Distanzhandel 2010: Über 60 Prozent der Kunden kaufen online

Der Bundesverband des Deutschen Versandhandels (bvh) hat die endgültigen Marktzahlen des Distanzhandels für 2010 veröffentlicht. Die Tendenz aus dem letzten Jahr hat sich fortgesetzt: Der Anteil der Onlineumsätze steigt, während über den Katalog zunehmend weniger verkauft wird.

Weitere Kennzahlen lesen Sie hier.

18,3 Milliarden Euro haben die deutschen Versender im vergangenen Jahr über das Internet umgesetzt. Dies entspricht einem Plus gegenüber dem Vorjahr von 18 Prozent (15,5 Milliarden Euro). Somit werden 60,4 Prozent der gesamten Umsätze im Versandhandel über das Internet erwirtschaftet.

Im selben Zeitraum sanken die Umsätze durch Katalogverkäufe um neun Prozent und lagen zum Jahresende bei 10,8 Milliarden Euro (i.Vj. 11,9 Milliarden Euro). Bezogen auf den Branchenumsatz wurden über den Katalog in 2010 35,6 Prozent erlöst. Das berichtet der bvh in seiner mit tnsinfratest jährlich durchgeführten Marktanalyse “Distanzhandel in Deutschland” für den B2C-Distanzhandel.

Onlinehändler, Hersteller und Versandapotheken treiben die Entwicklung

Ein Blick auf die Verteilung bei den Onlineumsätzen nach Versendergruppen zeigt, dass vor allem Hersteller, reine Internet-Händler und Versandapotheken vom starken Wachstum profitieren konnten.

Vor allem die Hersteller entdecken das Internet als zusätzlichen Vertriebsweg neben dem Stationär- und Zwischenhandel und beginnen damit, ihre Produkte in Eigenregie im Web den Kunden direkt anzubieten. Den etablierten Händlern, egal ob im stationären Bereich oder Online, müssen sich auf diese neue Konkurrenzsituation einstellen.

bvh-Hauptgeschäftführer Christoph Wenk-Fischer im Twitter-Interview dazu:

> *“Konkurrenz belebt das Geschäft. Aber unsere Händler haben Erfahrung, bieten Service und Kundenorientierung. Zudem haben die Händler über die Themen Sicherheit und positive Kundenerfahrung immer noch einen Wettbewerbsvorteil.”*

Distanzhandel wächst erwartungsgemäß

Unter dem Strich ist die gesamte Distanzhandelsbranche wie in den Jahren zuvor auch 2010 gewachsen und hat dem stationären Einzelhandel weitere Marktanteile abgenommen. Insgesamt wurden in Deutschland über alle Kanäle rund 30,3 Milliarden Euro umgesetzt. Im Jahr zuvor lag der Wert bei 29,1 Milliarden Euro. Dies entspricht einem Wachstum von vier Prozent.

Nach dem kurzen Einbruch im Krisenjahr 2009 (+2%) ist das Niveau der Vorjahre jetzt wieder erreicht. Auch für das laufende Jahr geht der bvh von einem vergleichbaren Wachstum der Branche aus.

Gemäß einer Hochrechnung der Hochschule Niederrhein werde der Online-Handel im Non-Food-Bereich noch in diesem Jahr einen Anteil von über zehn Prozent am Einzelhandel erzielen. Bis zum

Jahr 2020 werde jeder fünfte Euro Umsatz im Einzelhandel online umgesetzt werden. Die Marktforscher gehen dabei von einer durchschnittlichen jährlichen Wachstumsrate von acht Prozent aus.

Twitter-Interview mit dem bvh

Aus Anlass der Vorstellung der Branchenzahlen des Deutschen Distanzhandels 2010 haben wir mit Christoph Wenk-Fischer via Twitter ein Interview geführt (Hashtag: #bvh2011). Lesen Sie hier das Twinterview in der Zusammenfassung:

@shopbetreiber: Welche Entwicklung hat Sie 2010 am meisten im deutschen Versandhandel überrascht?

> @versandverband: Die größte Überraschung ist das stete, ungebrochene Wachstum des interaktiven Handels. Von Krise keine Spur.

Wie zufrieden können denn die Versender mit dem abgelaufenen Geschäftsjahr sein?

> Sehr- der Anteil am Einzelhandel insgesamt und der Umsatz auf 30.3 Mrd. Euro gestiegen

Seit 2009 bestellen die Deutschen mehr über das Internet als im Katalog. Wie sah es damit 2010 aus?

> Der Trend hat sich massiv fortgesetzt: Über 60 % beträgt der E-Commerce- Anteil jetzt schon.

Welchen Stellenwert hat denn dann der Katalog in einer zunehmend digitalisierten Einkaufswelt?

> Der Katalog wird noch immer von über 60 % der Kunden als Informationsmedium vor dem Kauf im Netz genutzt.

Wie wird Ihrer Meinung nach der Katalog der Zukunft aussehen?

> Mit Tablet-PC und Smartphone wird der Katalog elektronisch. Dennoch wird Papier einen festen Platz behalten.

Welche Versender-Gruppen haben 2010 über das Internet das größte Wachstum erzielen können?

> Herstellerversender, Versandapotheken, Internetpureplayer und Multi-Channel-Anbieter wuchsen 2stellig.

Immer mehr Hersteller vertreiben ihre Produkte in eigenen Shops. Droht neue Konkurrenz für den Handel?

> Natürlich – aber die belebt das Geschäft. Und unsere Händler haben Erfahrung, bieten Service und Kundenorientierung. Zudem ist das Thema Sicherheit und positive Kundenerfahrung ein Wettbewerbsvorteil.

Wo sehen Sie für das laufende Jahr die größten Herausforderungen für den Distanzhandel in Deutschland?

> Die rasante Entwicklung im Internet und der Umgang mit Social Media fordern neues Denken in den Unternehmen.

Was sind die konkreten Forderungen des bvh, um auf diese Herausforderungen zu reagieren?

Rechtssicherheit im Umgang mit neuen Themen ist nötig. Eine Regionalisierung im Thema Datenschutz ist zu vermeiden. Deutsches Schutzniveau ist vorbildlich und Maßstab – und Wettbewerbsvorteil. Überregulierung und der Ruf nach neuen Gesetzen sind fehl am Platz. E-Commerce ist heute schon Alltag.

Abschließend lassen Sie uns noch einen Ausblick auf 2011 wagen. Wie wird sich der Distanzhandel weiter entwickeln?

Unsere Prognose: Wachstum um 5,5 % über alle Kanäle = 31.9 Mrd. Euro. Wachstum online: 15.5 % = 21.1 Mrd. Euro Gute Aussichten!