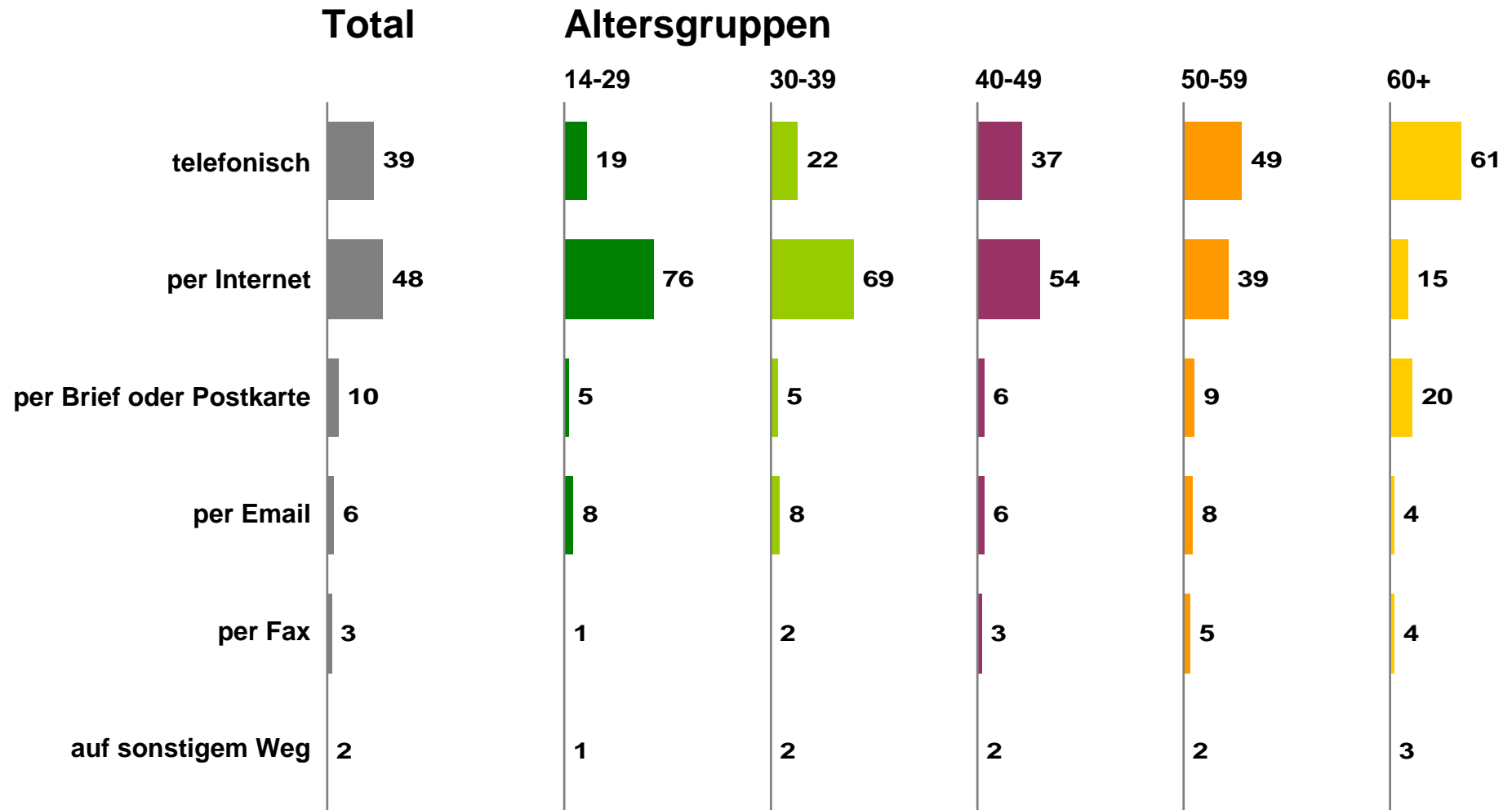
## Vergleich 2006 – 2007: Volumina im Distanzhandel

Differenzierung nach Bestellweg



# Bestellweg [%]

Wie haben Sie diese Waren bestellt?



