

Kontakt:
IFH Köln

Christina Bunnenberg
Unternehmenskommunikation

+49 (0) 221 94 36 07-92

presse@ifhkoeln.de

www.ifhkoeln.de

Amazon beeinflusst ein Drittel des gesamten Nonfood-Handels

Neue IFH-Studie „Gatekeeper Amazon – Vom Suchen und Finden des eigenen Erfolgswegs“ nimmt die Handelsaktivitäten des Onlineriesen und seinen Einfluss auf die Kaufentscheidungen der Konsumenten detailliert in den Blick. Einfluss auf den deutschen Gesamthandel wächst massiv. Relevanz der Amazon-Informationssuche vor dem stationären Kauf steigt deutlich.

Köln, 2. Juli 2019 – Analysen zur deutschen Handelslandschaft kommen um Amazon nicht mehr herum. Warum das so ist, verdeutlicht die neue IFH-Studie „Gatekeeper Amazon – Vom Suchen und Finden des eigenen Erfolgswegs“ eindrücklich. Wachstumsimpulse generiert Amazon aktuell vor allem aus dem Marktplatzgeschäft, so ist das Eigenhandelsgeschäft 2018 nur um 2,2 Prozent gewachsen. Doch Amazon ist längst kein reines Onlinephänomen mehr. Die Studie zeigt detailliert auf, wie stark der Einfluss des Onlinegiganten auf die gesamte deutsche Handelslandschaft ist. Und dieser Einfluss wächst massiv. Rund 31 Prozent aller Umsätze im Nonfood-Bereich – egal ob online oder stationär – sind schon heute von Amazon abhängig. Ganze sieben Prozent sind Umsatz des Handelsriesen selbst, die übrigen 24 Prozent entfallen auf Umsätze, die direkt von Amazon beeinflusst werden – zum Beispiel durch die Informationssuche auf der Onlineplattform. Selbst in der vermeintlich amazon-schwachen Fashion-Branche ist rund ein Viertel des Marktvolumens von Amazon abhängig. In anderen Branchen fällt dieser Anteil deutlich höher aus.

Relevanz als Informationsquelle nimmt kanal- und branchenübergreifend weiter zu

Die Abhängigkeit der Handelsumsätze von Amazon hängt in erster Linie eng mit dem veränderten Informationsverhalten der KonsumentInnen zusammen. So nutzen immer mehr KonsumentInnen sowohl vor dem Onlinekauf als auch vor dem stationären Kauf Amazon als Informationsquelle. Die Studie zeigt: Durchschnittlich 60 Prozent der Onlinekäufe und 27 Prozent aller stationären Käufe geht eine Recherche bei Amazon voraus. Im Bereich „CE & Elektro“ ist dieses KonsumentInnenverhalten besonders weit verbreitet. Bei rund 67 Prozent der Onlinekäufe und 44 Prozent der Anschaffungen im stationären Handel wird vorab bei Amazon recherchiert. Insgesamt steigt der Anteil der Onlineinformationssuche bei Amazon in der Mehrheit der Branchen teilweise deutlich an und der Einfluss Amazons auf den gesamten Handel nimmt dadurch weiter zu.

„Für Handelsakteure ist es essenziell Amazon ganzheitlich auf dem Schirm zu haben. Reiner Konkurrent im Onlinehandel ist Amazon längst nicht mehr. Anbieter, die nicht maßgeblich an ihrer Positionierung arbeiten und hierin investieren, werden zukünftig nicht mehr als relevante Anlauf- und Kauforte wahrgenommen“, so Dr. Eva Stüber, Mitglied der Geschäftsleitung des IFH Köln.

