

**Pressekontakt:**

IFH Köln  
Christina Fingerhut  
Leiterin Unternehmenskommunikation

T +49 (0) 221 94 36 07-23

E [c.fingerhut@ifhkoeln.de](mailto:c.fingerhut@ifhkoeln.de)

[www.ifhkoeln.de](http://www.ifhkoeln.de)

## Online-Handel: Nachzüglerbranchen starten Aufholjagd

*Studie „IFH-Branchenreport Online-Handel“ stellt Online-Anteile einzelner Sortimente und Konsumgütermärkte differenziert dar. Lebensmittel und Drogeriewaren verzeichnen 2014 online ein Plus von 22 Prozent. Fashion wächst auf hohem Niveau – aber unterdurchschnittlich.*

**Köln, 04. November 2015** – Im Jahr 2014 konnte der Online-Handel in Deutschland mit rund 42 Milliarden Euro einen neuen Rekord verzeichnen. Und auch für 2015 ist laut IFH-Hochrechnung mit einer weiteren Steigerung um rund 4,3 Milliarden Euro zu rechnen. Doch während das Marktwachstum insgesamt immer noch zweistellig ist und der deutsche B2C-E-Commerce-Markt von 2013 auf 2014 um rund 11 Prozent gewachsen ist, zeigen sich in einzelnen Bereichen erste Sättigungsanzeichen. Welche das sind, zeigt der [„Branchenreport Online-Handel 2015“](#) des IFH Köln.

### Sortimentsbereiche: FMCG mit größtem – Fashion mit geringstem Zuwachs

Betrachtet man einzelne Sortimente im Vergleich zum Durchschnitt, zeigt sich, dass die Online-Umsätze im Bereich Fashion & Accessoires 2014 deutlich unterdurchschnittlich gewachsen sind. Während 2013 Zuwächse von knapp 15 Prozent realisiert wurden, wuchs der gesamte Bereich Fashion & Accessoires 2014 nur noch um 6,7 Prozent. Trotz des erneuten Umsatzanstiegs sind demnach erste Sättigungsanzeichen zu erkennen. Ganz anders bei Lebensmitteln und Drogeriewaren (FMCG – Fast Moving Consumer Goods): Sie sind 2014 mit einem Plus von 22 Prozent der absolute Umsatzgewinner. Auch weitere Nachzüglerbranchen konnten überdurchschnittlich wachsen: Vor allem die Sortimentsbereiche Schmuck & Uhren (+ 18,2 %) sowie Heimwerken & Garten (+ 16 %) haben ordentlich an Online-Umsatz zugelegt.

*„Der Online-Handel hat sich in Deutschland auf einer breiten Basis etabliert. Auch Warengruppen, die in den vergangenen Jahren noch kaum von der Digitalisierung der Handelswelt betroffen waren, holen online stark auf. Für Unternehmen sind deshalb insbesondere differenzierte Zahlen für einzelne Handelskategorien wichtig, um die richtigen strategischen Entscheidungen treffen zu können – eine aggregierte Betrachtung nach Gesamtumsätzen einzelner Unternehmen hilft hierbei nur wenig“, so Dr. Kai Hudetz, Geschäftsführer des IFH Köln.*

### Teppiche, Fahrräder und Lampen: Neue Online-Renner in Sicht?

Die IFH-Studie ermöglicht auch eine detaillierte Analyse auf Ebene von 43 Konsumgütermärkten. Diese zeigt: Die deutschen Konsumenten haben 2014 vor allem Teppiche, Fahrräder und Wohnleuchten/Lampen vermehrt online gekauft. Diese Konsumgütermärkte konnten 2014 ein Online-Wachstum von über 20 Prozent verzeichnen. Unterdurchschnittlich gewachsen sind hingegen zum Beispiel Kinderbekleidung und Bücher. Diese Produkte kaufen Online-Shopper bereits seit einigen Jahren völlig selbstverständlich im Netz.

Wörter der Meldung: 364

Zeichen (inkl. Leerzeichen): 2.811

## Wachstumsdynamik der Sortimentsbereiche im Online-Handel – 2013/2014



Quelle: IFH Köln, 2015

### Der IFH-Branchenreport Online-Handel 2015:

Der neue „IFH-Branchenreport Online-Handel 2015“ informiert detailliert über die aktuellen Zahlen des deutschen B2C-E-Commerce – retrospektiv und in der Prognose. Dabei werden die Marktentwicklung, die Hauptakteure und die Vertriebsformen im Ganzen sowie detailliert einzelne Online-Vertriebswege sowie neun Sortimentsbereiche und 43 Konsumgütermärkte unter die Lupe genommen. Auch eine Teilmarkt Betrachtung innerhalb einzelner Branchen sowie Mobile-Zahlen sind in der Studie enthalten.

Die aufwendige IFH-Datenerhebung basiert auf Umsatzangaben zu den einzelnen Unternehmen, sowie statistischen Daten zu Handelsunternehmen. Die Ergebnisse werden anhand vielfältiger eigener Befragungen und mit Hilfe der umfangreichen IFH-Datenbanken sowie weiterer Quellen überprüft und plausibilisiert. Die Vorgehensweise ermöglicht eine umfassende Erhebung des Online-Handels auf Basis weitgehend objektiver Angaben und Daten im Hinblick auf die Vertriebsformen einerseits und die Sortimente im Online-Handel andererseits.

[Der „IFH-Branchenreport Online-Handel 2015“ kann über den Online-Shop des IFH Köln bestellt werden.](#)

### Über das IFH Köln – Die Experten für Handel im digitalen Zeitalter

Als Schnittstelle zwischen Wissenschaft und Praxis bietet das IFH Köln seit 1929 fundierte Analysen und Strategieberatung für Handel und Konsum. Ob individuelle Fragestellungen oder bewährte Branchen-Insights – umfassende Datenbanken sowie maßgeschneiderte Projekte helfen, Managemententscheidungen vorzubereiten und abzusichern. Dabei greift das IFH Köln auf bewährte Methoden der Marktforschung und Strategieberatung zurück. Händler, Hersteller, Dienstleister, Verbände und öffentliche Institutionen vertrauen auf das IFH Köln als unabhängigen Partner. Die Kunden des IFH Köln profitieren dabei von branchenspezifischer und praxisrelevanter Information, Forschung und Beratung in den dynamischen Feldern des stationären Handels. Die Online-Experten des E-Commerce-Center (ECC) Köln analysieren seit 1999 Fragestellungen rund um das Thema E-Commerce.

Weitere Informationen unter [www.ifhkoeln.de](http://www.ifhkoeln.de)