Online retail sales to reach 40 billion in 2014 for the first time

Online sales to increase by 22 per cent YoY in 2014. Every other German (37 million) has made an online purchase in 2013. By European comparison, Germany's online spendings are the second highest behind Great Britain's.

Studie: Umsatz im Online-Handel steigt 2014 erstmals auf über 40 Milliarden Euro

- Anstieg des Online-Umsatzes 2014 um 22 Prozent im Vergleich zum Vorjahr
- Jeder zweite Deutsche (37 Millionen) kaufte 2013 im Internet ein
- Im europäischen Vergleich liegt Deutschland bei den Online-Ausgaben hinter den Briten auf Platz zwei

Der deutsche Online-Handel verzeichnete 2013 mit rund 34,3 Milliarden Euro ein erfolgreiches Jahr und machte damit 8,1 Prozent des deutschen Gesamthandelsvolumens aus. Auch für 2014 ist ein weiteres Wachstum von rund 22 Prozent und damit ein Gesamtumsatz von 41,85 Milliarden Euro zu erwarten – das entspricht dann einem Anteil von 9,7 Prozent am gesamten Handelsvolumen. Das ergab eine internationale Untersuchung im Auftrag von deals.com (www.deals.com), dem Portal für kostenlose Gutscheine und Rabatte. Der Gesamtumsatz in Europa wird für 2014 mit einem Anstieg von 18 Prozent auf 155,3 Milliarden Euro prognostiziert (2013 waren es noch 131,6 Milliarden Euro). Den größten Anteil der Online-Ausgaben nehmen dabei die drei großen E-Commerce-Märkte Großbritannien, Deutschland und Frankreich mit insgesamt 81 Prozent ein. Die Wachstumskurve ist damit aber längst noch nicht am Ende angelangt. Experten sagen auch für 2015 einen weiteren Anstieg des Online-Umsatzes in Deutschland auf dann 49,8 Milliarden Euro voraus.

Immer mehr und immer vollere Online-Warenkörbe

Im vergangenen Jahr hat jeder Deutsche durchschnittlich 419 Euro im Internet ausgegeben, 2014 werden hier sogar 511 Euro erwartet. Heruntergebrochen nur auf die E-Shopper in Deutschland (37 Millionen) bestellte jeder dieser Online-Kunden innerhalb des Jahres sogar Waren im Wert von 927 Euro. Für 2014 erwarten die Experten einen weiteren Anstieg auf dann 1.131 Euro pro Kopf und damit zum ersten Mal auf mehr als Tausend Euro pro Käufer. Zum Vergleich: 2012 betrug die Einkaufssumme nur 666 Euro.

„Der E-Commerce-Markt in Deutschland ist noch längst nicht gesättigt. Mit 2014 wird im Online-Handel ein weiteres Wachstumsjahr erwartet“, so Tobias Conrad, General Manager bei deals.com. „Die insgesamt niedrigeren Preise und Angebote gerade in Online-Shops kombiniert mit der bequemen Art einzukaufen, locken immer mehr Käufer ins Internet. So werden auch in Zukunft noch mehr Unternehmen von diesem wachsenden Markt profitieren.“

Im europäischen Vergleich steht Deutschland nur den Briten nach

Die durchschnittliche Ausgabe von 419 Euro pro Kopf im Jahr 2013 ist der zweithöchste Wert innerhalb der untersuchten Länder in Europa, der im Schnitt bei 343 Euro liegt. Mit 727 Euro an durchschnittlichen Ausgaben für Online-Einkäufe hat Großbritannien die Nase weit vorn, an dritter Stelle liegt Frankreich mit 408 Euro pro Kopf. Die bisher geringsten Ausgaben im Online-Sektor innerhalb der untersuchten Länder sind in Polen (90 Euro pro Kopf) und Italien (87 Euro pro Kopf) zu verzeichnen.

Im Vergleich mit den USA allerdings fallen die europäischen Zahlen im Durchschnitt dennoch eher gering aus. Der Anteil der E-Shopper ist dort bereits größer: Kaufen in Europa lediglich 45 Prozent online ein, sind es in den USA mit 55 Prozent bereits mehr als die Hälfte der Bevölkerung. Der Einkaufswert pro Kopf ist mit 623 Euro im Schnitt in den USA fast doppelt so hoch wie bei Einkäufen der Europäer (343 Euro).

Zur Umfrage:

Die internationale Studie wurde von deals.com in Zusammenarbeit mit dem Centre for Retail Research in neun Ländern (Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Italien, Niederlande, Polen, Schweden, Spanien und den USA) im Februar 2014 realisiert. Die Studie wurde in allen Märkten auf Grundlage gleicher Kriterien bewertet. Dabei wurden umfangreiche statistische Analysen des E-Commerce Marktes erstellt, zahlreiche Handelsstatistiken ausgewertet, Telefoninterviews mit über 100 führenden Händlern sowie eine repräsentative Befragung unter insgesamt 9.000 Befragten (darunter 1.000 deutsche Konsumenten) durchgeführt.

Ausführliche Ergebnisse der Umfrage sind unter folgendem Link einzusehen:
http://www.deals.com/internationale-e-commerce-studie-2014

Über deals.com

deals.com bietet auf einer Plattform übersichtlich und tagesaktuell Gutscheine und Rabatte von über 1.500 Online-Händlern. Markenartikel aus zahlreichen Branchen wie Mode, Elektronik, Restaurants oder Reisen können mit Hilfe von Gutscheincodes, Rabattangeboten oder anderen Aktionen sofort günstiger erworben werden. deals.com ging im Mai 2012 an den Start und hat seinen Hauptsitz in Berlin. deals.com gehört zu RetailMeNot, Inc., dem weltweit größten Marktplatz für digitale Gutscheine. RetailMeNot, Inc. wurde 2009 in Austin, Texas (USA), gegründet und betreibt neben deals.com führende Gutscheinportale in den USA und Kanada (RetailMeNot), UK (VoucherCodes), den Niederlanden (Actiepagina) und Frankreich (Bons-de-Reduction, Poulpeo und ma-Reduc). RetailMeNot, Inc. ging im Juli 2013 an die Börse und ist an der NASDAQ unter dem Kürzel „SALE“ gelistet.

Folgen Sie deals.com auf Facebook und Twitter.

Pressekontakt deals.com

Juliane Saleh-Büttner

presse@deals.com

PR-Agentur deals.com

markengold PR

Katarzyna Rezza Vega

Tel: +49 (0)30 – 219 159 60

presse@deals.com

---

https://retailmenot.mediaroom.com/dealscom-ecommerce-survey