

## PRESSEMITTEILUNG

### **ONLINEHANDEL 2022: WACHSTUMSKURS GEBREMST**

*IFH KÖLN veröffentlicht neue Daten zum Onlinehandel. Konjunktorentwicklungen und Ausgabeverschiebungen in Folge der Krise bremsen Online-Boom. Umsätze im B2C-E-Commerce bleiben hoch, das Wachstum ist im Vergleich zu 2021 aber rückläufig. Umsatzbringer im Onlinehandel sind 2022 Produkte aus den Branchen FMCG und Gesundheit.*

**Köln, 07. Dezember 2022** — Inflation, Preissteigerungen, Konsumzurückhaltung: 2022 war der Handel vor viele Herausforderungen gestellt, die auch Auswirkungen auf den Onlinehandel haben. Nachdem die Onlineumsätze in den Pandemie Jahren 2020 und 2021 insgesamt um rund 30 Milliarden Euro wachsen konnten, ist die E-Commerce-Entwicklung 2022 im Vergleich zum Vorjahr gebremst. Für das noch laufende Jahr 2022 rechnen die Marktexpert:innen des IFH KÖLN in der mittleren Prognosevariante mit einem Abfallen des Onlineumsatzes um 2,1 Prozent von 102,1 Milliarden Euro (2021) auf 100 Milliarden Euro. Aber: Im Vergleich zu den Onlineumsätzen von 2019, vor der Corona-Sonderkonjunktur, schließt das Onlinehandelsjahr 2022 voraussichtlich mit mehr als 40 Prozent Umsatzplus. Zu diesem Ergebnis kommt der neue „Branchenreport Onlinehandel“ des IFH KÖLN, der die aktuelle und zukünftige Onlinedynamik im deutschen Handel analysiert. Bis 2026 ist bei fortschreitender Trendentwicklung ein Wachstum auf ein Gesamtonlinevolumen von 130 Milliarden Euro möglich.

#### **FMCG und Gesundheit gewinnen online**

Die einzelnen Handelsbranchen zeigen eine differenzierte Entwicklung. Eine positive Umsatzbilanz können nach ersten Hochrechnungen insbesondere die Branchen FMCG (Güter des täglichen Bedarfs) und Gesundheit/Wellness verzeichnen mit einem Onlinewachstum von bis zu neun Prozent (Gesundheit/Wellness) bzw. 12 Prozent (FMCG) im Vergleich zum Vorjahr. Die schwächsten Wachstumszahlen im Onlinebereich sind den Sortimentsbereichen Heimwerken & Garten\* (bis zu -19 %), CE/Elektro (bis zu -14 %) und Wohnen & Einrichten (bis zu -12 %) zu prognostizieren.

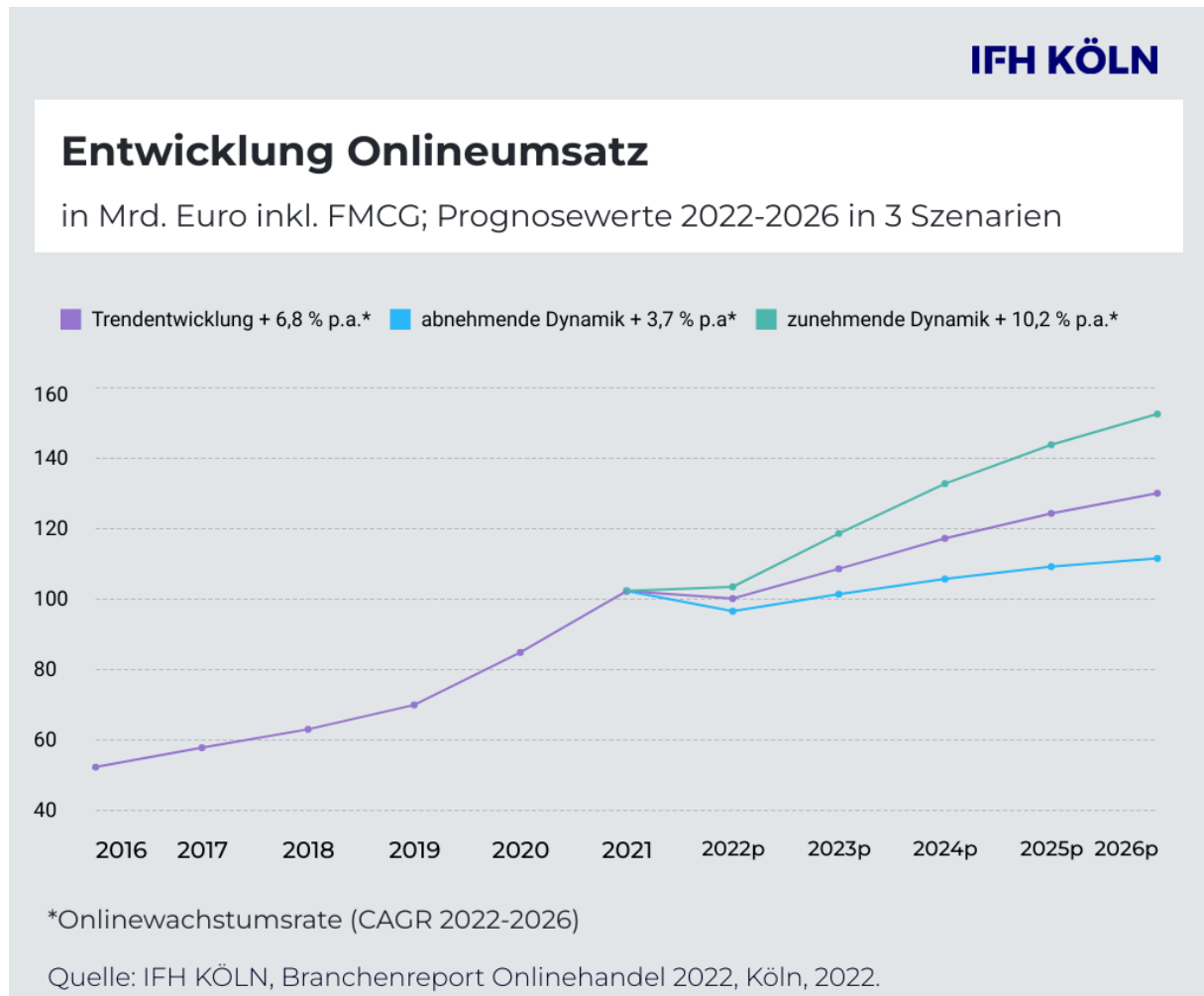
#### **Ausblick: Anhaltende Ausgabeverschiebungen**

