

Das Internet hat den Katalog endgültig abgehängt

✘ Der Bundesverband des Deutschen Versandhandels hat heute sein Sommergutachten für die Branche vorgelegt. Das Ergebnis könnte deutlicher nicht sein. Immer mehr Menschen kaufen im Versandhandel ein und immer mehr tun dies über das Internet. Kataloge bleiben dennoch ein wichtiger Werbeanstoß.

Mehr zu den aktuellen Branchenzahlen lesen Sie hier. Laut dem heute vorgelegten Sommergutachten des Bundesverbandes des Deutschen Versandhandels (bvh) werden im Jahr 2010 fast 60 Prozent (17,8 Milliarden Euro) aller Umsätze im Versandhandel über das Internet generiert. Das entspricht einem Wachstum von 15 Prozent gegenüber dem Vorjahr.



Noch deutlicher wird die Dominanz des Internets bei der Auswertung der Bestellwege: Über 70 Prozent der für die bvh-Studie von tns-infratest befragten Verbraucher nutzen das Internet als Bestellkanal, selbst wenn der Kaufanstoß aus dem Katalog oder einem anderen Werbemittel gekommen ist.



Online ist Wachstumsmarkt

Unter dem Strich hat die Versandhandelsbranche in Deutschland wieder zulegen können - kontinuierlich seit vielen Jahren. Der bvh rechnet mit einem branchenweiten Umsatzvolumen von insgesamt 29,9 Milliarden Euro. Damit steigt der Anteil des Versandhandels am gesamten bundesdeutschen Einzelhandel auf 7,6 Prozent (Vorjahr: 7,4 Prozent).

Thomas Lipke, Präsident des bvh, anlässlich der bvh-Jahrespressekonferenz 2010, am 06. Juli 2010 in Hamburg, ist zufrieden:

“Die Prognose zeigt eindrücklich, dass sich weder die Finanz- und Wirtschaftskrise noch die Insolvenz des Versandhauses Quelle negativ auf die Gesamtbranche ausgewirkt haben.”



Das Online-Segment ist vor allem der Kanal, über den selbst die zum Teil schwer bedrängten Multi-Channel-Versender (MCV) wachsen können. Zwar tragen die MCV mit 15,6 Milliarden Euro (2009: 16,9 Milliarden Euro) immer noch am stärksten zum Branchenumsatz bei, mussten aber nichtsdestotrotz ein Minus von 3,1 Prozent im Verlaufe eines Jahres hinnehmen.

Ein zweistelliges Wachstum können die MCV dagegen im Online-Segment verzeichnen. Von 2009 bis 2010 stiegen hier die Online-Umsätze von 5,8 Milliarden Euro auf 6,7 Milliarden Euro (+15,3 Prozent).

Die reinen Online-Händler - in der Studie als Internet-Pure-Player (IPP) bezeichnet - legten mit einem Umsatzplus von 17,5 Prozent (6,1 Milliarden Euro) von allen ausgewerteten Versendergruppen am stärksten zu. Die Ebay-Powerseller wuchsen dagegen nur um 2,4 Prozent und trugen mit 2,1 Milliarden Euro zum gesamten Branchenumsatz bei.

Kataloge bleiben wichtig

Nach wie vor sind Kataloge effektive Aktivierungsinstrumente in der Anstoßkette. Fast 70 Prozent der befragten Online-Besteller haben sich vor dem Kauf in einem Katalog über das Produkt informiert. Mit zunehmendem Alter steigt die Bedeutung des Kataloges für die Online-Käufer allerdings an.

Das Twinterview heute um 14:00

Heute um 14:00 Uhr wird sich der bvh auf **Twitter** den Fragen des shopbetreiber-blog stellen. Unter dem Hashtag der Jahres-PK, **#bvh-pk**, werden wir über unseren Twitter-Account **@shopbetreiber** einige Fragen zur Entwicklung der Versandhandelsbranche an den Verband stellen. Seien Sie dabei.