

22.01.2026 – 11:00 Uhr

Wachstum im E-Commerce: Lichtblick in der deutschen Wirtschaft

Berlin (ots) -

Im Handel mit Endkunden ist der Brutto-Umsatz mit Waren im deutschen E-Commerce im vergangenen Jahr erstmals seit 2021 wieder in allen Quartalen gestiegen und erreichte 83,1 Mrd. Euro nach 80,6 Mrd. Euro im Jahr davor. Das entspricht einem Wachstum von 3,2 Prozent (Vorjahreswert: 1,1 Prozent) - deutlich über der Prognose von 2,5 Prozent. Das Wachstum der digitalen Dienstleistungen betrug 7,3 Prozent auf jetzt 14,4 Mrd. Euro. Der gesamte Branchenumsatz mit Waren und Dienstleistungen "kratzt" damit wieder an der "magischen" 100-Milliarden-Euro-Grenze.

Im Verlauf des Jahres 2026 erwarten der bevh und das EHI Retail Institute in einer gemeinsamen Prognose, dass die Branche trotz schwieriger Rahmenbedingungen weiter überdurchschnittlich wächst und ein (nominales) Umsatzwachstum im E-Commerce mit Waren von 3,8 Prozent erreicht.

"Der Onlinehandel ist ein seltener Lichtblick in der deutschen Wirtschaft. Die Menschen konsumieren auch in unsicheren Zeiten weiter, sie tun es aber digital. Die Eskalation geopolitischer Konflikte, innenpolitische Instabilität und die kritische Lage deutscher Schlüsselindustrien schränken ein stärkeres Wachstum ein. Insgesamt wird der E-Commerce sich aber deutlich besser entwickeln als der traditionelle Einzelhandel", zeigt sich bevh-Präsident Gero Furchheim optimistisch.

Auch bei schwacher Konsumstimmung konnte der Onlinehandel vergangenes Jahr die richtigen Kaufimpulse setzen. Der Anteil der Viel-Käufer im Onlinehandel blieb stabil: Jeder dritte Kunde in Deutschland (34,2 Prozent) bestellte durchschnittlich zweimal wöchentlich oder öfter Waren online. Der durchschnittliche Bestellwert stieg von 144,12 Euro (2024) auf 146,19 Euro. Die Kundenzufriedenheit im E-Commerce bleibt mit 96,2 Prozent auf unverändert hohem Niveau (2024: 96,0 Prozent). Der Anteil der Kunden, die weniger im E-Commerce ausgeben wollen, ist der niedrigste seit 4 Jahren (2025: 24,6 Prozent).

Deutliche Verbesserungen bei den größten Waren-Kategorien

Größte Gewinner-Kategorien im Onlinehandel waren Medikamente (+6,0 Prozent) und Lebensmittel (+5,5 Prozent), gefolgt von Tierbedarf (+5,0 Prozent). Deutlich besser als im Vorjahr entwickelten sich die Umsätze im besonders wichtigen Modehandel (+3,5 Prozent). Gleiches gilt für die großen Kategorien Haushaltswaren & -geräte (+4,8 Prozent) sowie Möbel, Lampen & Dekoration (+3,3 Prozent). Geringer als der Gesamtmarkt wuchs der Handel mit Elektronik und Telekommunikation (+1,4 Prozent), der im Vorjahr aber noch ein deutliches Minus verzeichnete.

[\(Zur Mitteilung mit allen Warentabellen\)](#)

Shein, Temu und AliExpress stehen für 30 Prozent des Wachstums

Im Vergleich der Versandertypen wuchsen Umsätze auf Online-Marktplätzen am stärksten (+4,9 Prozent). Über sie werden mittlerweile 56 Prozent (entspricht 46,2 Mrd. Euro) des gesamten Onlinehandels abgewickelt. Plattformen chinesischer Herkunft (Shein, Temu und AliExpress) haben wegen extremer Niedrigpreise zwar einen geringen Umsatzanteil, wuchsen mit 27,2 Prozent auf 3,7 Mrd. Euro aber deutlich schneller als das gesamte Anbietersegment der Marktplätze. Jede 15. Bestellung im Internet wird bei einer der großen Plattformen aus Asien gemacht. Von den 2,6 Mrd. Euro Wachstum des gesamten E-Commerce mit Waren machte das Wachstum der Plattformen chinesischer Herkunft 30 Prozent aus.

Internet beflügelt die Kreislaufwirtschaft

Der Handel mit "Pre-Loved Goods", zieht immer mehr Kunden und Händler an. Die gewerblichen Umsätze im Re-Commerce wuchsen im vergangenen Jahr um 21,8 Prozent auf 1,96 Mrd. Euro (2024: 1.61 Mrd. Euro).

"Diese erfreuliche Entwicklung kann sich fortsetzen oder sogar steigern. Voraussetzung ist, dass der Gesetzgeber in Hinblick auf die positiven Nachhaltigkeitseffekte auch auf die Besonderheiten des Handels mit solchen Gütern Rücksicht nimmt", fordert Alién Mulyk, Geschäftsführerin Public Affairs Europa & Internationales beim bevh.

KI-Shopping muss Vielfalt erhalten

Einkaufen und Bezahlen über KI-Plattformen soll bald auch in Europa möglich sein.

"Der E-Commerce steht mit neuen KI basierten Shopping-Erlebnissen an der Schwelle zur nächsten technischen Revolution. Das wirksame Durchsetzen bestehender Regelungen für alle Marktteilnehmer, die tatsächliche Abkehr von der Überregulierung und die Unabhängigkeit von marktbeherrschenden Playern sind die erforderliche Basis für einen Erfolg der Branche in diesem Jahrzehnt. Nur so kann er auch in Krisenzeiten die notwendigen Beiträge zu Versorgungssicherheit, Preisstabilität und Innovation leisten", betont Gero Furchheim.

Jedoch würden aktuell nur 6,3 Prozent der Online-Kunden ihre Einkäufe komplett mit einer KI durchführen, wie eine neue repräsentative Umfrage im Auftrag des bevh ergeben hat. 91,7 Prozent lehnen Shopping-KIs noch ab. Den Verbrauchern fehlt offensichtlich noch das Vertrauen in die neue Technologie. Hier ist auch die Politik gefragt.

"Bei aller Technologieoffenheit muss der Gesetzgeber dafür sorgen, dass KI-Plattformen nicht zu übermächtigen 'Gatekeepern' im E-Commerce werden, dass ein Level-Playing-Field mit Händlern gewahrt wird, und KI-Agenten die Grundlagen ihrer Kaufempfehlungen transparent machen", fordert Alien Mulyk für den Onlinehandel.

Pressekontakt:

Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e.V. (bevh)
Frank Düssler
Friedrichstraße 60 (Atrium)
10117 Berlin
Mobil: 0162 2525268
frank.duessler@bevh.org

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100019556/100938004> abgerufen werden.