

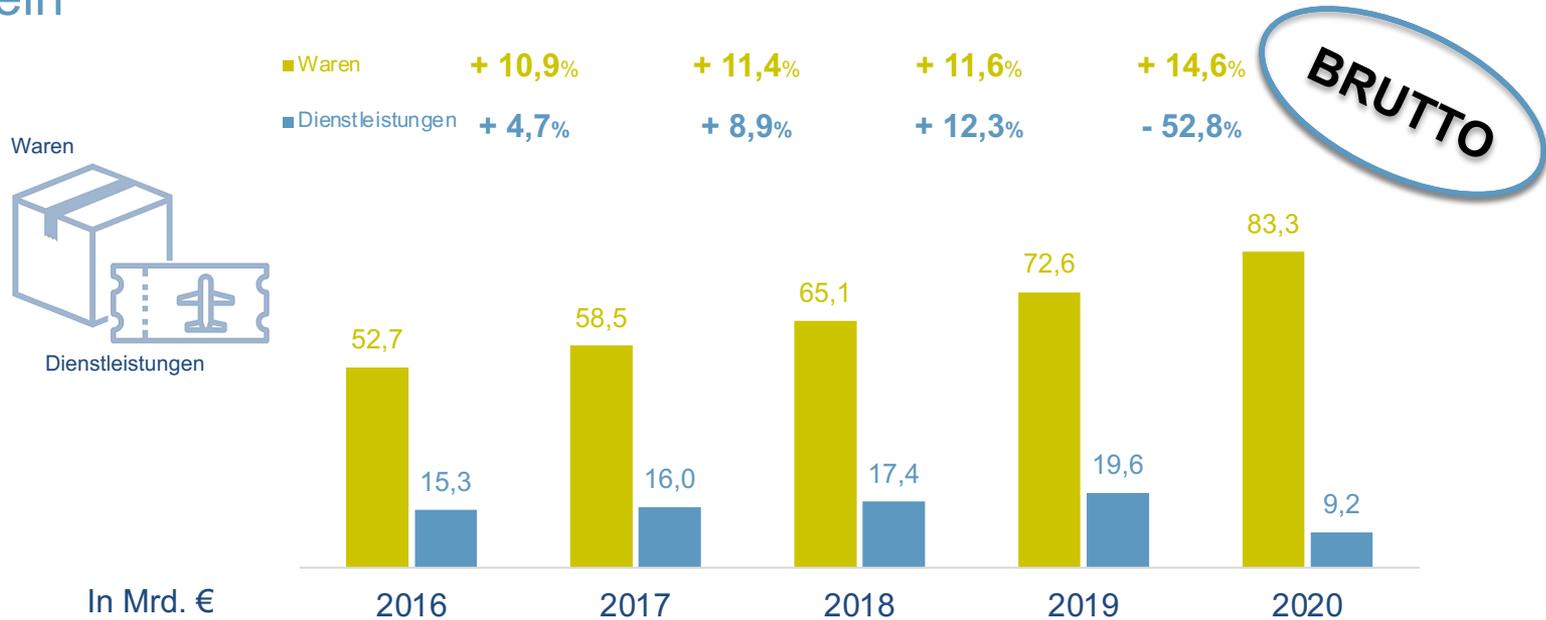
HERZLICH WILLKOMMEN ZUM BEVH-JAHRESPRESSEGESPRÄCH 2021

Gero Furchheim, Präsident des bevh und Sprecher des Vorstands der Cairo AG
Christoph Wenk-Fischer, Hauptgeschäftsführer des bevh
Martin Groß-Albenhausen, Stellv. Hauptgeschäftsführer des bevh

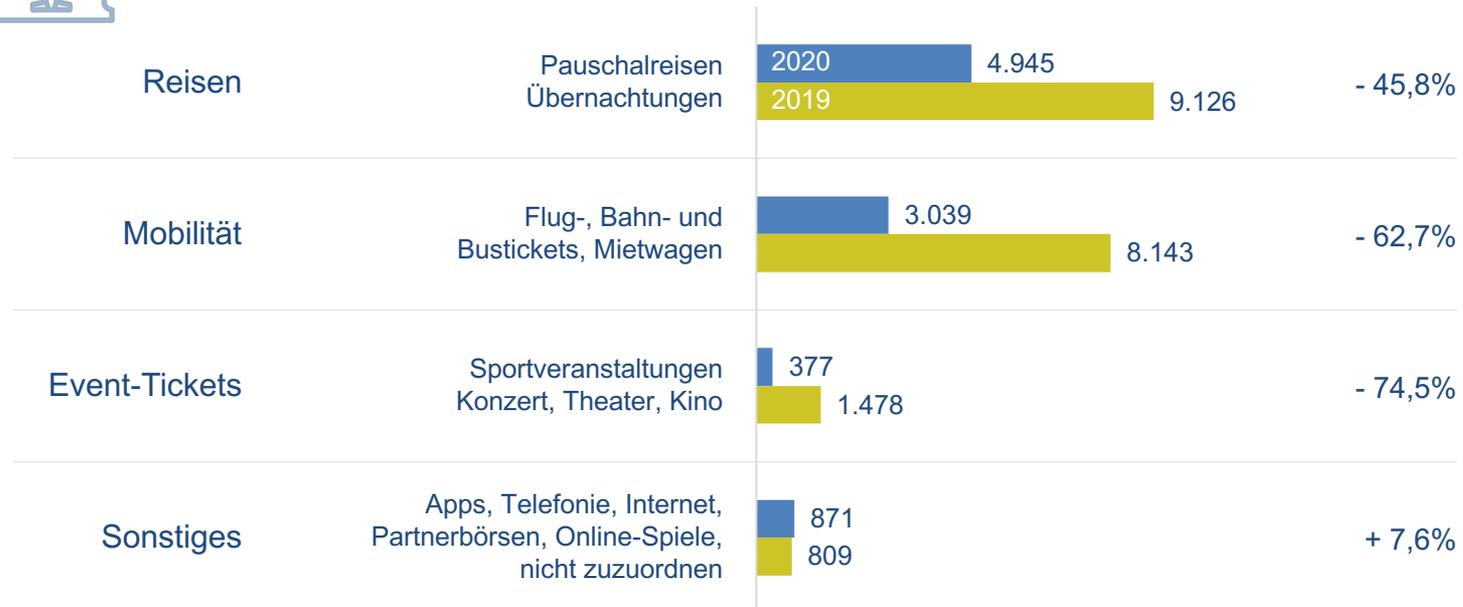
TEIL I: CORONA – TIPPING POINT IM HANDEL

