

Rumäniens E-Commerce wächst kräftig

07.03.2017

Markt hat noch viel Luft nach oben / Konsumboom hält an / Von Michael Marks

Bukarest (GTAI) - Rumäniens Online-Handel wächst weiterhin dynamisch. Er profitiert überdurchschnittlich vom Konsumboom, der sich zum Großteil auf Lohnerhöhungen sowie Umsatzsteuer- und Preissenkungen gründet. Trotzdem bleibt das Volumen im EU-Vergleich noch eher auf den hinteren Rängen und ist ausbaufähig. Die Perspektiven sind erfreulich. Das Wachstum von Wirtschaft und privatem Verbrauch setzt sich zunächst fort, auch wenn der Höhepunkt des Jahres 2016 langsam überschritten sein dürfte.

Im Jahr 2016 überstieg der Gesamtwert des rumänischen Online-Einzelhandels nach einem Bericht des rumänischen Fachportals GPeC (eCommerce Gala Awards, <http://www.gpec.ro>) den Wert von 1,8 Mrd. Euro. Das waren rund 30% mehr als im Jahr davor mit 1,4 Mrd. Euro. Der Anteil von E-Commerce am gesamten Einzelhandel wird auf etwa 4% veranschlagt. Im Durchschnitt gaben die Rumänen täglich 5 Mio. Euro für Online-Käufe aus.

Der rumänische Online-Konsument kaufte 2016 (2015) durchschnittlich 8,4-mal (8,2-mal) online ein. Bei den Größen handelt es sich ausschließlich um den Kauf materieller Güter. Nicht enthalten sind Dienstleistungen, die Begleichung von Rechnungen, Flugtickets, Eintrittskarten, Hotelreservierungen, Reisen und dergleichen. Würden sie mit einbezogen, wäre der gesamte Online-Shopping-Markt deutlich größer.

"Mobil" liegt im Trend

Rumäniens Bevölkerung schrumpfte 2016 auf 19,4 Mio. Einwohner nach 19,8 Mio. im Jahr davor. Die Zahl der Internetnutzer nahm allerdings von 11,0 Mio. auf 11,2 Mio. zu. Die Internetverbreitung stieg damit leicht von 56% (2015) auf 58%. Voll im Trend ist das mobile Einkaufen. Sein Anteil am gesamten E-Commerce-Markt liegt gemessen an der Zahl der Bestellungen in einer Größenordnung von 35% bis 40%. Im Jahr davor waren es noch 25% bis 30%. Über die Hälfte der Besuche von Online-Shops erfolgen mittlerweile über mobile Geräte.

Die Smartphone-Verbreitung in Rumänien hat zu der Entwicklung entscheidend beigetragen. Sie erreichte 2016 rund 70% nach 50% im Jahr davor. Mobiltelefone wurden 2016 allerdings hauptsächlich für soziale Vernetzung genutzt, gefolgt von E-Mail, Betrachten von Videoinhalten, Internetsurfen und Onlinespielen.

"Mobil" war der Trend 2016 im elektronischen Handel und wird laut GPeC auch 2017 und 2018 im Fokus bleiben. Rumäniens Online-Shops haben begriffen, dass mobile Anwendungen nicht mehr die Zukunft, sondern die Gegenwart ist. Damit rücken die Optimierung der Nutzererfahrung und die Ladedauer in den Vordergrund. Allerdings gibt es noch zahlreiche Websites mit nicht-optimierten mobilen Versionen.

Mit Blick auf Kartenzahlung im Internet war 2016 ein Zuwachs um 44,9% zu konstatieren. Sie erreichte rund 745 Mio. Euro nach 514 Mio. Euro im Jahr davor. Davon wurden 575 (2015: 394) Mio. Euro durch den Anbieter RomCard im Sicherheitsstandard 3D Secure abgewickelt, 170 (120) Mio. Euro durch mobilPay. Rumänen wählen Online-Kartenzahlung besonders für Dienstleistungen, weniger für den Warenkauf per Internet, wo der Anteil unverändert bei 6% bis 7% liegt. Hier überwiegt mit rund 90% die Barzahlung bei Lieferung. Die restlichen 2% bis 3% entfallen auf andere Bezahlfverfahren wie Onlinebanking oder SMS-Mikrozahlungen.

Im Jahr 2016 betrafen 64% der Onlinezahlungen per Visakarten internationale Onlinehändler. Die Ausgaben bezogen sich auf Flugtickets, Reisen und Hotels sowie Erwachsenenunterhaltung und Casinos. Das Wachstum von Wirtschaft und Verbrauch spiegelt sich auch im durchschnittlichen Auftragsvolumen für Visakarten wieder, das von 40 Euro (2015) auf 50 Euro stieg.

RUMÄNIENS E-COMMERCE WÄCHST KRÄFTIG

Unter den Top-Produktkategorien für Online-Kartenzahlung kletterte der Warenverkauf 2016 auf Platz zwei, hinter die Bezahlung von Rechnungen und vor die Begleichung von Telekommunikationsdiensten. Shops wie Emag, Fashion Days und Paravion dominierten den Verkauf von Waren. Gründe für den Anstieg der Onlinezahlungen sind verbesserte Kundenerfahrung und gestiegenes Vertrauen.

Die Hauptakteure und GPeC schätzen die Zahl der aktiven Marktteilnehmer 2016 unverändert auf rund 5.000 Online-Shops. Untersuchungen zufolge gibt es allerdings über 20.000 Websites, die einen aktiven Einkaufsfluss- und Warenkorb-Button aufweisen. In jedem Fall steigt das Interesse der Unternehmen. Über eine mobile Version Ihres Online-Angebots verfügen heute die meisten Firmen. Sie investieren verstärkt in neuste Technik für mobile Anwendungen.

