

Bundesverband des Deutschen Versandhandels (bvh)

Branchenvertreter der Versand- und Online-Händler

## Versand- und **Online-Handel** 2010 (B2C)

Jahresprognose und Zwischenergebnis  
der Studie „Distanzhandel in Deutschland 2010“  
von TNS Infratest im Auftrag des  
Bundesverbands des Deutschen Versandhandels (bvh)

**bvh-Jahrespressekonferenz 2010**  
**06. Juli 2010 in Hamburg**



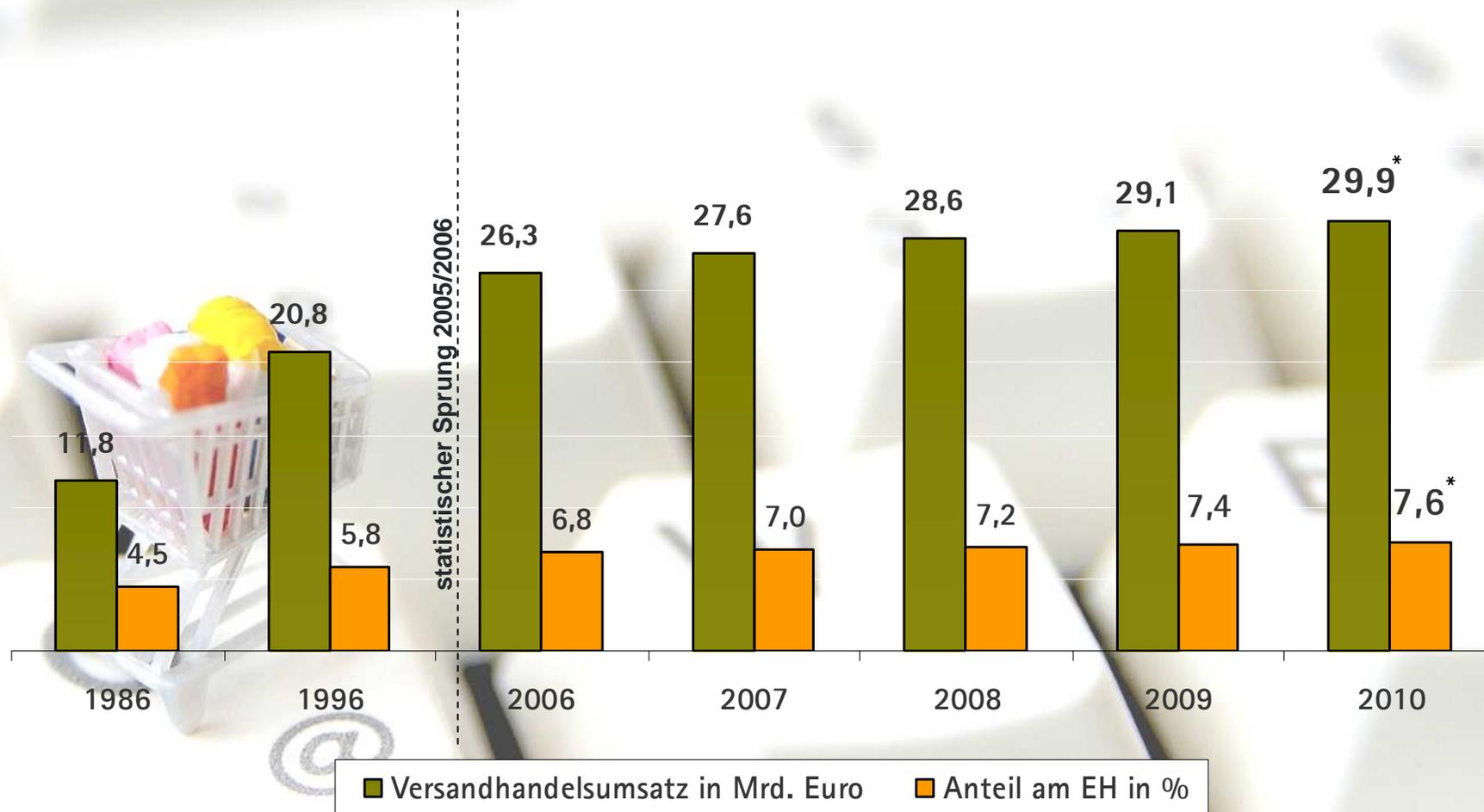
Bundesverband des Deutschen Versandhandels (bvh)

