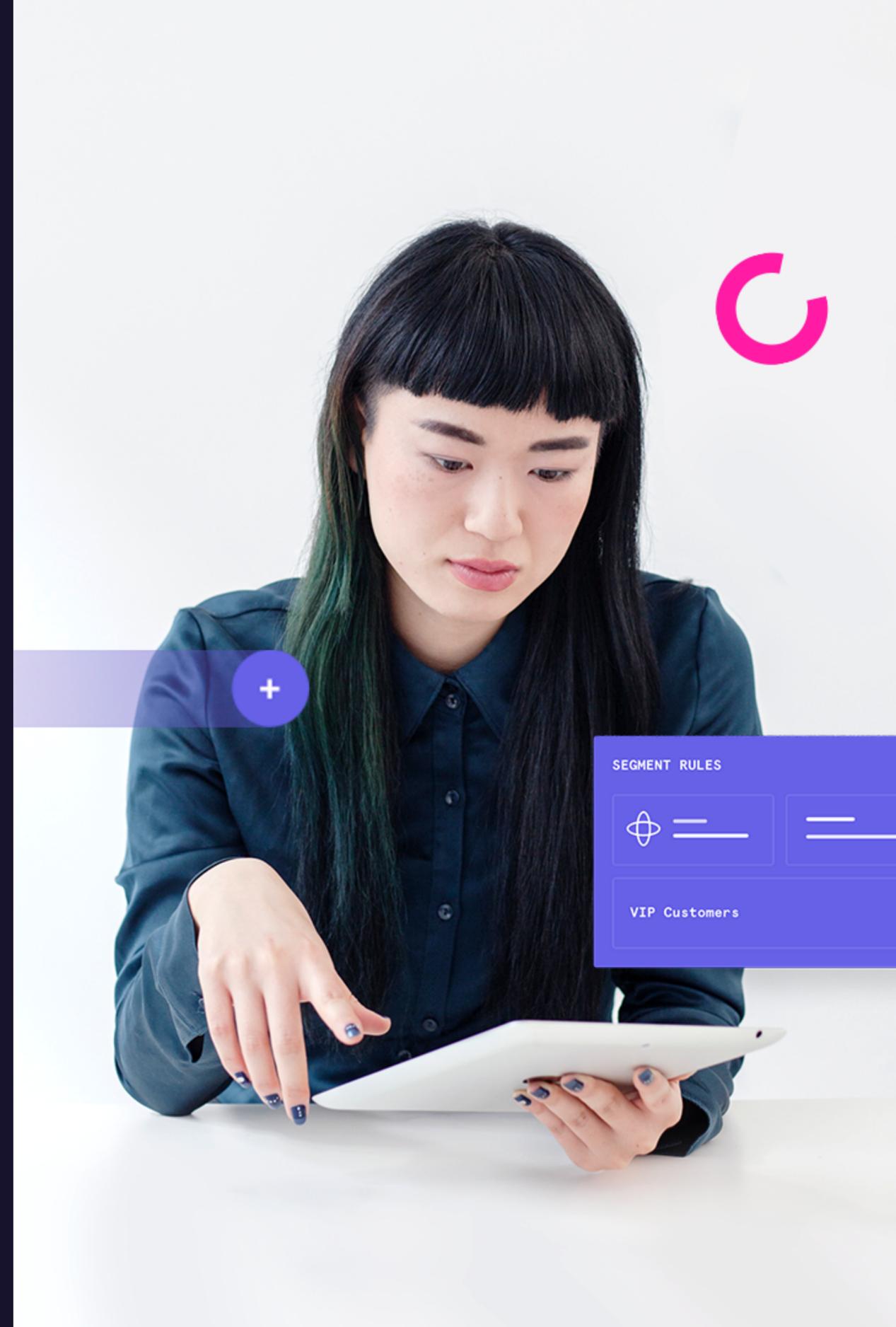


AKTUALISIERTER BERICHT:

# Auswirkungen von COVID-19 auf die Online Modebranche

AKTUALISIERT AM: 27. MAI 2020



# Über diesen Bericht

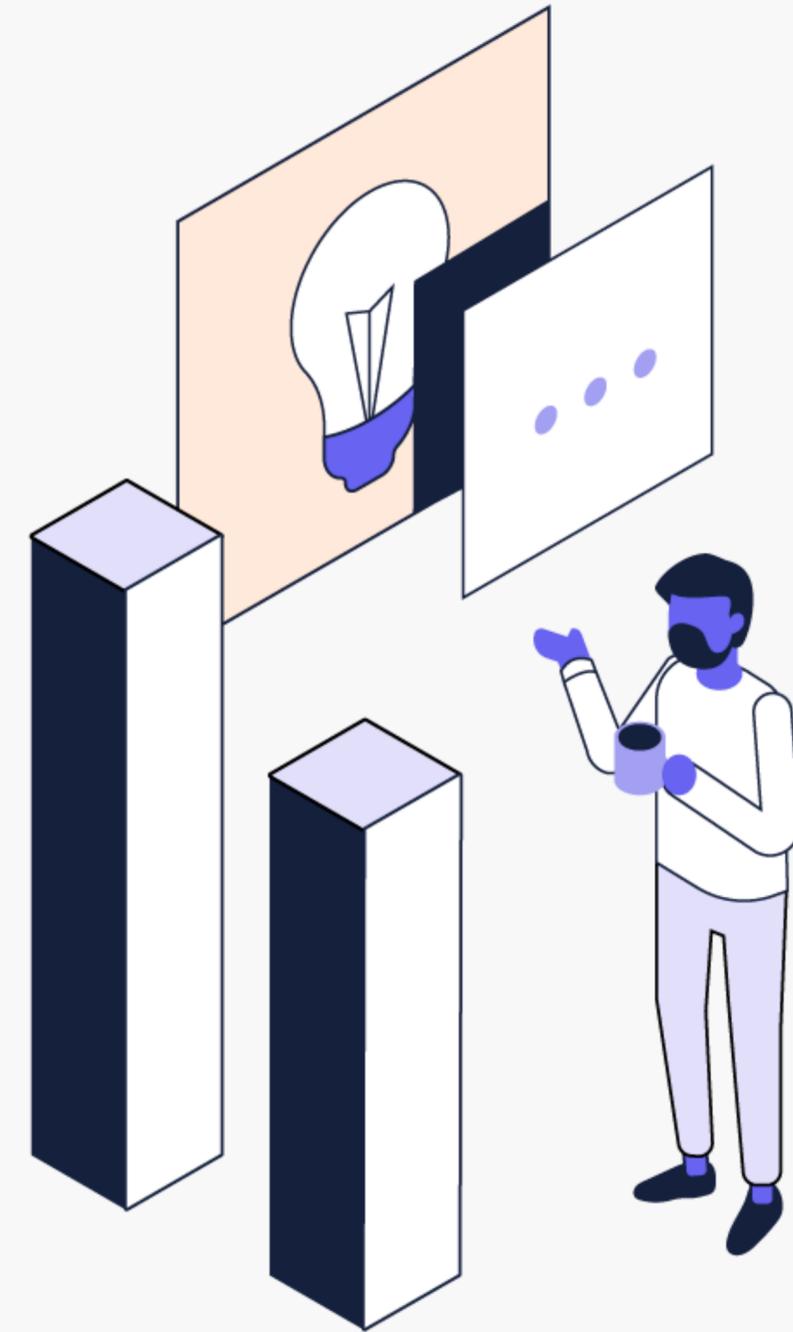
Bei Nosto verfolgen wir über unser Netzwerk von Tausenden von Partnerhändlern die Veränderungen in der E-Commercebranche aufgrund der globalen COVID-19-Pandemie in Echtzeit.

