



DJE-Fondsmanager Kerkhoff: E-Commerce und Payment als struktureller Anlagentrend

 **DJE KAPITAL AG** | 16.09.2022 09:32 Uhr

René Kerkhoff, Fondsmanager und Analyst Internet, Software & E-Commerce, DJE Kapital AG / © e-fundresearch.com / DJE Kapital AG

Der Online-Handel erlebte durch die Corona-Pandemie einen enormen Schub. Mit der Rückkehr von mehr Normalität dürfte sich dieses Wachstum zwar abschwächen. Der strukturelle Trend bleibt aber intakt. Plattformen profitieren besonders, denn Netzwerkeffekte sind in der digitalen Welt die Skaleneffekte der analogen Massenproduktion. Bei Bezahlssystemen haben Banken das Nachsehen, und die Bedeutung von Bargeld schwindet zugunsten digitaler Geldbörsen. Mit „Buy now pay later“ verbreitet sich ein komfortables, aber zweischneidiges Bezahlangebot in Form von Konsumentenkrediten unter neuem Namen. Für Anleger sind E-Commerce- und Payment-Titel aufgrund des strukturellen Trends interessant. Eine genaue Analyse ist bei diesen konsumnahen Titeln

im aktuell schwierigen Marktumfeld allerdings unerlässlich.

Lange Zeit profitierte der Onlinehandel weltweit von der Corona-Pandemie und beschleunigte weltweit eine strukturelle Veränderung im Einkaufsverhalten der Verbraucher: Haben sie erst einmal ein Konto bei einem Onlinehändler eröffnet und sind mit den Abläufen vertraut, dürfte die Nutzung tendenziell zunehmen. Durch diese neu gewonnene Vertrautheit mit dem E-Commerce, hinweg über alle Altersklassen, konnte sich der weltweite Online-Umsatzanteil von knapp 15 Prozent im Jahr 2019 auf 21 Prozent im Jahr 2021 steigern. In Hochzeiten der Corona-Pandemie lag das Quartalswachstum teilweise sogar bei über 50 Prozent, da Konsumenten durch zahlreiche Lockdowns keine andere Möglichkeit hatten, als online einzukaufen. Dies befeuerte die Aktien aus diesem Segment, die sich teilweise vervielfachten. Zugleich erhöhte sich der Druck auf stationäre Händler, stärker in den E-Commerce zu investieren.

Aufgrund der hohen Wachstumsraten wurden allerdings auch die Basiseffekte höher, was es für die Unternehmen schwierig machte, das Wachstum zu halten. Dieser Effekt, gepaart mit einer hohen Inflation, der Wiedereröffnung des stationären Handels und schlechten Konjunkturaussichten, sorgte für eine Normalisierung der Online-Nachfrage und ließ das Wachstum im ersten Halbjahr 2022 auf knapp sieben Prozent absinken.

Allerdings sah man hier auch Unterschiede in den Kategorien und Produktgruppen. So verkaufen sich beispielsweise Luxusartikel auch weiterhin gut. Im zweiten Halbjahr 2022 werden die hohen Basiseffekte zwar nachlassen, was auf ein besseres Wachstum schließen lässt. Die anderen Risiken bleiben allerdings weiterhin bestehen. Nichtsdestotrotz sind die genannten strukturellen Treiber dieser Entwicklung intakt, und der E-Commerce-Anteil könnte sich laut Prognosen allein in den USA bis 2025 auf mehr als 30 Prozent erhöhen, was einem durchschnittlichen Wachstum von 13 Prozent pro Jahr entspräche. Langfristig sind Penetrationsraten von über 45 Prozent denkbar, wie sie in einigen Teilen Asiens schon erreicht wurden.