Branchenvertreter der Versand- und Online-Händler

# Kurzfilm Branchenimpressionen



# Steigender Anteil des Versandhandels am Einzelhandel



## Verteilung des Versandhandelsumsatzes 2010 (Prognose)

Online-Anteil:  
59,5 %

12,1 Mrd. €\*

17,8 Mrd. €\*\*

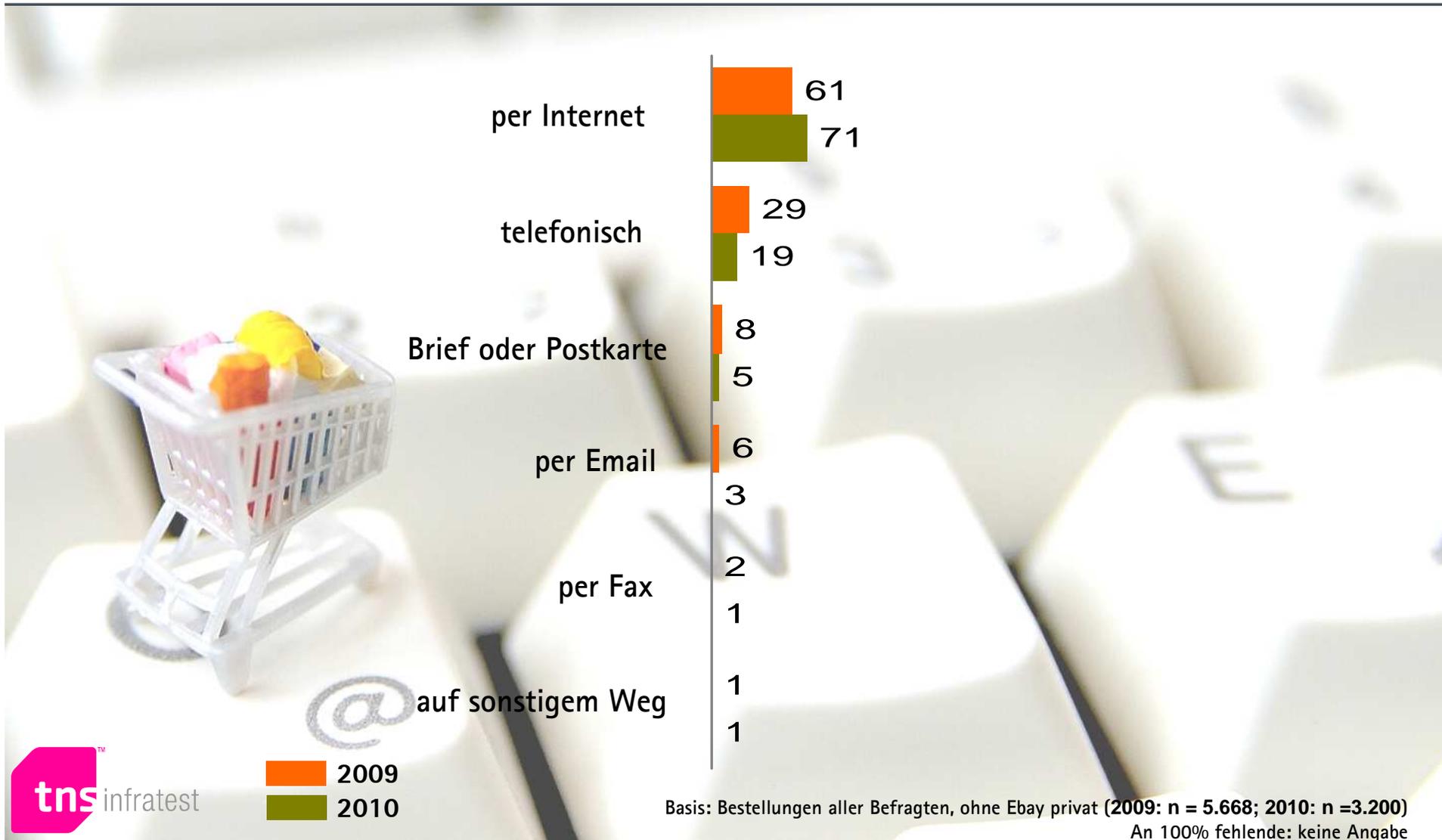
Klassische  
Bestellwege:

 **40,5%**

\* Vorjahr: 13,6 Mrd. Euro

\*\* Vorjahr: 15,5 Mrd. Euro

# Voraussichtliche Nutzung der verschiedenen Bestellwege



# Prognose 2010

Bundesverband  
des Deutschen  
Versandhandels e.V.



Katalog • Online • TV



# Bundesverband Versandhandel

Distanzhandel in Deutschland 2010

Hamburg, Juni 2010



Mit freundlicher Unterstützung von



## Zielsetzung und Fragestellung der Studie

- Wie viel Euro geben die deutschen Privathaushalte im Distanzhandel für Waren und Dienstleistungen jährlich aus?
- Wie intensiv nutzen deutsche Privathaushalte den Distanzhandel?
- Welche Bedeutung haben Katalog und Internet als Informationsquellen für den Kauf?

## Methode und Inhalte

### CATI Omnibus TNS Infratest (Bevölkerungsrepräsentativ 14+ Jahre)

Verteilung der Stichprobe auf das Kalenderjahr

Befragung von 15.000 Personen  
Januar bis Juni

Befragung von 15.000 Personen  
Juli bis Dezember

Kauf von Waren  
oder Dienstleistungen im  
Distanzhandel in den  
letzten 7 Tagen?

