

## PRESSEMITTEILUNG

### Corona-Pandemie führt zu deutlichem Umsatzverlust im Onlinehandel

Berlin 06.04.2020 | **Um fast 20 Prozent ist der E-Commerce im März 2020 gegenüber dem Vorjahreszeitraum eingebrochen. Einzig die Kategorien, die auch im Einzelhandel stark nachgefragt wurden, konnten zum Teil deutliche Zuwächse verzeichnen: Lebensmittel, Drogeriewaren, Medikamente und Do-it-yourself- beziehungsweise Baumarkt-Sortimente. Damit sind fast alle Zuwächse, die der Onlinehandel im Januar und Februar erzielt hatte, vernichtet worden.**

Der Onlinehandel stagniert nahezu zwischen Januar und März mit einem geringen Plus von 1,5 Prozent im Vergleich zum 1. Quartal 2019. Das Wachstum im ersten Quartal dieses Jahres lag damit deutlich unter den starken Vorjahreswerten von 11,2 Prozent. Die Kunden kauften im Onlinehandel zwischen Januar und März 2020 Waren für 16.482 Mio. EUR inkl. USt ein (1. Q. 2019: 16.244 Mio. EUR inkl. USt). Im 1. Quartal 2020 lag das Wachstum in der Kategorie Lebensmittel bei 28,1 Prozent gegenüber dem Vorjahr und erwirtschaftete einen Online-Umsatz von 361 Mio. EUR inkl. USt (1. Q. 2019: 282 Mio. EUR inkl. USt). Allein im Monat März betrug die Steigerung 55,8 Prozent. Medikamente wurden im 1. Quartal 2020 für 227 Mio. EUR inkl. USt (1. Q. 2019: 171 Mio. EUR inkl. USt) gekauft. Hier stieg der Umsatz im Monat März um 88,2 Prozent. Im absoluten Wachstum war diese kleine Warengruppe somit Spitzenreiter.

Im Januar und Februar konnten die E-Commerce-Umsätze noch um 8,8 Prozent auf 12.856 Mio. EUR inkl. USt zulegen. Zahlreiche Kategorien zeigten sich nach jahrelangem Wachstum ungebremst mit über 10 Prozent im Plus. Auch die großen Kategorien Bekleidung (+9,5 Prozent), Unterhaltungselektronik (+8,9 Prozent) und Computer/Zubehör (+9,6 Prozent) zeigten weiter eine sehr dynamische Entwicklung. Im März brach dann der Umsatz über alle Kategorien hinweg um 18,1 Prozent ein. Das Bekleidungssegment stürzte sogar um mehr als 35 Prozent ab. Unterhaltungselektronik zeigte ein Minus von 20,9 Prozent, Computer und Zubehör verzeichnete trotz der Ausgaben für Homeoffice-Lösungen einen Rückgang um 22,7 Prozent.

„E-Commerce ist heute ein normaler Einkaufskanal. Deshalb wirkt sich solch eine Krise in der Konsumstimmung voll auf unsere Branche aus. Die Behauptung, der E-Commerce würde pauschal als ‚Gewinner‘ aus der Corona-Pandemie hervorgehen, ist schlicht falsch“, so Gero Furchheim, Präsident des bevh und Sprecher des Vorstands der Cairo AG. „Richtig ist aber, dass die Chancen des E-Commerce für die Versorgung der Kunden und die Geschäftsmodelle des Einzelhandels neu erlebt werden.“

Zusätzlich zu den wöchentlich erhobenen Konsumenten-Informationen hat der bevh seit Anfang März regelmäßig seine Mitglieder nach der Geschäftslage befragt. Erst in den letzten Märztagen, die in der Konsumentenbefragung nicht mehr erfasst werden konnten, zeigte sich eine Belebung der Nachfrage, die den aufgelaufenen Umsatzverlust jedoch bei weitem nicht wettmachen kann.

