

Der Onlineshop der Dictum GmbH gehört gemäß vorliegender Studie zu den erfolgreichsten in Niederbayern. Und wer Messer oder Werkzeuge anfassen, ausprobieren und testen möchte, ist in den Ladengeschäften in Metten (Landkreis Deggendorf) und München bestens aufgehoben

Studie: Die 1.000 umsatzstärksten Onlineshops



Hören Sie dazu den Podcast – Nachrichten
www.ihk-niederbayern.de/podcast

Zum siebten Mal geben das EHI Retail Institute e.V. und die Statista GmbH einen Überblick über die Veränderungen und die Strukturen des deutschen E-Commerce-Marktes. Basis für die Untersuchung bildete eine Analyse der 1.000 umsatzstärksten Onlineshops zwischen Mai und Juli 2015 für physische Güter in Deutschland (also ohne digitale Medien), mit Schwerpunkt B2C.

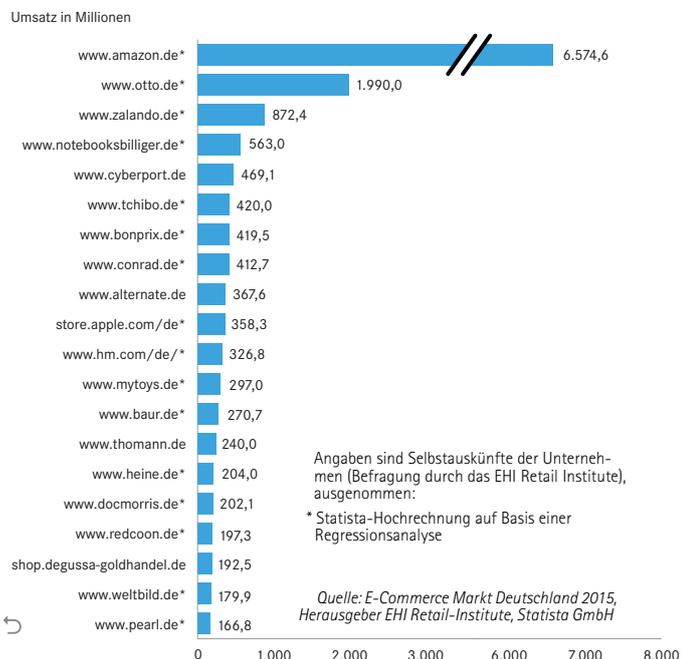
Der Gesamtumsatz der Top-1.000-Onlineshops in Deutschland liegt bei 32,7 Milliarden Euro. Das entspricht einem Wachstum von etwa neun Prozent im Vergleich zum Vorjahr. In den letzten sieben Jahren ergibt sich nahezu eine Verdopplung des Umsatzes. Die Marktkonzentration ist dabei weiter gestiegen. Die zehn umsatzstärksten Händler erwirtschafteten zusammen allein 12,4 Milliarden Euro, das sind 38,1 Prozent des Gesamtumsatzes. Die Top 100 erzielen 21,6 Milliarden Euro, was 66,1 Prozent der gesamten Top-1.000-Onlineshops entspricht. An Dynamik mangelt es dem Markt allerdings nicht: Die Shops mit dem größten relativen Wachstum befinden sich vor allem in der zweiten Reihe. Mehrere stark wachsende Onlineshops konnten sich auf die Plätze 50 bis 100