Diese Zusammenfassung betrachtet die Daten der **Modebranche**, eine der am stärksten von der Pandemie betroffenen Branchen, vom 1. März bis zum 26. Mai 2020.

**Modebesuche, Verkäufe, Bestellungen und Konvertierungsraten sind im Vergleich zum Vorjahr immer noch deutlich gestiegen. Alle vier dieser KPIs scheinen nach Wochen dramatischer Schwankungen nun relativ flach zu bleiben.**

Der durchschnittliche Bestellwert ist im Jahresvergleich nach wie vor rückläufig und ist in der vergangenen Woche sogar dramatisch gesunken - was interessanterweise weiterhin das Muster von Woche zu Woche widerspiegelt, das 2019 zu beobachten war.

**Zum jetzigen Zeitpunkt scheint es, dass die Verkäufe, Besuche, Bestellungen und Konvertierungsraten im E-Commerce für Mode trotz einiger turbulenter Wochen aufgrund der Pandemie-Stillegungen im Jahresvergleich gestiegen sind.**

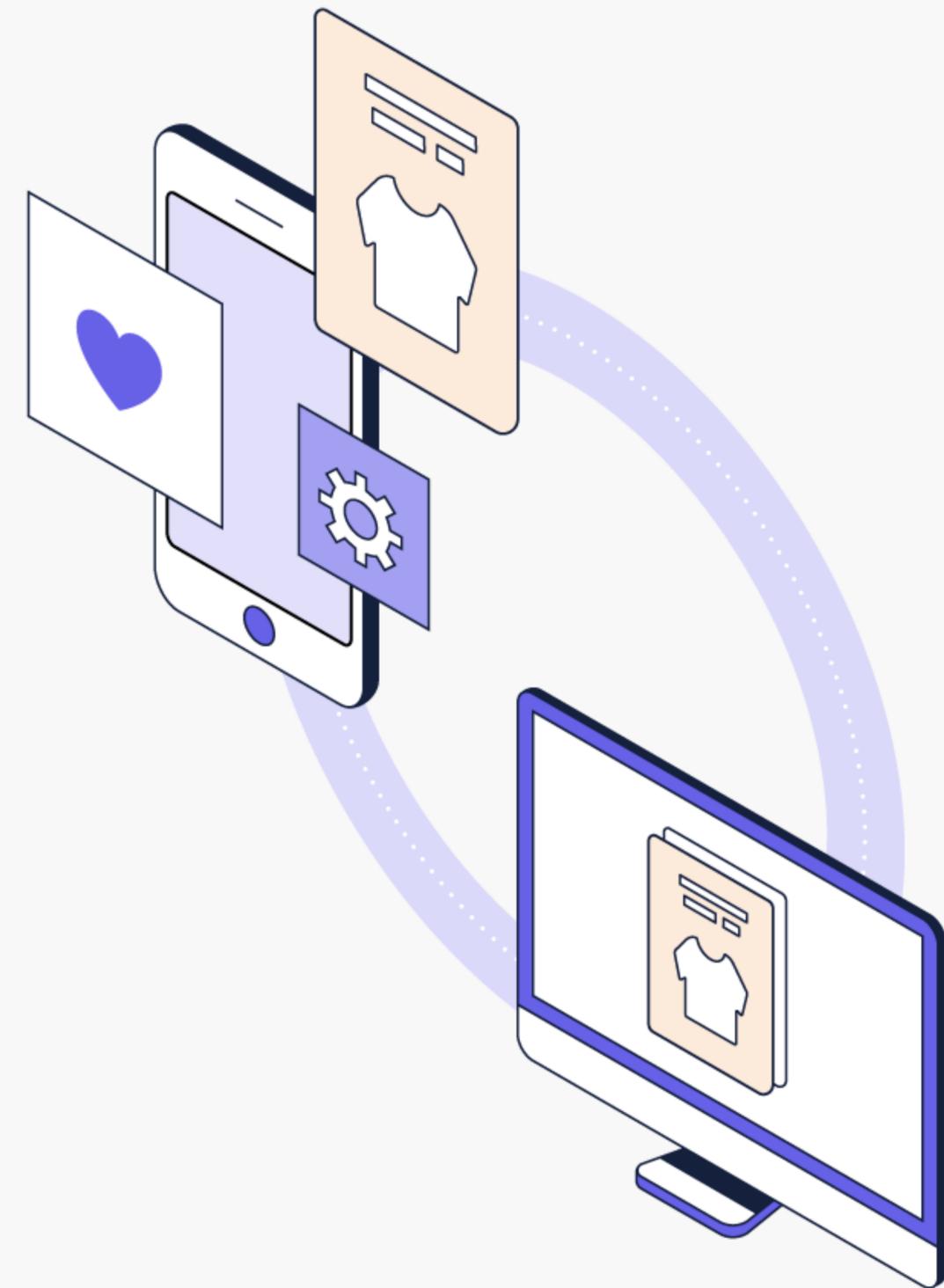


# Über die Methodik

Um nützliche Vergleiche zu ermöglichen, basieren alle jährlichen Analysen auf einem gleitenden Mittelwert über sieben Tage, der auf einem Zeitpunkt (T= 0) basiert, an dem die Wochentage zwischen 2020 und 2019 liegen. Dies liegt daran, dass die E-Commerce-Aktivität je nach Wochentag und Jahreszeit variiert, und der allgemeine Trend ist, dass die E-Commerce-Verkäufe und -Aktivitäten insgesamt zunehmen.

Der vollständige Datensatz für die Momentaufnahme vom **26. Mai** deckt einen Zeitraum von 86 Tagen für 271 Händler ab, die einen guten Querschnitt durch die Modebranche darstellen. Für das Jahr 2020 beginnt die Analyse am Sonntag, den 1. März 2020 (Tag 0 für 2020) und geht bis Dienstag, den 26. Mai. Die Vergleichsperiode für 2019 beginnt am Sonntag, 3. März 2019 (Tag 0 für 2019) und dauert bis Dienstag, 28. Mai 2019.

Da der Vergleichszeitraum im Jahr 2019 fast keine Gesamtveränderung der grundlegenden Kennzahlen aufwies (z.B. keine Ausreißer aufgrund von Feiertagsperioden oder Verkäufen), bietet er eine nützliche Grundlage, um die tatsächlichen Auswirkungen von COVID-19 zu beobachten.