Fortführung der  
Befragung

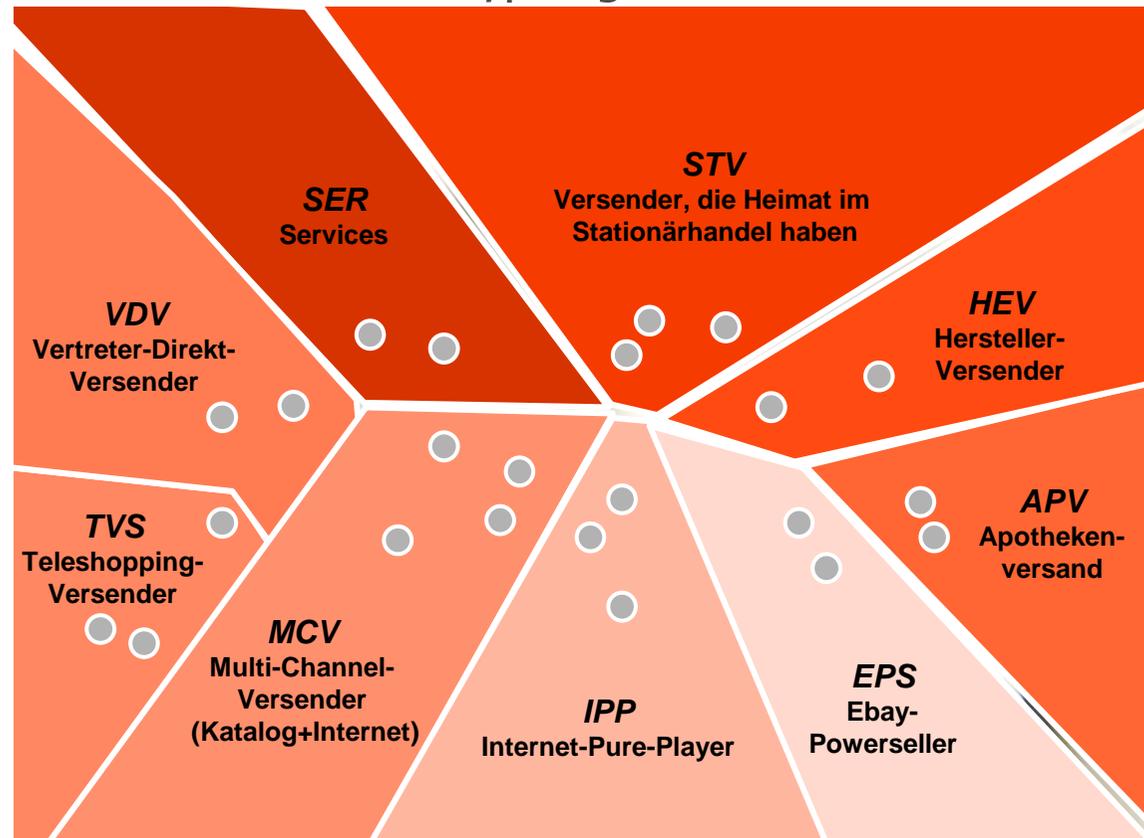
Käufer von  
Waren  
rund 3.600  
(ohne Ebay privat: rund 3.200)

Käufer von  
Dienstleistungen  
rund 520  
(ohne Ebay privat: rund 500)

- namentliche Erfassung der Versender bzw. Dienstleister
- Erfassung der gekauften Waren bzw. Dienstleistungen im original Wortlaut
- Einkaufsbetrag (ohne Versandkosten)
- Bestellweg (telefonisch / per Internet / schriftlich)
- Zahlungsweise
- genutzte Informationswege

## Hochrechnungsmodell I

- Klassifizierung der genannten Versender in Zusammenarbeit mit dem bvh in diese Versendertypologie:



## Hochrechnungsmodell II – Justierung

- Ebay Powerseller/Privatverkäufer



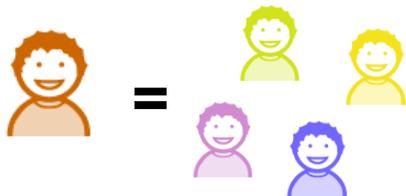
Herausnahme des beträchtlichen Ebay-Volumens, das über Privatverkäufer erzielt wird, mit dem Ziel, nur die für die Hochrechnung relevanten Käufe von Ebay-Powersellern einfließen zu lassen.