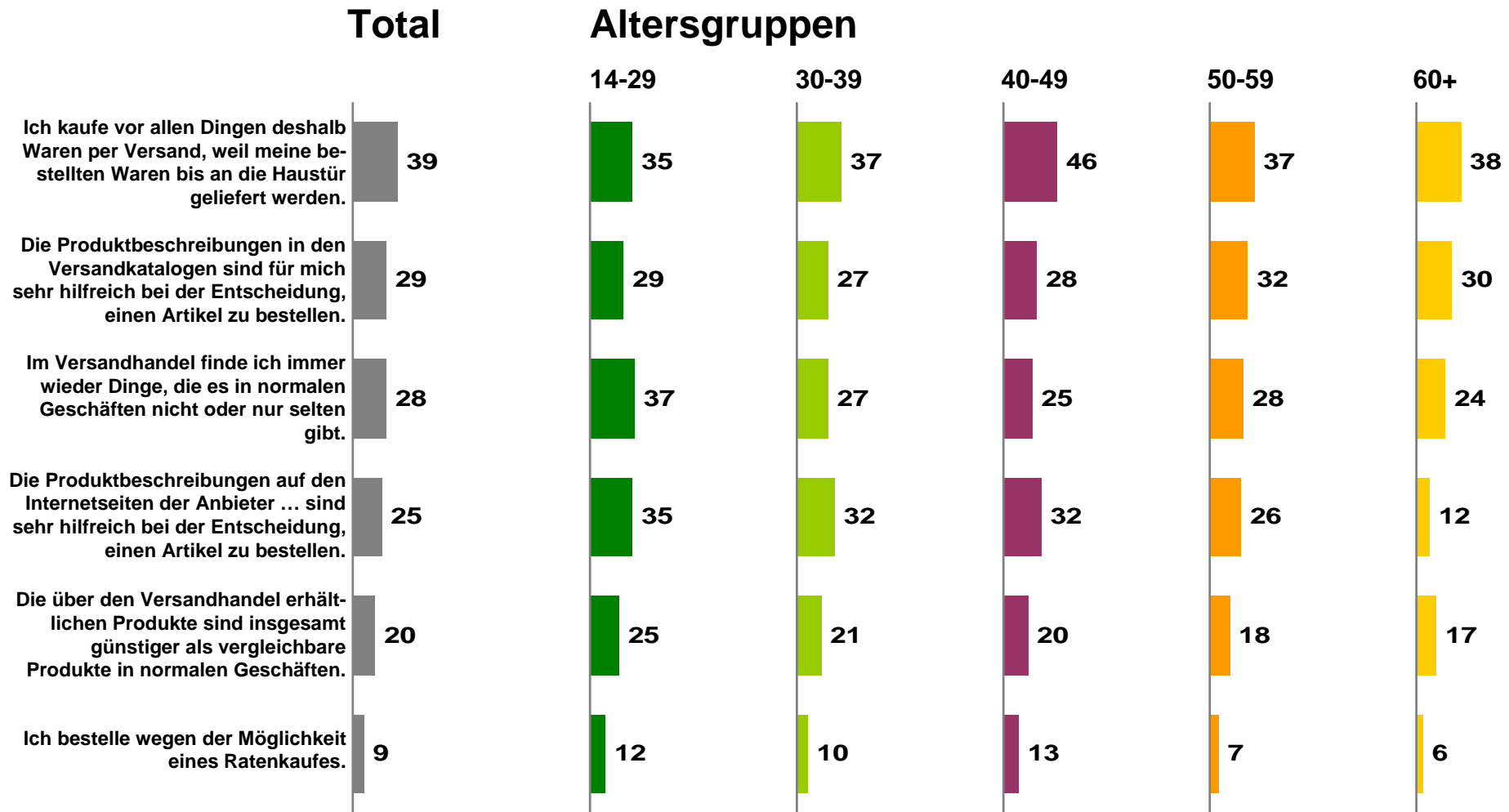
Basis: Befragte, die nicht bei Ebay bestellt haben (n = 4.606)

An 100% fehlende: keine Angabe

# Funktionales Profil

## Versandhandel [%] Top 2 Nennungen

Inwieweit treffen die folgenden Aussagen auf Sie persönlich zu?  
 (Skala 1 bis 6; ,1' = ,trifft voll und ganz zu', ,6' = trifft überhaupt nicht zu)