DIE VERKÄUFE GEHEN IN DEN MEISTEN FÄLLEN VON WOCHE ZU WOCHE ZURÜCK, ALLERDINGS GIBT ES WIEDER EIN PAAR AUSNAHMEN:

UMSATZVERÄNDERUNG	2020 VS. 2019
USA	50 %
UK	44 %
Frankreich	21 %
Deutschland	42 %
Schweden	-16 %
Australien & Neuseeland	30 %

In allen Regionen mit Ausnahme von Großbritannien und Deutschland gingen die Verkäufe von Woche zu Woche zurück. In Schweden sind die Verkäufe im Jahresvergleich stark zurückgegangen, was seltsam ist, wenn man bedenkt, wie stark die Verkäufe in allen anderen Regionen gestiegen sind.

**Mit Ausnahme von Schweden sind die Verkäufe in den Regionen im Durchschnitt um fast 38 % im Jahresvergleich gestiegen, was ein enormes Wachstum darstellt. Mehr Traffic und Bestellungen scheinen den Rückgang des durchschnittlichen Bestellwerts leicht auszugleichen.**

DIE BESUCHSZAHLEN NEHMEN IN DEN MEISTEN MÄRKTEN WEITER ZU UND ALLE MÄRKTE LIEGEN ÜBER DEN WERTEN DES VORJAHRES:

ANZAHL DER VISITS (VERÄNDERUNG)	2020 VS. 2019
USA	19 %
UK	26 %
Frankreich	1 %
Deutschland	15 %
Schweden	3 %
Australien & Neuseeland	2 %

USA und Großbritannien verzeichneten von Woche zu Woche nur ein geringes Wachstum.

**Sowohl in Schweden als auch in Frankreich ging es im Jahresvergleich von unten nach oben, wobei Frankreich von Woche zu Woche einen drastischen Aufschwung verzeichnete.**

Deutschland sowie Australien und Neuseeland verzeichneten beide einen ziemlich dramatischen Rückgang der Besuche von Woche zu Woche. Interessanterweise verzeichneten diese beiden Regionen von allen analysierten Regionen den stärksten Anstieg der Besuche im Jahresvergleich.

**DER DURCHSCHNITTLICHE BESTELLWERT (AOV) NIMMT EIN WENIG ZU, BLEIBT ABER WEITERHIN RÜCKLÄUFIG:**

AOV VERÄNDERUNG	2020 VS. 2019
<b>USA</b>	-9 %
<b>UK</b>	-4 %
<b>Frankreich</b>	-5 %
<b>Deutschland</b>	-5 %
<b>Schweden</b>	-5 %
<b>Australien &amp; Neuseeland</b>	<b>6 %</b>

In den USA und Großbritannien stieg der AOV von Woche zu Woche leicht an, aber der AOV ist in beiden Regionen weiterhin rückläufig.

In Deutschland und Frankreich blieb der AOV von Woche zu Woche unverändert, während in Schweden in der vergangenen Woche ein geringfügiger Rückgang zu verzeichnen war.

**In Australien und Neuseeland stieg der AOV in der vergangenen Woche so stark an, dass der AOV in der Region jetzt im Jahresvergleich gestiegen ist.**

**DIE KONVERTIERUNGSRATE (CR) IST WOCHENVERGLEICH GESUNKEN, ABER IM JAHRESVERGLEICH WEITERHIN STARK:**

CR VERÄNDERUNG	2020 VS. 2019
<b>USA</b>	40 %
<b>UK</b>	8 %
<b>Frankreich</b>	18 %
<b>Deutschland</b>	24 %
<b>Schweden</b>	7 %
<b>Australien &amp; Neuseeland</b>	<b>-20 %</b>

Die Konvertierungsraten sind in allen Regionen mit Ausnahme Australiens und Neuseelands, wo die Konvertierungsrate in der vergangenen Woche einbrach, weiterhin im Jahresvergleich gestiegen.

**Deutschland war die einzige Region, die von Woche zu Woche einen Anstieg der Konvertierungsrate verzeichnete.**

Frankreich und Schweden, wie auch Australien und Neuseeland, verzeichneten in der vergangenen Woche relativ dramatische Rückgänge ihrer Konvertierungsraten, verzeichnen jedoch weiterhin einen komfortablen Anstieg gegenüber dem Vorjahr.

# Globale Auswertung - Aggregierte Trends

Wenn wir auf die Gesamttrends der KPIs für den E-Commerce im Modebereich seit dem 1. März zurückblicken, haben wir einen dramatischen Rückgang und dann zu Beginn der Stilllegungen einen Anstieg bei allen anderen Kennzahlen als dem durchschnittlichen Bestellwert erlebt.

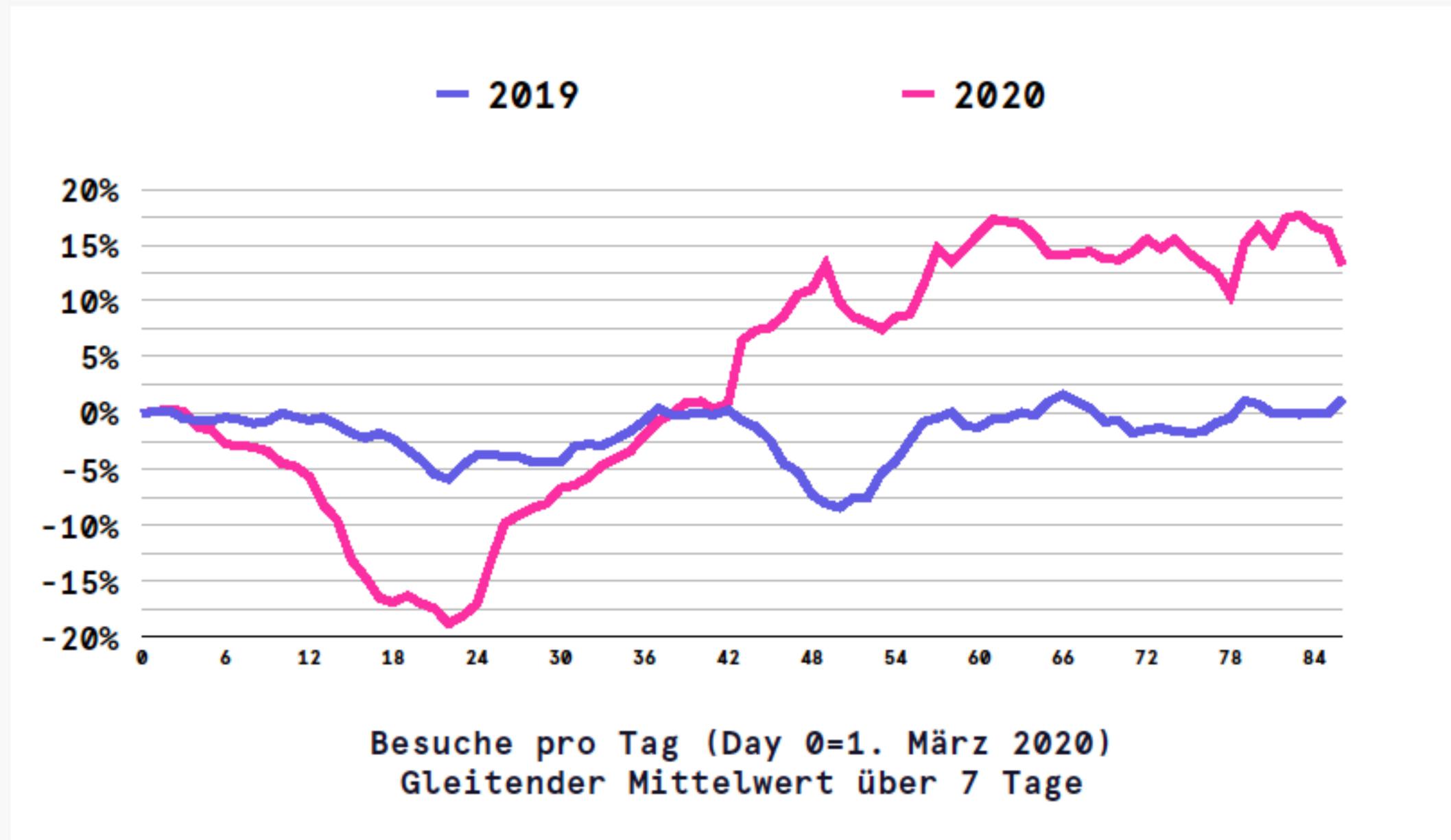
**Bei den Bestellungen und Gesamtverkäufen gab es die bei weitem dramatischste Veränderung zwischen ihrem Tiefpunkt und ihrem Höhepunkt. Interessanterweise scheinen diese beiden KPIs am Ende das größte Wachstum im Jahresvergleich zu verzeichnen.**