- Extremwertbereinigung der Einkaufsbeträge



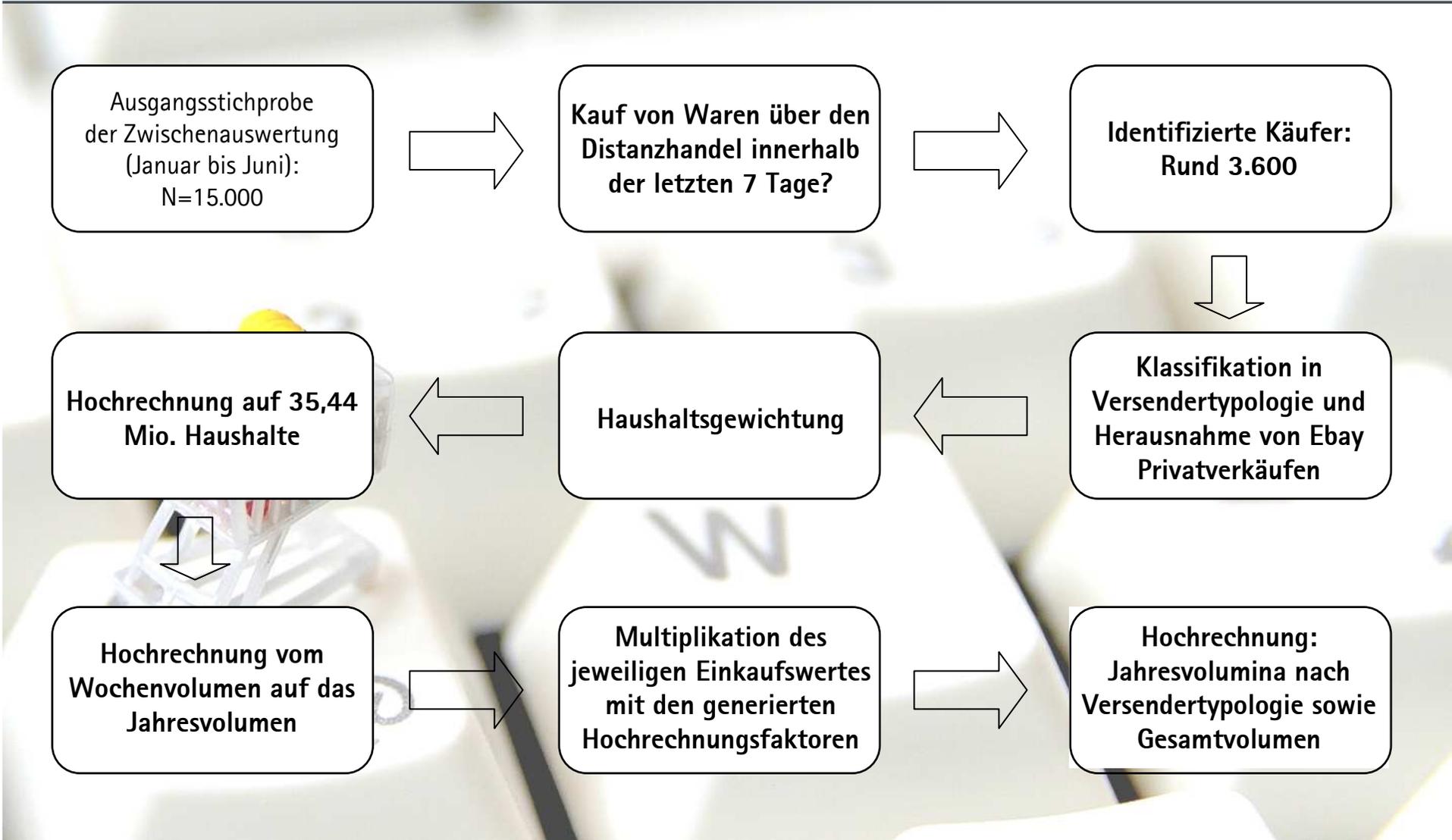
Jede Hochrechnung auf Basis einer Stichprobe für eine große Grundgesamtheit ist sensibel bei einfließenden Extremwerten. Beispiel: Der Kauf von Autoersatzteilen für 8.000 Euro bei einem Ebay-Powerseller. Daher wurden die genannten Euro-Einkaufsbeträge zu je 5% am oberen und unteren Ende der Verteilung aus dem Modell herausgefiltert.