Erfolgsmodell Plattform

Plattformmodelle und Online-Marktplätze sind klare Profiteure dieses Trends, da sie vom großen Skalierungspotenzial besonders profitieren. In diesen digitalen Ökosystemen profitieren die Unternehmen von Netzwerkeffekten. Diese sind für die digitale Ökonomie das, was Skaleneffekte für die industrielle Massenproduktion sind. Die meisten dieser digitalen Ökosysteme erstrecken sich über mehrere Branchen und beziehen verschiedene Industriezweige, Partner, Kunden und Unternehmen ein.#

Einige der großen Online-Marktplätze (Amazon, Alibaba, eBay) entdeckten die Vorteile des Netzwerkeffektes für sich sehr früh und bauten ihre Plattformen entsprechend aus. So öffnete zum Beispiel Amazon seine Plattform frühzeitig für andere Unternehmen und stellte den Kunden in den Vordergrund, um ihm dieses Ökosystem anzubieten. Dadurch konnten externe Unternehmen ihre Produkte auf Amazon anbieten und auch die Logistik und verschiedene andere Dienstleistungen von Amazon nutzen. Amazon selber nutzte die neu gewonnenen Informationen und Datenpunkte, um das gesamte Ökosystem zu erweitern und eine Vielzahl von neuen Geschäftsmodellen einzuführen (Cloud-Infrastruktur, Prime, Bezahlssysteme, Werbung, Gesundheitsangebote). Dieses Ökosystem bietet dem Kunden ein einheitliches und einfach zu bedienendes System, das durch eine Vielzahl von Dienstleistungen, Produkten und Erkenntnissen einen Mehrwert bedeutet. Zudem ermöglicht das System den Plattformen, exponentiell zu wachsen und das normale Marktwachstum zu übertreffen.

Der stationäre Handel wird digital

Durch die Corona-Pandemie fand allerdings auch ein Umdenken bei den stationären Händlern statt. Denn nicht nur für die genannten Großunternehmen ist die Umstellung auf eine Plattformökonomie sinnvoll, sondern auch für kleinere Händler. Denn schließt sich ein Händler einem Marktplatz an, muss er nicht selbst mühsam einen Webshop aufbauen und pflegen, sondern braucht dort lediglich relevante Produktdaten hinzuzufügen, um seine Produkte oder Services auf einer der großen Plattformen anzubieten.

Dieses Umdenken sollte dem E-Commerce-Wachstum in Zukunft weiterhin großes Potenzial verschaffen.

Eines der großen Probleme des Online-Handels sollte man allerdings nicht vernachlässigen: In Deutschland allein werden nach Untersuchungen pro Jahr fast 500 Millionen bestellte Artikel zurückgeschickt. Im Schnitt wird jede sechste Bestellung retourniert, in der Mode sogar jede zweite. Dies verursacht im Durchschnitt für den Händler 20 Euro Retourkosten und mindert die Margen der E-Commerce-Unternehmen. Retouren bedeuten nicht nur einen entgangenen Umsatz, sie verursachen auch Personal- und Prozesskosten. Allerdings sehen Händler in digitalen Technologien wie zum Beispiel der Größenermittlung bei Mode ein großes Potenzial, um die Anzahl der Retouren in Zukunft zu reduzieren.

E-Commerce-Zahlungswege: Banken gehen leer aus

Eine weitere Technologie im Zusammenhang mit E-Commerce-Plattformen ist die Zahlungsabwicklung. An den Banken geht die neue Entwicklung der Zahlungsdienstleistungsbranche allerdings komplett

vorbei, auch wenn sie versuchen, mit Paydirekt und Euro-Kartensystemen in den Markt zu drängen. Sie können die innovative und hochtechnische Entwicklung nicht mehr für sich abbilden und werden das Feld den großen Tech-Konzernen überlassen müssen. Diese interessieren sich verstärkt für den digitalen Zahlungsverkehr und investieren hohe Summen in Forschung und Entwicklung, um am wachsenden Markt zu partizipieren.