WACHSTUM WAREN UND DIENSTLEISTUNGEN

Waren wachsen stark, Dienstleistungen brechen 2020 vs. 2019 ein



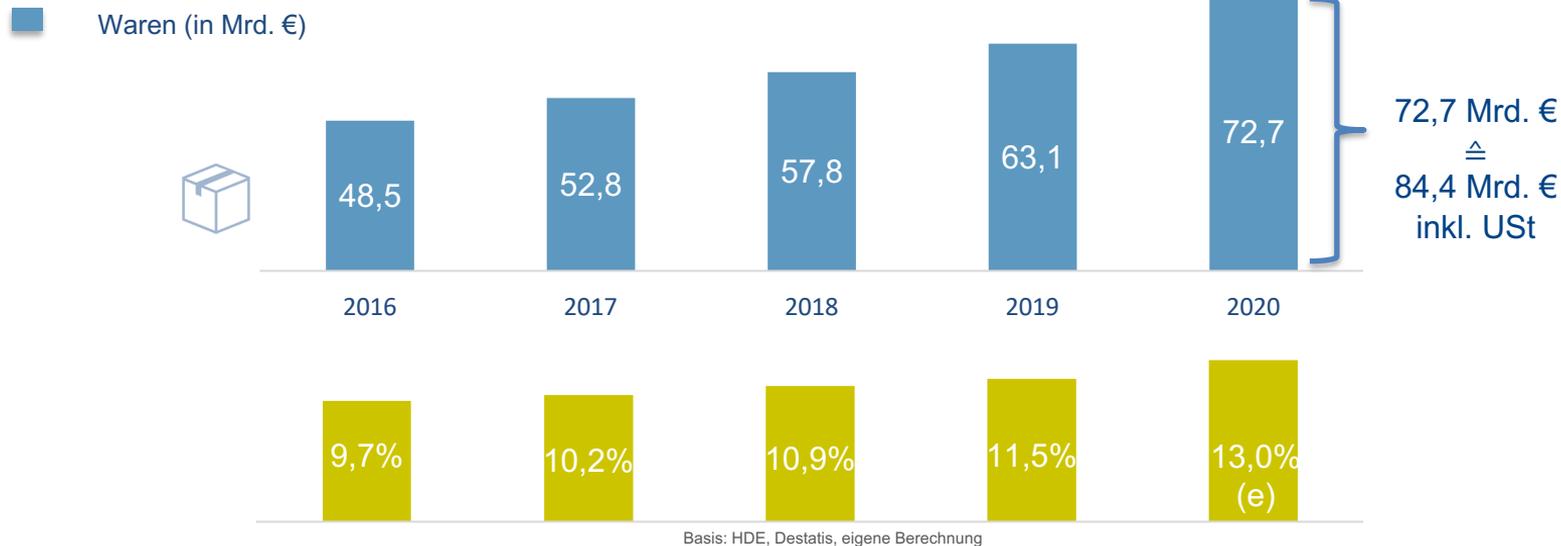
Dienstleistungsgruppen nach Volumina 2020 vs. 2019



Anteil des E-Commerce am Einzelhandel

bevh-interne Berechnung der Netto-Vergleichswerte und des Anteils am Einzelhandel

NETTO



Anteil des E-Commerce am Einzelhandel ohne Lebensmittel

bevh-interne Berechnung der Netto-Vergleichswerte und des Anteils am Einzelhandel OHNE Lebensmittel