„Die Nachfrage zieht an, und dieses positive Signal muss auch in den stationären Handel zurückgeführt werden. Deshalb braucht es jetzt einheitliche Genehmigungen von kontaktlosem "Click & Collect" - die kontaktlose und sichere Übergabe von telefonisch oder im Internet bestellten Waren. Dieses Konzept könnte jetzt, zusätzlich zum Onlinehandel, einen Beitrag für die Versorgungssicherheit der Bevölkerung und die Existenzsicherung stationärer

Ladengeschäfte leisten und muss zwingend Teil einer zukünftigen Exit-Strategie sein. Die Läden sind voll mit Waren, und Saisonartikel sind kurzfristig vom Wertverfall bedroht.“

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

Der gesamte Online-Umsatz des Warengruppen-Clusters stieg im 1. Quartal 2020 auf 1.889 Mio. EUR inkl. USt (1. Q. 2019: 1.861 Mio. EUR inkl. USt) um insgesamt 1,5 Prozent.

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

Im 1. Quartal 2020 stieg der Online-Umsatz auf insgesamt 2.623 Mio. EUR inkl. USt (1. Q. 2019: 2.542 Mio. EUR inkl. USt). Dies ist ein Wachstum von 3,2 Prozent im ersten Quartal.

#### **Warengruppen-Cluster „Bekleidung inkl. Schuhe“**

Bekleidung wurde online im 1. Quartal 2020 für 3.046 Mio. EUR inkl. USt (1. Q. 2019: 3.132 Mio. EUR inkl. USt) gekauft. Der Umsatz ging somit um 2,7 Prozent gegenüber dem Vorjahr zurück. Der Bereich Schuhe erwirtschaftete einen Online-Umsatz von 1.022 Mio. EUR inkl. USt (1. Q. 2019: 1.049 Mio. EUR inkl. USt). Auch hier lag die Veränderung bei minus 2,7 Prozent gegenüber dem Vorjahr.

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

Die Umsätze für Computer, Zubehör und Spiele wuchsen lediglich online im 1. Quartal 2020 um 0,8 Prozent und beliefen sich auf 1.376 Mio. EUR inkl. USt (1. Q. 2019: 1.366 Mio. EUR inkl. USt). Die Online-Umsätze bei Büchern und E-Books lagen bei 942 Mio. EUR inkl. USt (1. Q. 2019: 944 Mio. EUR inkl. USt) und sanken um 0,2 Prozent.

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

Das Gesamtvolumen des Warengruppen-Cluster „Täglicher Bedarf“ stieg online um insgesamt 17,3 Prozent mit einem Gesamtumsatz von 1.231 Mio. EUR inkl. USt (1. Q. 2019: 1.050 Mio. EUR inkl. USt). Allein der Umsatz bei Drogerie hat sich gegenüber dem Vorjahr um 17,2 Prozent gesteigert.

#### **Dienstleistungen**

Dramatische Verluste erlitten die Dienstleistungen im E-Commerce, die insbesondere von Onlinebuchungen für Reisen, Veranstaltungen oder Flug- bzw. Bus- und Bahn-Tickets geprägt sind. Sie stürzten im März allein um mehr als 75 Prozent im Umsatz gegenüber dem Vorjahreszeitraum ab. Im gesamten 1. Quartal 2020 erzielten sie mit 3.886 Mio. EUR inkl. USt 13,4 Prozent weniger Umsatz als 2019 (4.489 Mio. EUR inkl. USt).

#### **Versendertypen im E-Commerce-Handel**

Im 1. Quartal zogen die Apothekensender voran. Diese Kategorie wuchs im Vergleich zum Vorjahr um 25 Prozent und erreichte einen Online-Umsatz von 200 Mio. EUR inkl. USt (1. Q. 2019: 160 Mio. EUR inkl. USt). Die größten Einbußen erzielten die Onlineshops der stationären Händler, die um 9,5 Prozent auf 2.047 Mrd. EUR inkl. USt nachgaben (1. Q. 2019: 2.263 Mrd. EUR inkl. USt). Ein Wachstum von 4,9 Prozent gegenüber dem Vorjahr und einen Umsatz von 8.011 Mio. EUR inkl. USt (1. Q. 2019: 7.639 Mio. EUR inkl. USt) erwirtschafteten die Online-Marktplätze. Prozentual gleichauf lagen die Internet Pureplayer mit einem Plus von ebenfalls 4,9 Prozent und einem Umsatz von 2.395 Mio. EUR inkl. USt (1. Q. 2019: 2.283 Mio. EUR inkl. USt).

