

IFH Institut für Handelsforschung

Online-Handelsumsatz legt 15% drauf – Möbel mit Nachholbedarf

Freitag, 03.05.2013

Die IFH Institut für Handelsforschung GmbH, Köln, legt neue E-Commerce-Zahlen vor. Das Ergebnis: Der Online-Handel gewinnt weiter Marktanteile und landet bei 33 Mrd. Euro, was einem Zuwachs von 15% bedeutet. Gut die Hälfte wird mit Mode und Consumer Electronics umgesetzt, der Anteil am Einzelhandel wächst stetig. Dies ist heute einer Pressemeldung zu entnehmen.

Auch für das laufende Jahr gehen die IFH-Experten weiterhin von einem steigenden Marktvolumen aus, allerdings mit einer leicht geringer ausfallenden Wachstumsprognose. Die Analyse nach Vertriebsformen zeigt: Stärkste Kraft im Online-Markt sind nach wie vor die sogenannten Internet Pure Player – ihr Anteil wird für 2013 auf insgesamt 36,6% prognostiziert. Der Anteil der Katalogversender ist hingegen seit 2007 stetig gesunken.

„Auch Online-Pessimisten dürften bei einem Blick auf die Einzelhandelsanteile einsehen, welche Relevanz der E-Commerce in Deutschland zwischenzeitlich erlangt hat. Lag der Anteil des Online-Handels 2007 noch bei gerade einmal 3%, ist dieser 2012 bereits auf 7,7% gewachsen. Ohne die so genannten Fast Moving Consumer Goods (FMCG) wie beispielsweise Nahrungsmittel und Körperpflegeprodukte, machte der Online-Handel 2012 bereits 14,2% des gesamten Einzelhandels aus – und auch diese Anteile werden zukünftig weiter steigen“, heißt es in der Studie zum Online-Handel wörtlich „Der Einzelhandel funktioniert nur noch mit dem Internet, nicht dagegen. Gleichzeitig bringt die neue Mobilität des Internets durch Smartphones und Tablets die Online- und Offline-Shopping-Welten näher zusammen. Von einer Stagnation des Online-Wachstums ist auch in den kommenden Jahren kaum auszugehen“, so Studienautor Hansjürgen Heinick zu den neuen Zahlen.

Möbel und Heimwerken mit Nachholbedarf: Obwohl der Handel über das Internet stetig wachse, könnten nicht alle Branchen gleichermaßen vom Online-Boom profitieren. Noch einmal deutlich gewachsen sei der Anteil der Fashion- und Accessoires-Sortimente. Auch die Online-Vorreiter Bücher (Freizeit & Hobby) und Consumer Electronics wachsen weiter. Verhältnismäßig stabil halten sich die Anteile am Online-Markt in den Branchen Wohnen & Einrichten sowie Heimwerken & Garten. Hier sieht Heinick allerdings auch mit das größte Potenzial: „Gerade die Möbelbranche wird in den kommenden Jahren voraussichtlich einen Sprung nach vorn machen können. Die Konsumenten sind es gewöhnt, sechs bis acht Wochen auf die neue Küche oder das neue Sofa zu warten und in vielen Fällen werden die Produkte auch heute schon aus dem stationären Handel nach Hause geliefert. Vor allem Cross-Channel-Anbieter können sich hier positionieren“, erklärt er.

[zum Seitenanfang](#)