Angesichts der Tatsache, dass Besuche, Bestellungen und Verkäufe mit der Wiedereröffnung der Länder im Jahresvergleich immer noch ansteigen, scheint es, dass der E-Commerce im Modebereich von der Schließung der physischen Geschäfte profitiert haben wird.

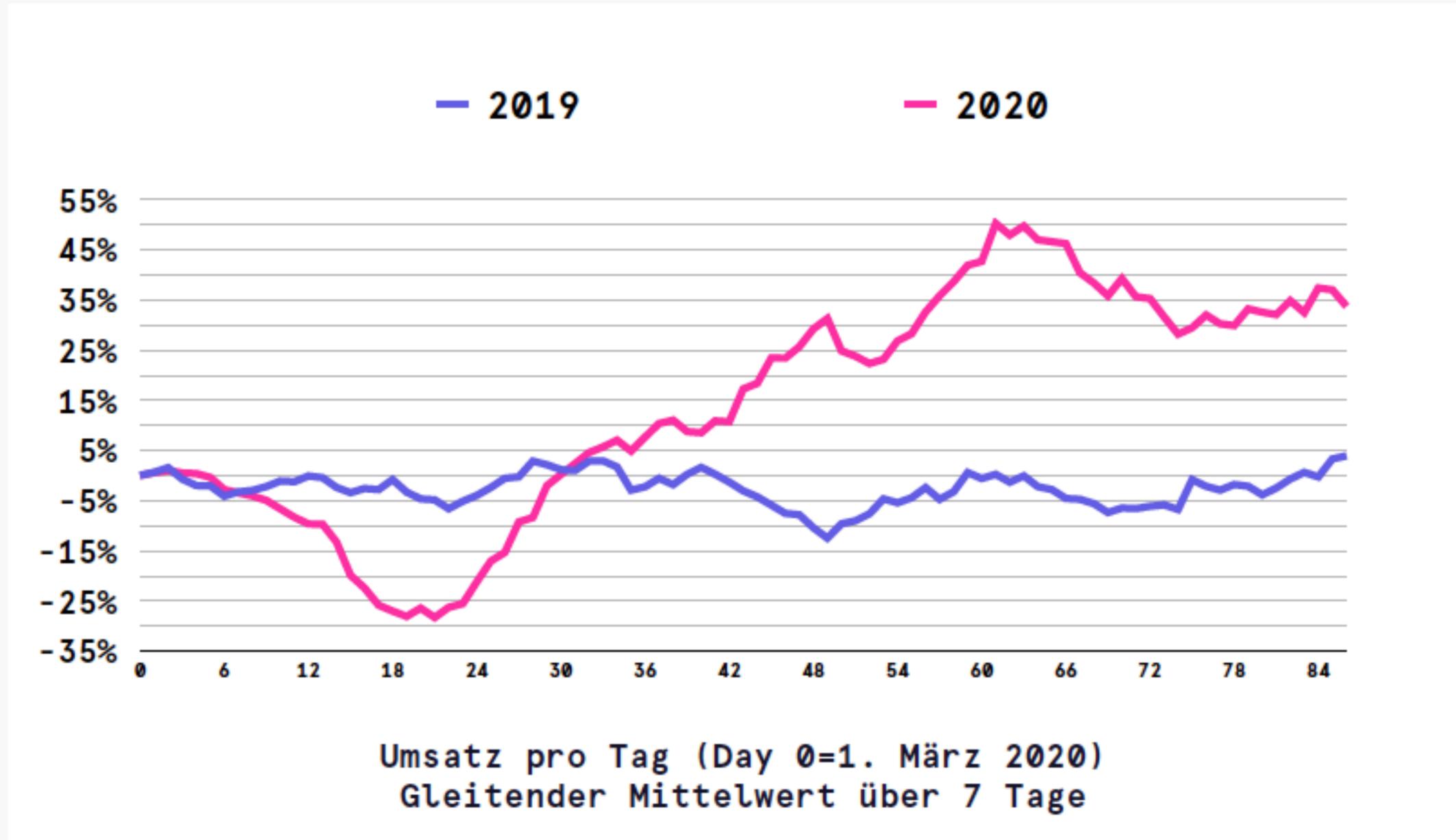
Da Modeeinzelhändler auf der ganzen Welt nach wie vor unter den wirtschaftlichen Folgen der Schließung ganzer Länder leiden, um ihre Bürger vor COVID-19 zu schützen, scheint es eine sichere Wette zu sein, mehr Ressourcen in den E-Commerce-Betrieb zu investieren, da die Käufer immer mehr online einkaufen.



