

**Pressekontakt:**

IFH Köln  
Christina Bunnenberg  
Leiterin Unternehmenskommunikation

T +49 (0) 221 94 36 07-92  
E [c.bunnenberg@ifhkoeln.de](mailto:c.bunnenberg@ifhkoeln.de)  
[www.ifhkoeln.de](http://www.ifhkoeln.de)

## **Onlinehandel in Deutschland: Auch absolutes Wachstum nimmt weiterhin zu**

*Der neue „Branchenreport Onlinehandel“ des IFH Köln zeigt: Marktvolumen steigt 2015 auf 47 Milliarden Euro und knackt 2016 voraussichtlich die 50-Milliarden-Euro-Marke. Die Wachstumsrate stabilisiert sich deutlich zweistellig. Das Wachstum wird vor allem von Nachzüglerbranchen getrieben. Einzelne Konsumgütermärkte wachsen stark unterschiedlich.*

**Köln, 10. November 2016** – Der deutsche Onlinehandel zeigt auch weiterhin keine Spur von Wachstumsschwäche. Im Gegenteil: 2015 wächst der Onlinehandel um 12 Prozent auf 47 Milliarden Euro und für 2016 rechnen die IFH-Experten erstmals mit einem Umsatzvolumen von über 50 Milliarden Euro (Hochrechnung 2016: 52,3 Milliarden Euro). Damit stabilisiert sich die Wachstumsrate bei oberhalb von 11 Prozent. Dabei wächst der der Onlinemarkt nicht nur weiter, sondern auch schneller. Für das laufende Jahr wird ein Umsatzzuwachs von rund 5,3 Milliarden Euro im Vergleich zu 2015 erwartet. Das heißt: Auch das absolute Wachstum nimmt weiter zu.

*„Der Onlinemarkt ist noch nicht erwachsen geworden. Die Wachstumsdynamik ist ungebrochen, ein Abflachen der Wachstumskurve noch nicht zu erkennen. Im Gegenteil: das absolute Wachstum des Onlinehandels nimmt spürbar zu, getrieben vor allem von den Nachzüglerbranchen, Das Internet hat sich längst als gleichberechtigter Einkaufskanal etabliert und wird zukünftig für noch mehr Produkte wichtiger Anlaufpunkt der Konsumenten sein. Eine differenzierte Betrachtung macht deutlich, dass in den nächsten Jahren aber selbst in einigen Vorreiterbranchen noch erhebliches Wachstum im Onlinehandel zu erwarten ist“, so Dr. Kai Hudetz, Geschäftsführer des IFH Köln.*

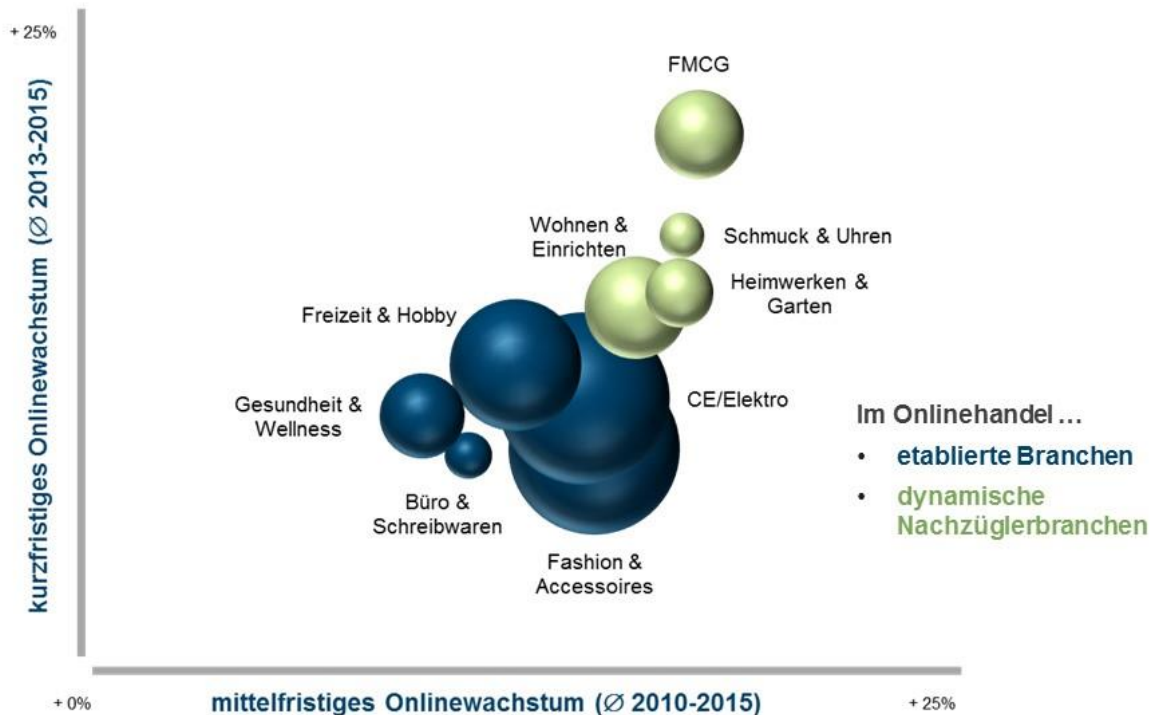
Getrieben wird dieses Wachstum des Gesamtmarktes vor allem durch die sogenannten Nachzüglerbranchen Wohnen und Einrichten, Heimwerken und Garten und FMCG (Fast Moving Consumer Goods). Vor allem Lebensmittel und Drogeriewaren gewannen zuletzt deutlich an Dynamik.