Basis: HDE, Destatis, eigene Berechnung

QUARTALSÜBERSICHT

Das vierte Quartal 2020 zeigt sich mit Abstand am stärksten

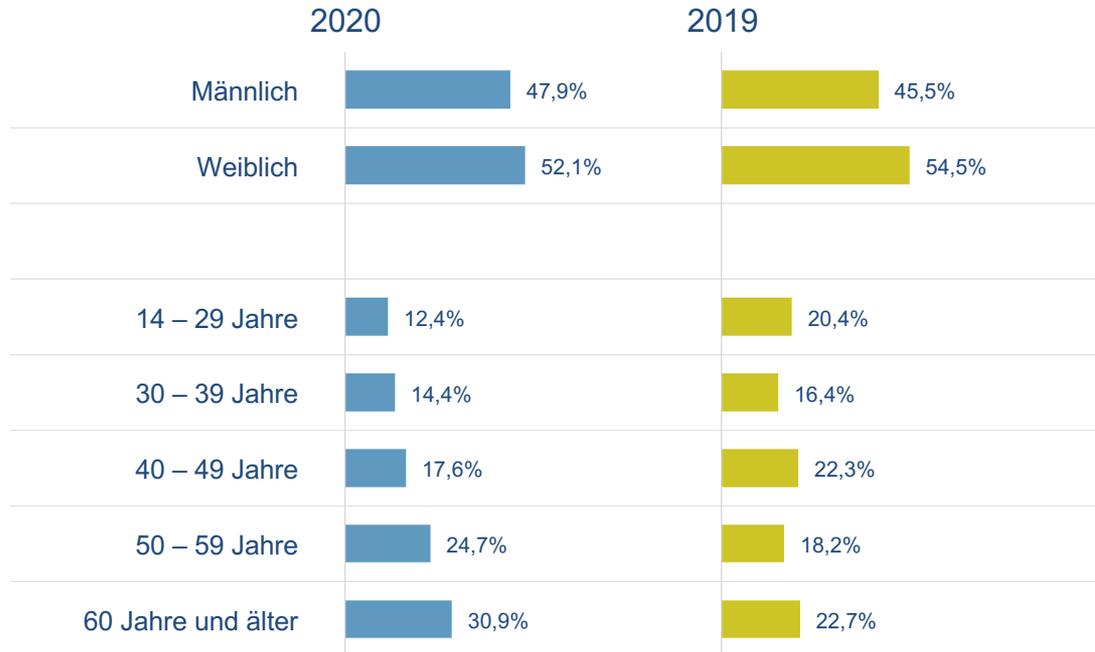


Mehr Parität zwischen den Geschlechtern in der Kundenstruktur

Die Altersgruppe 50+ verzeichnet 2020 ein deutliches Wachstum



E-Commerce

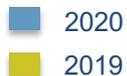
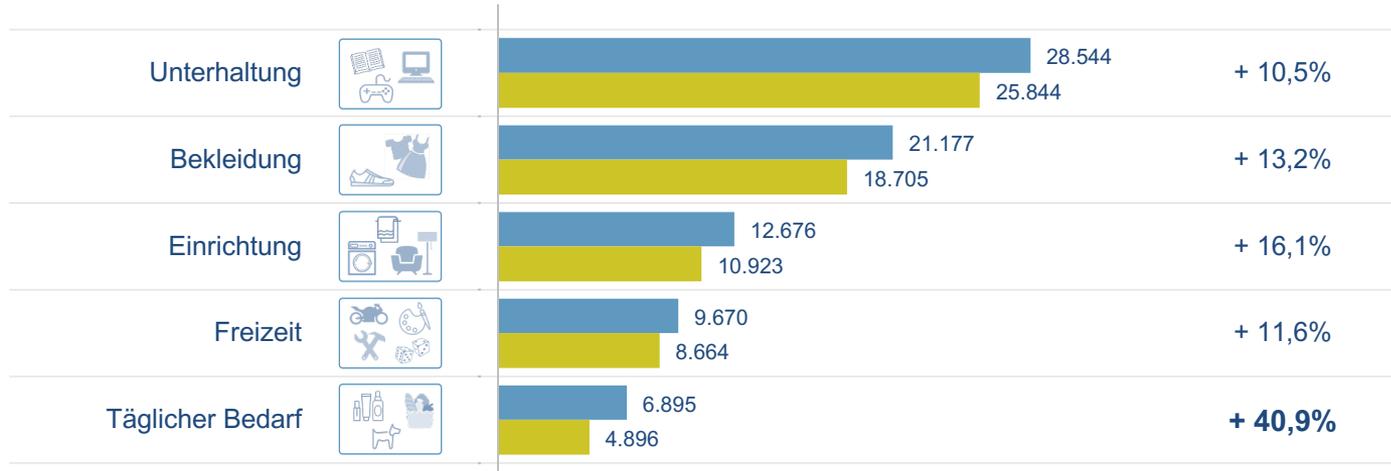


Warengruppe „Unterhaltung“ mit größtem Umsatz

„Täglicher Bedarf“ mit stärkstem Wachstum 2020 vs. 2019

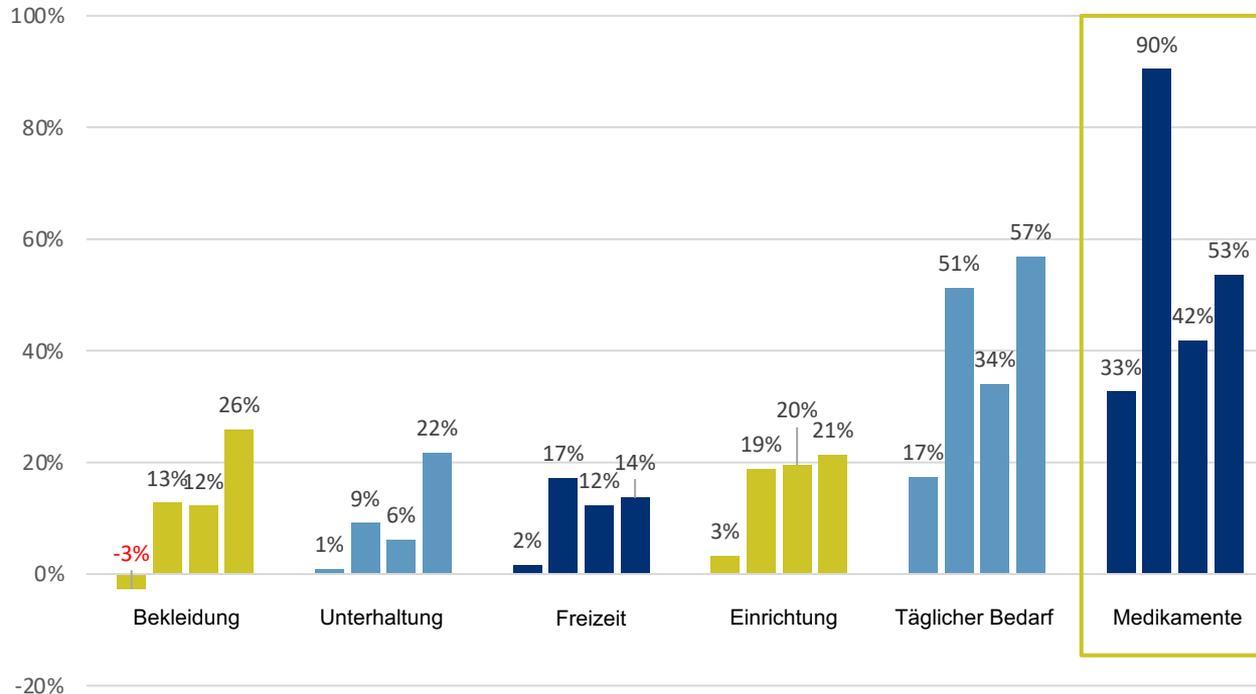


In Mio. €



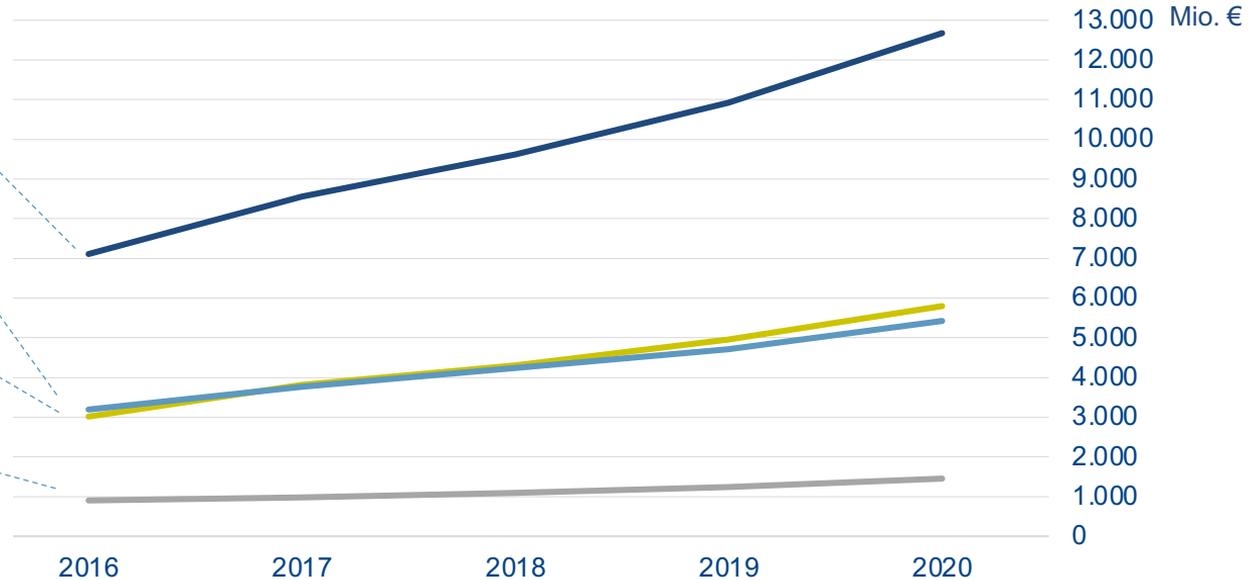
Umsatzveränderung je Warengruppe nach Quartalen 2020

