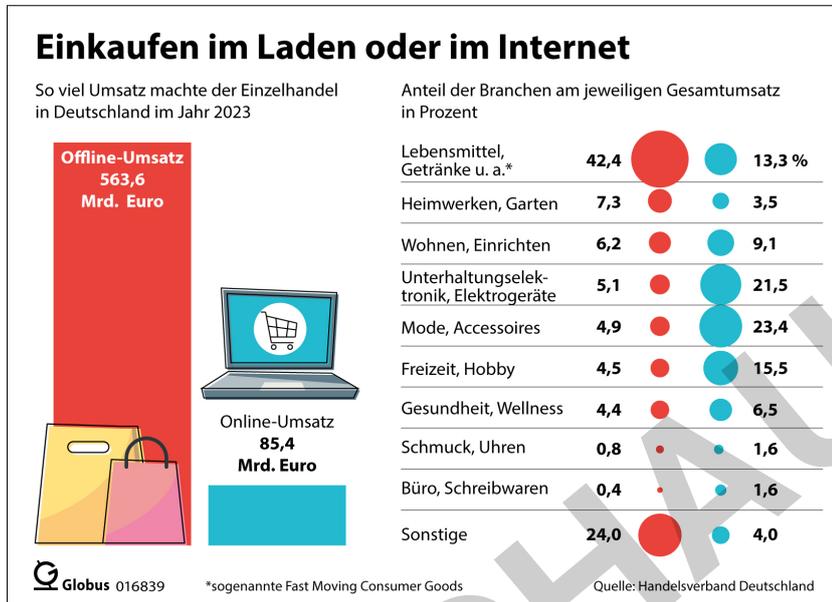


Grafik-Paket: Einzelhandel – Onlinehandel – Fairtrade

8 Grafiken in Farbe und als Kopiervorlage in Schwarz-Weiß



Enthaltene Grafiken:

1. Fair gehandelt

Umsatz von Produkten mit dem Fairtrade-Siegel TransFair in Deutschland von 2000 bis 2023 sowie die umsatzstärksten Produkte 2023 in Prozent

2. Faire Produkte

Entwicklung der Absatzmenge verschiedener Produkte des TransFair-Siegels von 2019 bis 2023

3. Einkaufen im Laden oder im Internet

Anteil der Branchen am Gesamtumsatz des Einzelhandels (online bzw. stationär) in Deutschland im Jahr 2023

4. Der Onlinehandel 2023

Umsatz in Deutschland seit 2014 sowie die Warengruppen mit dem höchsten Umsatz im Jahr 2023

5. Online-Handel mit Lebensmitteln

Brutto-Umsatz in Deutschland in Millionen Euro von 2014 bis 2023

6. Online verkauft

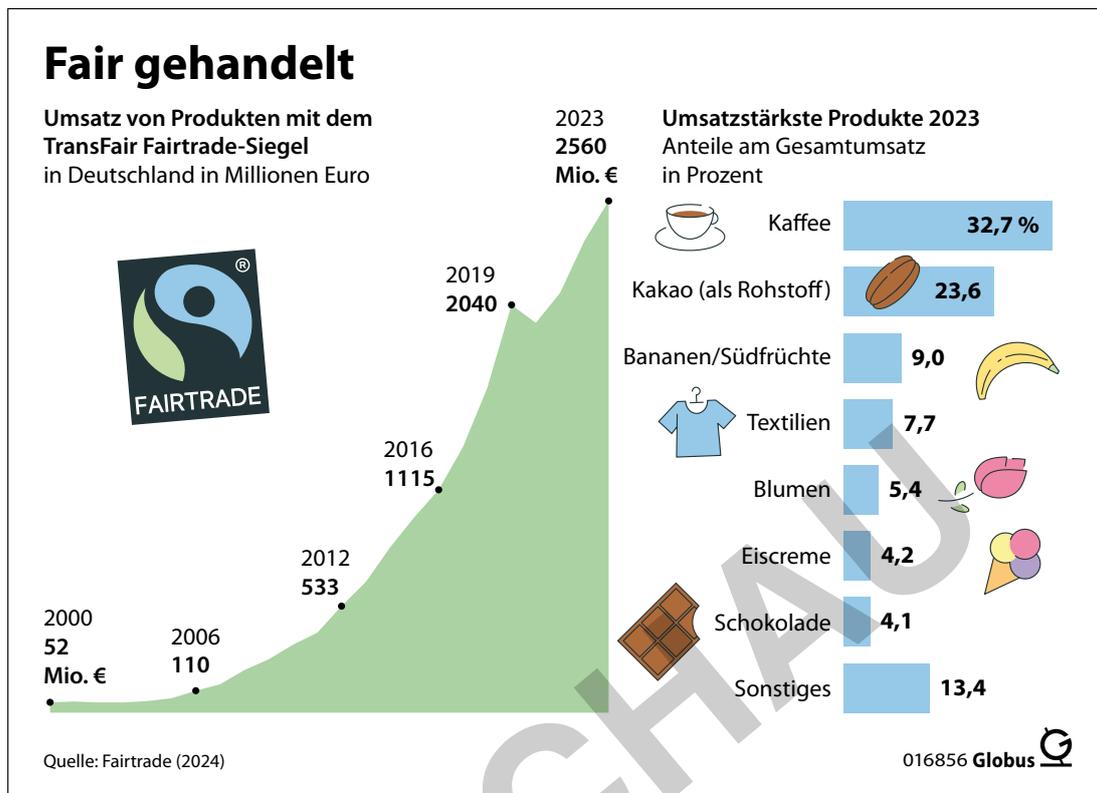
Die 5 EU-Länder mit dem höchsten bzw. niedrigsten Anteil an Unternehmen, die ihre Produkte online verkaufen (2022) sowie Veränderung von 2012 zu 2022