Die bedeutendsten E-Commerce-Kategorien waren auch 2016 Elektro & ITK (darunter PCs und Computerteile, Notebooks, Tablets, Mobiltelefone, Elektronik und Hausgeräte), gefolgt von Fashion & Beauty (so Bekleidung, Schuhe, Accessoires, Kosmetik, Uhren), Home & Deco (Produkte zur Wohngestaltung, Möbel) sowie Baby, Kids & Toys (Spielwaren, Kinderwagen, Babykleidung, Windeln). Mit Ausnahme von Home & Deco ging der durchschnittliche Bestellwert je Transaktion leicht zurück.

Durchschnittlicher Online-Bestellwert je Transaktion (in RON/Lei)

Kategorie	2015	2016
Elektro & ITK	680,00	669,37
Fashion & Beauty	180,00	161,64
Home & Deco	220,00	474,81
Baby, Kids & Toys	210,00	203,22

EZB-Kurs 2015 (2016): 1 Euro = 4,45 (4,49) RON/Lei

Quelle: GPeC

Positiv sind die Erfahrungen mit sogenannten Black Friday Kampagnen. Allein der Event im November 2016 (2015) brachte Online-Erlöse von 130 (100) Mio. Euro. Rumäniens Konsumenten reagieren stark auf Preisermäßigungen und Sonderaktionen. Dies hat den Online-Handel animiert, häufiger derartige Events, auch unter abweichendem Namen, durchzuführen. Jede Kampagne bringt einen Verkaufsanstieg um etwa 30%. Zudem erlauben sie eine Promotion des Sektors.

Zu den Herausforderungen der Branche zählt ein behutsames Management der internen Ressourcen. Zum einen fehlen qualifizierte Arbeitskräfte in den Regionen. Allerdings gibt es im E-Commerce Bereich durchaus einen Pool von sehr guten Leuten. Zum anderen fließen die meist ohnehin niedrigen Marketingbudgets eher in andere Bereiche als den Online-Handel. Dennoch wird E-Commerce immer professioneller und ist den Kinderschuhen entwachsen.

Positiver Wirtschaftsverlauf als treibende Kraft

Noch vor wenigen Jahren herrschte die Auffassung vor, mit geringfügigen Investitionen könnten die Umsätze erheblich gesteigert werden. Heute ist man realistischer und hat begriffen, dass es auch stärkerer finanzieller Anstrengungen bedarf, um einen Online-Erfolg nachhaltig zu ermöglichen. Egal ob Start-ups oder große Unternehmen, die ihr Geschäft online ausrichten, die Kompetenz ist laut GPeC deutlich gestiegen. Heute werden Consultants eingebunden sowie E-Commerce Fachleute beauftragt oder eingestellt.

RUMÄNIENS E-COMMERCE WÄCHST KRÄFTIG

Rumäniens E-Commerce profitiert in erheblichem Umfang von der positiven Wirtschaftsentwicklung. Im Jahr 2016 legte das Bruttoinlandsprodukt (BIP) nach vorläufigen Angaben des Nationalen Statistikinstituts um real 4,8% zum Vorjahr zu. Der private Verbrauch stieg laut EU-Kommission um real 9,0%. Etwas flacher, aber weiterhin dynamisch, sollen 2017 (2018) das Wachstum des BIP mit +4,4 (+3,7)% und des privaten Verbrauchs mit +6,7 (+4,2)% ausfallen. Während sich die Erwerbslosenquote mit 5,7 (5,6)% auf niedrigem Niveau verfestigt, wächst die Beschäftigung um 0,3 (0,4)%.

Die schrittweise Anhebung des Mindestlohns und die Erhöhungen der Gehälter im öffentlichen Sektor begünstigen den Konsumverlauf. Nach Erhebungen der Unternehmensberatung PwC fallen auch in der Privatwirtschaft 2017 die Gehaltssteigerungen stärker aus als ursprünglich veranschlagt. So gehen die Firmen von einem durchschnittlichen Anstieg um 4,5% aus. Einzelhandel und Vertrieb liegen mit +5,6% dabei an der Spitze. Das Schlusslicht bildet der Bankensektor mit +2,5%. Auch 2016 fielen die Gehaltszuwächse mit +4,2% höher aus als erwartet.

Im Jahr 2016 legten die Einzelhandelsumsätze nominal um 13,5% zum Vorjahr zu. Besondere Zuwächse verbuchten die Verkäufe von Nicht-Nahrungsmitteln (+15,2%), ferner Lebensmitteln, Getränken und Tabak (+13,7%). Schwächer fiel der Anstieg bei Motorenkraftstoffen (Tankstellen; +10,2%) aus. Die Großhandelsumsätze erhöhten sich um 7,7%. Der Umsatz im Kraftfahrzeughandel stieg um 18%.

(M.M.)

KONTAKT

Christian Overhoff

☎ +49 (0)228 24 993-321

✉ [Ihre Frage an uns](#)

Alle Rechte vorbehalten. Nachdruck – auch teilweise – nur mit vorheriger ausdrücklicher Genehmigung. Trotz größtmöglicher Sorgfalt keine Haftung für den Inhalt.

© 2017 Germany Trade & Invest

Gefördert vom Bundesministerium für Wirtschaft und Energie aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages.