

E-Commerce

Der Internethandel gewinnt über Anbieter wie MercadoLibre und Linio weiter an Fahrt. Gerade in der Pandemie kauften mehr Menschen online ein.

21.09.2021

Von Janosch Siepen | Bogotá

- ▶ Überdurchschnittliches Wachstum
- ▶ Smartphones werden wichtiger
- ▶ Digitalfreundliche Politik
- ▶ Kontaktadressen

Laut dem UNCTAD B2C E-Commerce Index 2020 liegt Kolumbien im lateinamerikanischen Vergleich auf Rang fünf und auf Platz 68 weltweit. Nach einem enormen Wachstum des Sektors 2020 entwickelt sich die Branche auch im Jahr 2021 positiv.

Überdurchschnittliches Wachstum

Der E-Commerce erreichte im 2. Quartal 2021 Verkäufe im Wert von insgesamt knapp 2,6 Milliarden US-Dollar (US\$). Laut der kolumbianischen Kammer für elektronischen Handel legte der Sektor um 54,9 Prozent im Vergleich zum Vorjahreszeitraum zu. Für das Jahr 2021 erwartet sie ein Wachstum des E-Commerce von 16 Prozent. Laut Branchenkenner wächst der Digitalsektor in Kolumbien stärker als in anderen Ländern der Region. Die Wachstumsraten im E-Commerce werden laut Einschätzung der Kammer allerdings von 27,6 Prozent im Jahr 2020 auf 8,1 Prozent im Jahr 2024 sinken. Internetverkäufe machen im Jahr 2024 voraussichtlich ein Fünftel aller Einkäufe des Einzelhandels aus. PSE nimmt dabei an Bedeutung zu. PSE ist ein Zahlungssystem, über das Kunden Zahlung und Einkäufe direkt über das Internet tätigen können. Die meisten Zahlungen finden aber weiterhin mit Kreditkarte statt.

Smartphones werden wichtiger

Im Jahr 2020 betrug der Anteil des elektronischen Handels am Gesamthandel 4,2 Prozent, dreimal so viel wie 2019. Die führende E-Commerce-Plattform im Land ist MercadoLibre. Allein im 3. Quartal 2020 wurden insgesamt 205 Millionen Produkte über die Plattform verkauft. Daneben zählen Olímpica, Cencosud, Samsung, Éxito, Arturo Calle und Sony zu den größten Akteuren im kolumbianischen Internethandel.

Wichtigste Produktgruppen im Onlinehandel (Januar - Juni 2020)

Produktgruppe	Anteil an Gesamtsuchen (in %)
Elektronik	31
Textil	16
Haushalt	15
Pharmazeutik	7

Produktgruppe	Anteil an Gesamtsuchen (in %)
Lebensmittel und Getränke	3

Quelle: BlackSip Reporte de Industria: El e-commerce en Colombia 2020

Über einen festen Internetzugang verfügen 15,7 Prozent der kolumbianischen Bevölkerung; 64,4 Prozent haben mobiles Internet. Einkäufe über das Smartphone waren in den letzten Jahren maßgeblich am Wachstum des Internethandels beteiligt. Schätzungsweise 43 Prozent der kolumbianischen Bevölkerung mit Internetzugang benutzen ihr Smartphone, um Onlinekäufe zu tätigen. Dabei ist laut einer Studie des Observatorio eCommerce aus 2019 der typische E-Commerce-Kunde männlich, zwischen 26 und 40 Jahre alt, lebt in Bogotá und gibt sein Geld online für Reisen, Mode und Elektronikartikel aus.

Digitalfreundliche Politik

Auch künftig besteht großes Potenzial im Sektor für Firmen aus Deutschland. Gemäß einer Umfrage von MercadoLibre bevorzugen rund 60 Prozent der kolumbianischen Bevölkerung Internetkäufe auch nach der Pandemie. Vor allem Onlineeinkäufe im Modesektor, von Pflegeprodukten und Freizeitgeräten werden steigen. Gemäß der Umfrage sind Aspekte wie Lieferzeiten, die Einbindung in soziale Netzwerke, technologische Neuerungen, Fintech und digitale Zahlungsmodelle entscheidende Faktoren für Erfolg im E-Commerce in den kommenden Jahren.

Als Trends der Branche gelten unter anderem digitale Ausstellungsräume, Datenanalyse und die Personalisierung von Angeboten. Laut einer Studie der Beratung McKinsey können Personalisierungsstrategien die Unternehmensumsätze im Sektor um bis zu 30 Prozent erhöhen. Der Internethandel wird zudem von der Regierung künftig verstärkt gefördert.

Der Nationale Rat für Wirtschafts- und Sozialpolitik (CONPES) genehmigte Ende 2020 das landesweite Programm "Vende Digital". Etwa 3.900 kleine und mittlere Firmen sowie rund 20.000 Geschäftsleute und Unternehmer sollen dadurch in dem Bereich E-Commerce ausgebildet werden. Auch Produzenten in der Landwirtschaft können profitieren, da die Agenda Betriebe auf dem Land erreichen will. Zwar richtet sich das Vorhaben primär an kolumbianische Unternehmen. Das 23 Millionen US\$ schwere Programm soll allerdings auch dafür sorgen, dass kolumbianische Firmen stärker in ausländischen Internetmärkten vertreten sind. Deutsche Unternehmen können kolumbianische Anbieter dabei durch Branchenexpertise unterstützen und gegebenenfalls kooperieren.

Kontaktadressen

Bezeichnung	Anmerkungen
Camara Colombiana de Comercio Electrónico (CCCE)	Kolumbianische Kammer für elektronischen Handel
Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MINCIT)	Ministerium für Handel, Industrie und Tourismus
Feria de Proveedores eCommerce	Kolumbianische E-Commerce-Messe

Dieser Beitrag gehört zu:

[Vertriebsaktivitäten erholen sich](#)

Mehr zu:

Kolumbien
E-Commerce
Wirtschaftsumfeld

Kontakt

Jutta Kusche

Wirtschaftsexpertin

 +49 228 24 993 419

 [Ihre Frage an uns](#)

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

© 2021 Germany Trade & Invest

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