7. Kaufhäuser unter Druck

Umsatzentwicklung von Kaufhäusern im Vergleich mit stationärem Einzelhandel und Versand- und Onlinehandel seit 2003

8. Was online gekauft wird

Anteil der Befragten in Deutschland, die in den vergangenen drei Monaten verschiedene Produktgruppen gekauft (Wohnbereich 2023)



Mehr als die Hälfte ist bio

Alles begann mit braunen Bohnen: Im Jahr 1992 wurde in Deutschland der erste fair gehandelte Kaffee verkauft. Heutzutage klebt das Fairtrade-Siegel unter anderem auf Kaffee, Reis, Eis, Textilien und Kosmetikartikeln. Im Jahr 2023 gaben die Menschen in Deutschland 2,56 Milliarden Euro für Fairtrade-Produkte des Siegels TransFair aus – 8,5 Prozent mehr als im Vorjahr. Der Absatz ist allerdings leicht gesunken, denn die Menschen waren wegen der Inflation beim Einkaufen zurückhaltend. Inzwischen gibt es in Deutschland mehr als 8500 verschiedene Produkte mit diesem Siegel und fast 60 Prozent davon wurden im Jahr 2023 biologisch produziert. Je nach Produkt war der Bio-Anteil sehr unterschiedlich: Kaffee wurde in 72 Prozent der Fälle biologisch hergestellt, Bananen und Südfrüchte in zwei Dritteln der Fälle. Bei Eis lag der Anteil nur bei 1,5 Prozent. TransFair vergibt sein Fairtrade-Siegel für Produkte aus armen Ländern. Es soll garantieren, dass bei der Herstellung soziale Standards eingehalten werden. Dazu gehören unter anderem: stabile Preise für Bauern und Arbeiter, dass Arbeits- und Versammlungsrecht eingehalten und Tariflöhne gezahlt werden. Zudem sind Diskriminierung, Zwangsarbeit und Kinderarbeit verboten.

Quelle: TransFair (<http://dpaq.de/qfNq1>, <https://dpaq.de/R5CrLmr>, <https://dpaq.de/JEkpSyz>)

Datenerhebung: jährlich, voraussichtlich nächste Daten: Mai 2025

Siehe auch Grafik: 016851 Faire Produkte, 016517 Wo die Schokolade herkommt, 016248 Kaffeedurst