Preise, Bewertungen und Empfehlungen sind gefragt

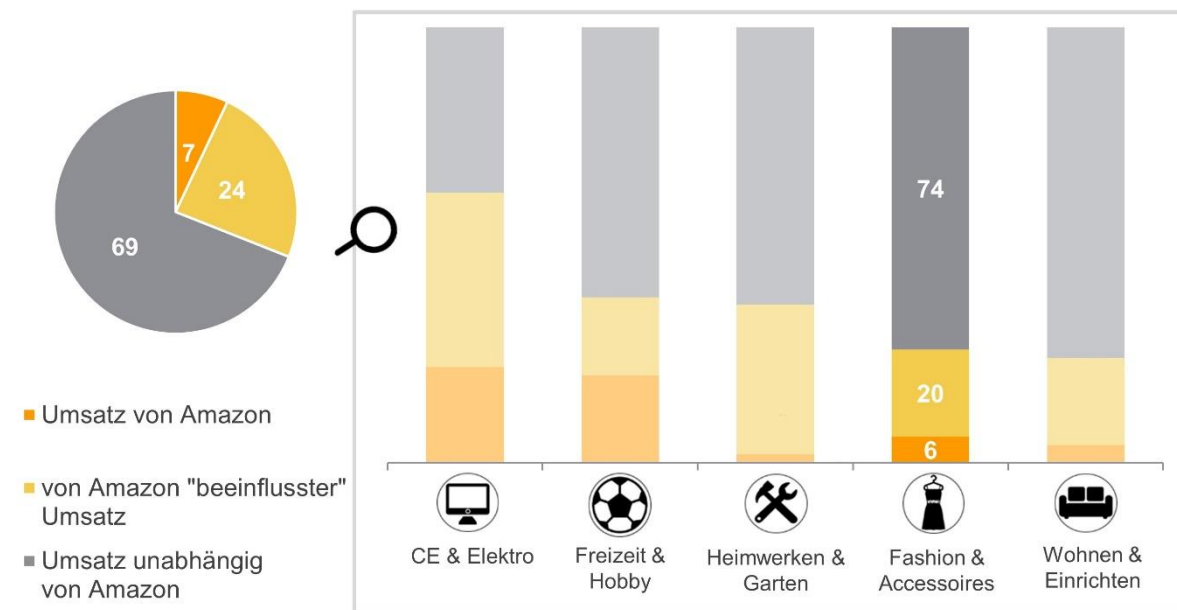
Vor dem Kauf – egal ob online oder im Ladengeschäft – nutzen die KonsumentInnen Amazon vor allem als Preisanker, als Informationsquelle für Produktbewertungen anderer KundInnen und für Produktempfehlungen.

Vor allem die Kundenbewertungen der Amazon-Community liegen hoch im Kurs: Nur 10 Prozent der AmazonkundInnen vertrauen nicht auf die Kundenbewertung mit Sternen. Auch Amazon-Bestseller und Amazons Choice-Produkte genießen einen hohen Vertrauensvorschuss: Lediglich 17 bzw. 19 Prozent der AmazonkundInnen vertrauen diesen Kennzeichnungen nicht.

Wörter der Meldung: 452

Zeichen (inkl. Leerzeichen): 3.390

Einfluss von Amazon auf Gesamthandelsumsätze nach Branchen



i Angaben in %; Werte für den Gesamthandel (online und stationär)

IFH Köln: Gatekeeper Amazon, Köln, 2019.

Daten und Grafiken aus dieser Pressemitteilung dürfen nur im Rahmen journalistischer oder redaktioneller Zwecke genutzt werden. Die verbliche und kommerzielle Nutzung sowie Aufbereitung für eine vertragsbasierte Weitervermarktung sind untersagt. Dies gilt insbesondere für Statistikportale.

Über die Studie

Die Studie „Gatekeeper Amazon – Vom Suchen und Finden des eigenen Erfolgswegs“ setzt sich detailliert mit den Handelsaktivitäten Amazons sowie möglichen Handlungsoptionen für Händler und Hersteller auseinander. Dabei wird sowohl die Marktseite und der Einfluss Amazons auf die gesamte deutsche Handelslandschaft als auch die Kundenseite und das von Amazon beeinflusste Informations- und Kaufverhalten analysiert. Für die Studie wurden umfangreiche Marktdaten des IFH Köln sowie Amazon-Kaufhistorien ausgewertet. Außerdem wurden im Zeitraum von Oktober 2018 bis März 2019 in verschiedenen Befragungen insgesamt mehr als 10.000 Internetnutzer bzw. Onlineshopper im Alter von 14-69 Jahren online befragt.

Die Studie „Gatekeeper Amazon – Vom Suchen und Finden des eigenen Erfolgswegs“ ist kostenpflichtig über den Onlineshop des IFH Köln abrufbar: www.ifhshop.de/gatekeeper-amazon

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. Das IFH Köln ist erster Ansprechpartner für unabhängige, fundierte Daten, Analysen und Strategien, die Unternehmen erfolgreich und zukunftsfähig machen. Durch die Betrachtung von Märkten, Kunden und dem Wettbewerb, bietet das IFH Köln einen 360°-Blick für die Strategieableitung bei handelsrelevanten Themen. In maßgeschneiderten Projekten werden Kunden bei strategischen Fragen rund um Digital-Strategien, bei der Entwicklung neuer Märkte und Zielgruppen oder bei Fragen der Kanalexzellenz unterstützt. Mit der Digital-Brand ECC Köln ist das IFH Köln seit 1999 im E-Commerce aktiv und bearbeitet Zukunftsthemen im Handel.

Weitere Informationen unter www.ifhkoeln.de