

HDE-Online-Monitor 2019

Kanalwechsel zwischen Informationssuche und Kauf

Donnerstag, 15.08.2019

Der stationäre Umsatzanteil mit Onlinevorbereitung steigt im Vergleich zu 2017 deutlich von rund 50% auf mehr als 60% an, während der Anteil der Onlineumsätze mit stationärer Vorbereitung leicht rückläufig ist. Das zeigen Zahlen aus dem HDE-Online-Monitor 2019, der in Kooperation mit dem IFH Köln entstanden ist.

Der Onlinehandel ist 2018 mit +9,1% etwas schwächer gewachsen als erwartet. Die absoluten Umsatzzuwächse sind nahezu unverändert (4 bis 5 Mrd. Euro p.a.). Die Wachstumstreiber unter den Branchen sind vor allem wie im Vorjahr FMCG, Heimwerken & Garten sowie Wohnen & Einrichten, wobei in den Branchen Fashion, Consumer Electronics und Wohnen der Onlinehandel zunehmend den stationären Handel offline kannibalisiert.

Eine weitere Erkenntnis ist, dass Onlinehändler mit stationärer DNA wieder am stärksten wachsen – auch über Marktplätze. Onlineschaufenster gewinnen in fast allen Branchen für stationäre Käufe noch einmal deutlich an Bedeutung. Desweiteren verändern Apps für mobiles Shoppen und Instant-Shopping das Onlinekaufverhalten.

In unserer Galerie finden Sie einige weitere Zahlen und Fakten aus dem HDE-Online-Monitor 2019.

Kanalwechsel zwischen Informationssuche und Kauf

Links

- [HDE](#)
- [IFH Köln](#)