

P R E S S E M I T T E I L U N G

E-Commerce-Plus von 11,3 Prozent im 1. Halbjahr 2019 – Deutsche nutzen E-Commerce immer mehr für den täglichen Bedarf

Berlin 16.07.2019 | **Auch im 1. Halbjahr 2019 bleibt der E-Commerce weiterhin Treiber im Online-Handel und legt insgesamt mit einem Plus um 11,3 Prozent im Vergleich zum 1. Halbjahr 2018 zu. Die aktuellen Zahlen der großen Verbraucherstudie des Bundesverbandes E-Commerce und Versandhandel Deutschland e.V. (bevh) bestätigen dies auch für das 2. Quartal 2019. „Fast moving consumer goods“ wie Lebensmittel oder Drogerie-Waren wachsen am Stärksten.**

Im Zeitraum April bis Juni 2019 gaben die Verbraucher im Online-Handel 2019 17.363 Mio. EUR inkl. USt (2. Q. 2018: 15.600 Mio. EUR inkl. USt) aus. Im 2. Quartal 2019 kauften die deutschen Verbraucher Waren im gesamten Interaktiven Handel (Online- und klassischer Versandhandel) für 17.964 Mio. EUR inkl. USt (2. Q. 2018: 16.369 Mio. EUR inkl. USt). Der Online-Handel hat somit einen Anteil von 96,7 Prozent am Gesamtumsatz des Interaktiven Handels. Die digitalen Dienstleistungen wie elektronische Tickets, Downloads, Hotelbuchungen etc. verzeichnen einen Umsatz von 4.810 Mio. EUR inkl. USt (2. Q. 2018: 4.608 Mio. EUR inkl. USt) und damit ein Plus von 4,4 Prozent.

Warengruppen-Cluster „Täglicher Bedarf“ (Lebensmittel, Drogerie, Tierbedarf)

„Täglicher Bedarf“ ist im Online-Handel nicht mehr wegzudenken. Das Gesamtvolumen des Warengruppen-Cluster stieg daher auch um insgesamt 14,2 Prozent mit einem Gesamtumsatz von 1.249 Mio. EUR inkl. USt (2. Q. 2018: 1.094 Mio. EUR inkl. USt). Die große Akzeptanz Lebensmittel online zu bestellen, bescherte dem 2. Quartal 2019 einen Online-Umsatz von 407 Mio. EUR inkl. USt (2. Q. 2018: 346 Mio. EUR inkl. USt) und stieg um 17,9 Prozent.

„Die aktuellen Zahlen unterstreichen, dass der Online- und Versandhandel heute schon die Grundversorgung gemeinsam mit seinen belastbaren und effizienten Zustellpartnern sichert“, so bevh-Hauptgeschäftsführer Christoph Wenk-Fischer. „Diese Chance sollte die Bundesregierung stärker nutzen, um Teilhabe auch an Kultur- oder Gesundheitsleistungen in strukturschwächeren Regionen zu unterstützen.“

Warengruppen-Cluster „Einrichtung“ (Möbel/Lampen/Deko, Haus- /Heimtextilien, Haushaltswaren/-geräte)

In der Kategorie Möbel, Lampen und Dekoration zeigte sich nachhaltig hohes Wachstumspotential. Hier stieg der Online-Umsatz im 2. Quartal 2019 um 14,4 Prozent auf 1.241 Mio. EUR inkl. USt (2. Q. 2018: 1.084 Mio. EUR inkl. USt).

Warengruppen-Cluster „Freizeit“ (DIY/Blumen, Spielwaren, Auto/Motorrad/Zubehör, Hobby/Freizeitartikel)

Der gesamte Online-Umsatz des Warengruppen-Clusters stieg im 2. Quartal 2019 auf 2.209 Mio. EUR inkl. USt (2. Q. 2018: 1.979 Mio. EUR inkl. USt) um 11,6 Prozent. Der Bereich DIY und Blumen bescherte dem 2. Quartal 2019 einen Online-Umsatz von 720 Mio. EUR inkl. USt (2. Q. 2018: 632 Mio. EUR inkl. USt) und einen Anstieg um 14,0 Prozent. Hobby und Freizeitartikel stiegen im 2. Quartal 2019 um 12,3 Prozent auf 745 Mio. EUR inkl. USt (2. Q. 2018: 664 Mio. EUR inkl. USt).

