

Umsatzentwicklung im E-Commerce mit Waren nach Segmenten

(alle Angaben in Mio. Euro, inklusive USt.)

	Q1/'21	Q1/'22	Veränderung jeweils zu Q1/'21		Veränderung zu Q1/'21 gesamt
			vor 24.02.	nach 24.02.	
CLUSTER Bekleidung	5.109	5.275	10,0 %	-8,6 %	3,2 %
CLUSTER Unterhaltung	6.977	7.416	7,5 %	4,1 %	6,3 %
CLUSTER Freizeit	2.182	2.352	8,9 %	5,8 %	7,8 %
CLUSTER Einrichtung	3.745	4.080	13,9 %	0,3 %	9,0 %
CLUSTER täglicher Bedarf	1.964	2.429	26,1 %	19,4 %	23,7 %

Bekleidung	3.956	4.144	11,4 %	-6,8 %	4,8 %
Haus- & Heimtextilien	464	522	16,8 %	5,4 %	12,7 %
Schuhe	1.153	1.131	5,4 %	-14,8 %	-1,9 %
Bücher / Ebooks / Hörbücher	1.056	1.063	-0,4 %	2,7 %	0,7 %
Bild- & Tonträger/Video & Music Downloads	866	945	9,9 %	7,8 %	9,1 %
Elektronikartikel & Telekommunikation	3.096	3.305	9,8 %	1,4 %	6,7 %
Computer/Zubehör/Spiele/Software	1.958	2.102	7,3 %	7,5 %	7,4 %
Hobby & Freizeitartikel	771	818	10,0 %	-0,9 %	6,1 %
DIY & Blumen	700	725	4,2 %	2,8 %	3,7 %
Möbel, Lampen & Dekoration	1.534	1.592	9,1 %	-5,5 %	3,8 %
Haushaltswaren & -geräte	1.748	1.966	17,3 %	4,1 %	12,5 %
Drogerie	785	975	29,9 %	14,0 %	24,2 %
Lebensmittel	666	866	32,7 %	25,1 %	30,0 %
Schmuck & Uhren	308	347	23,3 %	-6,6 %	12,4 %
Auto & Motorrad/ Zubehör	343	392	9,4 %	23,0 %	14,3 %
Spielwaren	368	416	15,1 %	9,2 %	13,0 %
Bürobedarf	234	257	8,2 %	11,5 %	9,4 %
Medikamente	329	407	20,3 %	29,1 %	23,5 %
Tierbedarf	513	588	11,7 %	20,2 %	14,8 %
Sonstiges	240	254	2,6 %	11,3 %	5,8 %

Waren im interaktiven Handel (E-Commerce + Bestellungen, Fax, oder schriftlich)	21.384	22.992	15.086	7.906	22.992
Onlineanteil in %	98,6 %	99,2 %	99,2 %	99,4 %	99,2 %
Waren im E-Commerce	21.090	22.815	14.958	7.857	22.815

Waren im interaktiven Handel (E-Commerce + Bestellungen, Fax, oder schriftlich & digitale Dienstleistungen)	22.513	24.846	16.474	8.372	2.4846
Digitale Dienstleistungen	1.129	1.854	1.388	466	1.854

Umsatzentwicklung mit Waren nach Versendern

(alle Angaben in Mio. Euro, inklusive USt.)

Versender	Q1/2021	Q1/2022	Veränderung		Veränderung zu Q1/'21 gesamt
			vor 24. Feb.	nach 24. Feb.	
MCV	3.015	3.297	11,8 %	5,1 %	9,3%
Online-Handel (IPP, APV, SHC)	6.768	7.292	11,8 %	0,6 %	7,8%
OMP	10.556	11.413	11,2 %	2,7 %	8,1%
HEV	576	652	21,4 %	-0,9 %	13,3%
TVS	141	127	-28,3 %	21,0 %	-10,3%
Sonstige	34	35	16,6 %	-22,8 %	2,3%

(**MCV**: Multichannel-Versender, **IPP**: Internet- Pure-Player, **APV**: Apothekensender, **SHC**: Shoppingclub, **OMP**: Online-Markplätze, **HEV**: Herstellerversender, **TVS**: Teleshopping)

Über die Studie

In der Verbraucherbefragung „Interaktiver Handel in Deutschland“ werden von Januar bis Dezember 40.000 Privatpersonen aus Deutschland im Alter ab 14 Jahren zu ihrem Ausgabeverhalten im Online- und Versandhandel und zu ihrem Konsum von digitalen Dienstleistungen (z. B. Reisen oder Ticketing) befragt. Die Endergebnisse der Studie werden am Anfang jeden Jahres veröffentlicht. Die heute vorgestellten Zahlen basieren auf der Auswertung des Zeitraums vom 1. Januar bis 24. Februar (russischer Angriff auf die Ukraine), und vom 25. Februar bis Ende März 2022. Die Studie wird durch die BEYONDATA GmbH durchgeführt.