

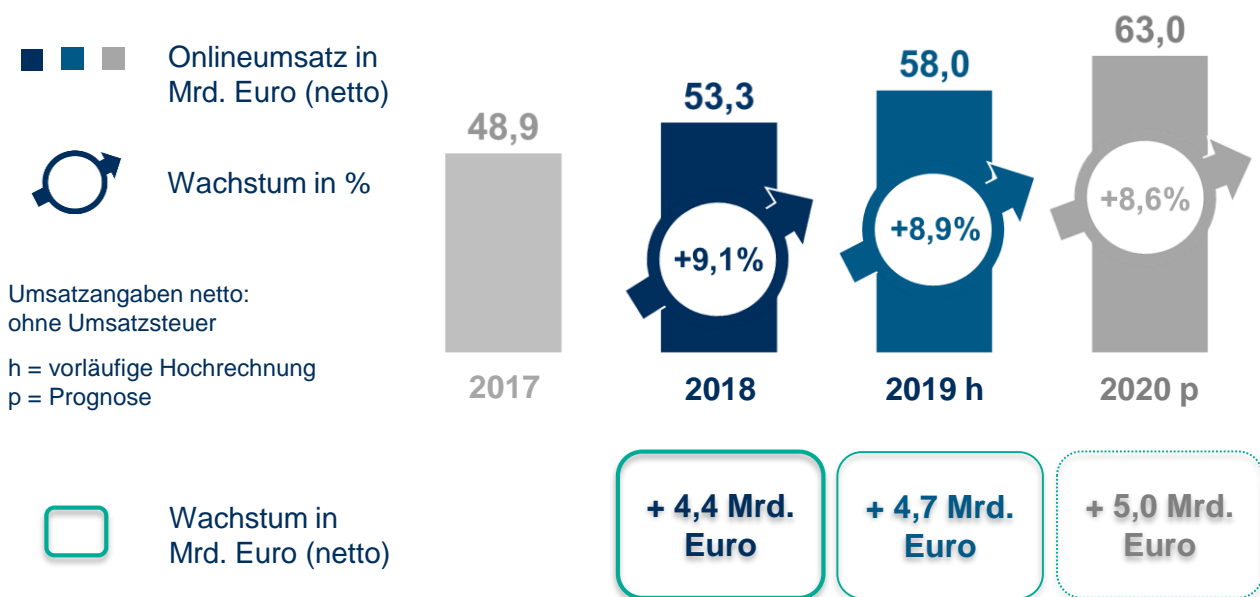


## Onlinehandel 2019/20 – Rückblick und Ausblick

### Umsatz im Onlinehandel

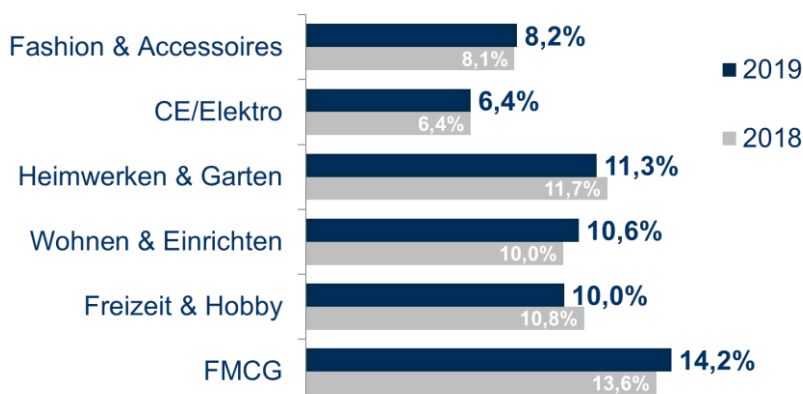
Der Onlinehandel bleibt anhaltend dynamisch. Die Wachstumsraten geben nur sehr leicht nach, was zu einem höheren absoluten Umsatzzuwachs führt. Nach einem Onlinezuwachs von +4,4 Mrd. Euro (netto) im Jahr 2018 wird der Umsatz im Onlinehandel 2019 nach vorläufigen Hochrechnungen insgesamt um rund +4,7 Mrd. Euro bzw. +8,9 Prozent wachsen. Auch für 2020 wird mit einem ähnlichen Wachstum gerechnet. Branchenspezifische Entwicklungen, eine leicht zunehmende Anzahl Onlineshopper\*innen, häufigere Bestellungen und steigende Durchschnittsausgaben liefern die Basis.

