

PRESSEMITTEILUNG

E-Commerce ist das neue „Normal“ – Branchenumsatz wächst 2021 auf mehr als 100 Mrd. Euro

Berlin, 26. Januar 2022 | Im zweiten Pandemiejahr zeigt sich, wie sehr der E-Commerce zur neuen Normalität für Kunden und Händler geworden ist. Annähernd jeder siebte Euro, der den Deutschen für Haushaltsausgaben zur Verfügung steht, wurde im Jahr 2021 für Waren im E-Commerce ausgegeben. Ein Jahr zuvor war es noch jeder achte. Bereinigt man die Umsätze um Lebensmittel-Einkäufe, hat der E-Commerce mit Waren 2021 sogar jeden fünften Euro auf sich gezogen. Der Brutto-Umsatz mit Waren im E-Commerce stieg im Gesamtjahr 2021 auf 99,1 Mrd. Euro nach 83,3 Mrd. Euro im Jahr 2020. Das Wachstum zum Vorjahr beträgt entsprechend 19,0 Prozent, 2020 wuchs die Branche um 14,6 Prozent zum Jahr davor. 40,2 Prozent des Umsatzes wurde über mobile Endgeräte erwirtschaftet. Inklusive der digitalen Dienstleistungen, die nochmals leicht auf 8 Mrd. Euro zurückgingen, betrug das Gesamtvolumen mehr als 107 Mrd. Euro (inkl. Umsatzsteuer).

„Die Corona-Pandemie setzt weiterhin Gesellschaft und Handel in einen Ausnahmezustand, aber der digitale Handel bringt mit der sicheren Warenversorgung ein Stück Normalität zurück. E-Commerce wird immer mehr als das Normale und Übliche empfunden. Sein Wachstum stabilisiert sich auf hohem Niveau nach Ausschlägen zum Beginn der Pandemie und zeigt, dass sich seine Vorteile wie größere Auswahl und mehr Service dauerhaft durchsetzen werden. Handel ohne E-Commerce ist schon jetzt nicht mehr denkbar, weder für die Konsumenten noch für Händler“, erklärt Gero Furchheim, Präsident des bevh.

E-Commerce unverzichtbar geworden

Der Anteil „zufriedener“ und „sehr zufriedener“ Onlinekäufer erreichte mit 96,3 Prozent einen neuen Rekordwert. Nie zuvor haben Menschen in Deutschland so viel online eingekauft und gleichzeitig eine so hohe Zufriedenheit geäußert. Das gilt auch für das kritische vierte Quartal. Anders als befürchtet blieben Auswirkungen von Lieferkettenstörungen im E-Commerce weitgehend aus.

Festzustellen war eine erhöhte Bestellfrequenz. Gut vier von zehn Befragten (40,9 Prozent) gaben an, öfter als einmal in den vergangenen sieben Tagen online bestellt zu haben. Das ist mehr als im Vorjahr (2020: 39,7 Prozent) und deutlich mehr als vor der Pandemie (2019: 33,2 Prozent).

Dass E-Commerce in der Breite der Gesellschaft angekommen ist, zeigt sich in der Bestellhäufigkeit nach Altersgruppen. Seit Pandemiebeginn gilt nicht mehr, dass E-Commerce vor allem von Jüngeren genutzt wird. Käufer ab 50 Jahren sind erneut für mindestens die Hälfte aller Kaufakte im Internet verantwortlich.

„Always on, everywhere“

Inzwischen gehört die Bestellung über mobile Endgeräte wie Smartphones und Tablets zur Normalität. Innerhalb der vergangenen zwei Pandemiejahre erhöhte sich das Umsatzvolumen des Mobile Commerce um 56,5 Prozent auf 39,9 Mrd. Euro, gut 40 Prozent des gesamten E-Commerce-Umsatzes mit Waren im Jahr 2021. Vor Jahresfrist lag der mobil generierte Umsatz noch bei 28,1 Mrd. Euro, was anteilig einem Drittel entsprach.

14 bis 29jährige kauften in zwei von drei Fällen über Smartphone oder Tablet ein. Social Media und Apps sind für sie nach Suchmaschinen und Onlineshops die wichtigen Informationskanäle vor dem Kauf. Seit 2017 ist allein die Relevanz von Social Media für jüngere Onlinekäufer um 350 Prozent gewachsen.

„Mit der bald dominierenden Nutzung von mobilen Endgeräten für den Einkauf ändert sich auch das Aussehen des E-Commerce insgesamt. Mit Apps und der Nutzung von Social Media entstehen neue Chancen für Händler, ihre Kunden zu erreichen und für sie relevant zu bleiben“, so Martin Groß-Albenhausen, Stellvertreter Hauptgeschäftsführer und verantwortlich für die Marktforschung des Verbandes.

Wachstumstrends nach Waren und Versendern gleichen sich an

In der Pandemie wuchsen die einzelnen Warengruppen sehr unterschiedlich. Zum Jahresende 2021 hat sich das Umsatzwachstum der einzelnen Warengruppen wieder auf einem Niveau leicht über dem langjährigen Mittel angeglichen. Nach wie vor ausgenommen sind davon Waren des täglichen Bedarfs. Lebensmittel, Drogeriewaren und Tierbedarf konnten mit einem Plus von 36,4 Prozent abermals deutlich und am stärksten zu (2020: 40,9 Prozent).

