iwd

Der Informationsdienst
des Instituts der deutschen Wirtschaft

E-Commerce | 23.12.2021 | Lesezeit 3 Min.

Pandemie verstärkt Trend zum Online-Shopping

Zwar ist der Online-Handel in Deutschland bereits vor der Corona-Krise stärker gewachsen als der gesamte Einzelhandel, die Pandemie hat den Trend zum E-Commerce aber weiter beschleunigt. Viele Händler reagieren auf diesen Strukturwandel mit neuen Strategien.

Der Online-Handel in Deutschland boomt seit Jahren. Schon vor der Corona-Pandemie wuchs das Geschäft im Netz stärker als der gesamte Einzelhandel – der Umstand, dass viele Geschäfte lange Zeit nur mit Termin und limitierter Kundendichte betreten werden durften oder gar über Monate komplett schließen mussten, hat den Trend zum E-Commerce aber nochmals stark beschleunigt.

> Die Corona-Pandemie sorgte seit 2020 für einem geschätzten Mehrumsatz im Online-Geschäft von gut 36 Milliarden Euro.

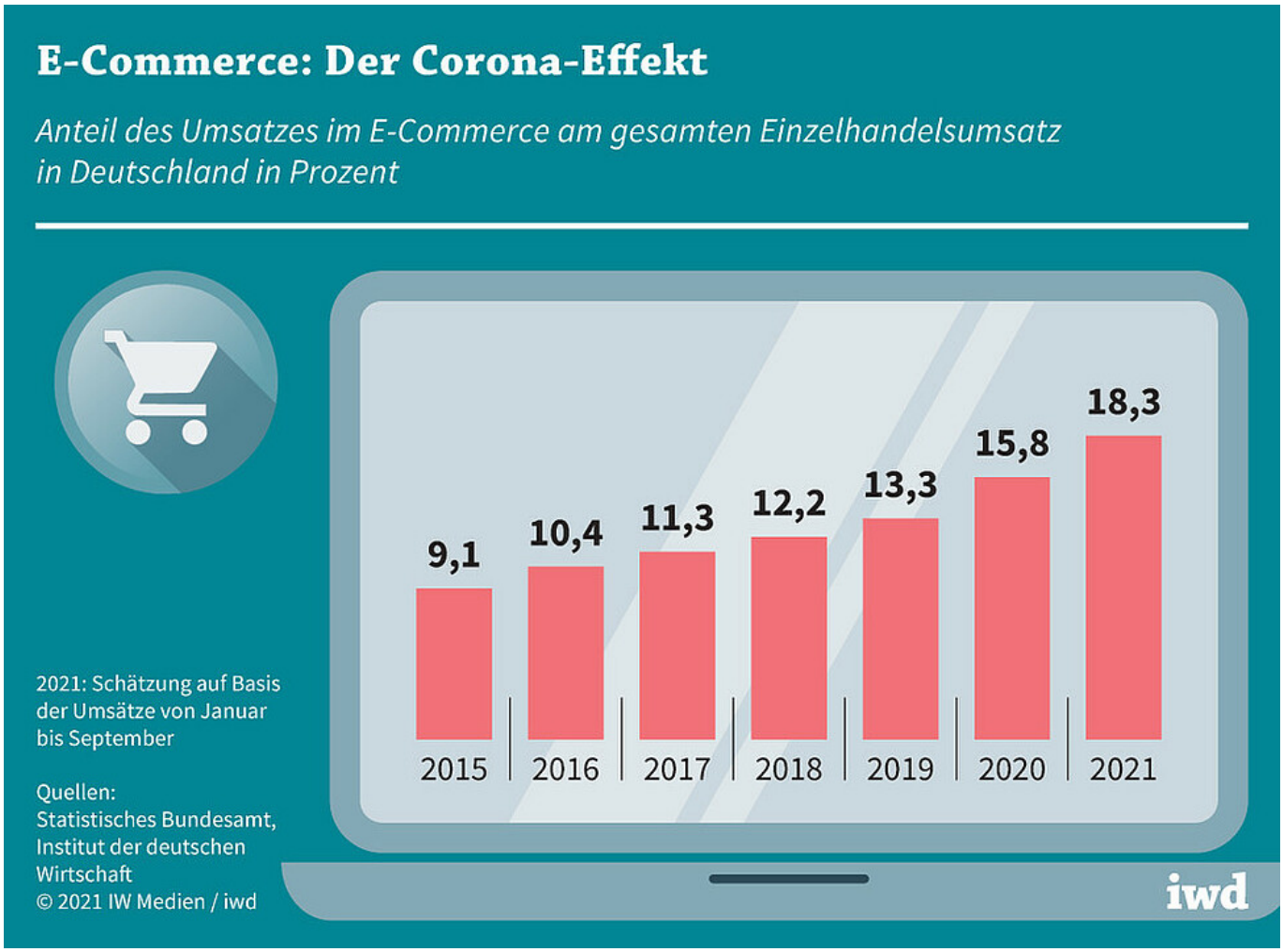
Die Einzelhändler in Deutschland konnten 2019 – dem letzten Jahr ohne Corona-Einschränkungen – laut Statistischem Bundesamt einen Gesamtumsatz von rund 595 Milliarden Euro verbuchen, davon entfiel mit gut 79 Milliarden Euro etwas mehr als ein Achtel auf den Online-Handel. Für die Jahre 2020 und 2021 hat das Amt zwar noch keine Gesamtjahreswerte veröffentlicht, diese lassen sich anhand der verfügbaren

monatlichen Wachstumsraten jedoch grob berechnen:

