

E-Commerce-Markt Deutschland 2013

Marktstudie der 1.000 größten Onlineshops für physische und digitale Güter

Leseprobe

EHI handelsdaten.de

Herausgeber

EHI Retail Institute®

statista 

Mit freundlicher Unterstützung von

 **iBusiness**

E-Commerce-Markt Deutschland 2013

Marktstudie der 1.000 größten Onlineshops für physische und digitale Güter

www.ehi.org/e-commerce-studie

statista-research.com/publikationen/e-commerce-markt-deutschland-2013

Bisher erschienen:

- ▶ E-Commerce-Markt Deutschland 2012
Umsätze 2011, Veröffentlichung: 09.10.2012
- ▶ E-Commerce-Markt Deutschland 2011
Umsätze 2010, Veröffentlichung: 17.10.2011
- ▶ Der deutsche E-Commerce-Markt 2010
Umsätze 2009, Veröffentlichung: 18.01.2011
- ▶ Der deutsche E-Commerce-Markt 2009
Umsätze 2008, Veröffentlichung: 15.04.2010

Vorwort	04
Bestandteile der Studie	05
Executive Summary	06
Einleitung	08
Allgemeine Informationen zu den Onlineshops	
Postleitzahlenbereiche	10
Rechtsformen	12
Weitere Vertriebskanäle und Mobil-Aktivitäten	15
Weitere Vertriebskanäle	16
Mobil-Aktivitäten	17
Produktsegmente	18
Umsatz	20
Entwicklungen des untersuchten Gesamtmarkts	21
Umsatzverteilung auf die Hauptproduktsegmente	22
Die umsatzstärksten Onlineshops	23
Die umsatzstärksten Generalisten	25
Die umsatzstärksten Onlineshops im Hauptproduktsegment „Bekleidung, Textilien, Schuhe“	27
Die umsatzstärksten Onlineshops im Hauptproduktsegment „Computer, Unterhaltungselektronik, Handys, Zubehör“	29
Gütesiegel	31
EHI Geprüfter Online-Shop	32
Social Media	34
Anteil der Onlineshops, die soziale Netzwerke nutzen	35
Likes und Follower	36
Abonnenten und Likes	37
Shop- und Produktbewertungen	38
Zahlungsverfahren	39
Versandarten	43
Fazit	45
Kommentar Jochen Krisch	46
Abbildungsverzeichnis	48
Quellenverzeichnis	49
Kontakt und Ansprechpartner	50
Impressum	51

Liebe Leserinnen und Leser,

für die fünfte jährliche Bestandsaufnahme des deutschen E-Commerce-Marktes haben das EHI Retail Institute und Statista auf Basis einer ausführlichen Untersuchung von Onlineshops und einer Händlerbefragung eine umfangreiche Studie erarbeitet. Das Ergebnis der Untersuchung sind ein Onlineshop-Ranking nach E-Commerce-Umsatz sowie detaillierte Aussagen zur Struktur des deutschen Marktes.

Bei den jährlichen Untersuchungen bemerken wir immer wieder, welche Veränderungen es im deutschen Handel in den letzten zwölf Monaten gegeben hat, und uns fällt auf, wie selbstverständlich dieser aktuelle Zustand für uns ist. Unternehmen wie neckermann.de, Praktiker und Promarkt sind verschwunden oder mussten sich neu erfinden.

Viele einst populäre stationäre Händler oder Versandhändler, die aus dem Markt verschwunden sind, werden nach der Wahrnehmung von Branchenkennern gar nicht mehr vermisst. Auf der anderen Seite scheint es so, als wären Onlinekäufer zumindest für einen Moment hilflos, wenn ihnen einer der bedeutenden Online-Pure-Player weggenommen wird. Die aktuellen Umsatzzahlen lassen ein Denken in diese Richtung momentan nicht zu, denn die großen Pure-Player verzeichnen weiterhin ein starkes Wachstum.

Momentan gibt es zahlreiche Studien zum Onlinehandel. Jede von ihnen basiert auf einer eigenen Marktdefinition und entsprechenden Methoden. Dennoch sind alle Studien zum selben Ergebnis gelangt: Das Marktwachstum liegt im zweistelligen Bereich. Die Ihnen vorliegende Studie beziffert das Wachstum auf 16,1 Prozent. Für das

Untersuchungsjahr 2012 ergibt dies bei den 1.000 umsatzstärksten Onlineshops in Deutschland eine Summe von 29,5 Mrd. Euro. Dabei reden wir hier ausschließlich von „klassischen“ Onlineshops für physische und digitale Güter mit B2C-Schwerpunkt.

