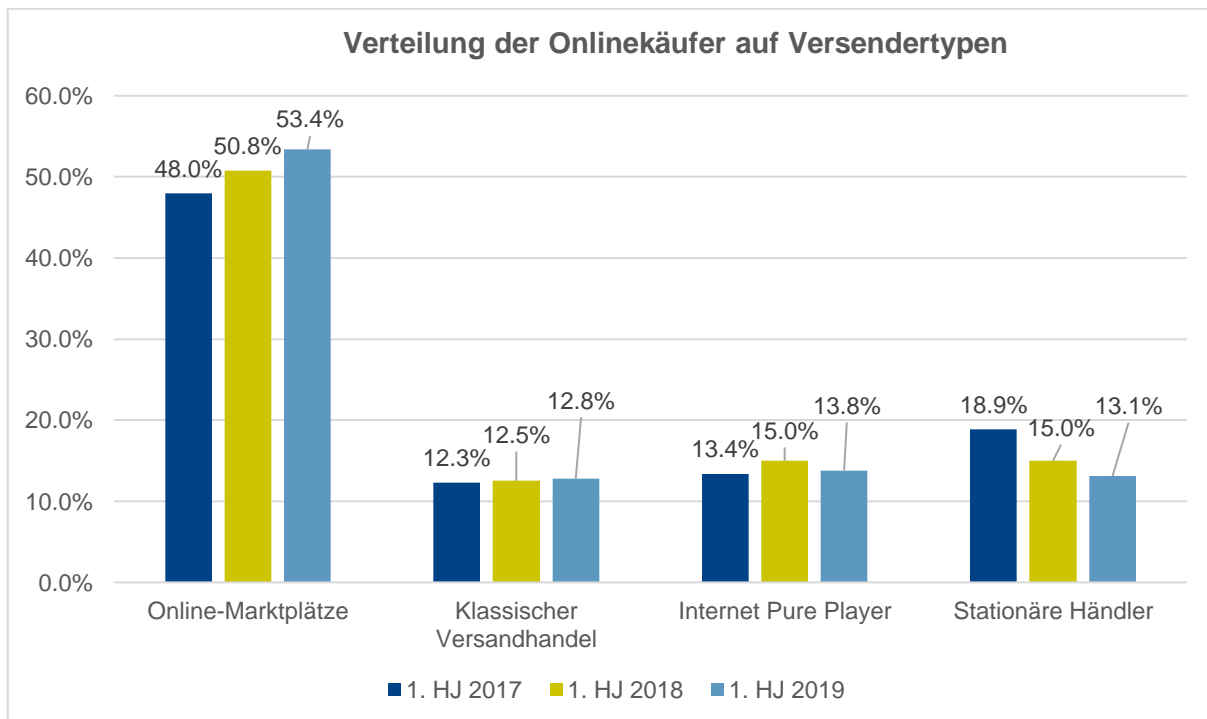


PRESSEMITTEILUNG

In Klein- und Mittelstädten verliert der Multichannel-Handel im E-Commerce den Anschluss

Berlin, 09.09.2019 | Den stationären Händlern in Deutschland gelingt es nicht, mit der Entwicklung des E-Commerce Schritt zu halten. Dies hat ein Vergleich der E-Commerce-Nutzer der ersten sechs Monate 2017, 2018 und 2019 durch den Bundesverband E-Commerce und Versandhandel e.V. (bevh) ergeben. Vor allem im ländlichen Raum und in Klein- und Mittelstädten mit geringerer Ladenpräsenz gehen dem Multichannel-Handel auch die Online-Kunden verloren.



Von 2017 bis 2019 sank die Zahl der Deutschen, die innerhalb der letzten 7 Tage in einem Onlineshop eines stationären Händlers gekauft haben, von 18,9 auf 13,1 Prozent. „Im Vergleichszeitraum ist die Zahl der aktiven Onlinekäufer in der Stichprobe gestiegen. Aber die Zahl derjenigen, die in Onlineshops des stationären Handels gekauft haben, ist gesunken,“ fasst Martin Groß-Albenhausen, Stv. Hauptgeschäftsführer des bevh zusammen. „Das Wachstum kommt zum größten Teil den Online-Marktplätzen zugute.“

Auffällig ist, dass der Rückgang in den Kleinstädten bis 50.000 Einwohnern deutlich stärker ausfällt als in Mittel- und Großstädten. Die Nutzung der E-Commerce-Angebote stationärer Händler sank dort zum Teil um mehr als die Hälfte.

Nutzung nach Einwohnerzahl des Wohnortes	2017	2019	Veränderung
1-5.000	18,70%	11,00%	-41,18%
5.001-10.000	17,80%	13,50%	-24,16%
10.001-25.000	23,00%	10,40%	-54,78%
25.001-50.000	19,70%	10,90%	-44,67%
50.001-100.000	17,30%	14,90%	-13,87%
100.001-250.000	16,80%	16,20%	-3,57%
250.001-500.000	17,10%	15,70%	-8,19%
500.001-1.000.000	18,20%	15,00%	-17,58%
über 1.000.000	14,90%	14,20%	-4,70%

„Die Erwartung, durch einen Onlineshop Rückgänge im Ladengeschäft einfach aufzufangen, wird enttäuscht. Der Multichannel-Händler braucht Exzellenz auf allen Kanälen, um die Sichtbarkeit trotz des Sortimentsnachteils gegenüber Plattformen und möglicherweise einem Rückzug aus der Fläche zu erhalten“, so Martin Groß-Albenhausen. Für diese Exzellenz sorgen Fachkräfte wie zum Beispiel die Kaufleute im E-Commerce, die jetzt ins zweite Ausbildungsjahr starten, und die kommenden E-Commerce-Fachwirte. „Entscheidend ist, jetzt richtig zu investieren: in die Menschen, aber auch in die Systeme sowie in neue Geschäftsmodelle“, fasst Martin Groß-Albenhausen zusammen. Ein guter Ort, um sich über den aktuellen Stand im digitalen Handel zu informieren, ist die Fachmesse dmexco, die am Mittwoch in Köln ihre Tore öffnet.

Im Zeitraum Januar bis Juni 2019 gaben die Verbraucher im Online-Handel 2019 33.609 Mio. EUR inkl. USt (1. HJ. 2018: 30.205 Mio. EUR inkl. USt) aus. 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 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 Information 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 (Atrium)
 10117 Berlin
 Susan Saß
 Tel. 030 20 61 385 16, 0162 252 52 68
susan.sass@bevh.org