

Kontakt:

IFH RETAIL CONSULTANTS KÖLN
c/o IFH Institut für Handelsforschung GmbH
Christina Fingerhut
Referentin Öffentlichkeitsarbeit

Tel.: +49 (0) 221 94 36 07-92

Fax: +49 (0) 221 94 36 07-99

c.fingerhut@ifhkoeln.de

www.ifhkoeln.de

Umsatz: Online-Handel legt nochmal 15 Prozent drauf

IFH Köln legt neue E-Commerce-Zahlen vor – der Online-Handel gewinnt weiter Marktanteile und landet bei 33 Milliarden Euro. Gut die Hälfte wird mit Mode und Consumer Electronics umgesetzt. Anteil am Einzelhandel wächst stetig.

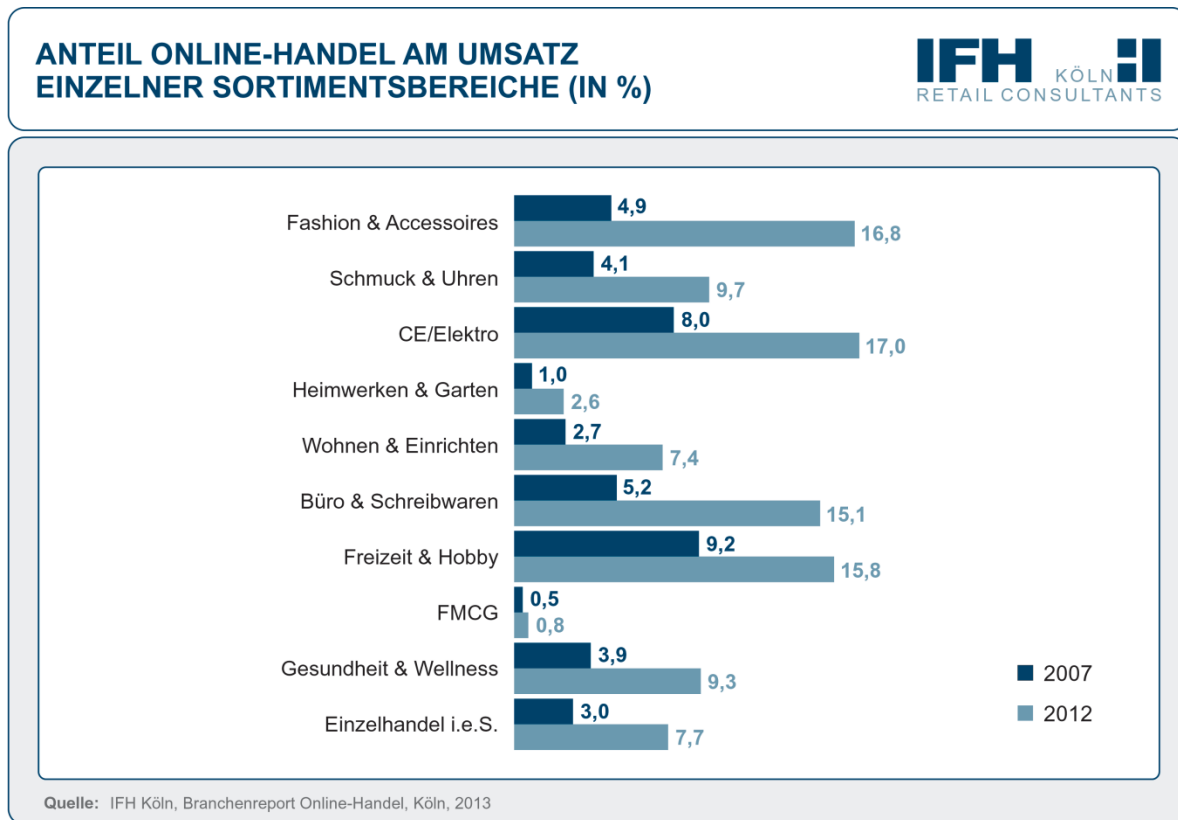
Köln, 02. Mai 2013 – 33 Milliarden Euro wurden 2012 in Deutschland im Online-Handel umgesetzt. Damit ist das Marktvolumen im Vergleich zum Vorjahr um knapp 15 Prozent gewachsen – so aktuelle Zahlen des neuen IFH-Branchenreports Online-Handel. Auch für das laufende Jahr gehen die IFH-Experten weiterhin von einem steigenden Marktvolumen aus, allerdings mit einer leicht geringer ausfallenden Wachstumsprognose. Die Analyse nach Vertriebsformen zeigt: Stärkste Kraft im Online-Markt sind nach wie vor die sogenannten Internet Pure Player – ihr Anteil wird für 2013 auf insgesamt 36,6 Prozent prognostiziert. Der Anteil der Katalogversender ist hingegen seit 2007 stetig gesunken.