- Gewichtung der Stichprobe auf Basis von 35,44 Mio. Haushalten

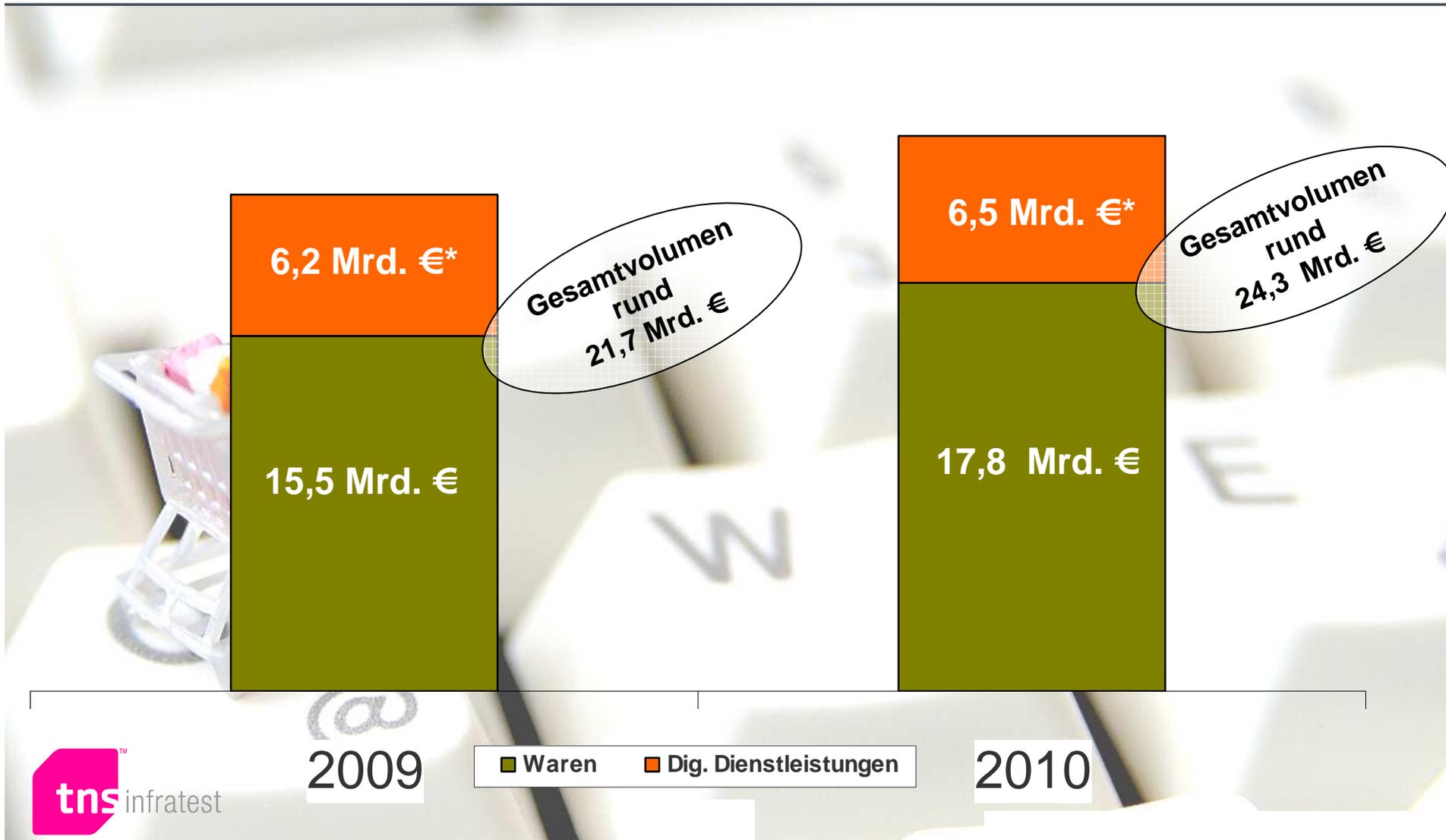


Insbesondere von Käufern in Mehrpersonenhaushalten werden auch Waren bestellt, die nicht nur für die Verwendung durch den Besteller, sondern auch für andere Haushaltsmitglieder bestimmt sein können.

# Zusammenfassung



# Gesamtausgaben der Deutschen im Internet 2010



\* Digitale Dienstleistungen beinhalten z.B. Umsätze mit Downloads von Computerprogrammen, MP3- und Video-Dateien, mit Tickets für Sportveranstaltungen, Konzerte und Kinofilme sowie mit online getätigten Übernachtungsbuchungen oder Fahrkartenkäufen. Diese Umsätze sind nicht in den 29,1 Mrd. € Gesamtumsatz des Versandhandels enthalten.

## Smartphones und mobiles Internet werden beliebter



11%  
DER  
DEUTSCHEN  
BESITZEN  
2010 EIN  
SMARTPHONE.



über 22%  
DER  
DEUTSCHEN  
WERDEN  
2012  
EIN  
SMARTPHONE  
BESITZEN.

11 Prozent der Deutschen planen die Anschaffung eines Smartphones, und 71 Prozent der Smartphone-Nutzer gehen davon aus, dass sie in den nächsten zwei bis drei Jahren das mobile Internet noch stärker nutzen werden.

# Internet-Käufer nutzen gedruckte Kataloge

Haben Sie sich vor Ihrer Bestellung über das Produkt in dem Katalog des Versenders informiert? Angaben in %

## Total



## Altersgruppen

14-29 Jahre



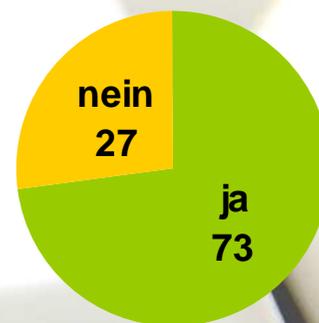
30-39 Jahre



40-49 Jahre



50-59 Jahre



60+ Jahre

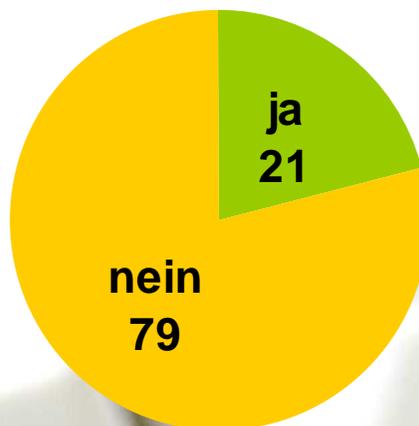


Selektion: Befragte, die per Internet oder Email bestellt haben, ohne Ebay privat (n = 980)  
An 100% fehlende: keine Angabe

# Bedeutung des Internets für Offline-Käufer

Haben Sie sich vor Ihrer Bestellung über das Produkt auf der Internet-Seite des Versenders informiert? Angaben in % **Katalog • Online • TV**

