PRESSEMITTEILUNG

Kontakt:

IFH RETAIL CONSULTANTS GmbH
Christina Fingerhut
Referentin Öffentlichkeitsarbeit

Tel.: +49 (0) 221 94 36 07-92
Fax: +49 (0) 221 94 36 07-64
c.fingerhut@ifhkoeln.de

www.ifhkoeln.de

Online-Verdrängungswettbewerb hält an – Internet Pure Player weiterhin vorn

Der Branchenreport „Online-Handel 2013“ des IFH Köln verdeutlicht die dominante Stellung der Internet-Pure-Player, wie Amazon oder Zalando, auf dem Online-Markt. Obwohl aktuell noch alle Online-Vertriebsformen wachsen können, wird der Verdrängungswettbewerb laut der IFH-Experten zukünftig deutlich zunehmen. Aktuelle Hochrechnungen zeigen bereits jetzt einen leichten Rückgang der Marktanteile von Herstellern und Katalogversendern Online.

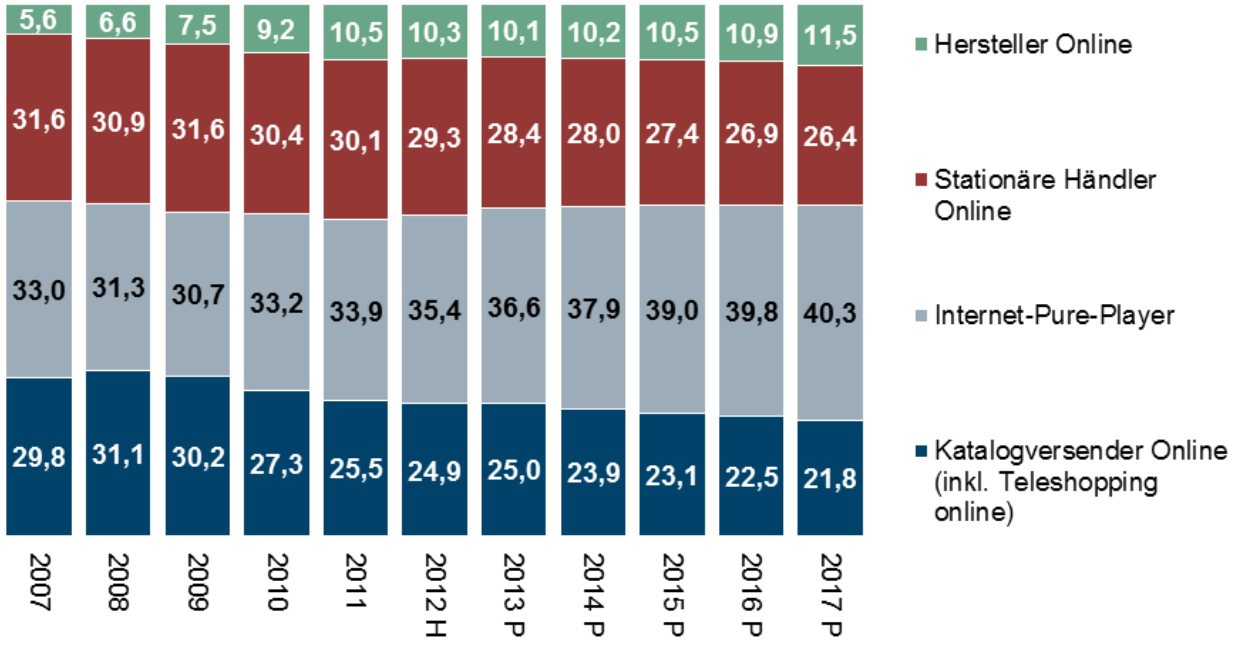
Köln, 30. Juli 2013 – Um rund 15 Prozent ist das Online-Marktvolumen im Vergleich zum Vorjahr gewachsen. Ob Mode, Unterhaltungselektronik oder Möbel – kaum eine Warengruppe ist online nicht verfügbar. Die unterschiedlichen Vertriebsformen sind dabei am Markt sehr unterschiedlich erfolgreich.

