bvh veröffentlicht Branchenzahlen für 2012: 70 Prozent des Umsatzes wird online gemacht

Versandhandel ist heute gleichbedeutend mit E-Commerce. Treiber des Wachstums sind unter anderem die Pure Player und stationären Händler. Der Bundesverband des Deutschen Versandhandels (bvh) hat die aktuellen Branchenzahlen in Hamburg veröffentlicht und sagt auch im nächsten Jahr ein weiteres Wachstum voraus.

So hat die Branche 2012 abgeschnitten.

Siebzig Prozent – in Zahlen: 70 Prozent – des Umsatzes im Interaktiven Handel (E-Commerce, Katalog, TV-Shopping etc.) wurden 2012 im Web erzielt. Somit haben die Deutschen Shopbetreiber 27,6 Milliarden Euro mit dem Verkauf von Waren umgesetzt.

Welch enormes Wachstums-Potenzial noch im E-Commerce steckt, zeigt die Aufschlüsselung nach Versendertypen. Die Umsätze der Internet-Pure-Player sind im Vergleich zum Vorjahr um 40 Prozent auf 11,3 Milliarden Euro gewachsen. Zum Vergleich: Das Umsatzwachstum der Multichannel-Händler (Internet und Katalog) belief sich 2012 auf acht Prozent (16,28 Milliarden Euro). Auch Neueinsteiger aus dem stationären Handel haben mit einem Umsatzwachstum von 22 Prozent (3,6 Milliarden Euro) einen signifikant großen Anteil am Plus des Gesamtmarktes.

Printwerbung bei Älteren beliebt

Auch wenn Printwerbung im Interaktiven Handel massiv an Bedeutung verloren hat, sind Kataloge und Postwurfsendungen für fast jeden zweiten Verbraucher das Medium, über den der Kaufanstoß generiert wurde, selbst wenn die Bestellung dann online erfolgt sein sollte. Dieser Anteil wird aller Wahrscheinlichkeit nach in den nächsten Generationen weiter schwinden. Denn eine überproportionale Bedeutung hat gedruckte Werbung mit 53 Prozent bei der Altersgruppe der über 60-jährigen. Die Studie zeigt: Je jünger die Zielgruppen sind, desto geringer ist die Relevanz von Printwerbung.

Dennoch wird diese Entwicklung nicht zum Tod des Katalogs führen, prophezeien Branchenkenner, wie etwa der Schweizer E-Commerce-Berater Thomas Lang oder der Fachjournalist Stephan Meixner. Vielmehr könnte es zu einer Renaissance des Kataloges kommen. Auf dem iPad und anderen Tablet-PCs unter dem Schlagwort Couche Commerce. Darunter ist ein Einkaufsverhalten zu verstehen, dass dem des Kataloges sehr nahe kommt. Der Verbraucher nutzt das iPad gemütlich auf der heimischen Wohnzimmer-Couch und lässt sich zum Kauf motivieren. Im Vergleich zu Smartphones bieten Tablet-PCs auf Grund des größeren Displays den Werbetreibenden bessere Möglichkeiten die Produkte verkaufsfördernder zu präsentieren.

Die 10 beliebtesten Sortimentskategorien im E-Commerce

Bekleidung 5,9 Mrd. Euro (+30%)
Unterhaltungselektronik/Elektronikartikel 3,5 Mrd. Euro (+38%)
Computer und Zubehör 2,2 Mrd. Euro (11%)
Bücher 2,1 Mrd. Euro (+11%)
Hobby, Sammel- und Freizeitartikel 1,9 Mrd. Euro (+34%)
Schuhe 1,2 Mrd. Euro (+14%)
Möbel und Deko 1,2 (+58%)
Haushaltsgeräte 990 Mio. Euro (+38%)

Telekommunikation, Handy und Zubehör 970 Mio. Euro (+94%)
DIY/Garten/Blumen 960 Mio. Euro (+30%)

2013: Wieder zweistelliges Wachstum

Das laufende Jahr wird nach Überzeugung des bvh wieder zu einem signifikanten Wachstum des Interaktiven Handels und des E-Commerce führen. Der Verband geht davon aus, dass das Wachstum im E-Commerce wieder jenseits der 20 Prozent liegen werde (21,3 Prozent). Somit würden 2013 durch den Online-Handel rund 33,5 Milliarden Euro umgesetzt werden. Im Interaktiven Handel gehen die Branchenvertreter davon aus, dass die 40-Milliarden-Euro-Marke deutlich übersprungen werden kann und rechnen mit einem Umsatz in Höhe von 43,5 Milliarden Euro (+10,6 Prozent).

Weitere Branchenkennzahlen sind auf der Webseite des bvh zu finden. (Achtung, noch Stand 2011)