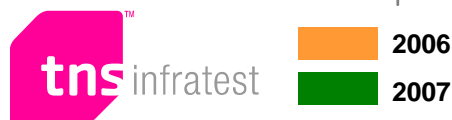
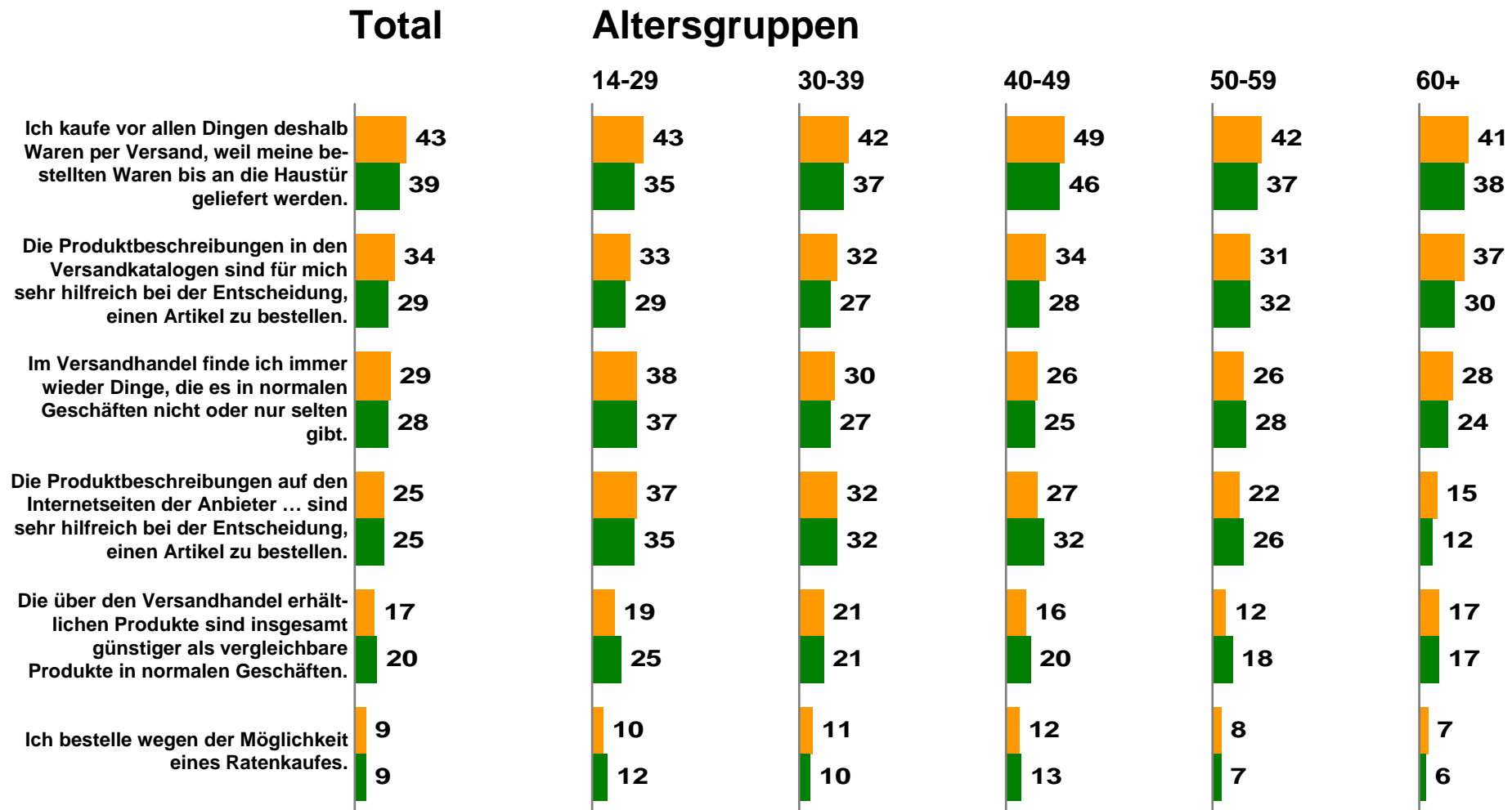