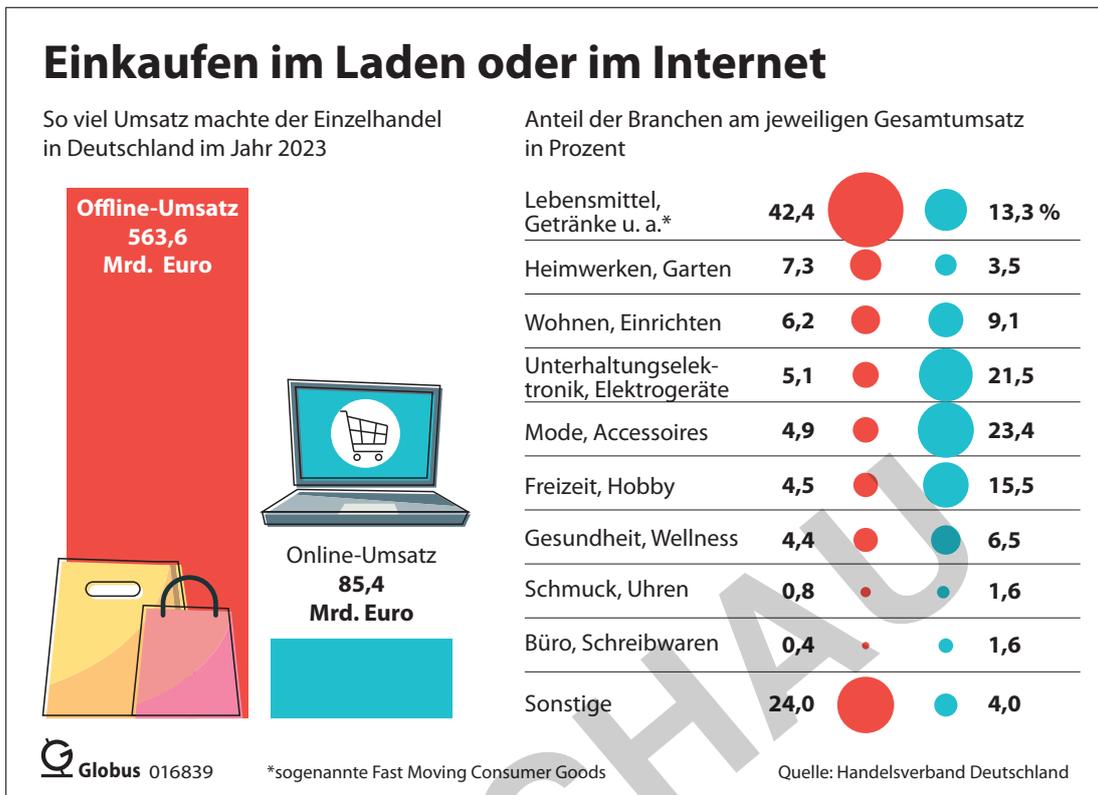
Grafik: Fred Bökelmann; **Redaktion:** Sophie Lauterbach, Ginette



netzwerk
lernen

© dpa | dpa GmbH, Mittelweg 38, 20148 Hamburg, Tel. (040) 411332940

zur Vollversion



55 Prozent der Umsätze im Online-Handel durch Einkäufe per Smartphone

Mode und Accessoires standen 2023 besonders hoch in der Gunst der Online-Shopper in Deutschland. Fast ein Viertel des im Internet erzielten Umsatzes entfiel auf Kleidung, Lederwaren, Schuhe und Co. Das geht aus dem Handelsmonitor 2024 des Handelsverbands Deutschland hervor. Den zweitgrößten Umsatzanteil erzielten knapp dahinter mit 21,5 Prozent Unterhaltungselektronik und Elektrogeräte. 55 Prozent der Umsätze im Onlinehandel machten Einkäufen per Smartphone aus. Im stationären Handel sorgten die sogenannten „Fast Moving Consumer Goods“ für die meisten Umsätze (42,4 Prozent). Zu ihnen zählen unter anderem Lebensmittel, Getränke, Heimtierbedarf und Drogerieprodukte. Der Offline-Handel kam 2023 auf einen Gesamtumsatz von 564 Milliarden Euro. Der Umsatz des Onlinehandels lag bei gut 85 Milliarden Euro und machte damit 13,2 Prozent aller Umsätze im Handel aus. Zudem verzeichnete er ein leichtes Plus von einem Prozent im Vergleich zum Vorjahr. An das Wachstum der Corona-Jahre kann der Handel im Netz jedoch weiterhin nicht anknüpfen. Zwischen 2019 und 2021 stieg dieser noch um mehr als 46 Prozent.