Nicht jede Kategorie profitiert gleichmäßig



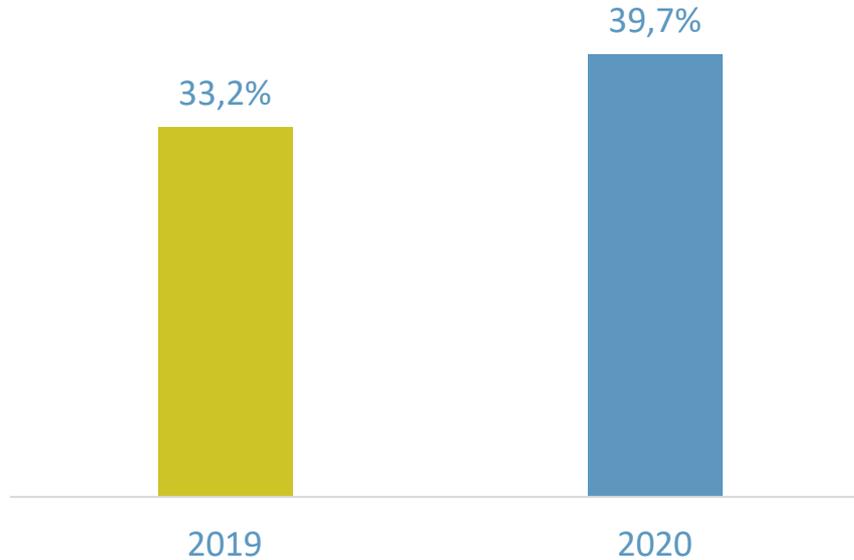
Besonderer Blick auf die Warengruppe "Einrichtung"