Neue Leser dieses Studienprojektes möchten wir darauf hinweisen, dass die Onlineshops nach einzelnen Shop-URLs gelistet sind und nicht nach Unternehmen oder Konzernen. Eine detaillierte Betrachtung der einzelnen Shops ist notwendig, um auf viele weitere Merkmale wie Produktsegmente, Social Media oder Payment einzugehen.

EHI und Statista dankt allen Vertretern der Onlineshops für die Bereitstellung der Erhebungsdaten.

Köln und Hamburg im Oktober 2013



Lars Hofacker
Leiter Forschungsbereich E-Commerce
EHI Retail Institute



Dr. Friedrich Schwandt
Geschäftsführer
Statista GmbH

Bestandteile der Studie

Präsentation und Excel-Datei

Jetzt
Studie bestellen!

Die Studie „E-Commerce-Markt Deutschland 2013“ besteht aus zwei Dokumenten:



▶ Präsentation im PDF-Format

Zusammenfassung mit Diagrammen zu den wichtigsten Ergebnissen



▶ Excel-Datei mit 1.000 Datensätzen zu Onlineshops

Die Datei enthält alle untersuchten Merkmale der Top-1.000-Onlineshops, sortiert nach Umsätzen. Mit der Tabelle kann bequem gearbeitet werden, durch einen Einsatz von Filtern sind komfortable Auswertungen möglich.

Folgende Merkmale sind in der Excel-Datei enthalten:

- ▶ Onlineshop-Platzierung
- ▶ Unternehmen
- ▶ URL
- ▶ E-Commerce-Umsatz
- ▶ Gesamtumsatz
- ▶ Adresse, Telefonnummer, E-Mail-Adresse
- ▶ Ansprechpartner/Geschäftsführer
- ▶ Rechtsform
- ▶ Produktsegmente
- ▶ Vertriebskanäle
- ▶ Mobil-Aktivitäten
- ▶ Traffic
- ▶ Gütesiegel
- ▶ Social Media (Facebook, Twitter, Google+, YouTube, Shopbewertungen, Produktbewertungen)
- ▶ Zahlungsverfahren
- ▶ Versandarten

Kaum zu glauben, aber wahr: Rund 240 Millionen Internetseiten waren Ende 2012 registriert. Allein in Deutschland gab es zu diesem Zeitpunkt 15,3 Millionen Domains. Nur zum Vergleich: Vor acht Jahren waren es „lediglich“ 8,3 Millionen – 1994 sogar nur 1.600!

Doch zurück in die Zukunft: Das Internet boomt. Und zwar mehr denn je. Da stellt sich einem zwangsläufig die Frage: Wo finde ich das, was ich suche? Wo sind die Infos, die ich brauche? Die am besten recherchierten Daten? Die seriösesten Angebote? Die unschlagbaren Schnäppchen?

Eine Welt – ein Marktplatz! Und von dem ist man lediglich einen Mausklick entfernt. Warum soll man sich also auf den Weg machen in die großen Einkaufszentren der Stadt, wenn die größte Shoppingmall der Welt zuhause steht: der PC.

Das Angebot der Onlineshops – es ist nahezu unüberschaubar. Doch wo geben die Deutschen ihr Geld im Internet aus? Höchste Zeit, Licht ins Dunkel zu bringen und ein Ranking der umsatzstärksten Shops zu erstellen.

Amazon führt die Charts an. Zumindest in Sachen Nutzungsdauer: Im Oktober 2012 verbrachte der Besucher gut 30 Minuten auf www.amazon.de. Doch sprechen diese Zahlen auch automatisch für einen Kauf beim Anbieter? Und wenn ja, wie viel Geld wandert über die virtuelle Ladentheke?

Das herauszufinden, haben wir uns zur Aufgabe gemacht. Tauchen Sie mit uns also ein in die Welt der 1.000 umsatzstärksten Onlineshops Deutschlands im Jahr 2012. Und lassen Sie sich überraschen, wer die Top 10 anführt, wer im Mittelfeld spielt und wer das Schlusslicht bildet.

