

Virtueller Bekleidungshandel im Aufwind



Der Versandhandel boomt. Kataloggeschäft, Online- und Teleshopping sind im Jahr 2010

weiter gewachsen. Von der Entwicklung profitiert vor allem die Bekleidungsindustrie. Sie ist unbestrittene Nummer 1 im Distanzhandel. Aber auch Möbel und Dekorationsartikel legen gewaltig zu. Und die Vorzeichen stehen weiterhin gut. Soziale Netzwerke und der Trend zum mobilen Shopping werden den nicht stationären Handel weiter beflügeln.

Bester Dinge präsentierte der Bundesverband des Deutschen Versandhandels (bvh) am 23. Februar 2011 in Hamburg seinen Jahresbericht „Distanzhandel in Deutschland 2010“. Die positive Grundstimmung hat Gründe. Der Distanzhandel vermeldet seit Jahren einen kontinuierlichen Umsatzzuwachs. Er ist innerhalb des letzten Jahres erneut um über fünf Prozent gestiegen. In 2010 hat der Handel per Katalog, im Internet und über Fernsehkanäle die 30-Milliarden Euro-Hürde überschritten.



Einen wesentlichen Anteil an dieser Entwicklung trägt das Internet. Online-Bestellungen

machen inzwischen etwa 60 Prozent des Branchenumsatzes aus. Im Jahr 2010 wurden Waren im Wert von 18,3 Milliarden Euro über virtuelle Verkäufe getätigt. Von diesem Trend hat vor allem der Verkauf in der Warengruppe Bekleidung/Textilien/Schuhe profitiert. Zwar waren die Gesamtumsätze in 2010 erstmals rückläufig (der leichte Einbruch geht nach Ansicht der bvh-Experten noch auf die Auswirkungen der Auflösung von Quelle zurück). Dafür hat das Online-Geschäft aber weiter zugelegt (+ 4,3%).

Mobile Shopper

Die insgesamt positive Entwicklung des Versandhandels ist, einer vom bvh beauftragten Studie zufolge, mehreren Faktoren geschuldet. Auf der einen Seite ist der Katalog nach wie vor ein wichtiges Informationsmedium. Menschen aller Altersklassen nutzen die gedruckte Produktübersicht, bevor sie online einkaufen. Auf der anderen Seite gehen viele Menschen im Alter zwischen 19 und 39 Jahren ins Internet, um sich vor dem Kauf im Handel über eine bestimmte Ware zu informieren. Auf der Suche nach Informationen bedienen sie sich allerdings nicht mehr nur der Herstellerdaten und e-Kataloge. Bei der Vorentscheidung spielen soziale Netzwerke, Blogs und Internetforen eine zunehmende Rolle. Unterstützt wird dieser Trend durch die wachsende Zahl der Smart-Phones. Sie ermöglichen Einkaufen rund um die Uhr. Das mobile Shopping wird der Trend der Zukunft sein, davon ist der bvh-Vorstand überzeugt. Wohl denen, die schon heute alle Möglichkeiten der digitalen Welt für den Verkauf ihrer Waren nutzen!

Dipl. Ing. Sabine Anton-Katzenbach

© Foto: Melchior Textil

© Tabelle: Bundesverband des Deutschen Versandhandels, Auszug aus der Marktuntersuchung „Distanzhandel in Deutschland“ - Die Entwicklung des interaktiven Handels B2C im Jahr 2010