

Internetverkauf von Waren erreicht 2006 Rekordwert von über 10 Mrd. Euro

Bekleidung ist der Umsatzrenner im Internet

Versender mit gemeinsamem Katalog- und Internetangebot sind die Spitzenreiter im Onlinehandel

Bestellen per Mausclick ist keine Männerdomäne mehr

Düsseldorf, 27.11.2006 Der deutsche Versandhandel wird in diesem Jahr über das Internet erstmals Waren im Wert von über 10 Mrd. Euro absetzen. Das hat eine Befragung unter mehr als 24.000 Konsumenten in Deutschland durch TNS Infratest im Auftrag des Bundesverbandes des deutschen Versandhandels (bvh e.V.) ergeben, wie der Branchenverband im Rahmen seiner heutigen Pressekonferenz zum Onlinehandel in Düsseldorf bekannt gab. Damit steigen die Onlineumsätze gegenüber dem Vorjahr um 35 Prozent. Rund 44 Prozent aller Bestellungen von Bekleidung über Heimtierbedarf, Möbel, Unterhaltungselektronik bis zu Weinen werden in diesem Jahr bereits per Mausclick getätigt. Spitzenreiter im Onlinehandel sind die Versender, die sowohl per Katalog als auch per Internet versenden. Mit einem Internetumsatz von 3,95 Mrd. Euro entfallen fast 40 Prozent des gesamten deutschen Onlinevolumens im Einzelhandel auf diese Unternehmen. Die reinen Internethändler folgen an zweiter Stelle mit 2,5 Mrd. Euro.

Nach Warengruppen betrachtet wird am meisten Geld im Internet für Bekleidung, Textilien und Schuhe ausgegeben, insgesamt 2,8 Mrd. Euro. Danach folgen Bücher, CDs und DVDs mit insgesamt 1,8 Mrd. Euro und Unterhaltungselektronik mit 1,2 Mrd. Euro.

Der Vorsitzende des Ausschusses E-Commerce im bvh, Thomas Lipke, gleichzeitig Geschäftsführender Gesellschafter Globetrotter Ausrüstung Denart und Lechhart GmbH, betonte, dass ein erheblicher Teil der Onlineumsätze vom Versandkatalog inspiriert wird. Denn mehr als 71 Prozent der befragten Onlinekunden gaben an, vor der Onlinebestellung im Katalog geblättert zu haben. „Der Katalog ist erster Impulsgeber und ein unverzichtbarer Angebotsträger für die Branche“, so Lipke. On- und offline, per Internet und per Katalog, aber auch über TV, mobile Commerce und T-Commerce

wird bestellt. Jeder Kanal für sich zieht wieder andere Kundengruppen an. „Unser Bestreben ist es, den Kunden überall und in allen Situationen eine Bestellmöglichkeit anzubieten“.

27,1 Millionen Deutsche kaufen schon per Internet. Knapp 52 Prozent davon sind Männer, gut 48 Prozent Frauen. Dieses beinahe ausgewogene Ergebnis zeigt, dass der Internetkauf in Deutschland längst keine Männerdomäne mehr ist. Dennoch unterscheiden sich die Bestellgewohnheiten von Männern und Frauen. Männer bestellen am liebsten per Mausklick, 59 Prozent ihrer Bestellungen erfolgen online. Frauen hingegen bevorzugen das Telefon, denn fast die Hälfte ihrer Bestellungen wird telefonisch getätigt, 37 Prozent gehen per Internet ein.

Und auch ein Ost-West-Gefälle ist bei den Onlinebestellungen festzustellen. Während im Westen Deutschlands 48 Prozent aller Bestellungen bereits über das Internet eingehen, sind dies im Osten knapp 31 Prozent. Diese Diskrepanz ist wohl in erster Linie auf die dort erst langsam nachziehende Versorgung mit schnellen DSL-Anschlüssen zurückzuführen.

