

EHI/Statista

Onlinehandel wird erwachsen

Dienstag, 21.10.2014

Die riesigen Wachstumsraten des deutschen Online-Handels haben erst einmal ein Ende gefunden. Der Gesamtumsatz der Top-1.000-Onlineshops betrug in 2013 glatte 30 Mrd. Euro, woraus sich eine Umsatzsteigerung von 4,1% ergibt – das ist nur rund ein Viertel der Wachstumsrate vom Vergleichsjahr 2012 (16,1%), wie die Studie zum Ranking der 1.000 größten Onlineshops „E-Commerce-Markt Deutschland 2014“ von EHI und Statista ergab. „Trotz des deutlich verlangsamten Wachstums ist der Boom des E-Commerce noch nicht vorbei. Es beschreibt lediglich die Symptome eines mit den Jahren erwachsen werdenden Marktes“, kommentiert Lars Hofacker, Leiter Forschungsbereich E-Commerce beim EHI, die Studie. Die Studienergebnisse zeigen, dass die Konzentration im E-Commerce zugenommen hat. Über ein Drittel (37,1% im Vergleich zu 32,3% im Vorjahr) des Markt-Umsatzes wird von nur zehn Unternehmen erwirtschaftet. Die Top-100-Shops machen knapp zwei Drittel und die Top 500 bereits 86% des Gesamtumsatzes aus. Angeführt wird das Ranking von amazon.de und otto.de, erstmals gefolgt von zalando.de. Die Generalisten stellen mit fast 40% den größten Anteil am Gesamtmarkt dar. Das Segment „Bekleidung, Textilien, Schuhe“ folgt mit 18,6% an zweiter Stelle vor „Computer, Unterhaltungselektronik, Handys, Zubehör“ mit 12,8%. Die Marktanteile aller weiteren Segmente liegen unter 4%. Dem Trend „Alles wird mobil“ folgen auch immer mehr Onlineshops. Betrachtet man mobile Webseiten mit Shopfunktion, liegt die Wachstumsrate bei 95,9%. Immer mehr Händler bieten auch Apps mit Shopfunktion an. 88,9 % der Onlineshops nutzen zudem Facebook als Verkaufsförderer.

[zum Seitenanfang](#)