Der Umsatz hat sich innerhalb von fünf Jahren nahezu verdoppelt



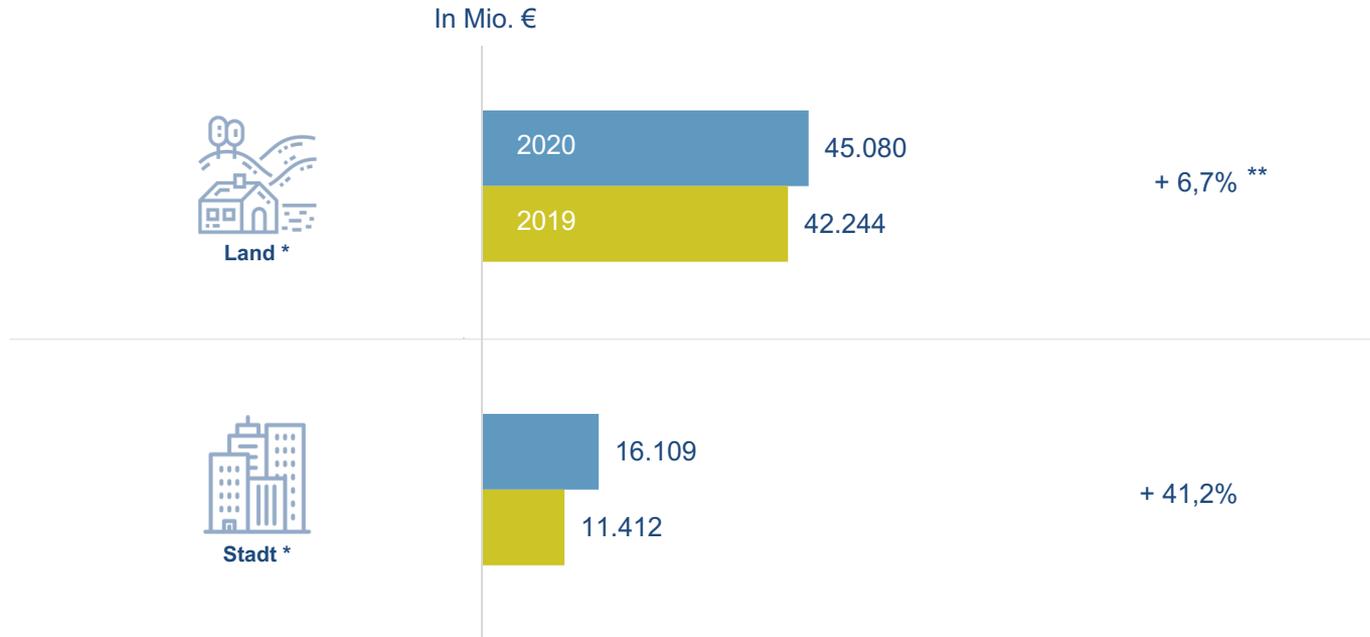
Bestellfrequenz stark ansteigend

Mehr als ein Kauf in den vergangenen sieben Tagen



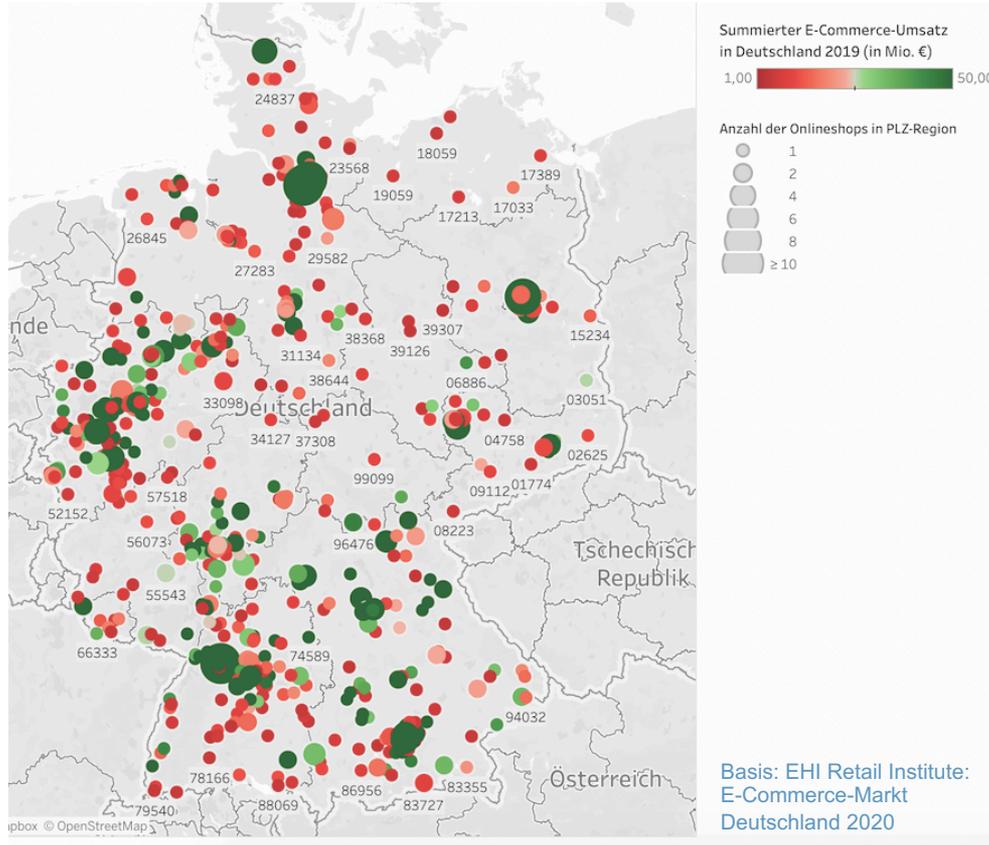
Warengruppen Volumina nach Land/Stadt*

2019 vs. 2020



Top 1000 Händler in Deutschland

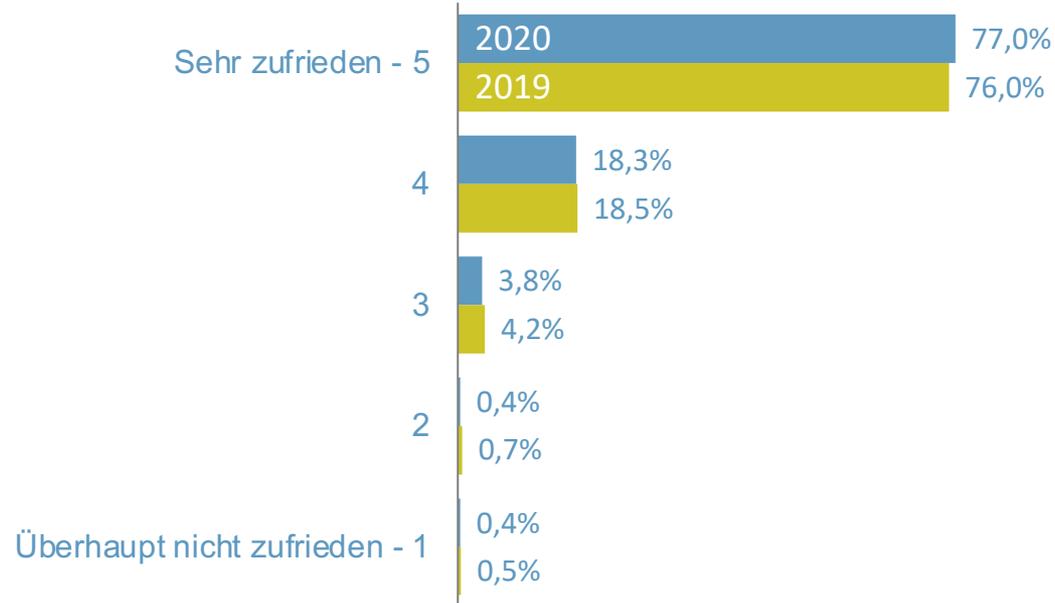
Räumliche Verteilung der E-Commerce-Händler



Lesebeispiel: Ein großer dunkelgrüner Punkt bedeutet, dass in dem entsprechenden Postleitzahlengebiet mehr als 10 Shops mit einem Umsatz von mehr als 50 Mio. Euro ansässig sind.

Zufriedenheit mit dem Onlinekauf steigt weiter

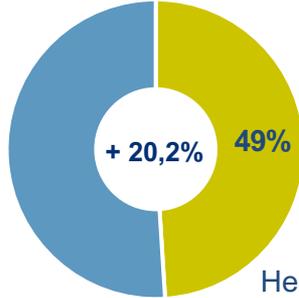
Starke Branchenleistung in der Pandemie



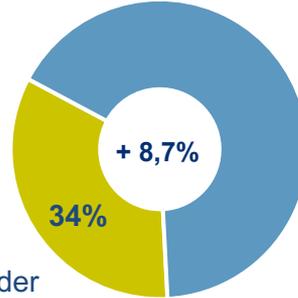
Umsätze auf Online-Marktplätzen wachsen am stärksten | Wachstum liegt bei über 20 Prozent