Differenziert nach Altersgruppen bestätigt sich die Regel: Je jünger die Kunden, desto dominanter wird das Internet als Bestellmedium. 72 Prozent der 14-29-jährigen bestellen online, unter den 30-39-jährigen sind dies knapp 65 Prozent. In der Altersklasse 40 bis 49 überwiegt der Anteil der Onlinebestellungen 52 Prozent noch. Ab 50 jedoch steht mit einem Anteil von 45 Prozent die telefonische Bestellung im Vordergrund, hier gehen 37 Prozent aller Bestellungen per Internet ein.

Doch die Senioren erobern mehr und mehr das Netz. Fast 14 Prozent der einkommensstarken Silver Surfer über 60 kaufen inzwischen per Mausklick, beinahe jede zehnte Bestellung stammt schon von einem Kunden dieser Altersgruppe. „Auch die ältere Generation hat das Onlineshopping inzwischen für sich entdeckt“, so Lipke.

Gerade für ältere Menschen spielt die Sicherheit bei der Onlinebestellung eine wichtige Rolle. Deshalb hat der bvh im vergangenen Jahr in Zusammenarbeit mit dem EHI Retail Institut das Gütesiegel „Geprüfter Onlineshop“ entwickelt. Welcher Onlineshop das Gütesiegel führen will, muss sich zuvor einer umfangreichen Prüfung anhand 130 festgelegter Kriterien wie etwa der Einhaltung der Allgemeinen Geschäftsbedingungen, der Datenschutzbestimmungen und der fernabsatzrechtlichen Informationspflichten unterziehen. So erhält der Kunde die Sicherheit, dem geprüften Onlineshop uneingeschränkt vertrauen zu können.

Vier Punkte nannte Thomas Lipke, die das Onlinegeschäft für die deutschen Händler so interessant machen: Es werden auf einen Schlag potentiell alle 65 Millionen Deutsche im Alter ab 14 Jahre erreicht, so dass sogar Nischenprodukte eine ausreichende Zahl an Kunden finden. Das gilt auch für Produkte, die im stationären Handel aus ökonomischen Gründen gar nicht erhältlich sind. Zweitens steht der digitale Speicherplatz im Gegensatz zum Katalog oder zur Ladenfläche nahezu unbegrenzt zur Verfügung, was gerade für Versender mit einem sehr universellen Angebot wichtig ist. Drittens können im Webshop kurzfristig neue, saisonale oder preisbezogene Aktionen eingebunden oder verändert werden. Und viertens gelingt durch die Interaktivität des Mediums eine kundenindividuelle Angebotserstellung und Ansprache.

Angesichts der inzwischen erreichten Onlineumsätze rechnet der Verband damit, dass bis 2010 schon rund die Hälfte aller Versandumsätze online erzielt werden könnten.

Positiv bewertet Lipke in diesem Zusammenhang die vielen Kaufoptionen im Internet außerhalb des Einzelhandels. Je mehr Reisen, Konzertkarten, Hotels und Bahnfahrkarten online gebucht werden, desto selbstverständlicher wird für alle Menschen der Onlinekauf.

Der Bundesverband des Deutschen Versandhandels e.V. mit Sitz in Frankfurt am Main vertritt seit 1947 die Interessen der Branche. Derzeit sind 230 Unternehmen im Verband organisiert, die ihre Waren per Katalog, Internet oder TV anbieten. Unter den Mitgliedern sind Versender mit gemeinsamem Katalog- und Internetangebot, reine Internethändler, TV-Versender, Apothekenversender und Ebay-Powerseller. Die Versandhandelsbranche setzt im Jahr rund 26,3 Mrd. Euro um.

Die Rede des Vorsitzenden des Ausschusses E-Commerce, Herrn Thomas Lipke, sowie Datenmaterial zur Pressekonferenz in Form von Charts stehen unter <http://versandhandel.org> im Pressebereich zum Download bereit.