Mit einem Brutto-Umsatz von 50,5 Mrd. Euro (2020: 42,1 Mrd. Euro) machte der Kauf über Online-Marktplätze mehr als jeden zweiten Euro im E-Commerce aus. Am stärksten zulegen konnte im Vergleich der Versender jedoch der Direktvertrieb (D2C) von Herstellern. Stationäre Händler, die auch im E-Commerce tätig sind (Multichannel-Handel), verzeichneten Umsatzwachstum von 16,7 Prozent. Damit war ihr Wachstum nicht so stark wie das der Internet-Pure-Player mit 18,4 Prozent (2020: 9,5 Prozent).

Prognose: E-Commerce für Kunden selbstverständlicher denn je

Der bevh erwartet, dass die verlässliche Leistung der digitalen Händler dieses Jahr dazu beiträgt, die Umsatzanteile des E-Commerce im gesamten Handel weiter zu erhöhen. Aktuell geht der Verband davon aus, dass die Umsätze mit Waren im Jahr 2022 um weitere 12,0 Prozent steigen werden. E-Commerce allein mit Waren wird voraussichtlich mehr als 110 Mrd. Euro brutto umsetzen.

„Das Bekenntnis der neuen Bundesregierung zu Digitalisierung und zum E-Commerce in Deutschland, wie wir es im Koalitionsvertrag finden, begrüßen wir sehr. Wichtig ist jetzt, die Entwicklung unserer Branche nicht durch einseitige Belastungen, übergroßen Formalismus und in Gesetze gegossene Angst vor ihrem Erfolg unangemessen einzuschränken. Wir wünschen uns den Mut, auf die Zukunft des Handels zu setzen, statt überkommene Strukturen zu bewahren – in Deutschland und in Europa“, so Christoph Wenk-Fischer, Hauptgeschäftsführer des bevh.

Umsatzentwicklung im E-Commerce mit Waren nach Segmenten

(alle Angaben in Mio. Euro, inklusive USt.)

	2020	2021	Veränderung
CLUSTER Bekleidung	21.177	24.725	16,8%
CLUSTER Unterhaltung	28.544	32.834	15,0%
CLUSTER Freizeit	9.670	11.375	17,6%
CLUSTER Einrichtung	12.676	15.592	23,0%
CLUSTER täglicher Bedarf	6.895	9.404	36,4%

Bekleidung	16.338	19.270	17,9%
Haus- & Heimtextilien	1.453	1.748	20,3%
Schuhe	4.840	5.455	12,7%
Bücher / Ebooks / Hörbücher	4.073	4.497	10,4%
Bild- & Tonträger / Video & Music Downloads	3.117	3.679	18,0%
Elektronikartikel & Telekommunikation	14.697	16.444	11,9%
Computer/Zubehör/Spiele/Software inkl. Downloads	6.657	8.213	23,4%
Hobby & Freizeitartikel	3.691	4.307	16,7%
DIY & Blumen	2.591	3.393	30,9%
Möbel, Lampen & Dekoration	5.425	6.564	21,0%
Haushaltswaren & -geräte	5.799	7.280	25,6%
Drogerie	2.811	3.733	32,8%
Lebensmittel	2.667	3.923	47,1%
Schmuck & Uhren	1.217	1.482	21,8%
Auto & Motorrad/ Zubehör	1.718	1.615	-6,0%
Spielwaren	1.671	2.060	23,3%
Bürobedarf	895	1.051	17,5%
Medikamente	1.213	1.633	34,6%
Tierbedarf	1.418	1.748	23,3%
Sonstiges	957	1.002	4,8%

Waren im interaktiven Handel (E-Commerce + Bestellungen, Fax, oder schriftlich)	84.381	100.282	18,9%
Onlineanteil in %	98,7%	98,8%	
Waren im E-Commerce	83.284	99.097	19,0%

Waren im interaktiven Handel (E-Commerce + Bestellungen, Fax, oder schriftlich & digitale Dienstleistungen)	93.612	108.329	15,8%
Digitale Dienstleistungen	9.231	8.047	-12,8%

Umsatzentwicklung mit Waren nach Versendern

(alle Angaben in Mio. Euro, inklusive USt.)

Versender	2020	2021	Veränderung
MCV	12.589	14.697	16,7%
Online-Handel (IPP, APV, SHC)	24.962	29.545	18,4%
OMP	42.087	50.452	19,9%
HEV	2.714	3.404	25,4%
TVS	778	870	11,8%
Sonstige	115	129	12,4%

(**MCV**: Multichannel-Versender, **IPP**: Internet- Pure-Player, **APV**: Apothekenversender, **SHC**: Shoppingclub, **OMP**: Online-Marktplätze, **HEV**: Herstellerversender, **TVS**: Teleshopping)

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. Reisen oder Ticketing) befragt. Die Endergebnisse der Studie werden am Anfang jeden Jahres veröffentlicht. Die heute vorgestellten Zahlen basieren auf der Auswertung der Monate Januar bis Dezember 2021. 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 und mehr als 80 Prozent des Umsatzes der Branche im Endkundengeschäft. Der bevh vertritt die Brancheninteressen 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
Frank Düssler
Tel.: 030 40 367 51 31
Mobil: 0162 252 52 68
frank.duessler@bevh.org