

## **Studie von IFH Köln und DHL**

# **Konzentration auf Marktplätzen – Händler sorgen sich um Abhängigkeit**

Donnerstag, 25.10.2018

*Der Onlinehandel wächst seit Jahren rasant (2017: +10,9%) und hält mittlerweile knapp 10% der Marktanteile am Einzelhandel. Um von dieser Entwicklung zu profitieren schließen sich viele Händler einem Marktplatz an. Den Vorteilen wie Umsatzsteigerung, Neukundengewinnung oder Erhöhung der Reichweite, stehen allerdings auch Gefahren gegenüber. So hat bereits jetzt jeder dritte Onlinehändler das Gefühl, in einem Abhängigkeitsverhältnis zu stehen. Mehr als die Hälfte sorgt sich davor, künftig zu abhängig von Marktplatzbetreibern zu werden. Das zeigt die neue Studie „Onlinehändler im Spannungsfeld von Wachstum und Marktkonzentration“ von IFH Köln und DHL.*

„Gründe für das Gefühl der Abhängigkeit sind neben der Marktkonzentration auch die fehlenden Alternativen zur Reichweitengenerierung und der Wettbewerb mit den Marktplatzbetreibern selbst. Um diesem Gefährdungspotenzial entgegenzuwirken, ist es wichtig, dass Onlinehändler ihre Marktplatzaktivitäten für sich strategisch einordnen und schauen, welche Wertschöpfung sie nachhaltig generieren können“, so Dr. Eva Stüber, Mitglied der Geschäftsleitung am IFH Köln.

## **Strategien für mehr Unabhängigkeit**

Eine erste Maßnahme zum Erhalt der Unabhängigkeit bestehe in Aktivitäten außerhalb des Marktplatzes – denn dort sei eine Abgrenzung aufgrund der Vielzahl der Anbieter nur schwer möglich. Ansatzpunkte seien die Kundenorientierung, beispielsweise durch ein klares Leistungsversprechen und die Nutzung von Kundendaten für eine direkte und individuelle Ansprache sowie die Sortimentsoptimierung. Weitere Aspekte seien exzellente Logistikprozesse und für Onlinehändler mit stationärem Geschäft die Neuausrichtung auf der Fläche als zusätzliche Einnahmequelle. Erfolge dieser Maßnahmen seien bereits erkennbar.

„Fast drei Viertel aller Onlinehändler treibt die Sorge, vom Marktplatzbetreiber abhängig zu werden. Dieser Anteil ist jedoch geringer bei Unternehmen mit einem differenzierenden Leistungsversprechen, eigenem Fulfillment und stationären Geschäften. Bei Onlinehändlern, die eine oder mehrere dieser Maßnahmen umsetzen, wirkt sich dies also auch auf das Gefühl der Unabhängigkeit aus.“, so Dr. Benjamin Rasch, Senior Vice President Business Customers DHL Paket.

## **Konzentration auf Marktplätzen – Händler sorgen sich um Abhängigkeit**

## Links

- [IFH Köln](#)
- [DHL](#)