## Total

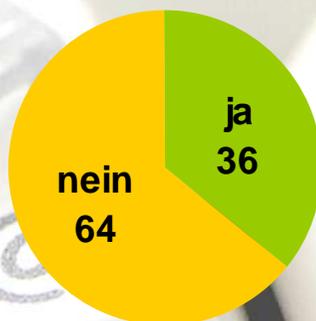


## Altersgruppen

### 14-29 Jahre



### 30-39 Jahre



### 40-49 Jahre



### 50-59 Jahre



### 60+ Jahre

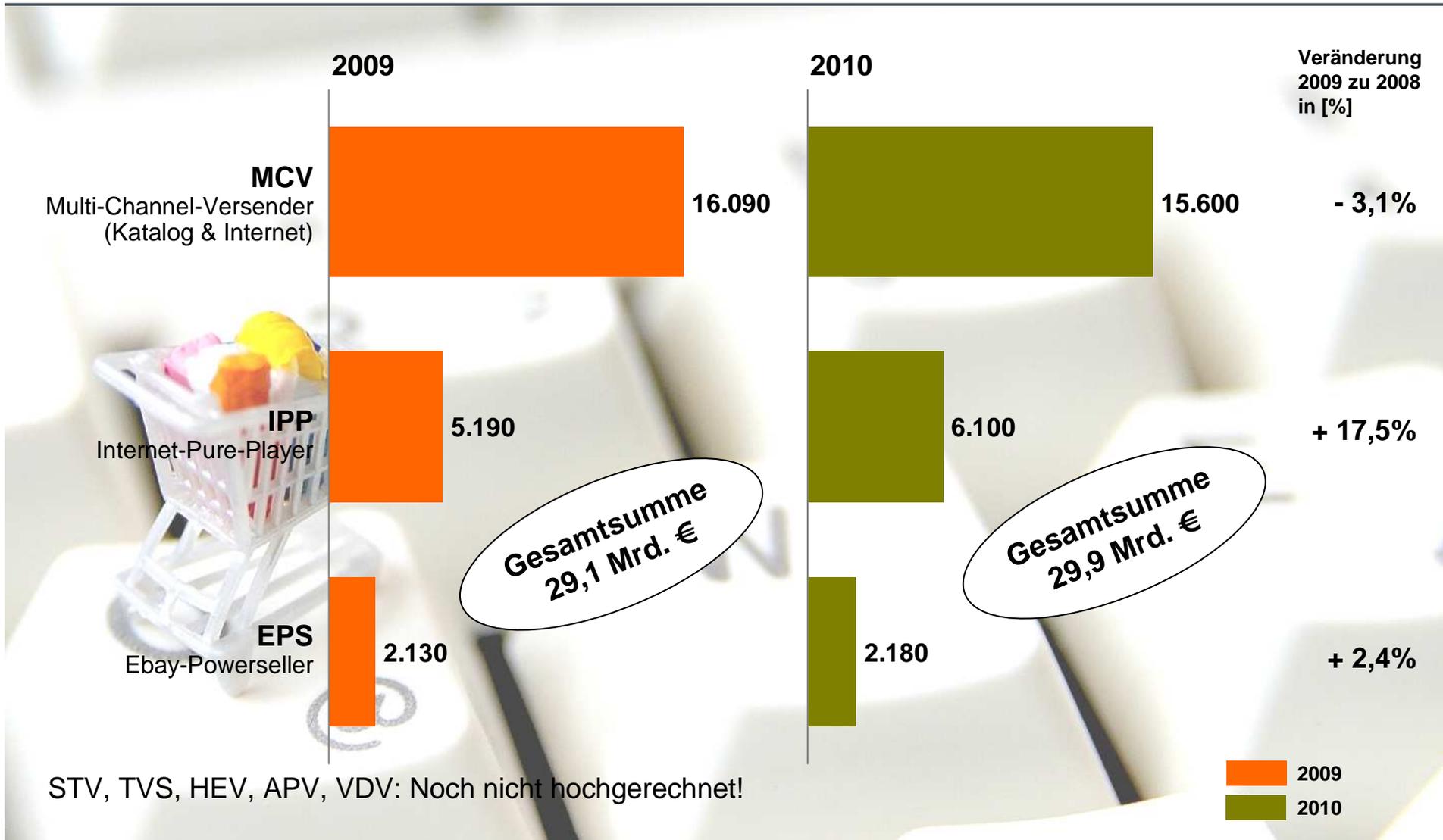


Selektion: Befragte, die telefonisch, postalisch oder per Fax bestellt haben (n = 1.713)  
An 100% fehlende: keine Angabe

