

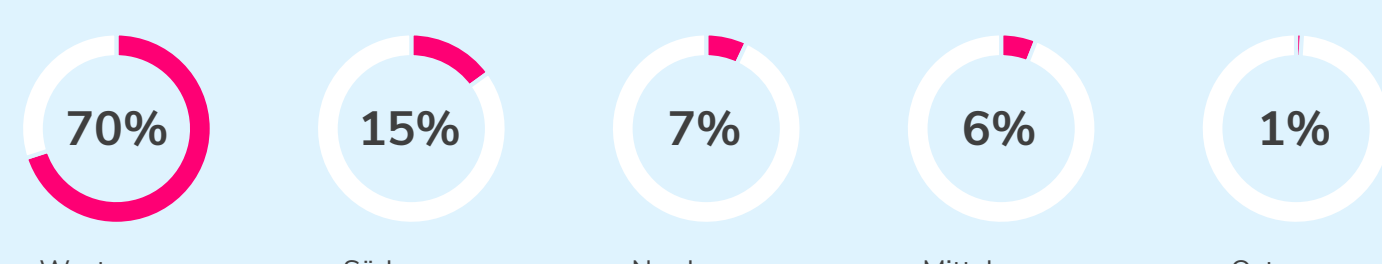
E-Commerce in Europa: Wichtige Trends und Fakten

Wachstum

- 30%** des globalen E-Commerce Umsatzes kommt aus Europa
- Europäischer E-Commerce ist 2020 717€ Milliarden wert
- Umsatzwachstum im Vergleich zu 2019: **12,7 %**



Gesamtumsatz des E-Commerce in Europa nach Regionen



Top 3 Länder des E-Commerce nach B2C-Umsatz



Die Auswirkungen der COVID-19 Krise im E-Commerce in Europa

- 60%** der Websites haben Schwierigkeiten in ihrer Lieferkette festgestellt; Frankreich, Deutschland, Italien und Schweden sind die am stärksten betroffenen Länder
- 27%** der E-Commerce-Händler bemerken eine erhöhte Präsenz auf ihren Websites seit Beginn der Quarantänemaßnahmen

Erheblicher Druck auf Transportunternehmen und Lieferdienste

Die Online-Präsenz hat zweifellos Unternehmen vor dem Konkurs bewahrt, aber ihre Umsätze sind dennoch stark zurückgegangen

Verbraucher haben ihre Ausgaben eingeschränkt und sich auf Produkte des täglichen Bedarfs konzentriert

Florierende vs. Rückläufige Branchen

Florierende Branchen

- Großhandel** +57 %
- Technologie und Marktplätze** +27 %
- Pharma** +17 %

Rückläufige Branchen

- Touristik** -58 %
- Luxusgüter** -21 %
- Mode** -17 %

Trends nach COVID-19

Der weltweite Gesamtumsatz in Westeuropa wird voraussichtlich um 9,9 % sinken.

- 6 von 10** Verbraucher sagen, dass sie auch nach der Pandemie Online-Käufe tätigen
- 80%** der Verbraucher geben an, dass sie wieder „nicht lebensnotwendige“ Produkte online kaufen werden, insbesondere bei Mode und Haushaltsgeräten

Eine neue Art von Verbrauchern

Bevor die Pandemie auftrat, stellten Marken ihre Geschäftsmodelle stetig um, um dem neuen „Zeitalter der Konsumenten“ gerecht zu werden. Die COVID-19 Krise hat diesen Wandel beschleunigt, und die Marken achten nun stärker auf die Anforderungen dieser neuen Verbraucher. Deshalb müssen Marken berücksichtigen, dass diese Verbraucher:



- Umweltbewusst sind**
58 % der Verbraucher achten bei Ihren Einkäufen auf Nachhaltigkeit
- Lokale Unternehmen bevorzugen**
40 % würden es vorziehen, lokal und sogar Bio-Produkte zu kaufen; die Krise hat den lokalen Handel begünstigt
- Qualität verlangen**
45 % der Verbraucher denken, dass sich aufgrund der Krise ihre Konsumgewohnheiten ändern und sie bewusster ihr Geld ausgeben
- Einzigartigkeit suchen**
Die Verbraucher wollen sich von der Masse abheben und Produkte finden, die sie einzigartig machen
- Multichannel akzeptieren**
Obwohl der Einkauf im Laden weiterhin wichtig ist, entdecken viele Verbraucher die Vorzüge des Online-Shoppings
- Eine geringe Markentreue aufweisen**
Es wird immer schwieriger, Kundenloyalität aufzubauen, da die Kunden ständiger von anderen Marken und Produkten angezogen werden

Über Contentserv

Contentserv unterstützt Marken und Händler dabei, eine maßgeschneiderte und überzeugende Product Experience anzubieten, die Kunden begeistert, die Zeit zwischen der Produktplanung und der Produktlieferung zu verkürzen und den Umsatz zu steigern.

Erfahren Sie mehr unter www.contentserv.com/de/about