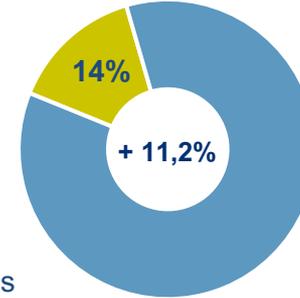
Online-Marktplätze
40,8 Mrd. €



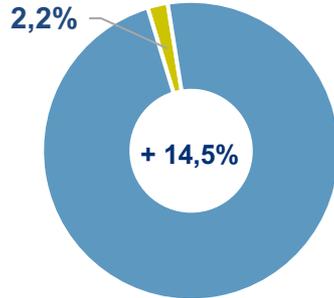
Multichannel *
28,0 Mrd. €



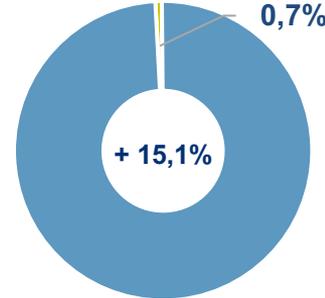
Internet-Pure-Player
12,0 Mrd. €



Hersteller-Versender
1,8 Mrd. €



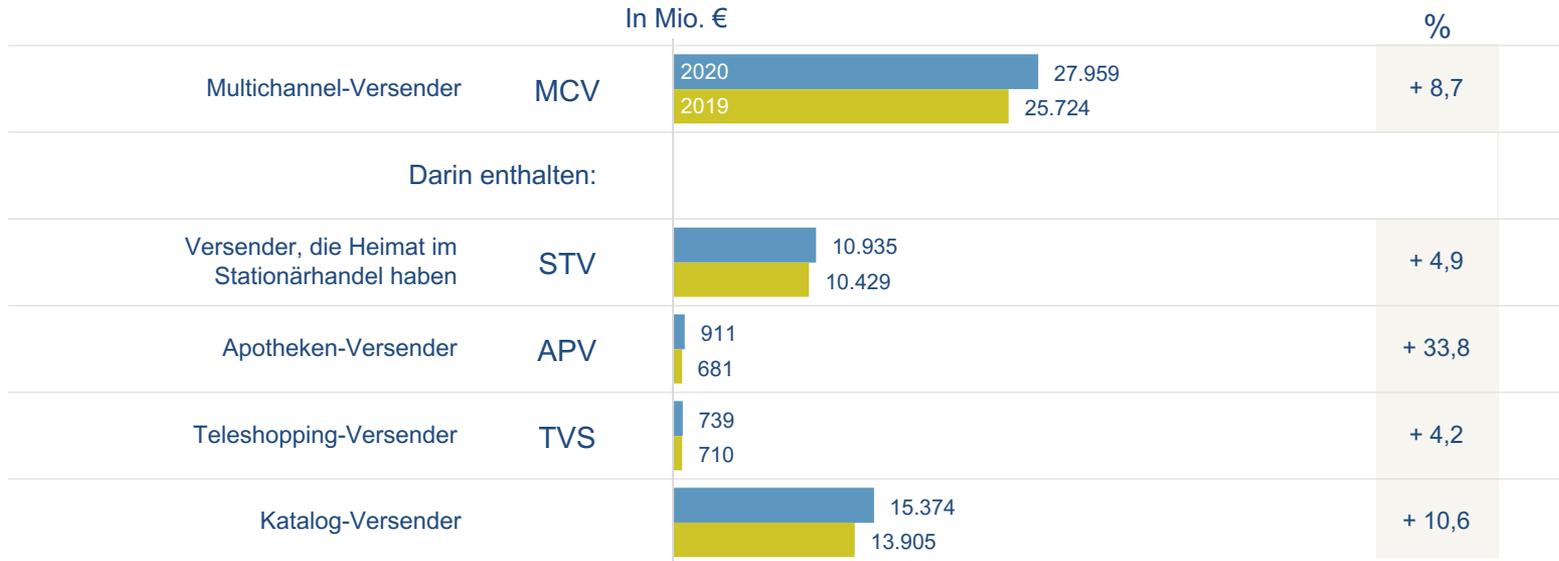
Shopping Clubs
0,5 Mrd. €



Marktwachstum
14,6 %

Multichannel ist...

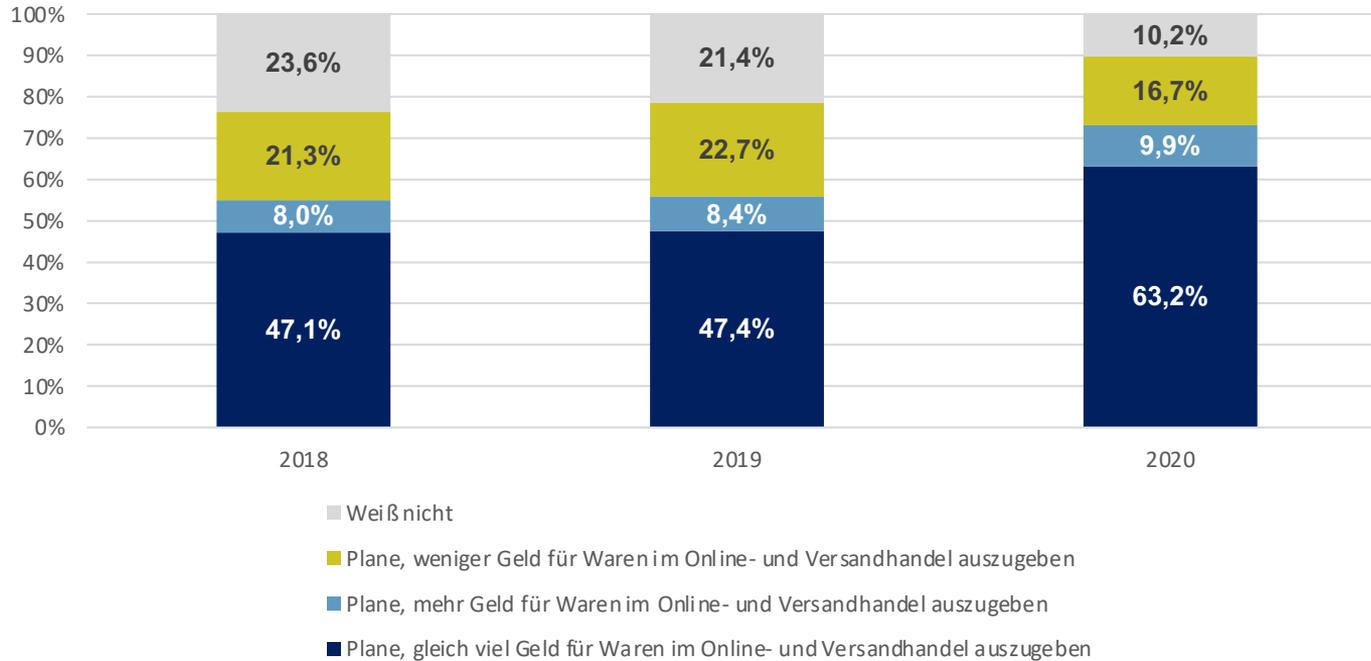
Die Versendertypologien im Blick



TEIL II: DER HANDEL DER ZUKUNFT

Tipping Point: Kein Weg mehr zurück

Drei von vier Kunden wollen künftig genauso viel oder mehr kaufen



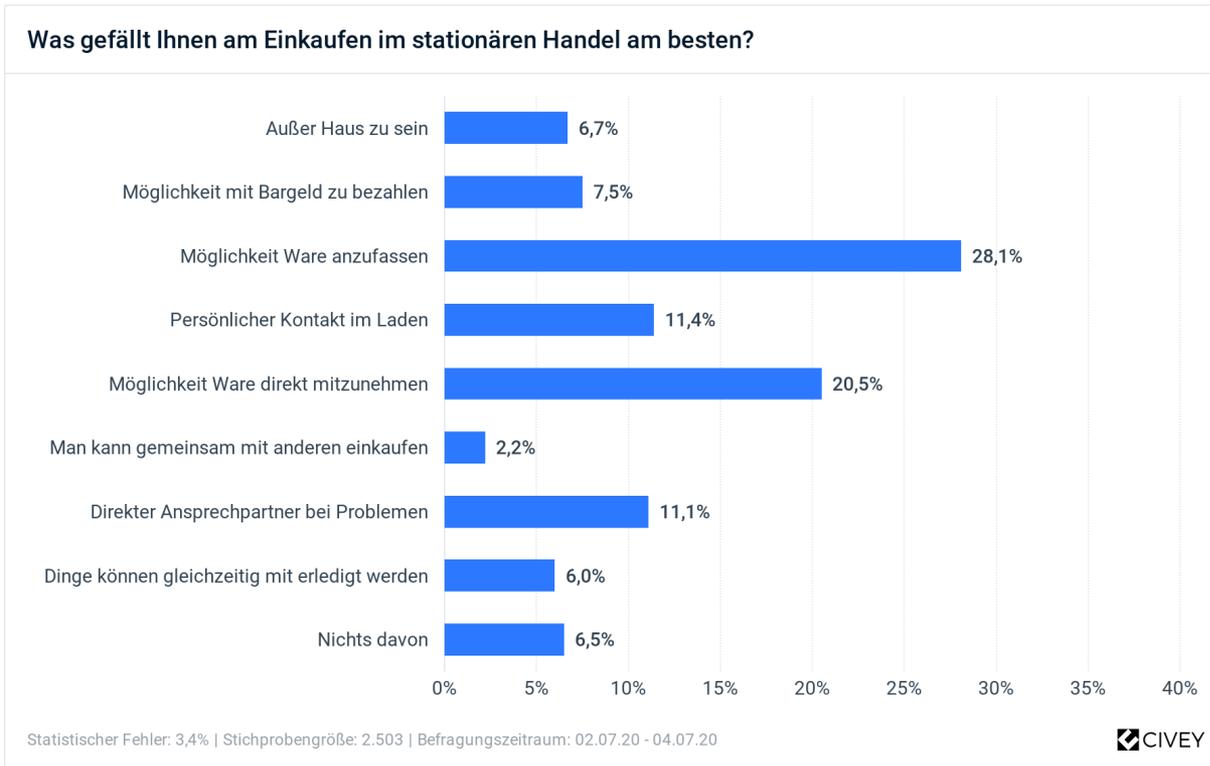
Tipping Point: Kein Weg mehr zurück E-Commerce als Kern des Handelsgeschäfts