Der Blick für die weitere Entwicklung des Onlinehandels sind zum Ende des Jahres 2022 weniger optimistisch als in den Vorjahren. Rahmenfaktoren der Konjunktur- und Arbeitsmarktentwicklung wirken sich durch Krieg in Europa, Preissteigerungen und Inflation negativ auf das Konsumverhalten und indirekt auch auf das Onlinekaufverhalten aus. Stärkste Treiberbranche bleibt bis 2026 weiter der Bereich FMCG.

*„Das Krisenjahr 2022 verleiht dem Onlineboom vor allem aufgrund von Ausgabeverschiebungen einen kleinen Dämpfer. Das wird sich 2023 wohl wieder ändern. Denn fällt die Gesamtkonjunktur wieder positiver aus, wirkt sich das auch auf den Umsatzzuwachs im Onlinehandel aus – in unseren verschiedenen Szenariovarianten rechnen wir bis 2026 mit positiven Zuwachsraten“, so Hansjürgen Heinick, Onlinemarktexperte des IFH KÖLN.*

Wörter der Meldung: 376  
Zeichen (inkl. Leerzeichen): 2.859

\*DIY Kernsortimente, ohne Großhandel und Handwerker, ohne Leuchten/Lampen, ohne Deko/Haus-/Heimtextilien



Die Grafik kann zur journalistischen Weiterverwendung [hier](#) heruntergeladen werden.

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

### Über die Studie

Der „Branchenreport Onlinehandel“ des IFH KÖLN nimmt den deutschen B2C-E-Commerce-Markt unter die Lupe und stellt eine Vielzahl an Marktzahlen für die strategische Planung zur Verfügung. Die Studie enthält unter anderem Daten zu Onlineumsätzen, Marktanteilen und Onlinevertriebswegen in neun Branchen\* und 45 Konsumgütermärkten, Entwicklungen 2016 bis 2021/22, Prognosen bis 2026 in unterschiedlichen Szenarien sowie Daten und Einschätzungen zur Marktbedeutung von Marktplätzen und zu Einkäufen in ausländischen Onlineshops sowie weiteren Trends.

\*Die neun Branchen sind: Fashion & Accessoires; Schmuck & Uhren; CE/Elektro; Heimwerken & Garten; Wohnen & Einrichten; Büro & Schreibwaren; Freizeit & Hobby; FMCG; Gesundheit & Wellness.

Der Branchenreport kann über den [Onlineshop](#) des IFH KÖLN bestellt werden.

### **Über das IFH KÖLN**

Als Brancheninsider liefert das IFH KÖLN Informationen, Marktforschung und Beratung zu handelsrelevanten Fragestellungen rund um eine erfolgreiche Gestaltung der Zukunft und der Entwicklung passender Geschäftsmodelle. Das IFH KÖLN ist erster Ansprechpartner für unabhängige, fundierte Daten, Analysen und Strategien, die Unternehmen und Handelsstandorte 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 Digitalstrategien, bei der Entwicklung neuer Märkte und Zielgruppen oder bei Fragen der Kanalexzellenz unterstützt. Mit der Tochtermarke ECC KÖLN ist das IFH KÖLN seit 1999 im E-Commerce aktiv und widmet sich dem Community- und Knowhow-Transfer für die Digitalisierung im Handel.

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