### Entwicklung Onlineumsatz in Deutschland 2017 bis 2020



HDE Online-Monitor 2019, IFH Köln, 2019/20

### Onlinewachstum in den Branchen 2019 – vorläufige Hochrechnung



IFH Köln, 2019/20

Die stark etablierten Onlinemärkte Fashion & Accessoires sowie CE/Elektro wachsen nahezu unverändert weiter.

FMCGs bleiben auf vergleichsweise niedrigem Umsatzniveau die Wachstumstreiber im Onlinehandel, ebenso wie Teilbereiche aus Wohnen & Einrichten, deren Wachstum voraussichtlich über dem des Vorjahres liegt.



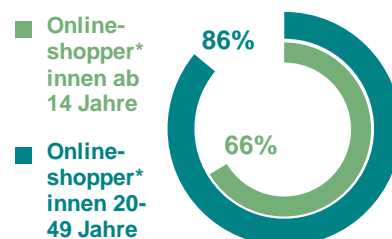
## Onlineshopper\*innen

Im Jahr 2019 ist die Zahl der Onlineshopper\*innen um 1,3 Prozent weiter leicht gestiegen. Im Durchschnitt kaufen zwar erst 66 Prozent der Bevölkerung ab 14 Jahre online ein, in der Altersgruppe der 20-49-Jährigen beträgt die Ausschöpfungsquote allerdings bereits 86 Prozent (Vorjahr 85 %). Neue Onlineshopper\*innen kommen daher vor allem aus den höheren Altersgruppen, insbesondere, wie im Vorjahr, aus der Altersgruppe der 60+ Generation, in welcher mehr als 6 Prozent hinzu gekommen sind – 2018 war die Zahl noch um fast 11 Prozent gestiegen. Der Anteil Onlineshopper\*innen in der Altersgruppe 60+ beträgt jetzt 36 Prozent (Vorjahr 34 %). Neue Onlineshopper\*innen können dementsprechend künftig nur noch in begrenztem Maße zum Wachstum des Onlinehandels beitragen.

### Anzahl der Onlineshopper\*innen 2015-2019 in Mio. Personen



### Anteil Onlineshopper\*innen an der Altersgruppe



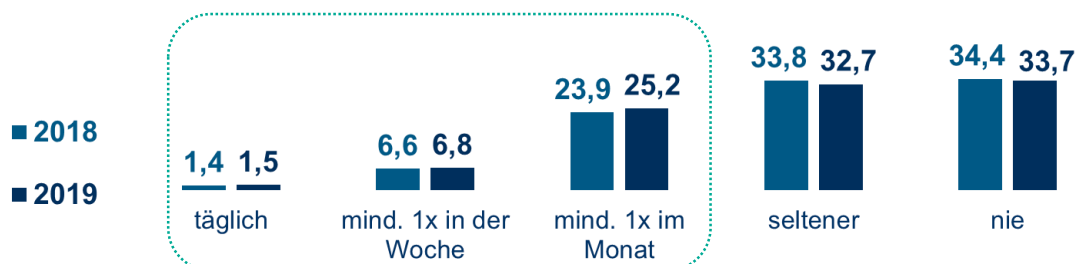
IFH Berechnung nach Angaben VuMA Touchpoints, Arbeitsgemeinschaft Verbrauchs- und Medienanalyse (Herausgeber), 2016-2020.

Basis: Bevölkerung ab 14 Jahre

## Bestellhäufigkeit

Onlineshopper\*innen, welche mindestens einmal im Monat und häufiger Bestellungen im Internet tätigen, gibt es im Jahr 2019 in Deutschland gegenüber 2018 rund 6 Prozent mehr. Diese Trendentwicklung war allerdings im Vorjahr noch stärker ausgeprägt – 2018 betrug das Wachstum dieser Gruppe knapp 12 Prozent. Mehr Spontaneität und Impulskäufe auch im Internet befördern kleinteiligere Bestellungen und eine zunehmende Bestellhäufigkeit. In Summe steigen aber auch die Ausgaben je Onlineshopper\*innen.

