Deutschlands Top-Omnichannel-Shops
Ikea, Poco und Roller dabei

Donnerstag, 13.07.2017

169 Omnichannel-Händler hat die EHI-Studie „Omnichannel-Commerce 2017“ identifiziert. Damit ist dies die kleinste Gruppe unter den 1.000 umsatzstärksten Onlinehändlern. Trotzdem erwirtschafteten sie 2015 mit 7,1 Mrd. Euro einen verhältnismäßig hohen E-Commerce-Umsatz.

Die EHI-Studie „Omnichannel-Commerce 2017“ hat nun von den 169 identifizierten Omnichannel-Shops die 25 Shops mit mindestens drei von vier untersuchten Omnichannel-Services, die über den Onlineshop erkennbar sind (Click & Collect mit Online-Bezahlung, Click & Collect mit Filial-Bezahlung, Online-Verfügbarkeitsanzeige stationärer Bestände, Instore-Return), die über mindestens zehn Standorte im Inland verfügen und im Geschäftsjahr 2015 mindestens 20 Mio. Euro E-Commerce-Umsatz in Deutschland erzielt haben, dargestellt. Zu den Top-25-Omnichannel-Shops in Deutschland gehören auch Ikea, Poco und Roller.

Mehr Stores – mehr Services

Ein Vergleich der 169 Omnichannel-Shops mit Blick auf ihr Filialnetzwerk zeigt, dass knapp die Hälfte (47%) über weniger als fünf Filialen verfügt. Rund ein Fünftel (19%) ist mit fünf bis 19 Filialen vertreten, 13% bieten wie Ikea mehr als 20 bis 99 Stores und 16% verfügen über ein weitreichendes Netzwerk von über 100 bis 499 Filialen, wie Roller und Poco.

Der Anteil der Omnichannel-Händler mit mehr als 500 Filialen liegt nur bei 5%. Allerdings zeichnet sich bei den Omnichannel-Händlern mit einem umfangreichen Netzwerk ein Trend ab. So bieten die Händler mit mehr als 500 Filialen durchschnittlich etwa 3,33 von vier untersuchten Omnichannel-Services an.

zum Seitenanfang