

**RUSSISCHE ONLINEHÄNDLER GRÜNDEN LOKALE AMAZONS
E-COMMERCE MARKT WÄCHST WEITER RASANT**


Moskau (GTAI) - Russlands Onlinehändler gehen strategische Allianzen ein. Der Markt wird reifer und konsolidiert sich. Deutsche Anbieter müssen sich auf einen verschärften Wettbewerb einstellen.

Russlands Onlinehandel verzeichnet weiterhin starke Zuwachsraten. Im Jahr 2018 legte der Umsatz gegenüber dem Vorjahr um 19 Prozent auf rund 1,2 Billionen Rubel (15,5 Milliarden Euro; 1 Euro = 74,04 Rubel, Jahresdurchschnittskurs 2018) zu. Dies entsprach etwa 290 Millionen Bestellungen, so die Analyse von Data Insight. Bis Ende 2023 erwartet die Investmentbank Morgan Stanley ein jährliches Wachstum von 25 Prozent auf 3,5 Billionen Rubel. Der grenzüberschreitende Internethandel legte 2018 um 29 Prozent auf umgerechnet 4,7 Milliarden Euro zu.

Entwicklung des russischen Onlinehandels

	2014	2015	2016	2017	2018
Umsatz (Mrd. Rubel) ¹⁾	560	650	805	965	1.150
Veränderung (in %) ²⁾	34,9	16,1	23,0	20,0	19,0



¹⁾ Nur physische Waren; ohne grenzüberschreitenden Handel, Lieferungen von Fertiggerichten, Tickets für Transport und Veranstaltungen, Coupons, Consumer-to-Consumer und Multi-Level-Marketing; ²⁾ nominal gegenüber dem Vorjahr; Abweichung durch Rundungen

Quellen: Marktforschungsinstitut Data Insight; Verband der Onlinehändler (NAMO)

Der Anteil des E-Commerce am Einzelhandelsumsatz liegt derzeit noch bei etwa 5 Prozent. Mit der "Strategie zur Entwicklung des Onlinehandels bis 2025" möchte die Regierung diesen auf 20 Prozent steigern. Die Voraussetzungen für ein weiteres Wachstum sind gut, denn russische Verbraucher sind internetaffin und technischen Neuerungen gegenüber aufgeschlossen. Bereits 76 Prozent aller Russen haben einen Internetanschluss. Bis 2024 soll gemäß dem nationalen Projekt "Digitale Wirtschaft" die Durchdringung mit Breitbandinternet bereits 97 Prozent erreichen.


Wachstumspotenzial längst nicht ausgeschöpft

Russlands Onlinehändler folgen diesem Trend und modernisieren ihre Webseiten und investieren in die Warenlogistik. Elektronische Marktplätze werden dabei immer beliebter. Denn diese bieten vor allem kleineren Internethändlern die Möglichkeit, sich gegen die Marktführer zu behaupten.

Im Forbes-Ranking der 20 wertvollsten Internetunternehmen in Russland belegen die Onlinehändler Wildberries und Ozon die Plätze vier und fünf. Der russische Modeversand Lamoda - eine Gründung der deutschen Rocket Internet - liegt auf Platz neun.

RUSSIA

Die Otto Group hat 2018 ihr Geschäftsmodell in Russland neu ausgerichtet und seine Ableger Quelle und Otto vom Markt genommen. Dafür setzt der Hamburger Konzern auf die Onlinemarken Bonprix und Witt sowie auf die Plattform eSolutions, die B2B-Dienstleistungen in den Bereichen Marketing, Vertrieb, Logistik und IT anbietet.

Führende Onlinehändler in Russland

Unternehmen	Produktportfolio	Umsatz 2017 (Mrd. Rubel)	Veränderung 2017/2016 (in %)	Anzahl der Bestellungen (in Mio.)
Wildberries	Bekleidung, Schuhe, Accessoires	63,8	40,0	39,8
Citilink	Waren aller Art	55,2	35,0	5,2
DNS-Shop / Technopoint	Unterhaltungselektronik, Haushaltsgeräte	38,9	61,0	5,8
M.Video	Unterhaltungselektronik, Haushaltsgeräte	36,7	41,0	3,6
Eldorado	Unterhaltungselektronik, Haushaltsgeräte	23,7	2,0	4,3
Lamoda	Bekleidung, Schuhe, Accessoires	23,6	6,0	4,0
Ozon	Waren aller Art	23,4	44,0	8,6
Ulmart	Waren aller Art	23,1	-37,0	5,9
Bonprix	Bekleidung, Accessoires	16,5	10,0	4,0
Svyaznoy	Unterhaltungselektronik, Haushaltsgeräte	15,7	35,0	1,5

Quelle: Data Insight (<http://datainsight.ru/top100/>)



Russland bekommt gleich zwei "lokale Amazons"

Bereits jetzt ist der russische Onlinehandel fest in der Hand weniger großer Player, die ihre Marktpräsenz weiter ausbauen. Der Marktführer Wildberries hat 2018 Elektronik und Haushaltsgeräten in sein Sortiment aufgenommen. Die AFK Sistema Holding des Oligarchen Jewgeni Jewtuschenkow hat ihre Anteile am Onlinehändler Ozon erhöht und investiert in den Bau neuer Logistikzentren. Daneben startete Ozon mit dem Verkauf von

Arzneimitteln, Schmuck und Fertiggerichten.