„Bislang gilt Douglas vorwiegend als Einzelhändler mit vielen Filialen. Künftig drehen wir das Ganze bewusst um und sagen: Douglas ist ein Onlinehändler, der auch ein erfolgreiches stationäres Geschäft hat.“

Tina Müller, CEO, Douglas

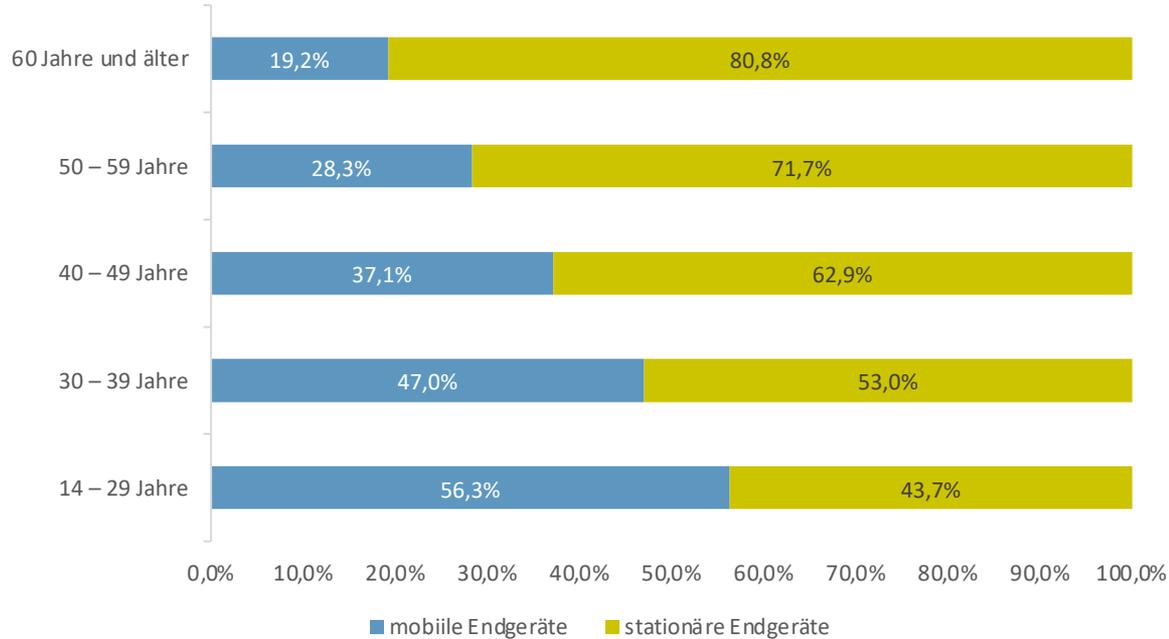
Der Laden als Touchpoint im E-Commerce

E-Commerce Prozesse werden den Handel prägen



Die Zukunft des Handels ist offen für alle

Mobile Commerce auf dem Sprung



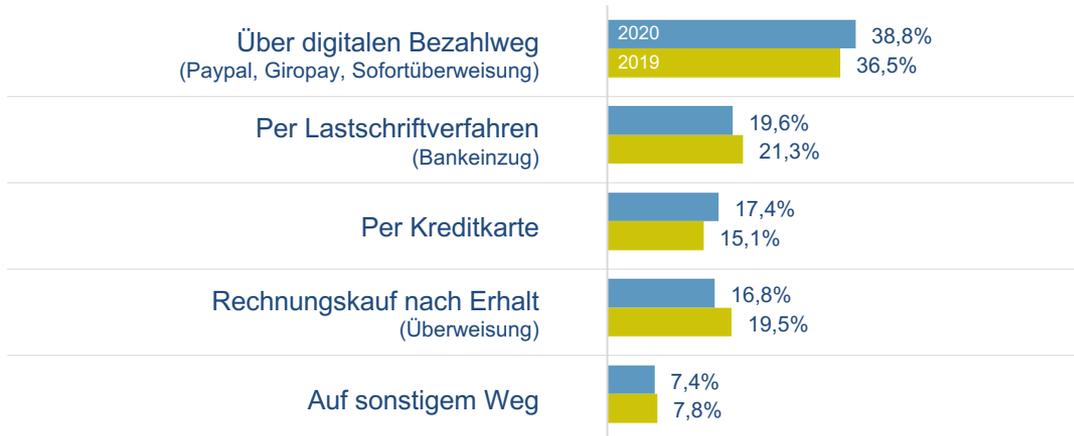
Wie sieht die Zukunft des Handels aus?

Die Zukunft des Handels ist offen für alle Social Networks – der unkomplizierte Einstieg



Die Zukunft des Handels ist sicher

Blick auf den Bezahlweg



Wie sieht die Zukunft des Handels aus?

Die Zukunft des Handels ist persönlich

Nähe 4.0 durch VR-Anwendungen



Smart Devices

Interesse an Smart Digital Assistants nimmt zu



Ich würde gern digitale Assistenten, wie z.B. Google Home, Siri, Amazon Alexa oder Cortana auch zum Bestellen nutzen.