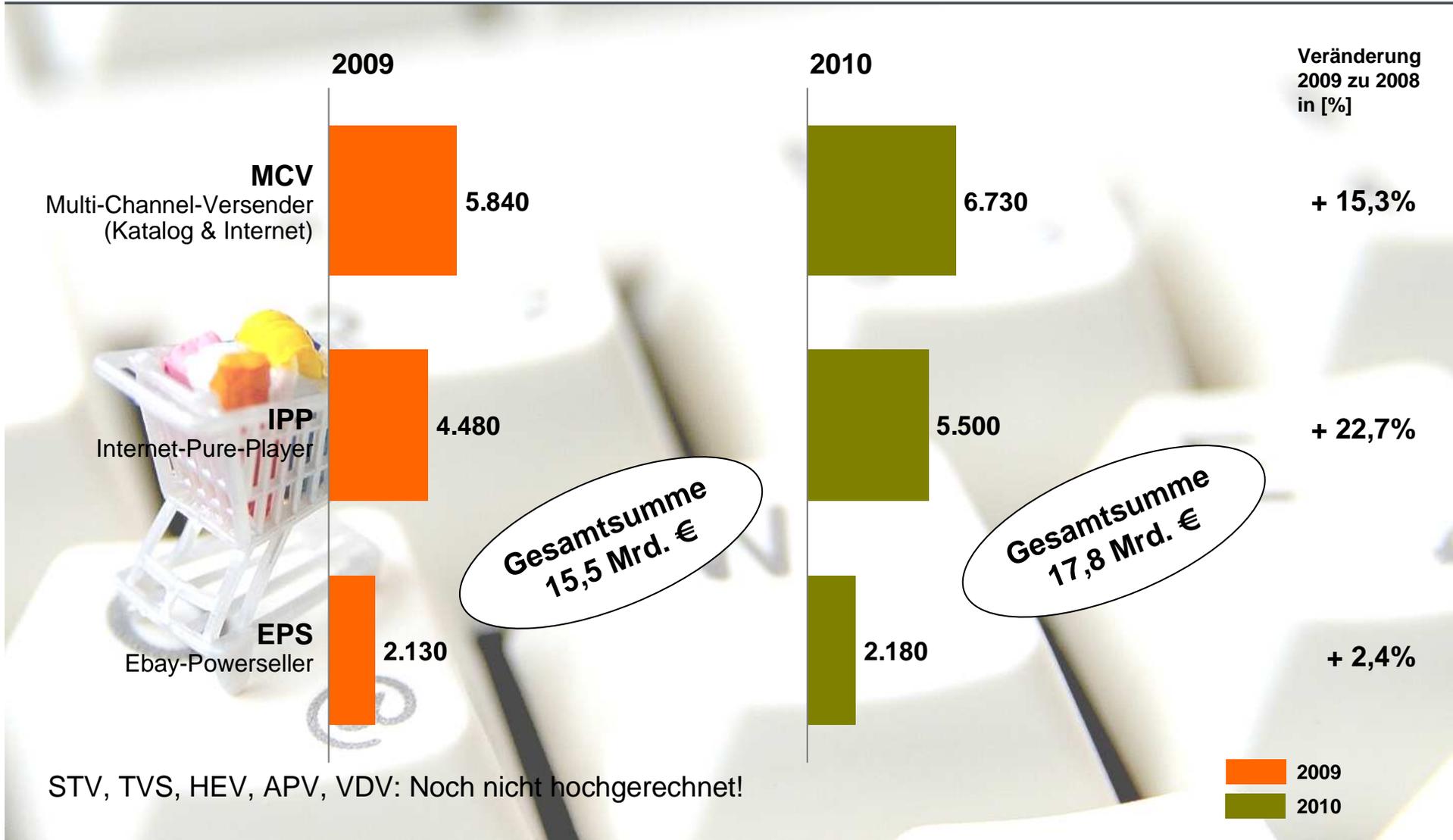
## Versand- und Online-Handel heute



# Umsätze mit Waren, Top 3 Versendergruppen



# Online-Umsätze mit Waren, Top 3 Versendergruppen



## Prognose für die 3 umsatzstärksten Warengruppen

**2009**

**Prognose 2010**

**Bekleidung/  
Textilien/ Schuhe**



13.390

- Sehr leichtes Plus zu erwarten
- Etwas steigende Ausgabebereitschaft

**Medien**



3.070

- Umsatzplus im mittleren, einstelligen Prozentbereich
- Leicht höhere Durchschnittsausgaben

**Unterhaltungselektronik/  
E.-Artikel**



1.840

- Deutliches Plus in 2010
- Anstieg der Bestellquoten für Neuanschaffungen
- WM-Effekt wird sichtbar



Gesamtmarkt: Alle Bestellwege (Internet, Telefon, schriftlich, Fax, E-Mail, ...)

# Online-Prognose für die 3 umsatzstärksten Warengruppen

**2009**

**Prognose 2010**

**Bekleidung/  
Textilien/ Schuhe**



- Überproportionales Wachstum gegenüber dem Gesamtmarkt für Bekleidung und Textilien

**Medien**



- Weiter steigende Bestellquoten im Online-Bereich
- Warengruppe wächst auch weiterhin überproportional im Internet