Im April 2018 haben der russische Technologiekonzern Yandex und die Sberbank die Gründung der Onlinemarktplätze Beru und Bringly vereinbart. Ziel ist es, die Plattform Yandex.Market zu einem "russischen Amazon" weiterzuentwickeln. Dabei bringt Russlands größte Bank die Kundendaten von 100 Millionen Kontoinhabern ein.

Das Angebot von Beru und Bringly umfasst vor allem hochpreisige Waren wie Elektronik, Klei-

dung, Schuhe oder Kosmetika. Bringly arbeitet dabei unter anderem mit der britischen Kosmetikkette Feelunique zusammen. Im September 2018 schloss Yandex.Market zudem eine Kooperationsvereinbarung mit dem größten türkischen Onlinemarktplatz Hepsiburada.



Alibaba baut seine Marktpräsenz in Russland aus

Im September 2018 kündigte sich der nächste große Zusammenschluss im russischen Onlinehandel an: Die Mail.ru-Group und Megafon (gehören zum Firmenimperium des Oligarchen Alischer Usmanow), der Russische Fonds für Direktinvestitionen und der chinesische Technologiekonzern Alibaba wollen bis zum Ende des 1. Quartals 2019 einen gemeinsamen Onlinemarktplatz gründen. Damit möchte Alibaba seine Präsenz auf dem russischen Markt ausbauen.

Die Mail.ru-Group liefert dabei den Zugriff auf die Datensätze von etwa 100 Millionen Nutzern - ein gewaltiges Neukundenpotenzial für den chinesischen Onlineriesen. Am 5. März 2019 startete zudem AliExpress, die russische Tochter von Alibaba, eine Plattform zum Verkauf von Pkw der chinesischen Marke Chery.

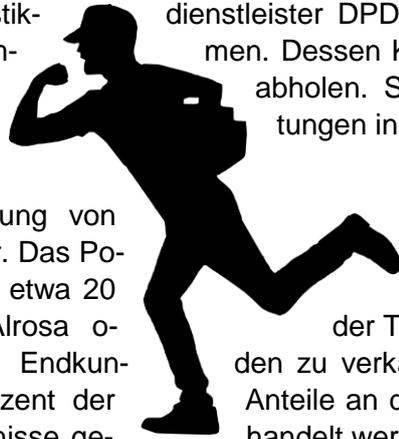


Zollfreigrenze sinkt weiter

Zwei Drittel der russischen Onlinekäufer bestellen Waren auch bei ausländischen Händlern. Dabei kommen 90 Prozent der Lieferungen aus China. Liegen Preis und Gewicht des Produkts innerhalb der Freigrenzen, fällt keine Umsatzsteuer an. Zum 1. Januar 2019 wurde die Freigrenze beim grenzüberschreitenden Onlinehandel auf 500 Euro halbiert und die Gewichtsgrenze von 31 auf 25 Kilogramm gesenkt. Ab 1. Januar 2020 sinkt der Freibetrag auf 200 Euro. Doch dürfte diese Maßnahme dem russischen Staat kaum zusätzliche Einnahmen bringen. Bei 86 Prozent der grenzüberschreitenden Onlinekäufe liegt der Warenwert bei höchstens 22 US-Dollar (US\$).

Vor allem Kapazitätsengpässe bei der Auslieferung von Onlinebestellungen bremsen derzeit die Branche. Die VTB-Bank investiert deshalb bis 2021 rund 410 Millionen Euro in den Bau von 40 Logistik- und Distributionszentren für die Russische Post (Potschta Rossii). Das Staatsunternehmen will vom Wachstum im Onlinehandel profitieren und seinen Umsatz aus dem Paketgeschäft für den E-Commerce bis 2023 auf 122 Milliarden Rubel steigern. Seit September 2018 verteilt die Russische Post Lieferungen aus China über Hubs in Sibirien und dem Fernen Osten.

Der Logistikdienstleister DPD arbeitet seit Oktober 2018 mit dem Anzeigenportal Avito zusammen. Dessen Kunden können künftig an etwa 1.500 DPD-Stationen ihre Pakete abholen. Seit Juni 2018 arbeiten DHL und eBay bei Logistikdienstleistungen in Russland zusammen.



Die Entwicklung von immer wichtiger. Das Poläuft sich auf etwa 20 Sewerstal, Alrosa oder direkt an ihre Endkunden etwa 20 Prozent der liche Erzeugnisse ge-

B2B-Plattformen wird in Russlands Onlinehandel im-tenzial ist riesig: Der russische B2B-Onlinemarkt be-Milliarden US\$ - Tendenz steigend. Vorreiter wie der Technonikol setzen bereits auf B2B-Plattformen, um di-den zu verkaufen. Der chinesische Konzern Fosun erwarb 2018 Anteile an der B2B-Plattform Prod.Center, auf der landwirtschaft-handelt werden.

Quelle: Hans-Jürgen Wittmann, Germany Trade & Invest www.gtai.de