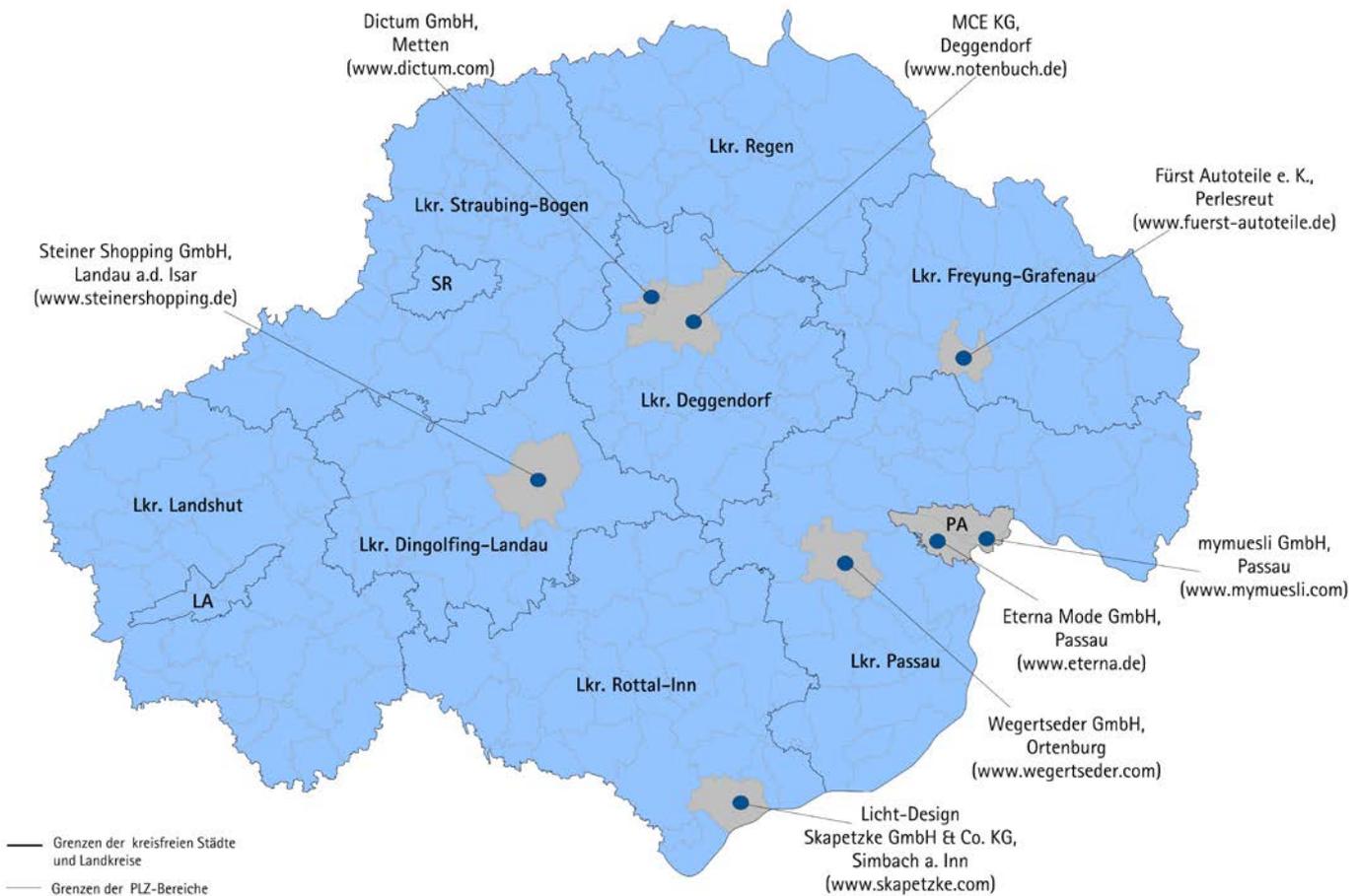
schieben. In den Top 100 sind außerdem mit Anbietern aus den Bereichen Blumen, Erotik und Sanitär Branchen vertreten, die bisher noch nicht unter den umsatzstärksten Shops zu finden waren. Die Vielfalt im E-Commerce nimmt also weiter zu. 200 Anbieter sind neu ins Ranking gestoßen, allerdings größtenteils auf den hinteren 500 Plätzen.