# Funktionales Profil Versandhandel [%]

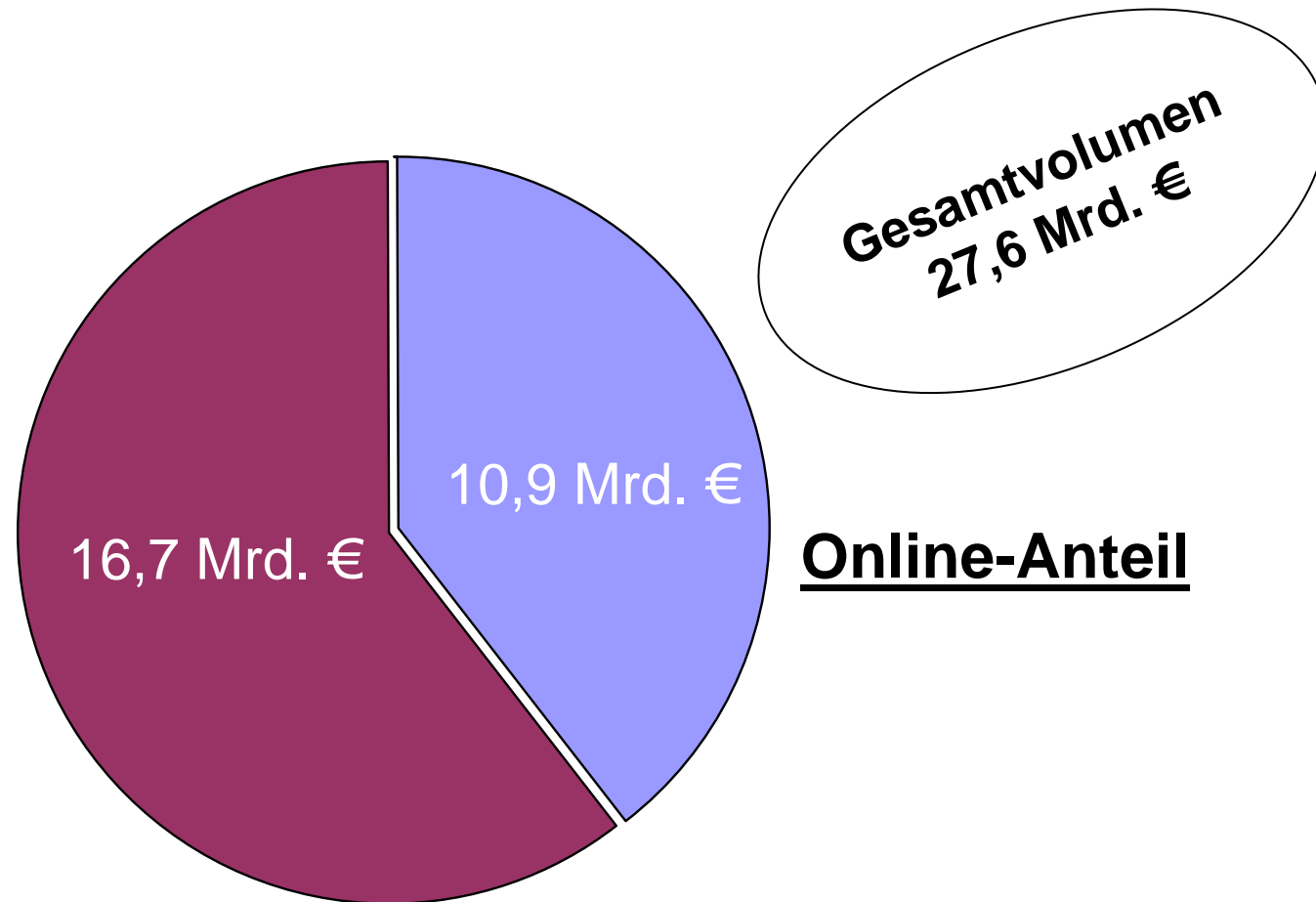
## Vergleich 2006 – 2007 (Top 2 Nennungen)

Inwieweit treffen die folgenden Aussagen auf Sie persönlich zu?

(Skala 1 bis 6; ,1' = ,trifft voll und ganz zu', ,6' = trifft überhaupt nicht zu)



Basis: alle Befragten (2006: n = 2.003; 2007: n = 2.008)