2019

11,4%

2020

14,2%

TEIL III: VOM E-COMMERCE ZUM HANDEL IN EINER DIGITALEN GESELLSCHAFT

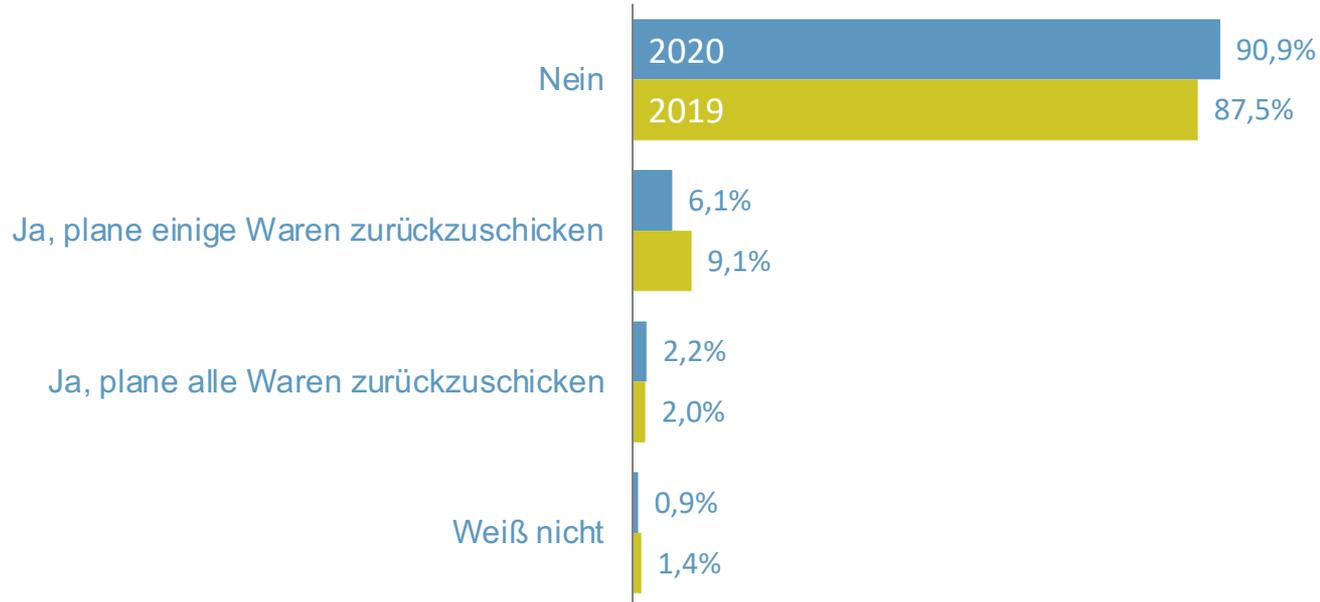
Blick auf die nationalen und internationalen regulatorischen Ansätze

Keine Hemmnisse für Innovationen durch Überregulierung



Stichwort Retouren

Retourenabsicht sinkt im Vorjahresvergleich



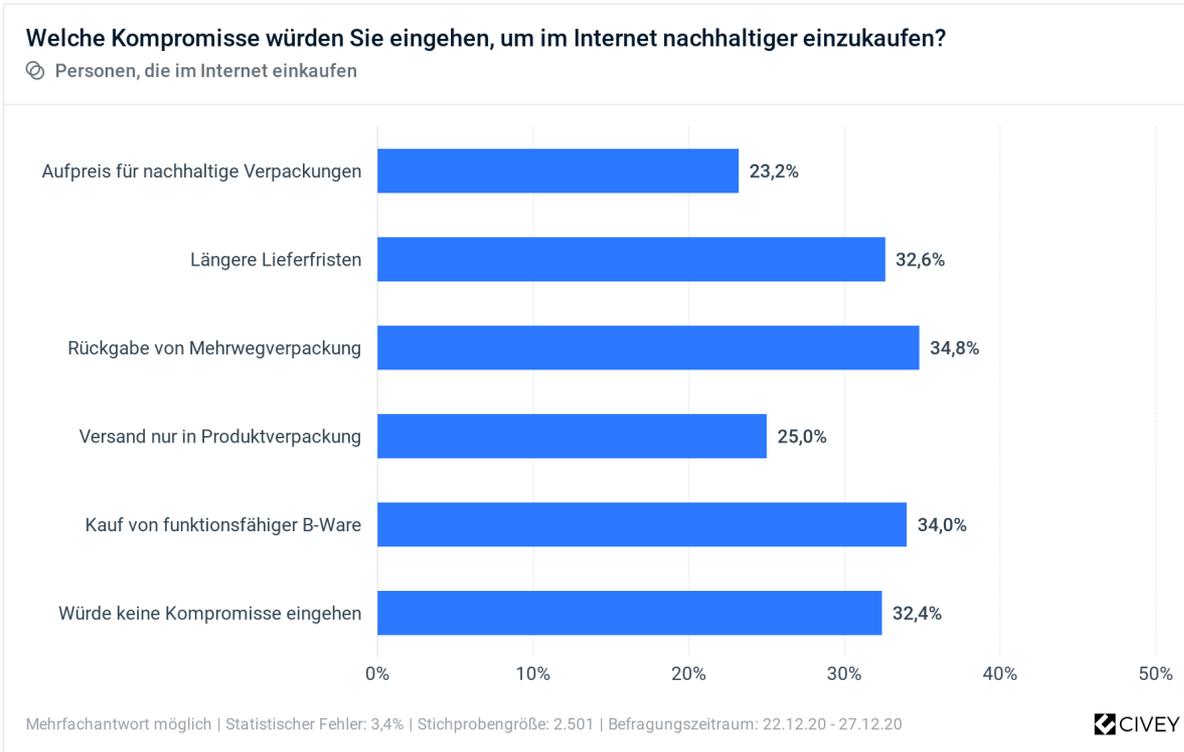
Stichwort Nachhaltigkeit

Nachhaltiges Verhalten der Händler immer stärker im Fokus

Knapp 25 Prozent der Verbraucherinnen und Verbraucher setzen beim Einkauf im Internet auf Händler, die ihre Nachhaltigkeitskriterien erfüllen.

Stichwort Nachhaltigkeit

Für nachhaltigen Konsum werden Kompromisse eingegangen



bevh-Forderungen an die Politik

E-Commerce Branche muss auch weiterhin innovativ bleiben können

Keine Überregulierung

**Mehr experimentieren
und beteiligen: Politik
aus dem Reallabor**

**Digitalisierungsfreundliche
Wirtschaftspolitik**

Forderungen des bevh

**Unterstützung von
Innovation statt Restauration**

**Innovative, soziale und
machbare Konzepte für
Stadt und Land**

**Europa und internationale
Partnerschaften stärken**

Prognose für das Jahr 2021

Was erwarten wir für die Branche in den kommenden 12 Monaten



Der **E-Commerce-Umsatz mit Waren** wird im Jahr 2021 voraussichtlich ein Wachstum von **12,5 Prozent** erreichen.



Das moderate zweistellige prozentuale Wachstum wird dazu führen, dass der **E-Commerce mit Waren und Dienstleistungen die Grenze von 100 Mrd. Euro sicher überspringen** wird.