Der Platzhirsch bleibt vorn

Amazon ist und bleibt der umsatzstärkste Onlineshop in Deutschland. Auch wenn die Konkurrenz wie Zalando mitunter schneller wächst, ist der Vorsprung des ehemaligen Bücher-Onlineshops noch gewaltig: 6,6 Milliarden Euro Umsatz erzielte Amazon im B2C-Bereich mit physischen Gütern und ohne das

Die 20 umsatzstärksten Onlineshops in Deutschland





Quelle:
 Studie E-Commerce-Markt 2015,
 Herausgeber EHI Retail-Institute,
 Statista GmbH

Marktplatz- und Service-Geschäft. Milliarden-Umsätze erzielen nur noch Otto und vermutlich auch bald Zalando. In den Fokus rücken drei Anbieter, nämlich Heine, Weltbild und Pearl, die im Vorjahr noch nicht zu den 20 umsatzstärksten Onlineshops gehört haben. Nicht mehr unter den Top 20 sind dafür Getgoods, Qvc und Esprit.

Interessant sind die unterschiedlichen Strategien der beiden Marktführer. Während Amazon lediglich drei verschiedene Shops unter den TOP 1.000 vereinigt, betreibt die Otto-Gruppe insgesamt 29 verschiedene Shops in diesem Ranking, darunter bonprix, mytoys oder auch Baur. Der Umsatz aller Onlineshops der Otto Group im Top-1.000-Ranking beträgt etwa 4,1 Milliarden Euro.

Mobile setzt sich durch – stationäre Ladengeschäfte nehmen zu

Beim Blick auf die unterschiedlichen Vertriebskanäle zeigt sich, dass mobile Websites oder Apps inklusive Shop den stärksten Zuwachs verzeichnen. Waren es im vergangenen Jahr noch 38,8 Prozent aller Onlineshops, die ihren Kunden diese Checkout-Möglichkeit boten, sind es nun schon 63,4 Prozent. Mit diesem Zuwachs um etwa 18 Prozent-

punkte wird Mobile als meist verbreiteter zusätzlicher Vertriebskanal manifestiert. Die Anzahl stationärer Ladengeschäfte hat sich im Vergleich zum Vorjahr ebenfalls erhöht, auch wenn es nun nur noch der zweitmeist genutzte zusätzliche Vertriebskanal ist. Stagnation zeigt sich in der Verbreitung von Katalog, der im Vergleich zum Vorjahr 0,2 Prozentpunkte verloren hat, und Teleshopping, das wie im vergangenen Jahr bei 1,2 Prozent der Onlineshops genutzt wird. Die Marktplätze zeigen sich dagegen mit leichten Schwankungen. Amazon liegt zwar mit 35,0 Prozent Verbreitung noch vor eBay (33,3 Prozent), muss dabei aber Einbußen von 2,6 Prozentpunkten hinnehmen, während eBay sich um 0,5 Prozentpunkte minimal steigern konnte.

Sättigungstendenzen bei Social Media

Bei der Nutzung von Social Media sind Sättigungstendenzen zu erkennen: Die meisten Onlineshops sind schon in den letzten Jahren in den sozialen Medien aktiv geworden, jetzt folgen nur noch Nachzügler. Dieser Trend zeigt sich sowohl bei YouTube und Twitter als auch bei Facebook. Einzig Google+ wird

von den Onlineshops in diesem Jahr weniger genutzt. Da sich das Netzwerk bei den Nutzern nicht gegen Facebook durchsetzen konnte, scheint hier auch das Interesse der Unternehmen geringer geworden zu sein. Nichtsdestotrotz sind immer noch 78 Prozent der Onlineshops auf Googles sozialem Netzwerk vertreten. Damit ist es das zweitmeist genutzte Netzwerk nach Facebook.

Acht Onlineshops aus dem IHK-Bezirk Niederbayern unter den Top 1.000

Insgesamt schaffen es acht Onlineshops mit Sitz in Niederbayern und ausschließlich physischen Gütern aus dem BtoC-Bereich in die Top-1.000 Onlineshops dieser Studie – immerhin zwei mehr als im vergangenen Jahr. Auch in Niederbayern mischen sich Spezialisten mit Generalisten, werden unterschiedliche Vertriebskanäle bedient, wird mit Applikationen für mobile Endgeräte gearbeitet und Marketing mithilfe der sozialen Medien betrieben. Schließlich bewerkstelligt es jeder der untersuchten Onlineshops neben einer stattlichen Anzahl von monatlichen Visits auf die Websites, auch die entsprechenden Umsätze zu generieren. ■