Im gesamten Interaktiven Handel (Online- und klassischer Versandhandel) kauften im 1. Quartal 2020 die deutschen Verbraucher Waren für 16.785 Mio. EUR inkl. USt (1. Q. 2019: 16.740 Mio. EUR inkl. USt). Daran hat der Onlinehandel einen Anteil von 98,2 Prozent und konnte insgesamt um 1,2 Prozentpunkte zum Vorjahresquartal zulegen.

Die nachfolgende Tabelle zeigt die **Entwicklung im Januar/Februar 2020 im Vergleich zu März 2020 (jeweils ohne die letzten 7 Tage) im Onlinehandel**, sowie die Entwicklung des **gesamten 1. Quartals** nach einzelnen Warengruppen:

	1.Quartal 20	Vergleich Q1/19	Januar / Februar 19	Januar / Februar 20	Veränderung	März 19	März 20	Veränderung
Bekleidung	3.046	-2,70%	2.277	2.494	9,50%	854	552	-35,40%
Haus- & Heimtextilien	329	4,10%	230	252	9,50%	86	77	-10,40%
Schuhe	1.022	-2,70%	763	824	8,00%	286	197	-31,10%
Bücher / Ebooks / Hörbücher	942	-0,20%	686	720	4,90%	257	222	-13,90%
Bild- & Tonträger / Video & Music Downloads	674	2,70%	477	528	10,60%	179	146	-18,40%
Elektronikartikel & Telekommunikation	2.825	0,80%	2.038	2.220	8,90%	764	604	-20,90%
Computer/Zubehör/Spiele/Software inkl. Downloads	1.376	0,80%	993	1.089	9,60%	372	288	-22,70%
Hobby & Freizeitartikel	648	-2,60%	483	525	8,60%	181	122	-32,50%
DIY & Blumen	468	3,80%	328	335	2,20%	123	133	8,00%
Möbel, Lampen & Dekoration	1.189	2,00%	848	960	13,20%	318	230	-27,80%
Haushaltswaren & -geräte	1.105	4,20%	771	827	7,30%	289	278	-4,00%
Drogerie	484	17,20%	301	339	12,60%	113	146	29,20%
Lebensmittel	361	28,10%	205	241	17,70%	77	120	55,80%
Schmuck & Uhren	252	-7,20%	197	216	9,50%	74	36	-51,60%
Auto & Motorrad/ Zubehör	454	3,90%	318	330	4,00%	119	124	3,70%
Spielwaren	320	3,60%	225	250	11,20%	84	70	-16,80%
Bürobedarf	162	-2,10%	120	131	8,50%	45	32	-30,10%
Medikamente	227	32,70%	124	139	11,80%	47	88	88,20%
Tierbedarf	386	8,90%	258	285	10,80%	97	100	3,70%
Sonstiges	215	-8,80%	172	151	-11,80%	64	64	-0,80%
E-Commerce mit Waren	16.482	1,50%	11.814	12.856	8,80%	4.430	3.627	-18,10%
Digitale Dienstleistungen	3.886	-13,40%	3.264	3.600	10,30%	1.224	287	-76,60%

Jeder dritte Onlinekäufer bestellt inzwischen mehrmals in der Woche im Internet. Dies und ein deutlich gestiegenes Bestellvolumen über Mobilgeräte haben den Brutto-Umsatz mit Waren im E-Commerce im Jahr 2019 auf 72,6 Mrd. EUR inkl. USt getrieben. Das ist ein Plus von 11,6 Prozent gegenüber dem Vorjahreswert von 65,1 Mrd. EUR inkl. USt. Der Gesamtumsatz mit Waren sowie Dienstleistungen im Interaktiven Handel, der neben Onlineverkäufen auch schriftliche und telefonische Bestellungen enthält, erreichte in 2019 94 Mrd. EUR inkl. USt.

#### **Über die Studie:**

Der Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e.V. (bevh) führt zum sechsten Mal in Folge die Verbraucherbefragung „Interaktiver Handel in Deutschland“ durch. Seit 2018 mit dem neuen Partner BEYONDATA GmbH. In der Studie 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 2021 nach Abschluss der Umfrage veröffentlicht. Die heute vorgestellten Zahlen basieren auf der Auswertung der Monate Januar bis März 2020.

#### **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 403675131, 0162 2525268  
[susan.sass@bevh.org](mailto:susan.sass@bevh.org)