

# INTERAKTIVER HANDEL IN DEUTSCHLAND

Ergebnisse 2018

## INHALTSVERZEICHNIS

<b>1. Studien-Steckbrief</b>	<b>5-13</b>
Zielsetzungen, Methode, Befragungsinhalte, Versenderklassifizierung, Hochrechnungsmodell	
<b>2. Volumina im Interaktiven Handel im Überblick (Hochrechnung)</b>	<b>14-16</b>
<b>3. Volumina im E-Commerce (Hochrechnung)</b>	<b>17-40</b>
Volumina nach Warengruppen im Jahresvergleich	18-21
Volumina nach Warengruppen-Cluster im Jahresvergleich	22-25
Volumina nach Warengruppen und Land/Stadt im Jahresvergleich	26-29
Volumina nach Warengruppen und Geschlecht im Jahresvergleich	30-31
Volumina nach Versandertypologie im Jahresvergleich	32-38
Volumina nach Versandertypologie, Geschlecht und Land/Stadt im Jahresvergleich	39-40

## INHALTSVERZEICHNIS

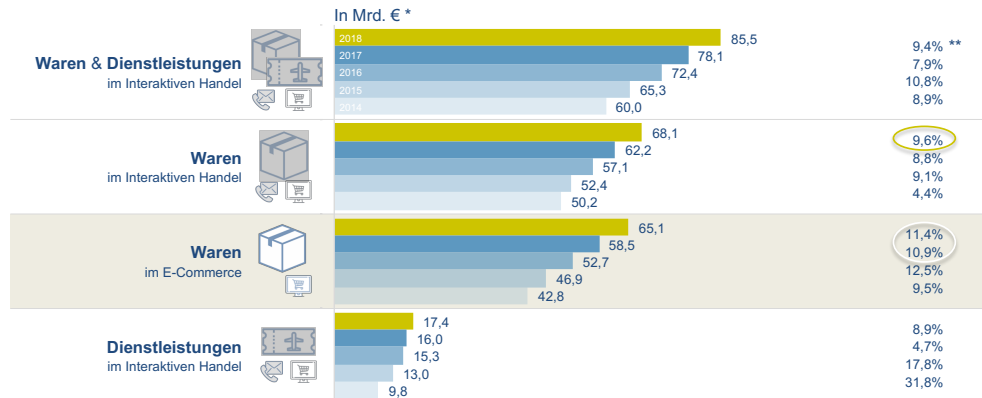
<b>4. Einkaufsverhalten bei Waren im E-Commerce</b>	<b>41-54</b>
Private vs. gewerblich genutzte Anbieter im Jahresvergleich, nach Geschlecht und Land/Stadt	42-43
Bestellweg im Jahresvergleich, nach Geschlecht und Land/Stadt	44-45
Bezahlweg im Jahresvergleich, nach Geschlecht und Land/Stadt	46-47
Bestellhäufigkeit im Jahresvergleich, nach Geschlecht und Land/Stadt	48-49
Genutzte Informationsquellen im Jahresvergleich, nach Geschlecht und Land/Stadt	50-53
Kundenstruktur	54
<b>5. E-Commerce vs. klassische Bestellwege</b>	<b>55-60</b>
Kundenstruktur	56
Informationsquellen vor Bestellung nach Geschlecht	57
Versandhandelsverhalten	58-60

## INHALTSVERZEICHNIS

<b>6. Dienstleistungen im Interaktiven Handel</b>	<b>61-66</b>
Volumina nach Dienstleistungsgruppen im Jahresvergleich	62-63
Bestellweg im Jahresvergleich	64
Bezahlweg im Jahresvergleich	65
Genutzte Informationsquellen im Jahresvergleich	66
<b>7. Zusatzbefragung (Basis: Interaktiver Handel)</b>	<b>67-80</b>
Zufriedenheit mit Lieferzeit im Jahresvergleich nach Geschlecht und Land/Stadt	68-69
Neues funktionales Profil nach Geschlecht und Land/Stadt	70-77
Bevorzugter Lieferort nach Geschlecht und Land/Stadt	78-80

