**Umsatzentwicklung im E-Commerce mit Waren nach Segmenten**
(alle Angaben in Mio. Euro, inklusive USt.)

| | | | Veränderung jeweils zu Q1/'21 | | Veränderung zu Q1/'21 |
|---|---|---|---|---|---|
| | **Q1/'21** | **Q1/'22** | *vor* 24.02. | *nach* 24.02. | *gesamt* |
| 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.)

| | | | Veränderung | | Veränderung zu Q1/'21 |
|---|---|---|---|---|---|
| **Versender** | **Q1/2021** | **Q1/2022** | *vor* 24. Feb. | *nach* 24. Feb. | *gesamt* |
| **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**: Apothekenversender, **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.