Wallet statt Geldbeutel

Bargeld wird in Deutschland immer seltener genutzt. Im Jahr 2021 wurden nur noch 55 Prozent aller täglichen Zahlungen bar getätigt. 2020 lag der Anteil der Barzahlungen noch bei 61 Prozent; im Jahr 2017 waren es noch 74 Prozent. Die beiden Pandemiejahre haben den Alltag von Verbrauchern verändert – auch beim Einkaufen und Bezahlen. Online-Einkäufe sowie bargeld- oder kontaktloses Bezahlen werden immer beliebter. Kartenzahlungen machen mittlerweile einen Anteil von knapp 31 Prozent aus; 2017 waren es nur 23 Prozent. Es ist sehr wahrscheinlich, dass immer mehr Deutsche künftig ihren physischen Geldbeutel gegen eine elektronische Wallet austauschen. Im E-Commerce ist das auch schon der Fall. Im Jahr 2021 wurden dort ein Drittel der Transaktionen über eine digitale Wallet abgewickelt, 2019 lag dieser Wert noch bei 23 Prozent.

Heute kaufen, morgen bezahlen: Eine neue Schuldenfalle?

Ein neuer Wachstumsmarkt der digitalen Wallet-Anbieter ist der Bereich „Buy now pay Later“ (BNPL). Laut eines Global Payments-Reports aus dem Jahr 2021 wird die Zahlungsmethode BNPL (in Europa mit als erstes von Klarna eingeführt) bis 2025 zehn Prozent aller E-Commerce-Transaktionen ausmachen. Dies entspricht mehr als einer Verdreifachung des aktuellen Anteils von knapp drei Prozent. Somit könnte das Umsatzvolumen von BNPL von 159 Mrd. US-Dollar im Jahr 2021 auf knapp 420 Mrd. US-Dollar im Jahr 2025 ansteigen, was einem Wachstum von fast 30 Prozent pro Jahr entspricht.

Auch PayPal, einer der größten westlichen digitalen Wallet-Anbieter, bietet nun seinen Kunden ein BNPL-Modell an, um die Flexibilität beim Einkauf zu erhöhen. Entscheiden sich Kunden für diese Zahlungsmethode, so können sie ihren Einkauf über ein, drei, sechs, zwölf oder gar 24 Monatsraten finanzieren. Somit binden die Unternehmen die Kunden länger an die Wallet und können so weitere Daten über das Einkaufsverhalten der Kunden gewinnen und ihren durchschnittlichen Umsatz pro Kunde mit Zusatzfunktionen erhöhen. Das schnelle Wachstum der BNPL-Anbieter wie Klarna, PayPal, Afterpay oder Affirm birgt allerdings auch neue Risiken, die vor allem bei jüngeren Kunden zu beobachten sind. Durch die vermehrte Nutzung von BNPL, gepaart mit hohen Zinsen der Anbieter, können sich Konsumenten auch schneller verschulden oder Produkte kaufen,

die sie sich eigentlich gar nicht leisten können. Somit könnte hier künftig auch regulatorischer Druck auf die Unternehmen zukommen, um diese Kreditvergabe stärker zu kontrollieren.

Wachstumstrends mit Schatten

E-Commerce und Payment sind strukturelle Wachstumstrends. Durch den kürzlichen Abverkauf der Technologiewerte an den Weltbörsen sind diese allerdings verstärkt unter Druck geraten. Zudem muss im aktuellen Marktumfeld auch genau differenziert werden, da eine Rezession natürlich konsumnahe Sektoren stärker treffen würde. Bei allen Wachstumsaussichten sollten Anleger also hier besonders im Auge behalten, wie sich Marktumfeld, Verbraucherpreise und Konsumverhalten entwickeln.