## WAREN IM E-COMMERCE ERNEUT MIT 11% WACHSTUM

Waren im Interaktiven Handel mit Rekord-Umsatz im 5-Jahres-Zeitraum

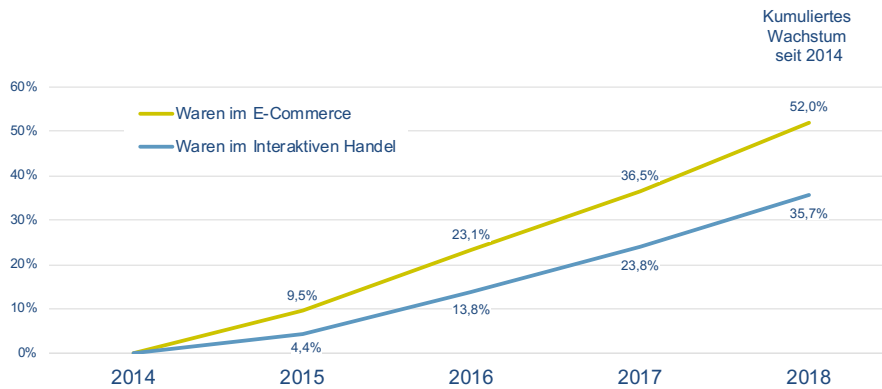


15 | \* Basis: Umsatzangaben inkl. Umsatzsteuer, ohne Käufe von privat auf Online-Marktplätzen (OMP); \*\* prozentuale Veränderung zum Vorjahr



## E-COMMERCE ALS WACHSTUMSTREIBER

Waren im E-Commerce mit 52% Wachstum seit 2014



16 | Basis: Angaben ohne OMP-Käufe von privat



## WAREN-VOLUMINA 2018

Hochrechnung



2018 in Mio. € \*

	2018 in Mio. € *
<b>65.102</b>	
Bekleidung	12.689
Elektronikartikel & Telekommunikation	11.787
** Computer / Zubehör/Spiele/Software	5.284
Haushaltswaren & -geräte	4.300
Möbel, Lampen & Dekoration	4.236
Schuhe	4.105
** Bücher / Ebooks / Hörbücher	3.599
Hobby & Freizeitartikel	3.021
** Bild- & Tonträger / Video- & Musik	2.519
DIY & Blumen	2.088
Drogerie	1.833
Auto & Motorrad/Zubehör	1.481
Lebensmittel	1.360
Spielwaren	1.300
Tierbedarf	1.095
Haus- & Heimtextilien	1.092
Schmuck & Uhren	979
Bürobedarf	722
Medikamente	693
Sonstiges	917

18 | \* Basis: Umsatzangaben inkl. Umsatzsteuer, ohne OMP-Käufe von privat; \*\* inkl. Downloads



## GRÖSSTES WACHSTUM SEIT 2017 BEI LEBENSMITTEL

Top-Warengruppen (nach Wachstum) u. a. Elektronik/Telekommunikation & Computer



	2017 in Mio. € *	2018 in Mio. € *	+ 11,4%
<b>58.466</b>		<b>65.102</b>	
Lebensmittel	1.130	1.360	+ 20,3%
Elektronikartikel & Telekommunikation	9.879	11.787	+ 19,3%
** Computer / Zubehör/Spiele/Software	4.448	5.284	+ 18,8%
Schmuck & Uhren	846	979	+ 15,8%
Tierbedarf	961	1.095	+ 14,0%
DIY & Blumen	1.848	2.088	+ 13,0%
Haushaltswaren & -geräte	3.813	4.300	+ 12,8%
Möbel, Lampen & Dekoration	3.764	4.236	+ 12,5%
Spielwaren	1.160	1.300	+ 12,1%
⊘ Haus- & Heimtextilien	978	1.092	+ 11,6%
Medikamente	633	693	+ 9,6%
** Bild- & Tonträger / Video- & Musik	2.328	2.519	+ 8,2%
Auto & Motorrad/Zubehör	1.372	1.481	+ 7,9%
Bekleidung	11.760	12.689	+ 7,9%
Schuhe	3.835	4.105	+ 7,0%
Hobby & Freizeitartikel	2.823	3.021	+ 7,0%
Drogerie	1.715	1.833	+ 6,9%
Bürobedarf	677	722	+ 6,7%
** Bücher / Ebooks / Hörbücher	3.407	3.599	+ 5,6%
Sonstiges	1.089	917	-15,9%

19 | \* Basis: Umsatzangaben inkl. Umsatzsteuer, ohne OMP-Käufe von privat; \*\* inkl. Downloads



## GRÖSSTES WACHSTUM BEI INTERNET-PURE-PLAYER 2017 vs. 2018



		In Mio. € *		
<b>E-Commerce total</b>		<b>58.466</b>	⇒ <b>65.102</b>	<b>+ 11,4%</b>
Online-Marktplätze	OMP	2018 30.615	2017 27.898	+ 9,7%
Multichannel-Versender	** MCV	22.710	20.109	+ 12,9%
Internet-Pure-Player	IPP	9.767	8.564	<b>+ 14,0%</b>
Hersteller-Versender	HEV	1.461	1.335	+ 9,4%
Shopping Clubs	SHC	428	393	+ 8,8%
Nicht zuzuordnen		122	167	- 27,2%

33 | \* Basis: Umsatzangaben inkl. Umsatzsteuer, ohne OMP-Käufe von privat; \*\* Darin enthalten: Stationär-, Teleshopping- & Apotheken-Versender