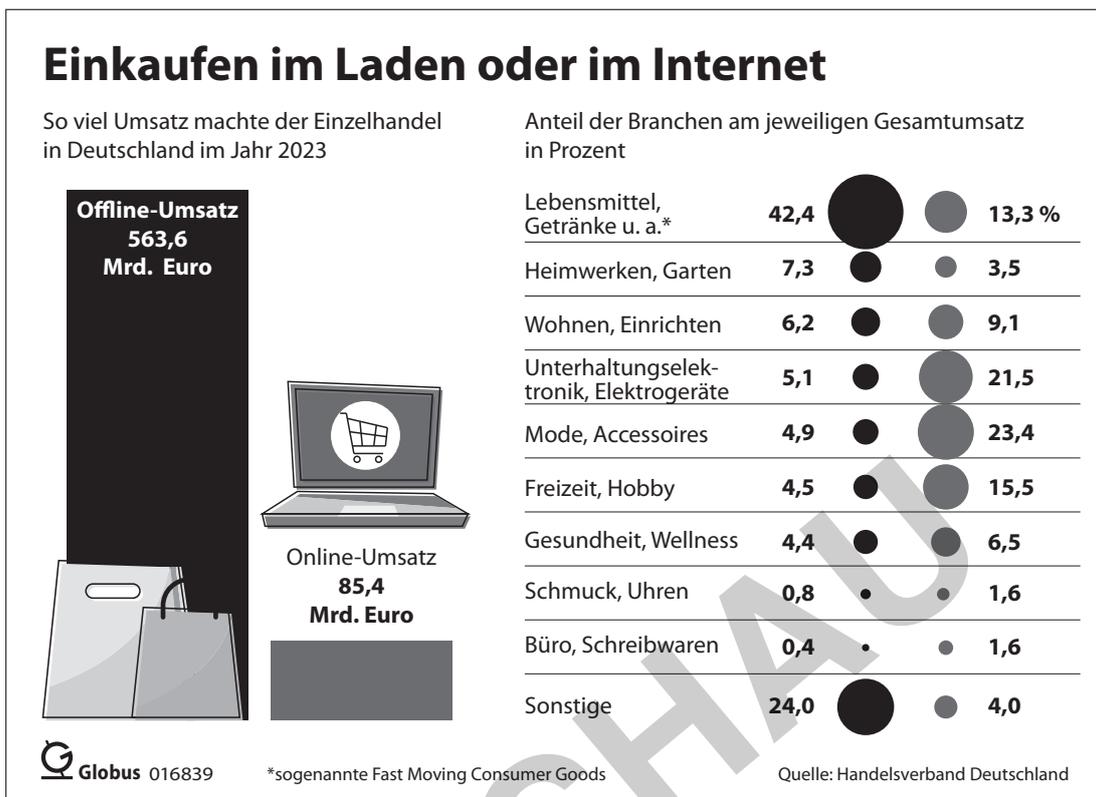
Quelle: Handelsverband Deutschland (<https://dpaq.de/HsKBiX4>)

Datenerhebung: jährlich, voraussichtlich nächste Daten: Mai 2025

Siehe auch Grafik: 016783 Der Onlinehandel 2023, 016778 Online-Handel mit Lebensmitteln, 016727 Online verkauft

Grafik: Fred Bökelmann, Karen Losacker; **Redaktion:** Sophie Lau





55 Prozent der Umsätze im Online-Handel durch Einkäufe per Smartphone

Mode und Accessoires standen 2023 besonders hoch in der Gunst der Online-Shopper in Deutschland. Fast ein Viertel des im Internet erzielten Umsatzes entfiel auf Kleidung, Lederwaren, Schuhe und Co. Das geht aus dem Handelsmonitor 2024 des Handelsverbands Deutschland hervor. Den zweitgrößten Umsatzanteil erzielten knapp dahinter mit 21,5 Prozent Unterhaltungselektronik und Elektrogeräte. 55 Prozent der Umsätze im Onlinehandel machten Einkäufen per Smartphone aus. Im stationären Handel sorgten die sogenannten „Fast Moving Consumer Goods“ für die meisten Umsätze (42,4 Prozent). Zu ihnen zählen unter anderem Lebensmittel, Getränke, Heimtierbedarf und Drogerieprodukte. Der Offline-Handel kam 2023 auf einen Gesamtumsatz von 564 Milliarden Euro. Der Umsatz des Onlinehandels lag bei gut 85 Milliarden Euro und machte damit 13,2 Prozent aller Umsätze im Handel aus. Zudem verzeichnete er ein leichtes Plus von einem Prozent im Vergleich zum Vorjahr. An das Wachstum der Corona-Jahre kann der Handel im Netz jedoch weiterhin nicht anknüpfen. Zwischen 2019 und 2021 stieg dieser noch um mehr als 46 Prozent.

