

Versandhandel in Deutschland - Das Twitter-Interview mit dem bvh

✘ In der vergangenen Woche führte das shopbetreiber-blog mit dem Bundesverband des Deutschen Versandhandels (bvh) ein Interview über Twitter. Anlässlich der an diesem Tag veröffentlichten Branchenkenzzahlen des Versandhandels, wollten wir einmal etwas genauer nachfragen.

Hier das Twinterview mit dem bvh in der Zusammenfassung.

Der Online-Handel ist der Treiber im deutschen Versandhandel. Das ist das zentrale Ergebnis des Sommergutachtens des bvh. Anlass genug, den Branchenverband einmal etwas genauer zu den Erfolgsfaktoren des Online-Handels zu befragen. bvh-Geschäftsführer Christoph Wenk-Fischer stand dem shopbetreiber-blog dankenswerterweise für ein Interview via Twitter zur Verfügung.

Für alle, die das Twinterview nicht mitverfolgen konnten, haben wir es noch einmal hier im Blog wiedergegeben:

shopbetreiber: So, jetzt geht es los. Das Twinterview mit dem bvh zur Lage der Versandhandelsnation. @versandverband Der Versandhandel wächst in Deutschland seit Jahren. Was kaufen die Menschen gerne im Internet ein?

versandverband: Die Menschen kaufen gerne Mode, Bücher, CDs, DVDs und Unterhaltungselektronik. Modegesamtausgaben: 13,4 Mrd. Euro.

shopbetreiber: Eine große Bandbreite. Lässt sich eigentlich noch von Internet-affinen Sortimenten sprechen?

versandverband: Eigentlich gibt es alles was das Herz begehrt im Internet. Besonders onlinestark sind aber Medien (75% Onlineanteil). Auch die Multichannel-Versender generieren über den Online-Handel ein zweistelliges Umsatzwachstum.

shopbetreiber: Was macht das Online-Shopping so attraktiv? Was begeistert denn die Kunden am Kauf im Web?

versandverband: Eine nahezu unbegrenzte Warenvielfalt, Informationsangebot, bequemes Einkaufen sowie Shopping-Unabhängigkeit sind entscheidende Kundenvorteile.

shopbetreiber: Woran können sich Kunden denn orientieren, wenn sie bei der großen Vielfalt im Web beispielsweise sicher einkaufen wollen?

versandverband: Online-Shopping ist Massenphänomen - nichts Exotisches mehr. Bewährter und sicherer Einkaufsweg sind auch dank Gütesiegeln möglich.

shopbetreiber: Welche Trends sollten Online-Händler in der nächsten Zeit auf keinen Fall verpassen? Was erwartet die Kunden?

versandverband: Die Trends sind: Webshop-Usability optimieren, Bewegtbilder einbinden, relevanten Content produzieren und Social Media.

shopbetreiber: iPhone und iPad sind zur Zeit in aller Munde. Wie wird sich speziell die Bedeutung des Mobile Commerce entwickeln?

versandverband: Mobile Commerce wird e-Commerce pushen. 11% der Deutschen haben

Smartphones. 2012 werden es 22% sein. StUDIE gO smart.

shopbetreiber: Neben dem B2C-Versand ist auch der B2B-Versandhandel ein wichtiger Faktor. Was hat sich hier getan?

versandverband: Der B2B-Versand erholt von Wirtschaftskrise und setzt auch zunehmend auf e-Commerce. Katalog sind hier aber besonderes wichtig.

shopbetreiber: Die Insolvenz der Quelle war 2009 der negative Jahreshöhepunkt. Welchen Effekt hat Quelle-Insolvenz auf die Branche?

versandverband: Die Quelle-Insolvenz erzielte keinen Brancheneffekt. Das Umsatzplus wird dieses Jahr voraussichtlich +2,7% betragen und auf 29,9 Mrd. Euro klettern.

shopbetreiber: Auch beim bvh ist derzeit einiges in Bewegung. Sie ziehen um nach Berlin. Was versprechen Sie sich vom Umzug in die Hauptstadt?

versandverband: bvh als der e-Commerce-Verband muss in die Hauptstadt, mitreden und Zeichen setzen. Das Netzwerk zu Politik und anderen Interessenvertretern wird gestärkt.

shopbetreiber: Dann kommen sicherlich auch viele neue Aufgaben auf den Verband zu. Was sind die größten Herausforderungen?

versandverband: Die Verlässlichkeit beim Thema Datenschutz und die Vereinfachung der rechtlichen Rahmenbedingungen für Onlinehändler. Weiterhin ist eine Vereinheitlichung des europäischen Rechtsrahmens ebenfalls wichtig; daher Ausbau Europäischen Netzwerkes z.B. EMOTA. Dringend bedarf es beim Thema Retourenkosten einer Veränderung. Das deutsche Recht benachteiligt deutsche Versender.