

IFH Köln

Onlinehandel in Deutschland knackt bis 2021 die 80-Milliarden-Euro-Grenze

Donnerstag, 23.11.2017

Der Onlineumsatz steigt bis 2021 voraussichtlich auf 80,4 Mrd. Euro. Das prognostizieren die Handelsexperten des IFH Köln mit einer Trendrechnung im neuen „Branchenreport Onlinehandel“.

„Wir gehen davon aus, dass innovative Anbieter in den kommenden Jahren immer wieder neue Impulse setzen werden, sowohl im Onlinehandel als auch stationär. Diese ist eine der Grundannahmen für unsere Berechnung des Trends bis 2021, ebenso wie die steigende Relevanz von Cross-Channel. Denn eines ist klar: Erfolgreiche Händler müssen die Konsumenten in ihren vielfältigen Bewegungsräumen abholen und dabei alle Möglichkeiten ausschöpfen, die etwa eine Mehrkanal-Vertriebsstrategie bietet“, so Dr. Kai Hudetz, Geschäftsführer des IFH Köln.

Die Trendrechnung basiert zudem auf der Annahme, dass die Wachstumsraten im Onlinehandel in den kommenden Jahren leicht abnehmen. Aber: Selbst bei stärker sinkenden Wachstumsraten und insgesamt abnehmender Dynamik ist bis 2021 mit einem Onlineumsatz von 70,1 Milliarden Euro zu rechnen. Entwickelt sich der Onlinehandel dagegen dynamischer und bleiben die Zuwachsraten auf dem hohen Niveau der Jahre 2011 bis 2016, geht die IFH-Berechnung sogar von einem Onlineumsatz von 97,5 Milliarden Euro im Jahr 2021 aus.

Lebensmittel und Delikatessen besonders dynamisch – stationäre Händler gewinnen Anteile zurück

Im vergangenen Jahr gaben Konsumenten in Deutschland erstmals mehr als 50 Mrd. Euro im Netz aus. Das entspricht einem Plus von 10,8% im Vergleich zum Vorjahr. Der Blick auf die 45 verschiedenen Konsumgütermärkte, die der „Branchenreport Onlinehandel“ unter die Lupe nimmt, zeigt dabei erneut ein differenziertes Bild: Während der Onlineumsatz mit Lebensmitteln und Delikatessen 2016 um mehr als 22% wuchs, verbuchte der Fotomarkt ein Plus von drei Prozent. Die Märkte für Wäsche, Elektrokleingeräte sowie Glas, Porzellan, Keramik und Hausrat liegen 2016 mit Wachstumsraten zwischen acht und 13 Prozent im Mittelfeld.

„Wir sehen in diesem Jahr erneut, wie unterschiedlich sich einzelne Märkte im Onlinehandel entwickeln. Gleiches gilt für die verschiedenen Vertriebsformen. Beispielsweise führen neue Treiber aus dem stationären Handel – etwa in den Bereichen Consumer Electronics, Heimwerken und Garten sowie Fast Moving Consumer Goods – dazu, dass der Marktanteil der (ursprünglichen) Internet-Pure-Player nicht mehr ganz so stark wächst. Vielmehr gewinnen die stationären Händler im Onlinehandel Marktanteile zurück“, erklärt IFH-Onlineexpertin Hansjürgen Heinick.

Onlinehandel in Deutschland knackt bis 2021 die 80-Milliarden-Euro-Grenze