### **Wachstum der Teilmärkte schwankt zwischen 2,6 und 27,6 Prozent**

Wie unterschiedlich stark die einzelnen Konsumgütermärkte am Gesamtwachstum beteiligt sind, verrät ein Blick auf die Top 20 Teilmärkte. Während Lebensmittel und Delikatessen mit einer Wachstumsrate von 27,6 Prozent im Vergleich zum Vorjahr (2014 zu 2015) mit Abstand der stärkste Treiber sind, haben Bücher mit einem Wachstum von lediglich 2,6 Prozent ihr Onlinemarktpotenzial scheinbar fast ausgeschöpft. Auch Möbel inkl. Küchen, Elektro-Großgeräte und Körperpflege/Kosmetik gehören zu den wachstumsstarken Märkten.

*„Um die Dynamik des Onlinehandels für das eigene Geschäft richtig einschätzen zu können, hilft nur ein Blick auf einzelne Categories. Die IFH-Analyse der Sortimentsbereiche und Konsumgütermärkte zeigt, dass z. B. auch in bereits reifen Onlinemärkten wie Consumer Electronics und Elektro durch einzelne Nachzügler wie Elektro-Großgeräte neue Wachstumsimpulse entstehen können“, erklärt IFH-Onlineexpertin Hansjürgen Heinick.*

## Wachstumsdynamik der Sortimentsbereiche im Onlinehandel – CAGR 2010-2015 und 2013-2015



Quelle: IFH Köln, Branchenreport Onlinehandel, 2016

### Über die Studie

Der „Branchenreport Onlinehandel“, Jahrgang 2016 des IFH Köln liefert folgende Daten:

- Onlineumsätze, Marktanteile und Online-Vertriebswege in
  - 9 Sortimentsbereichen,
  - 45 Konsumgütermärkten,
- Entwicklungen 2010 bis 2015/16,
- Prognosen bis 2020,
- Potenziale in unterschiedlichen Szenarien,
- Marktbedeutung von Amazon, eBay und anderen Marktplätzen,
- Multi-Channel Retailing, Online-Shopper, Mobile-Shopping und weitere Trends.

[Zum Branchenreport Onlinehandel im IFH-Shop.](#)

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

Als Brancheninsider liefert das IFH Köln Information, Research und Consulting zu handelsrelevanten Fragestellungen im digitalen Zeitalter. Seit 1929 ist das IFH Köln erster Ansprechpartner für unabhängige, fundierte Daten, Analysen und Strategien, die Unternehmen erfolgreich und zukunftsfähig machen. Mit der Digital-Brand ECC Köln ist das IFH Köln seit 1999 im E-Commerce aktiv und bearbeitet Zukunftsthemen im Handel: z. B. Cross-Channel-Management, Mobile Commerce oder Payment. In maßgeschneiderten Projekten werden Kunden bei strategischen Fragen rund um E-Commerce- und Cross-Channel-Strategien, bei der Entwicklung neuer Märkte und Zielgruppen oder bei Fragen der Kanalexzellenz unterstützt.

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