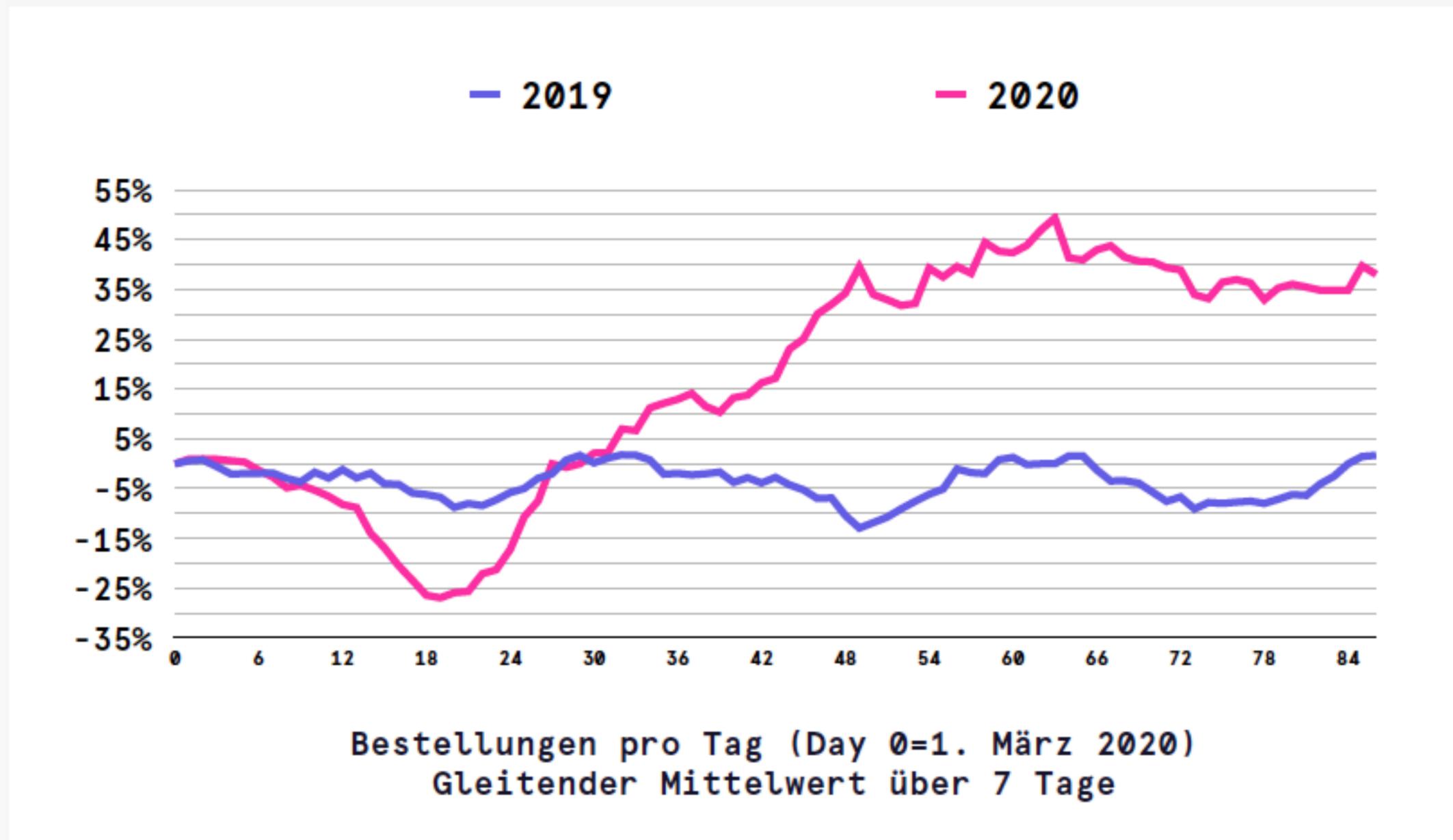
# Mode insgesamt - % Zunahme/Rückgang der Besuche



# Mode insgesamt - % Zunahme/Rückgang des Umsatzes



# Mode insgesamt - % Zunahme/Rückgang der Bestellungen

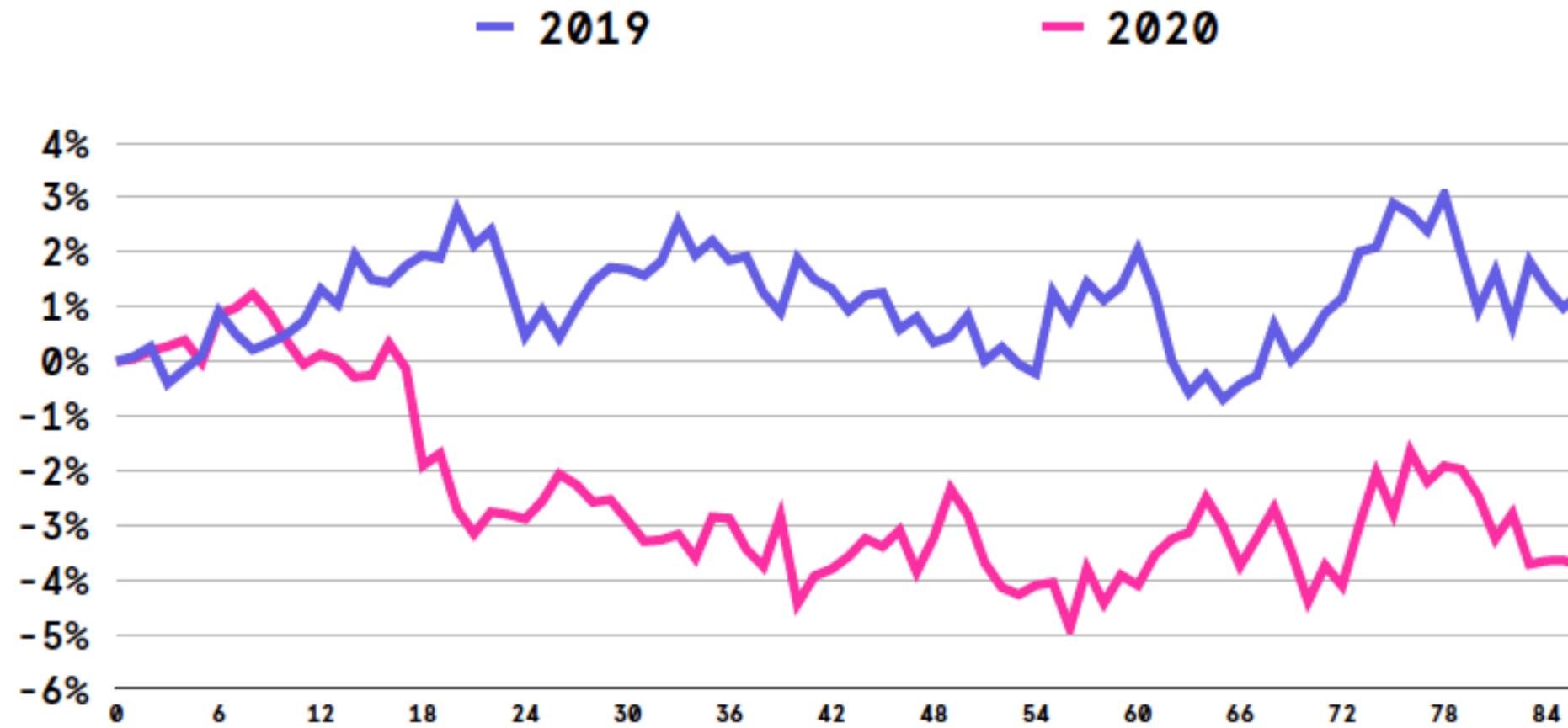


**Der durchschnittliche Bestellwert (AOV) ist im Vergleich zum Vorjahr (YOY) weiterhin rückläufig und dürfte auch in Zukunft so bleiben.**

**Die Konvertierungsrate (CR) hingegen ist im Vergleich zum Vorjahr weiter gestiegen und hat vorerst ein Plateau erreicht.**