**Unterhaltungselektronik/ E.-Artikel**

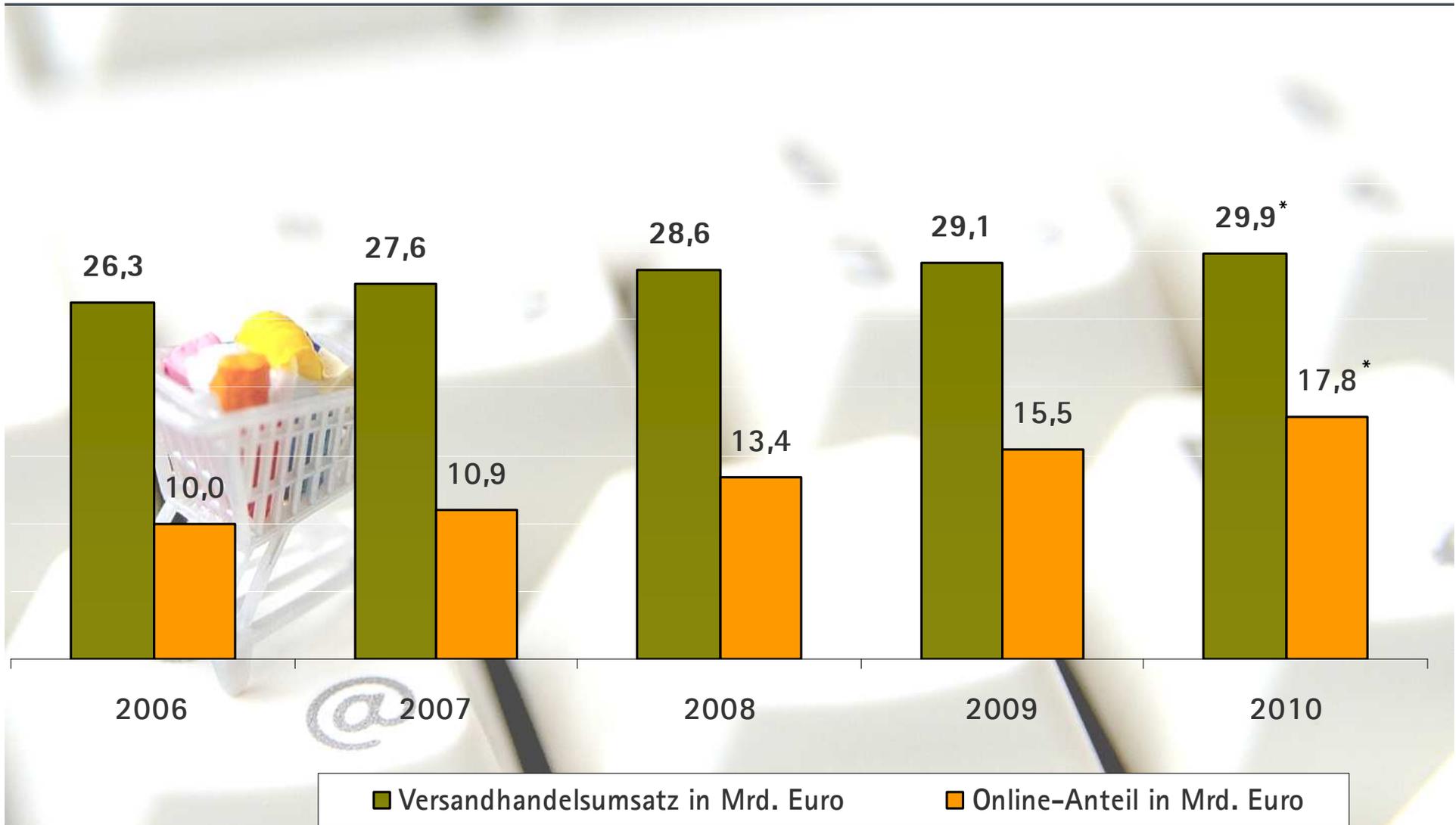


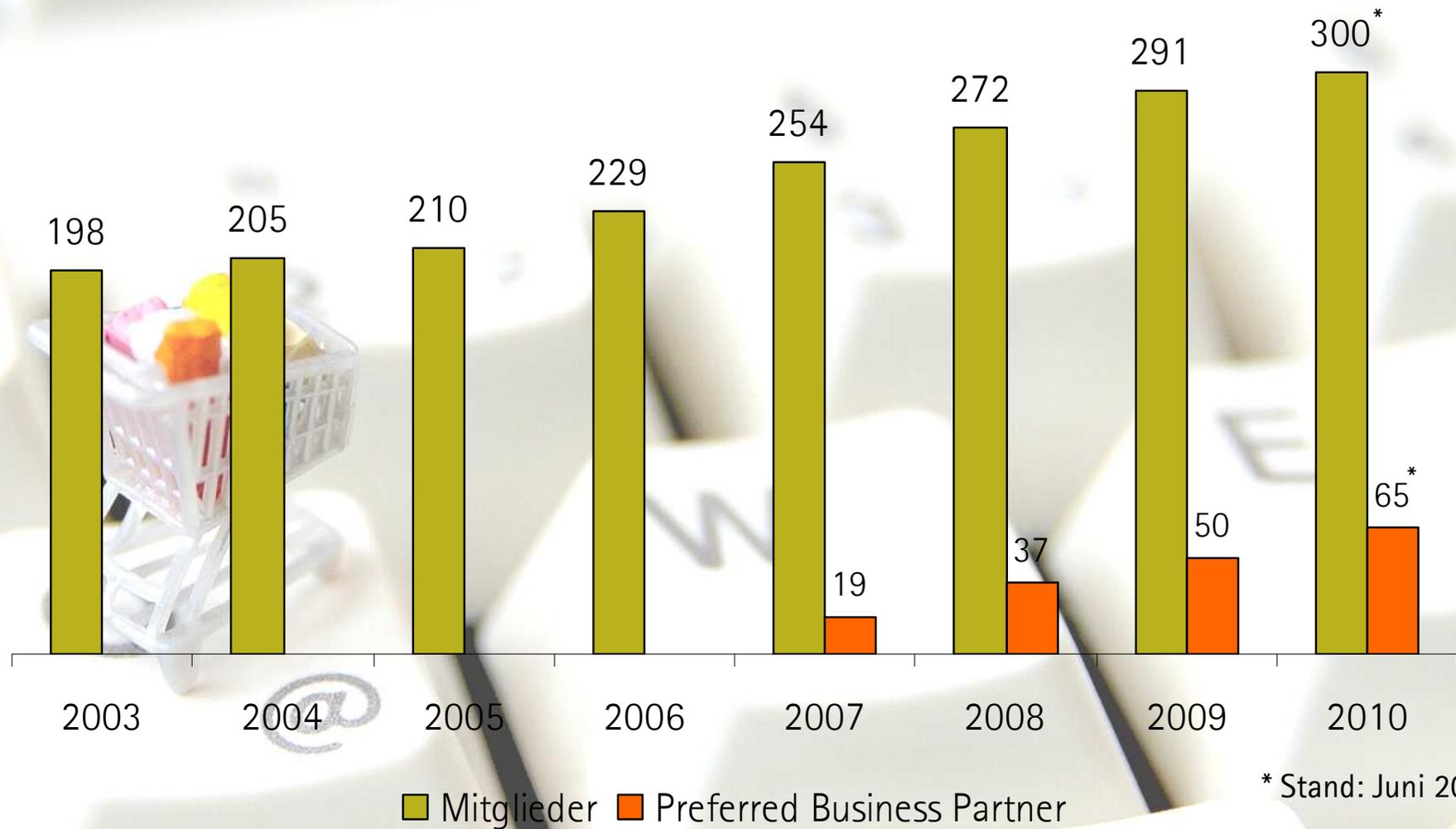
- Wachstumstreiber Nr. 1 für den Internethandel
- Deutlich zweistelliges Umsatzplus für 2010 zu erwarten



Gesamtmarkt: Online-Bestellwege (Internet)

# Jahresprognose 2010 für den Versand- und Online-Handel







**Danke für Ihre Aufmerksamkeit!**

Kontakt:  
Bundesverband des Deutschen Versandhandels (bvh)  
Pressestelle  
Johann-Klotz-Straße 12  
60528 Frankfurt am Main  
Tel.: 069-678656-10  
[presse@versandhandel.org](mailto:presse@versandhandel.org)  
[www.versandhandel.org](http://www.versandhandel.org)  
[www.twitter.com/versandverband](https://www.twitter.com/versandverband)