Internet Pure Player und Stationäre Händler Online bedienen Großteil der Nachfrage
Den größten Umsatz und das stärkste Wachstum erzielten 2012 Unternehmen, die ihre Produkte ausschließlich über das Internet vertreiben. Die sogenannten Internet Pure Player sichern sich mit einem Anteil von 35,4 Prozent am Online-Handel das größte Stück vom Kuchen – dicht gefolgt von den stationären Händlern Online (29,3 %). Online-Katalogversender, wie Otto oder Baur, können trotz Umsatzzuwächsen nur noch knapp 25 Prozent Online-Anteil auf sich vereinen. „Anders als es sich vor kurzem noch andeutete, konnten die Stationären Händler Online das Wachstum der Pure-Player nicht nachhaltig bremsen. Umgekehrt ist es sogar so, dass erste Pure-Player im Gebiet der stationären Händler wildern und ihr Online-Angebot durch Filialen ergänzen“, so Hansjürgen Heinick, Senior Consultant am IFH Köln. Der Spielwarenhändler myToys.de beispielsweise ist stationär bereits stark vertreten. Wie sehr Internet Pure Player tatsächlich auch dem stationären Handel Marktanteile streitig machen können, bleibt abzuwarten: „Die Kanalvorteile, die die Internet Pure Player online gegenüber anderen Anbietern haben, können die stationären Händler offline ebenfalls ausspielen“, so Heinick weiter.

Wachstum auf allen Ebenen
Der Blick in die Zukunft zeigt: Alle großen Vertriebswege werden von dem anhaltenden Online-Boom profitieren können. Laut Prognose der IFH-Experten können bis 2017 alle Vertriebsformen mit positiven Wachstumsraten rechnen. Am stärksten werden mit einem Plus von 13,8 Prozent weiterhin die Internet-Pure-Player wachsen. „Internet Pure Player stellen sich zunehmend solider auf und entdecken beispielsweise Eigenmarken zur Wettbewerbsdifferenzierung und für bessere Margen“, erläutert Heinick. Auch die Hersteller Online sind weiter auf dem Vormarsch. Obwohl der Onlineumsatz der Katalogversender in den nächsten Jahren um geschätzte knapp 8 Prozent p.a. wachsen wird, wird der Anteil der Versender am Gesamtmarkt weiter abnehmen. Das Internet bedrängt demnach nicht nur den stationären Handel – auch die Online-Vertriebsformen stehen untereinander in einem starken Verdrängungswettbewerb. Im

Kampf um die Online-Marktanteile gilt also weiterhin, dass sich Multi-Channel-Unternehmen genauso wie Hersteller mit attraktiven Konzepten am Markt positionieren müssen, wenn sie den Internet Purem Playern Marktanteile streitig machen wollen. Tun sie dies nicht, werden Letztere in absehbarer Zukunft den Online-Markt dominieren.

Grafik: Entwicklung der Online-Vertriebsformen 2007-2017 – Anteile am Online-Umsatz in Prozent – Basis: mittlere Szenario-Variante



Quelle: IFH RETAIL CONSULTANTS, 2012 Hochrechnung (H), 2013-2017 Prognose (P)

Wörter der Meldung: 425
Zeichen (inkl. Leerzeichen): 3.303

Über den Branchenreport Online-Handel:

Der neue IFH-Branchenreport Online-Handel informiert detailliert über die aktuellen Zahlen des deutschen B2C-E-Commerce und beantwortet unter anderem folgende Fragen: Welche Sortimente sind die Online-Gewinner? Wer sind die Treiber unter den Online-Vertriebsformen? Wie konsumieren die Online-Shopper? Welche Bedeutung gewinnt das Mobile-Shopping? Wie verändert der Online-Handel die Handelsstrukturen? Wird der Offline-Handel zum Showroom für Onliner? Wie groß sind die Cross-Channel-Effekte?

Hier geht's zu weiteren Studieninformationen im IFH-Shop.

Über IFH RETAIL CONSULTANTS:

Die IFH RETAIL CONSULTANTS bieten strategische Beratung mit ausgewiesener Handelskompetenz. Über 70 Branchen aus Handel, Dienstleistung und Konsumgüterindustrie stehen im Fokus von Marktstudien und Trendanalysen und bilden die Basis für nachhaltige Beratungsansätze. Die 100-prozentige Tochter der IFH Institut für Handelsforschung GmbH ergänzt als Experte für Beratung und Umsetzung das Leistungsportfolio des IFH Köln sowohl auf inhaltlicher als auch auf operativer Ebene optimal und ist im Verbund mit der Muttergesellschaft sowie dem dort angeschlossenen E-Commerce-Center (ECC Köln) Seismograph für Markt- und Verbrauchertrends.