Auch Online-Pessimisten dürften bei einem Blick auf die Einzelhandelsanteile einsehen, welche Relevanz der E-Commerce in Deutschland zwischenzeitlich erlangt hat. Lag der Anteil des Online-Handels 2007 noch bei gerade einmal 3 Prozent, ist dieser 2012 bereits auf 7,7 Prozent gewachsen. Ohne die so genannten Fast Moving Consumer Goods (FMCG) wie beispielsweise Nahrungsmittel und Körperpflegeprodukte, machte der Online-Handel 2012 bereits 14,2 Prozent des gesamten Einzelhandels aus – und auch diese Anteile werden zukünftig weiter steigen. „Der Einzelhandel funktioniert nur noch mit dem Internet, nicht dagegen. Gleichzeitig bringt die neue Mobilität des Internets durch Smartphones und Tablets die Online- und Offline-Shopping-Welten näher zusammen. Von einer Stagnation des Online-Wachstums ist auch in den kommenden Jahren kaum auszugehen“, so Studienautor Hansjürgen Heinick zu den neuen Zahlen.

Möbel und Heimwerken mit Nachholbedarf

Obwohl der Handel über das Internet stetig wächst, können nicht alle Branchen gleichermaßen vom Online-Boom profitieren. Noch einmal deutlich gewachsen ist der Anteil der Fashion- und Accessoires-Sortimente. Lag der Anteil 2007 noch bei ca. einem Fünftel, machten Fashion und Accessoires 2012 bereits über ein Viertel des gesamten E-Commerce-Umsatzes aus. Auch die Online-Vorreiter Bücher (Freizeit & Hobby) und Consumer Electronics wachsen zwar weiter, haben aber in den letzten Jahren Anteile an die enorm gewachsenen Bekleidungs- und Schuhsortimente abgeben müssen. Verhältnismäßig stabil halten sich die Anteile am Online-Markt in den Branchen Wohnen & Einrichten sowie Heimwerken & Garten – diese Segmente haben noch Nachholbedarf. Hier sieht Heinick allerdings auch mit das größte Potenzial: „Gerade die Möbelbranche wird in den kommenden Jahren voraussichtlich einen Sprung nach vorn machen können. Die Konsumenten sind es gewöhnt, sechs bis acht Wochen auf die neue Küche oder das neue Sofa zu warten und in vielen Fällen werden die Produkte auch heute schon aus dem stationären Handel nach Hause

geliefert. Vor allem Cross-Channel-Anbieter können sich hier positionieren“, erklärt er. Auch ein Blick auf die jeweiligen Gesamtmärkte zeigt das starke Online-Wachstum in den einzelnen Sortimentsbereichen. Auch hier zeigt sich, dass die Märkte Fashion & Accessoires und CE/Elektro bereits große Online-Anteile verzeichnen (siehe Grafik).



Lesebeispiel: Der Online-Anteil im Gesamtmarkt Freizeit & Hobby ist von 2007 bis 2012 von 9,2 Prozent auf 15,8 Prozent gestiegen.

Wörter der Meldung: 460

Zeichen (inkl. Leerzeichen): 3.339

Über den Branchenreport Online-Handel:

Der neue IFH-Bericht 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.