Von René Kerkhoff, Fondsmanager und Analyst Internet, Software & E-Commerce, DJE Kapital AG

Performanceergebnisse der Vergangenheit lassen keine Rückschlüsse auf die zukünftige Entwicklung eines Investmentfonds oder Wertpapiers zu. Wert und Rendite einer Anlage in Fonds oder Wertpapieren können steigen oder fallen. Anleger können gegebenenfalls nur weniger als das investierte Kapital ausgezahlt bekommen. Auch Währungsschwankungen können das Investment beeinflussen. Beachten Sie die Vorschriften für Werbung und Angebot von Anteilen im InvFG 2011 §128 ff. Die Informationen auf www.e-fundresearch.com repräsentieren keine Empfehlungen für den Kauf, Verkauf oder das Halten von Wertpapieren, Fonds oder sonstigen Vermögensgegenständen. Die Informationen des Internetauftritts der e-fundresearch.com AG wurden sorgfältig erstellt. Dennoch kann es zu unbeabsichtigt fehlerhaften Darstellungen kommen. Eine Haftung oder Garantie für die Aktualität, Richtigkeit und Vollständigkeit der zur Verfügung gestellten Informationen kann daher nicht übernommen werden. Gleiches gilt auch für alle anderen Websites, auf die mittels Hyperlink verwiesen wird. Die e-fundresearch.com AG lehnt jegliche Haftung für unmittelbare, konkrete oder sonstige Schäden ab, die im Zusammenhang mit den angebotenen oder sonstigen verfügbaren Informationen entstehen. Das NewsCenter ist eine kostenpflichtige Sonderwerbform der e-fundresearch.com AG für Asset Management Unternehmen. Copyright und ausschließliche inhaltliche Verantwortung liegt beim Asset Management Unternehmen als Nutzer der NewsCenter Sonderwerbform. Alle NewsCenter Meldungen stellen Presseinformationen oder Marketingmitteilungen dar.

CO₂ Klimabewusste Website

AXA Investment Managers unterstützt e-fundresearch.com auf dem Weg zur Klimaneutralität. [Erfahren Sie mehr.](#)



Investment
Managers



ClimateSeed



Wird Atomenergie wieder salonfähig?

FUNDS | 21.12.2022 11:00 Uhr



© e-fundresearch.com / HANetf EU UG

Advertorial

Energie ist die Grundlage unserer Zivilisation und für das Funktionieren der Gesellschaft von entscheidender Bedeutung. Seit dem 19. Jahrhundert setzen wir dabei auf Öl, Gas und Kohle. Diese

erwiesen sich als billige, zuverlässige und reichlich vorhandene

▼ weiterlesen

Klimabewusste Website

AXA Investment Managers unterstützt e-fundresearch.com auf dem Weg zur Klimaneutralität. [Erfahren Sie mehr.](#)



Aktuell auf **e-fundresearch.com**

» Alle NewsCenter anzeigen

PGIM Ökonom: Die Wahrscheinlichkeit einer

Alger on the Money: KI & Chat GPT - Chatten mit der

Carmignac Strategin Pinon: Vier Punkte, auf die Anleger

abrden China: Bringt das Ja

Rezession nimmt ab

Die jüngsten US-Inflationsdaten deuten zwar weiterhin auf ein relativ günstiges Wirtschaftsergebnis hin, doch entscheidend ist, inwieweit sich diese Erwartung in den Marktpreisen niederschlägt. Die Daten sprechen » [Weiterlesen](#)

Zukunft

Am 30. November 2022 startete OpenAI einen Chatbot-Prototyp mit künstlicher Intelligenz (KI) namens Chat GPT, der schnell an Popularität gewonnen hat. Bereits in der ersten Woche erreichte die Plattform mehr als » [Weiterlesen](#)

in dieser Berichtssaison

Nach einer Periode, in der Inflationsdruck und steigende Zinssätze die Oberhand hatten, dürften nun die Erträge für die Aktienanleger im Vordergrund stehen. Axelle Pinon, Mitglied des Investmentkomitees von » [Weiterlesen](#)

die Rückkehr

Die Neujahrsfeier Jahr 2023, dem Jahr werden zum ersten Mal nach der Pandemie viel mehr die Abriegelungsmaßnahmen im Rahmen der Null-Zinssätze » [Weiterlesen](#)