

## **IFH Köln**

### **„Multi-Channel kann kein Händler ignorieren“**

Montag, 11.06.2012

Der Internethandel ist nach wie vor der Wachstumstreiber im deutschen Einzelhandel. Allein 2011 wuchs der E-Commerce mit Konsumgütern um 19,7% auf 27,6 Mrd. Euro – das ist im Branchenreport Internethandel vom IFH Köln zu lesen. Fast drei Viertel des Marktvolumens werden dabei von Anbietern erwirtschaftet, die ihren Ursprung nicht im klassischen Versandhandel haben: Internet-Pure-Player, Onlineshops stationärer Händler und Hersteller-Webshops prägen den Internethandel. Doch auch das Onlinewachstum der klassischen Katalogversender ist weiterhin beachtlich.

In Bereichen wie Consumer Electronics, Heimwerken und Garten sowie Wohnen und Einrichten hat sich Nachholbedarf aufgestaut. Gerade die stationären Handelsketten stimulieren hier nur sehr begrenzt die Märkte. Dies könnte sich langfristig nachteilig auswirken, da auch in diesen Sortimentsbereichen die Internet-Pure-Player bereits in den Startlöchern stehen, heißt es in einer Pressemitteilung. Am häufigsten werden dagegen Fashion und Accessoires online gekauft., mit rund 27% Marktanteil.

„Multi-Channel kann kein Händler mehr ignorieren. Unser Branchenreport zeigt, dass der Umsatzanteil des stationären Handels, der auf Recherchen im Online-Handel zurückzuführen ist, enorm ist. Kaum ein Händler kann es sich heute noch leisten, online nicht präsent zu sein“, so Studienautor Hansjürgen Heinick. Vor allem der stationäre Handel profitiere von Kunden, die sich zunächst im Internet informieren und dann im Geschäft vor Ort kaufen. Diese Online-Offline-Wechselwirkungen lösten 2011 einen Umsatz von knapp 16 Mrd. Euro aus, wovon der größte Teil auf Käufe im stationären Handel entfällt. Smartphones machten hieran bereits jetzt schon rund vier ein halb Mrd. Euro aus.

[zum Seitenanfang](#)