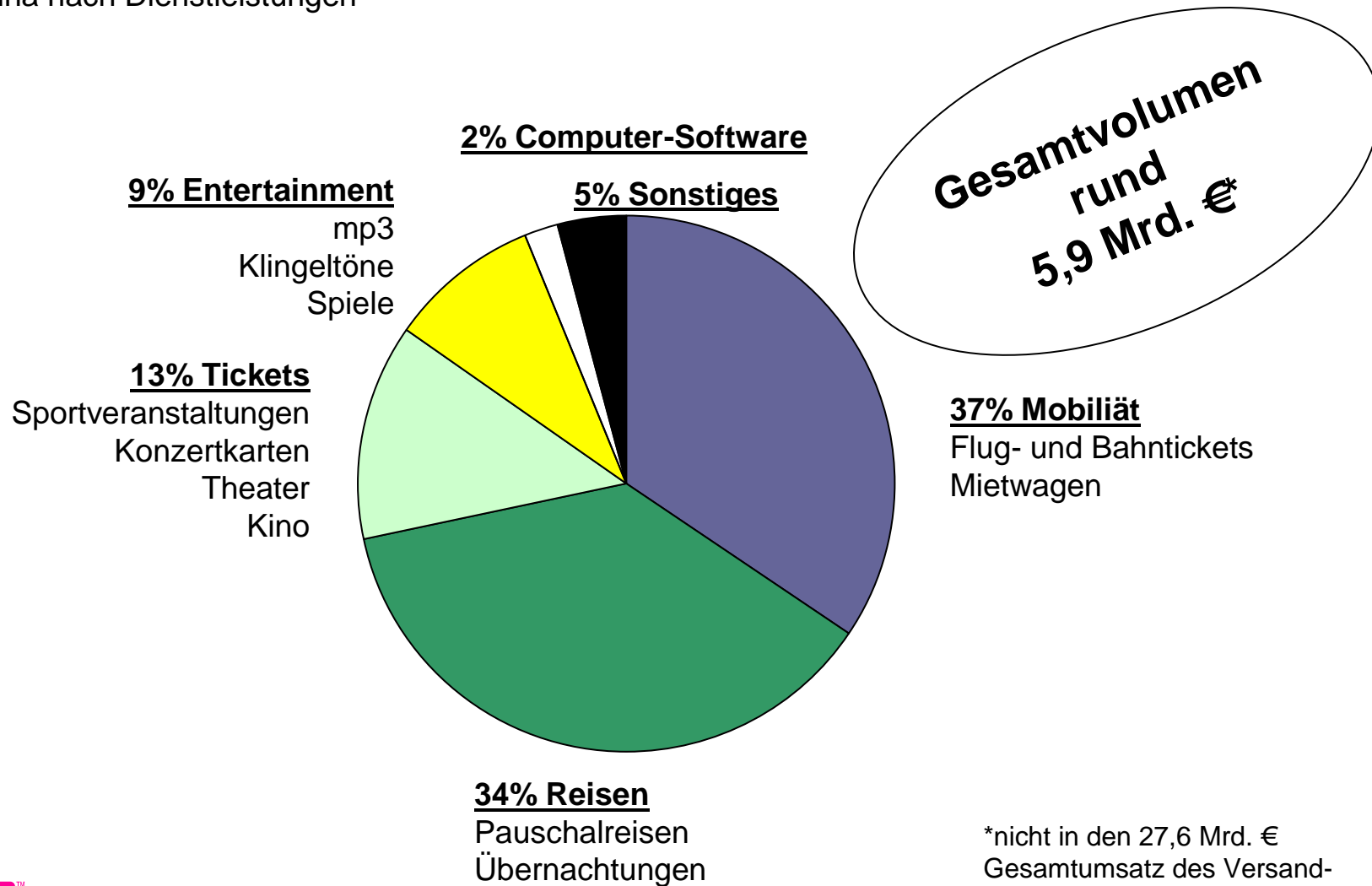
**Klassische  
Bestellwege**

**Online-Anteil**

# Hochrechnung

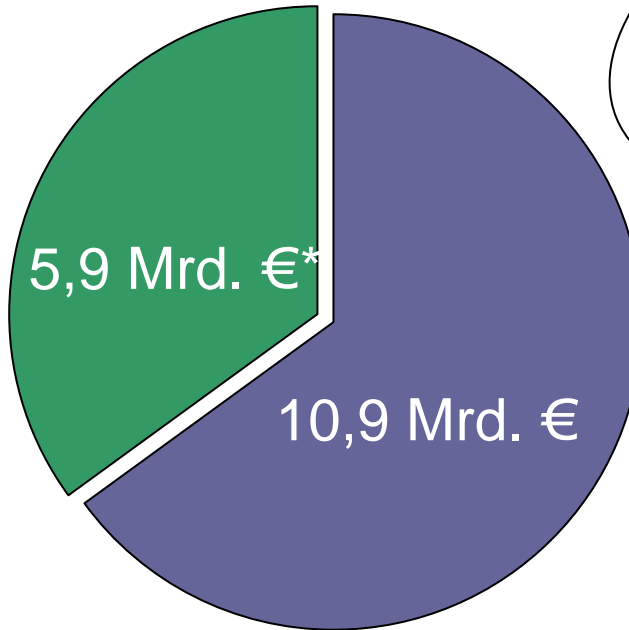
## Volumina im hochdynamischen Dienstleistungs-Sektor 2007

Volumina nach Dienstleistungen



\*nicht in den 27,6 Mrd. €  
Gesamtumsatz des Versand-  
handels enthalten

Dienstleistungen



Gesamtvolumen  
rund  
16,8 Mrd. €

Waren

\*nicht in den 27,6 Mrd. €  
Gesamtumsatz des Versand-  
handels enthalten