### Häufigkeit der Bestellungen online 2018 und 2019



Frage: Wie häufig haben Sie über das Internet Bestellungen von Produkten vorgenommen oder Dienstleistungen in Anspruch genommen? Angaben in % der Bevölkerung ab 14 Jahre

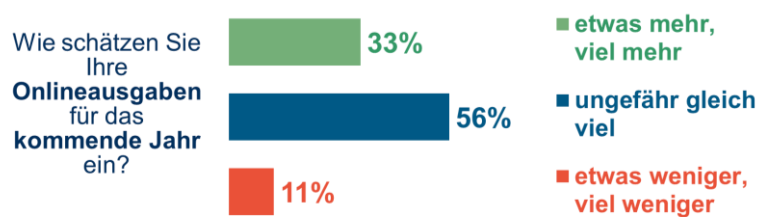
Nach Angaben VuMA Touchpoints, Arbeitsgemeinschaft Verbrauchs- und Medienanalyse (Herausgeber), 2019, 2020.



## Ausgabenabsicht

Rund 33 Prozent der Onlineshopper\*innen beabsichtigen 2020 etwas mehr oder viel mehr Geld im Onlinehandel auszugeben als 2019. Insgesamt rund 90 Prozent wollen gleich viel oder mehr Geld ausgeben. Dieser Wert ist nahezu identisch zum Vorjahr, was auf künftig ähnlich weiter zunehmende Onlineausgaben hinweist.

### Ausgabenabsicht der Onlineshopper\*innen 2020



Lesebeispiel: 33% der Onlineshopper\*innen ab 14 Jahre beabsichtigen 2020, viel mehr oder etwas mehr Geld im Onlinehandel auszugeben als im Vorjahr.

Basis: Onlineshopper\*innen ab 14 Jahre

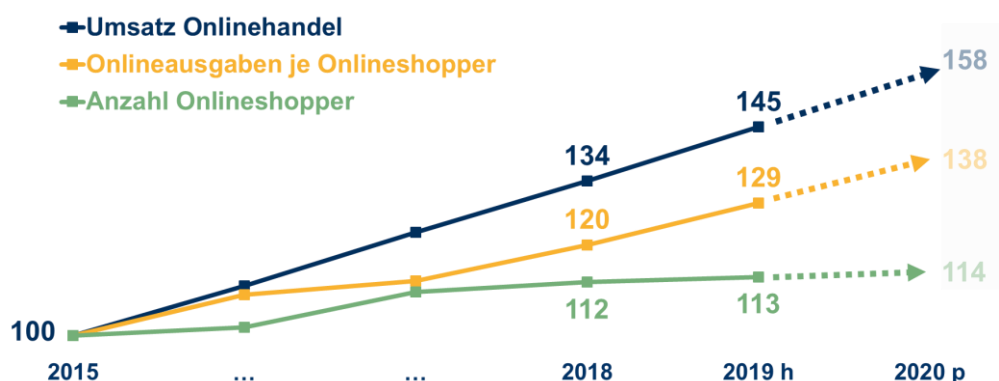
IFH Köln, 2019 n = 940

## Fazit: Befeuerung des Onlinehandels von verschiedenen Seiten

Während die Zahl der Onlineshopper\*innen nur noch sehr langsam steigt, nehmen die durchschnittlichen Onlineausgaben je Onlineshopper\*in unverändert zu. Seit 2015 sind die durchschnittlichen Ausgaben je Onlineshopper\*in bis 2018 um 20 Prozent bzw. bis 2019 um fast 30 Prozent gestiegen. Die steigende Anzahl der Onlineshopper\*innen und die zunehmenden Durchschnittsausgaben zusammen führen zu anhaltend wachsenden Onlineumsätzen.

### Entwicklung Onlineumsatz, Anzahl Onlineshopper\*innen und Ausgaben im Vergleich

Index 2015=100



IFH Köln, eigene Darstellung und Berechnungen auf Basis IFH-Verbraucherbefragungen und VuMA Touchpoints;  
h = vorläufige Hochrechnung; p = Prognose