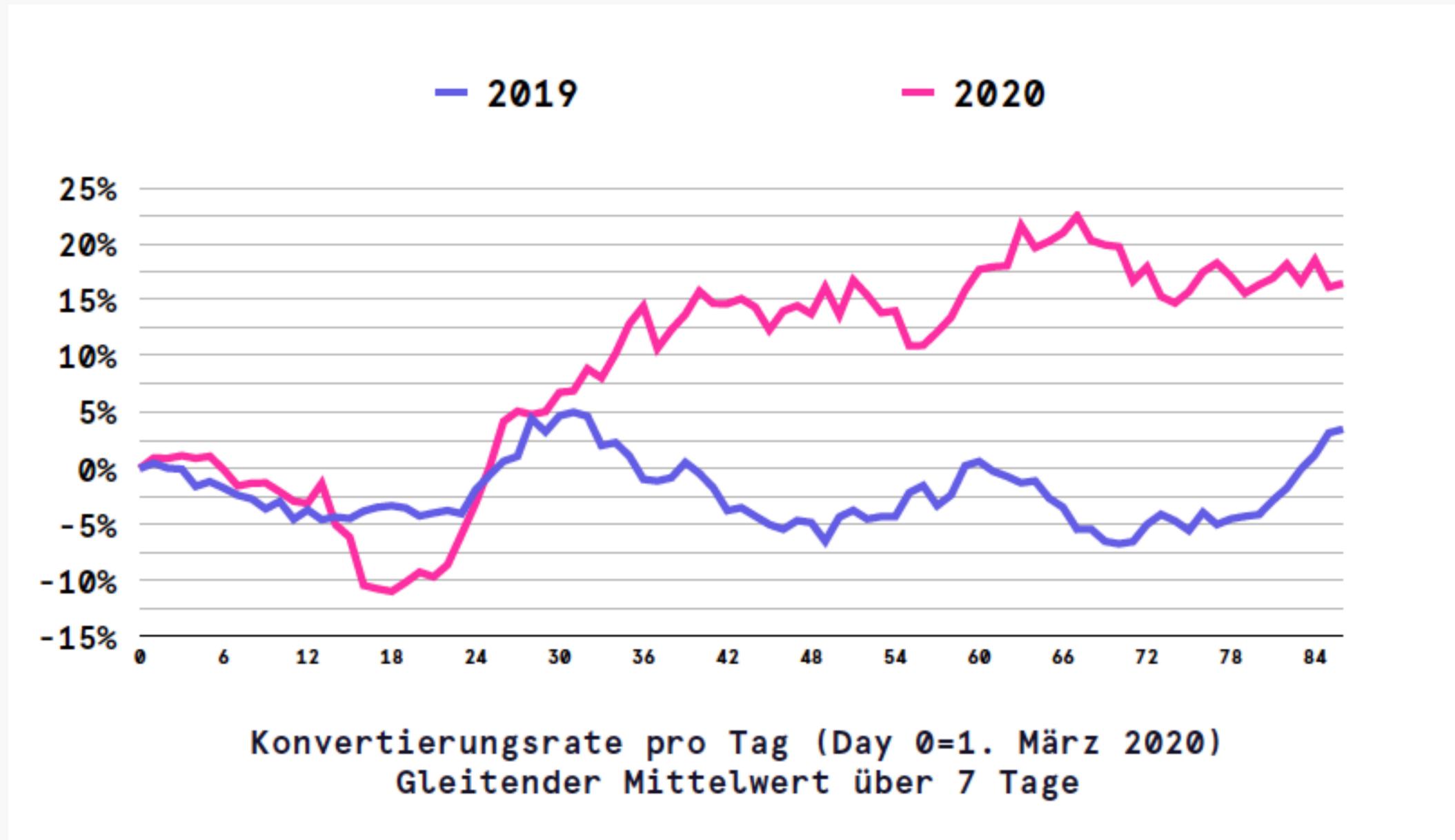
**Wenn das Muster anhält, sollten Modeeinzelhändler davon ausgehen, dass es mehr Käufer geben wird, die online einkaufen, aber jede Bestellung einen geringeren Wert haben wird als bisher.**

# Mode insgesamt - % Zunahme/Rückgang des Bestellwerts



AOV pro Tag (Day 0=1. März 2020)  
Gleitender Mittelwert über 7 Tage

# Mode insgesamt - % Zunahme/Rückgang der CR



# Auswertung nach Land

Die nachfolgenden Grafiken vergleichen die Ergebnisse zwischen 2019 und 2020 direkt in einer einzigen Zeile für sechs wichtige Regionen (USA, Großbritannien, Schweden, Frankreich, Deutschland und Australien/ Neuseeland).

**Die Besucherzahlen sind jetzt in allen Regionen gestiegen.** Frankreich, Schweden sowie Australien und Neuseeland verzeichnen derzeit nur einen leichten Anstieg der Besuche YOY mit einem Zuwachs zwischen 1-3 %.

**Die vergangene Woche war auffallend umsatzschwach, wobei Schweden am meisten gelitten hat.** Sogar bei einem Rückgang von Woche zu Woche steigen die Verkäufe in allen Regionen außer Schweden, dessen Verkäufe um 16 % zurückgehen, weiterhin YOY. Das Umsatzwachstum im E-Commerce für Mode scheint von den regionalen Sperrungen stark profitiert zu haben.

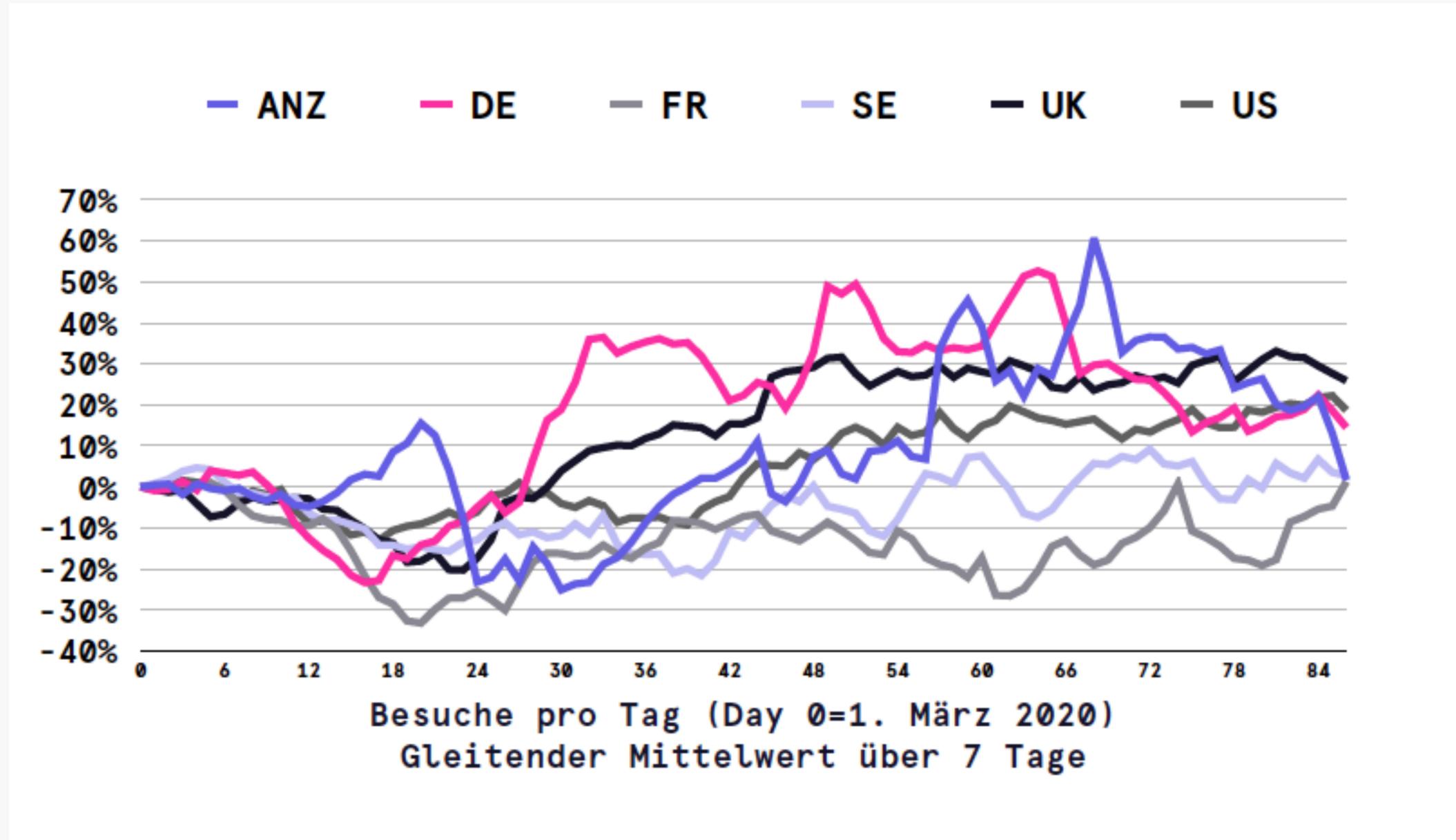
**Mit Ausnahme Schwedens sowie Australiens und Neuseelands sind die Bestellungen überall gestiegen.** In Schweden sind die Bestellungen über einen langen Zeitraum hinweg langsam zurückgegangen, aber in Australien und Neuseeland kam es in den letzten ein bis zwei Wochen zu einem besonders dramatischen Auftragsrückgang.