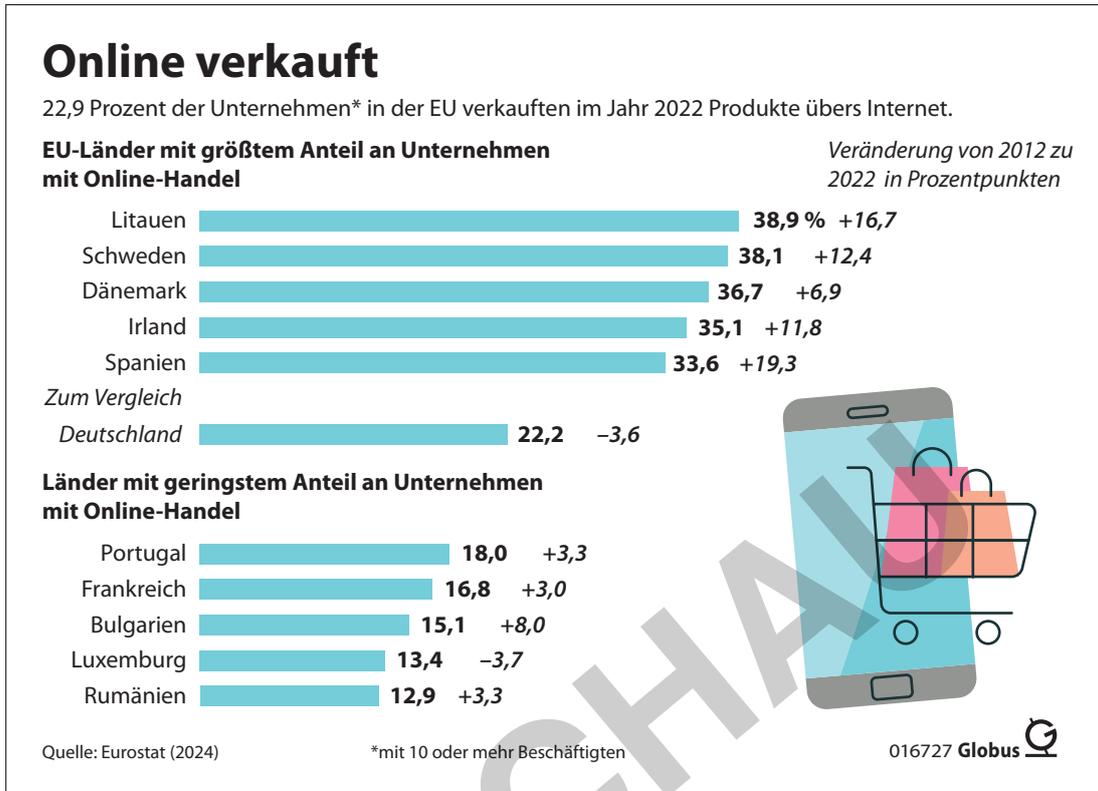
Quelle: Handelsverband Deutschland (<https://dpaq.de/HsKBiX4>)

Datenerhebung: jährlich, voraussichtlich nächste Daten: Mai 2025

Siehe auch Grafik: 016783 Der Onlinehandel 2023, 016778 Online-Handel mit Lebensmitteln, 016727 Online verkauft

Grafik: Fred Bökelmann, Karen Losacker; **Redaktion:** Sophie Lau





23 Prozent der Unternehmen verkaufen online

Kleidung, Elektronikartikel, Bücher und sogar Lebensmittel – viele Menschen kaufen Produkte am liebsten online. In der Europäischen Union bieten daher immer mehr Unternehmen an, ihre Produkte übers Internet zu bestellen. Im Jahr 2022 verkauften knapp 23 Prozent aller Unternehmen mit zehn oder mehr Mitarbeitenden in der EU Güter und Dienstleistungen online. Zehn Jahre zuvor waren es nur 16,4 Prozent. Innerhalb der EU gibt es jedoch erhebliche Unterschiede, was den Online-Handel angeht. In Litauen bieten fast 39 Prozent der Unternehmen den Online-Handel an. Damit war Litauen 2022 das EU-Land mit dem größten Anteil an Geschäften, die im E-Commerce tätig sind. Es folgten Schweden, Dänemark, Irland und Spanien. In Deutschland waren dahingegen nur gut ein Fünftel der Unternehmen im Online-Handel unterwegs. Relativ wenig Unternehmen verkauften Produkte online in Rumänien: nur 12,9 Prozent. Seit 2012 ist der Anteil an Unternehmen, die online verkaufen, in fast allen EU-Ländern gestiegen. Nur in vier Ländern – Luxemburg, Deutschland, Tschechien und der Slowakei – ist der Anteil gesunken.

Quelle: Eurostat (<http://dpaq.de/f2NAG>)

Datenerhebung: jährlich, nächste Daten voraussichtlich: März 2025

Siehe auch Grafik: 016704 Was online gekauft wird, 016454 Online-Shopper in der EU, 016395 Digitale EU

Grafik: Fred Bökelmann; **Redaktion:** Luisa Heyer



netzwerk
lernen

© 2024 dpa GmbH, Mittelweg 38, 20148 Hamburg, Tel. (040) 411332940

zur Vollversion