Warengruppen-Cluster „Bekleidung inkl. Schuhe“

Der Mode-Onlinehandel hat sich von der Schwäche im stationären Handel im ersten Halbjahr deutlich abkoppeln können. In der Kategorie Bekleidung verzeichnet die Branche ein Wachstum von 13,8 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Der entsprechende Umsatz erhöhte sich auf 3.206 Mio. EUR inkl. USt (2. Q. 2018: 2.818 Mio. EUR inkl. USt). Im 2. Quartal 2019 lag das Wachstum für den Bereich Schuhe bei 9,7 Prozent gegenüber dem Vorjahr und erwirtschaftete einen Online-Umsatz von 1.015 Mio. EUR inkl. USt (2. Q. 2018: 926 Mio. EUR inkl. USt).

Warengruppen-Cluster „Unterhaltung“ (Bücher/Ebooks/Hörbücher, Computer/Zubehör/Spiele/Software inkl. Downloads, Elektronikartikel/Telekommunikation)

Die Warengruppe Computer, Zubehör und Spiele verzeichnete im 2. Quartal 2019 Umsätze von 1.526 Mio. EUR inkl. USt (2. Q. 2018: 1.376 Mio. EUR inkl. USt) und stieg um 10,9 Prozent. Der Bereich Elektronikartikel und Telekommunikation wuchs online um 10,3 Prozent und verzeichnete einen Umsatz von 3.359 Mio. EUR inkl. USt (2. Q. 2018: 3.044 Mio. EUR inkl. USt). Die Online-Umsätze bei Büchern und E-Books stiegen um 6,3 Prozent und lagen bei 917 Mio. EUR inkl. USt (2. Q. 2018: 863 Mio. EUR inkl. USt).

Online-Marktplätze mit über 8 Mrd. Euro Quartalsumsatz im E-Commerce

Im 2. Quartal zogen die Multichannel-Versender zwar weiterhin gegenüber den Online-Marktplätzen nach, aber in absoluten Zahlen kaufen die Deutschen immer mehr bei Letzteren online ein. Die Kategorie „Multichannel“ mit E-Commerce-Anbietern aus dem stationären Einzelhandel und Katalog-Versandhandel wuchs im Vergleich zum Vorjahr um 11,0 Prozent und erreichte einen Umsatz von 6.215 Mio. EUR inkl. USt (2. Q. 2018: 5.600 Mio. EUR inkl. USt). Darunter verzeichneten die Versender mit Herkunft aus dem stationären Geschäft ein nur unterdurchschnittliches Plus von 5,9 Prozent. Die Umsätze lagen bei 2.691 Mio. EUR inkl. USt (2. Q. 2018: 2.541 Mio. EUR). Mit einem weiteren Wachstum von 13,0 Prozent gegenüber dem Vorjahr und einem Umsatz von 8.020 Mio. EUR inkl. USt (2. Q. 2018: 7.098 Mio. EUR inkl. USt) besetzten die Online-Marktplätze wieder fast die Hälfte des Gesamtumsatzes.

Der E-Commerce-Umsatz wird nach Einschätzung des bevh 2019 die 70 Mrd. Euro-Marke überspringen und knapp unter 72 Mrd. Euro brutto (+10,5 Prozent) erreichen. Für den Gesamtmarkt des Interaktiven Handels rechnet der bevh mit einem Wachstum von 8,6 Prozent auf rund 73,95 Mrd. Euro brutto.

Über die Studie

In der Verbraucherbefragung „Interaktiver Handel in Deutschland“ werden von Januar bis Dezember 40.000 Privatpersonen aus Deutschland im Alter ab 14 Jahren zu ihrem Ausgabeverhalten im Online- und Versandhandel und zu ihrem Konsum von digitalen Dienstleistungen (z. B. im Bereich Reisen oder Ticketing) befragt. Das Endergebnis der Studie wird Anfang 2020 nach Abschluss der Umfrage veröffentlicht. Die heute vorgestellten Zahlen basieren auf der Auswertung der Monate April bis Juni 2019. Die Studie wird durch die BEYONDATA GmbH durchgeführt.

Über den bevh

Der Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e.V. (bevh) ist die Branchenvereinigung der Interaktiven Händler (d.h. der Online- und Versandhändler). Neben den Versendern sind dem bevh auch namhafte Dienstleister angeschlossen. Nach Fusionen mit dem Bundesverband Lebensmittel-Onlinehandel und dem Bundesverband der Deutschen Versandbuchhändler, repräsentiert der bevh die kleinen und großen Player der Branche. Der bevh vertritt die Brancheninteressen aller Mitglieder gegenüber dem Gesetzgeber sowie Institutionen aus Politik und Wirtschaft. Darüber hinaus gehören die Informationen der Mitglieder über aktuelle Entwicklungen und Trends, die Organisation des gegenseitigen Erfahrungsaustausches sowie eine fachliche Beratung zu den Aufgaben des Verbands.

Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e.V. (bevh)

Friedrichstraße 60

10117 Berlin

Susan Saß

Tel.: 030 403675131

Mobil: 0162 2525268

susan.sass@bevh.org