Der Gesamtumsatz im Einzelhandel stieg in den vergangenen beiden Jahren schätzungsweise um rund 9 Prozent auf gut 648 Milliarden Euro an – der Umsatz im E-Commerce wuchs dagegen um fast die Hälfte und erreicht 2021 voraussichtlich knapp 119 Milliarden Euro.

Die Zahlen deuten den Corona-Effekt auf die Entwicklung der Einzelhandelsbranche an. Noch deutlicher wird dieser, wenn man den Anteil des Umsatzes im E-Commerce am gesamten Einzelhandelsumsatz in Deutschland betrachtet (Grafik):

Während der Anteil von 2015 bis 2019 durchschnittlich um 1 Prozentpunkt pro Jahr wuchs, stieg er seit Ausbruch der Pandemie im Schnitt jährlich um 2,5 Prozentpunkte.



Mittlerweile macht das Online-Geschäft mehr als 18 Prozent des Einzelhandels aus – somit wird in der Branche nahezu jeder fünfte Euro über das Internet ausgegeben.

Hätten sich dagegen die durchschnittlichen Wachstumsraten der Jahre 2016 bis 2019 im E-Commerce weiter fortgesetzt, läge dessen Gesamtumsatz auch 2021 noch unter der 100-Milliarden-Euro-Marke. Insgesamt sorgte die Pandemie seit 2020 für einen geschätzten Mehrumsatz im Online-Geschäft von gut 36 Milliarden Euro.

Noch nicht in den Zahlen enthalten sind darüber hinaus die aktuellen Entwicklungen der vergangenen drei Monate, in denen die Corona-Maßnahmen wieder verschärft wurden – beispielsweise blieben die Weihnachtsmärkte, traditionell beliebte Orte zum Kauf von Geschenken, in vielen Bundesländern geschlossen. Somit dürfte der Trend zum Online-Handel im gesamten Jahr 2021 sogar eher noch stärker ausfallen.

Langfristiger Strukturwandel

Doch auch wenn sich die Lage in den Innenstädten wieder normalisiert, ist nicht mit rückläufigem Online-Shopping zu rechnen. Denn die Entwicklung ist nur teilweise umkehrbar: Wenn ein Konsument ein Konto bei einem Online-Händler eröffnet oder eine Shopping-App heruntergeladen hat und mit den digitalen Abläufen vertraut ist, steigt die Wahrscheinlichkeit, dass er auch in Zukunft auf die Einkaufsmöglichkeiten im Netz zurückgreift. Die Vorteile liegen auf der Hand: Die Menschen schätzen beim Online-Kauf die oftmals größere Produktauswahl und Bequemlichkeiten wie die Zeitersparnis, die Lieferung nach Hause und die Unabhängigkeit von Öffnungszeiten.

Der Einzelhandel befindet sich damit mitten in einem Strukturwandel, der kaum aufzuhalten ist. Das Internet ist für den stationären Handel auf der einen Seite ein Konkurrent, bietet auf der anderen Seite aber auch neue Möglichkeiten für die Händler, da sie deutschlandweit Kunden erreichen und auf ihr Sortiment aufmerksam machen können.

Laut einer Befragung des Handelsverbands Deutschland im Januar 2021 verkauft bereits gut jeder dritte Einzelhändler seine Produkte über einen vorhandenen oder neu eingerichteten eigenen Online-Shop. Drei von fünf Einzelhändlern nutzten im Lockdown Social-Media-Kanäle, um auf ihr Sortiment, besondere Aktionen oder Ähnliches aufmerksam zu machen. Eine solche Strategie, die den klassischen Verkauf über die Ladentheke um digitale Kanäle ergänzt, kann auch in Zukunft ein Erfolg versprechender Weg sein.

Kernaussagen in Kürze:

- Der Gesamtumsatz im Einzelhandel stieg 2020 und 2021 schätzungsweise um

rund 9 Prozent – der Umsatz im E-Commerce wuchs in diesem Zeitraum dagegen um fast die Hälfte.
- Mittlerweile macht das Online-Geschäft mehr als 18 Prozent des Einzelhandelsumsatzes aus – nicht zuletzt aufgrund der Corona-Pandemie.
- Auch wenn sich die Lage wieder normalisiert, ist nicht mit rückläufigem Online-Shopping zu rechnen. Der Einzelhandel befindet sich mitten in einem Strukturwandel, der kaum aufzuhalten ist.