Der AOV bleibt für alle außer Australien und Neuseeland, die nach wie vor die einzige Region sind, die diese Kennzahl seit Beginn der ganzen Sache regelmäßig im grünen Bereich sieht, unter Null.

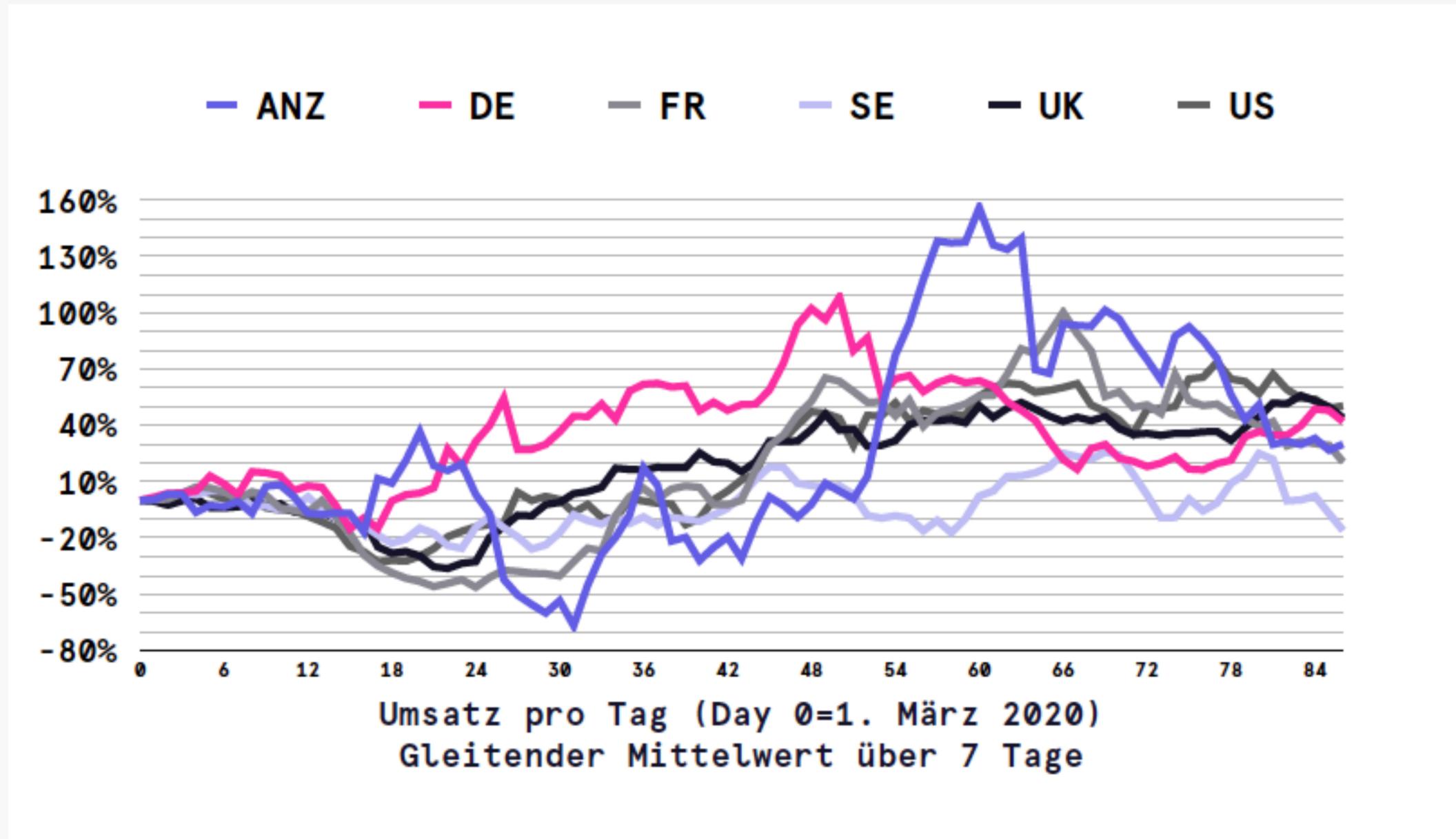
**In Deutschland, Schweden, Großbritannien und den USA ist die CR relativ gleich geblieben. Frankreich, Australien und Neuseeland weisen weiterhin von Woche zu Woche große Schwankungen bei der CR auf, wobei die Australien & Neuseeland jetzt in den roten YOY-Bereich fällt.**



