

PRESSEINFORMATION

14. Januar 2021

Umsatzboom: Corona-Jahr hat Online-Handel satte Umsatzsteigerung von 60 Prozent beschert

Nachfrage am „Schwarzen Freitag“ stieg sogar um 70 Prozent im Vergleich zum Vorjahr

Karlsruhe. Der eindeutige Gewinner des Jahres 2020 ist wohl der Onlinehandel. Während zahlreiche Läden des stationären Handels während der Lockdowns schließen mussten, blühte der Onlinehandel auf. Wie das Preisvergleichsportaal billiger.de feststellte, konnte der E-Commerce 2020 eine Umsatzsteigerung von satten 60 Prozent im Vergleich zu 2019 verzeichnen. Im ersten Lockdown im April waren es sogar fast 100 Prozent. „Zu diesem Zeitpunkt haben wir einen Anstieg in vielen Bereichen beobachtet. So deckten sich die Verbraucher zunächst mit Hygieneartikeln, wie Desinfektionsspray und Schutzmasken, ein. Aber auch in der Sparte Computer-Zubehör gingen die Zahlen durch die Decke, da sich viele Arbeitnehmer erst einmal ein Home-Office einrichten mussten“, erklärt Thilo Gans, Geschäftsführer der solute GmbH, die das Preisvergleichsportaal billiger.de betreibt. „Mit der Schließung der Kindertagesstätten und Schulen stieg auch die Nachfrage nach Kinderspielzeug, Büchern und Spielekonsolen stark an“, ergänzt Gans. Darüber hinaus machten die Online-Handel-Experten von billiger.de noch eine neue Käufergruppe aus: die sogenannten Silver Surfer. Durch die Schließung des stationären Handels oder aus Sicherheitsgründen bestellen immer häufiger ältere Menschen Artikel im Internet.

Nach kurzem Rückgang im Sommer steigen Umsatzzahlen zum Schwarzen Freitag wieder kräftig an

Über die Sommermonate sanken die Inzidenzzahlen. Das machte sich auch im Online-Traffic bemerkbar. Dieser war zwar rückläufig, bewegte sich aber trotzdem noch weit über Vorjahresniveau. Nachdem Ende Oktober der Lockdown Light beschlossen wurde, stiegen die Zahlen sukzessive wieder an und fanden ihren Höhepunkt in der Zeit um den Schwarzen

PRESSEINFORMATION

Freitag beziehungsweise der Cyber Week. Im Vergleich zum Vorjahr stieg die Nachfrage um über 70 Prozent, wie die Analyse der Preisexperten von billiger.de ergab. „Hier schlugen die Verbraucher unter anderem noch mal im Bereich Unterhaltungselektronik zu, um für die langen Wintermonate im Lockdown gerüstet zu sein. Die Beschlüsse der Bundesregierung spiegeln sich deutlich im Kaufverhalten wider und dieses wiederum hat direkten Einfluss auf die Umsatzzahlen im Onlinehandel“, erläutert Gans die Situation. In den vorherigen Jahren lagen ganz andere Zahlen vor. So erhöhte sich die Nachfrage am besagten Freitag von 2017 zu 2018 um gute 10 Prozent, im darauffolgenden Jahr, also von 2018 zu 2019, nahm sie sogar um wenige Prozentpunkte ab.

Medienkontakt

Sheva Khorassani // T +49 721 98993-208 // presse@solute.de // www.solute.de //

www.solute.de // www.billiger.de // www.shopping.de

Über die solute GmbH

solute Smartes Online-Shopping ist seit rund 15 Jahren die Mission der solute GmbH. Das Unternehmen hat dabei das Ziel, innovative Produkte mit Mehrwert zu entwickeln und mit modernsten technologischen und nutzerfreundlichen Lösungen am Markt zu etablieren sowie das Angebotsportfolio für die User, Online-Shop-Kunden und Partner stetig zu erweitern und zu verbessern. So betreibt die solute GmbH das bekannte Preisvergleichsportal billiger.de und bietet weitere Leistungen im B2B-Bereich an, wie beispielsweise Product Listing Ads, E-Mail-Marketing-Kampagnen durch die eigene E-Mail-Versandsoftware von soluteMail sowie solutePush als clevere Lösung für Web Push, In-App Push und App Push Nachrichten.

billiger.de ist Deutschlands bekanntester Preisvergleich mit mehr als 2 Mio. Produkten, 70 Mio. Preisen, 22.500 Shops und 300.000 Besuchern täglich.