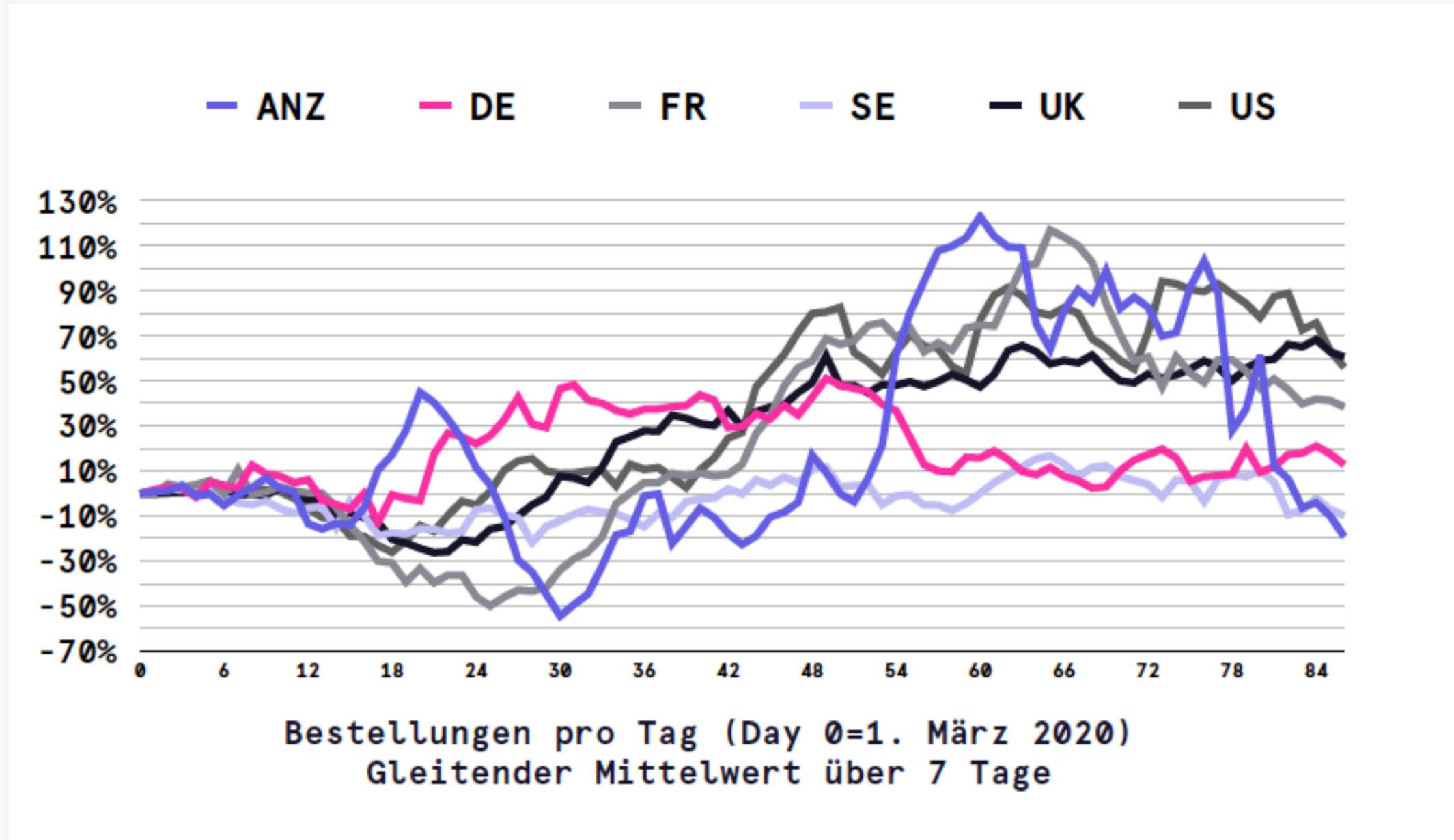
# Mode: Besuche nach Land - % Nettoveränderung (2020 vs. 2019)



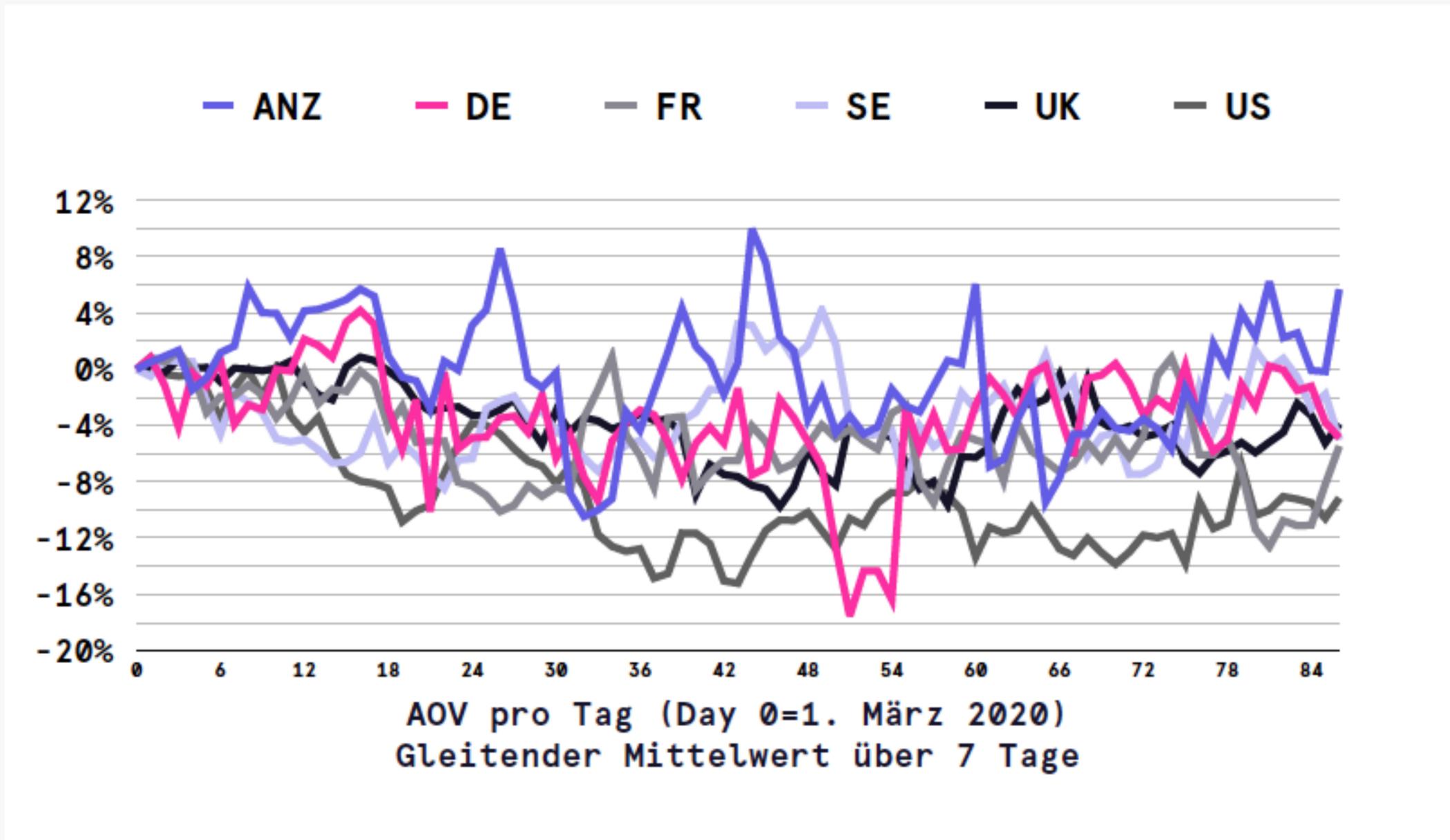
# Mode: Umsatz nach Land - % Nettoveränderung (2020 vs. 2019)



# Mode: Bestellungen nach Land - % Nettoveränderung (2020 vs. 2019)



# Mode: Bestellwert nach Land - % Nettoveränderung (2020 vs. 2019)



# Mode: CR nach Land - % Nettoveränderung (2020 vs. 2019)