Sie sind nur einen Klick davon entfernt.

- ▶ Auf Basis von Preisvergleichsseiten und Studien zum E-Commerce-Markt in Deutschland wurde eine Longlist mit rund 8.000 Onlineshops erstellt.
- ▶ Die Trafficdaten der Shops wurden ausgewertet, so dass sich die Longlist auf rund 1.300 Shops reduzieren ließ.
- ▶ Die Shops wurden mithilfe eines manuellen Shop-Screenings auf eine Vielzahl von Merkmalen wie Kontaktdaten, Produktsegmente, Zahlungsmethoden etc. detailliert untersucht.
- ▶ Im nächsten Schritt wurden die einzelnen Onlineshop-Betreiber mittels eines Onlinefragebogens u. a. zum E-Commerce-Umsatz befragt.
- ▶ Weitere Umsatzzahlen wurden aus Quellen wie dem elektronischen Bundesanzeiger und aus Pressemitteilungen der Unternehmen ergänzt.
- ▶ Da ein Teil der Unternehmen keine Umsätze und/oder E-Commerce-Umsatzanteile angab, wurden auf Basis der vorliegenden Daten die Treiber des E-Commerce-Umsatzes identifiziert und deren Einflussstärke mittels einer Regressionsanalyse quantifiziert. Auf diese Weise ließen sich fehlende Umsatzdaten approximieren, was die Erstellung eines Rankings der 1.000 umsatzstärksten Onlineshops ermöglichte.

Hinweis:

In dieser Studie bezieht sich der Begriff Gesamtmarkt auf den Markt der 1.000 umsatzstärksten Onlineshops. Für die Studie ist lediglich der Umsatz aus Deutschland sowie das reine B2C-Geschäft relevant.

Versandarten

Onlineshops nach Versandarten

Deutsche Post DHL holt auf
Die Deutsche Post DHL konnte ihre Präsenz in Onlineshops auf 67,8 Prozent ausbauen.

- Die Anzahl der Shops, die keine oder ungenaue Angaben zu den Versandarten machen, hat erfreulicherweise abgenommen und beträgt nun 13,1 Prozent (Vorjahr: 23,9 %).
- Lediglich 10,3 Prozent der Onlineshops nutzen den Hermesversand.

Onlineshops nach Versandarten (Abb. 32)



Hinweis: In Abb. 33 ist nicht der Umsatzanteil pro Versandart beschrieben, sondern der Anteil der Shops, die diese Versandart anbieten.
Lesen Sie: 67,8 Prozent der Onlineshops liefern durch die Deutsche Post DHL. (vgl. Abb. 33).
Gesamtumsatzanteil (vgl. Abb. 33).

44 E-Commerce-Markt Deutschland 2013

Dabei erwirtschaften diese Onlineshops 38,4 Prozent des gesamten Marktumsatzes. Hier zeigt sich die Rolle der Otto Group im Gesamtmarkt.

- Der Anteil der Shops, in denen Kunden ihre Bestellung selbst abholen können, ist von 6,7 Prozent im Vorjahr auf 13,8 Prozent gewachsen. Das könnte ein Indikator für den Ausbau von Multichannel-Services (Click & Collect) sein.

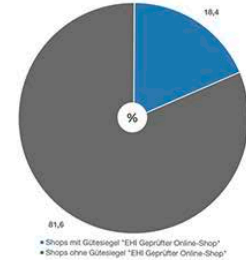
Umsatzanteil der Onlineshops am Gesamtmarkt nach Versandarten (Abb. 33)



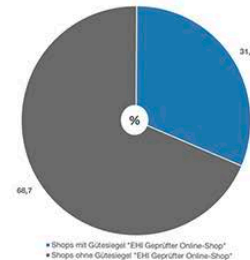
Gütesiegel

EHI Geprüfter Online-Shop

Anteil der Shops mit Gütesiegel „EHI Geprüfter Online-Shop“ (Abb. 14)



Umsatzanteil der Shops mit Gütesiegel „EHI Geprüfter Online-Shop“ (Abb. 15)



Gütesiegelträger erwirtschaften ein Drittel des Marktumsatzes

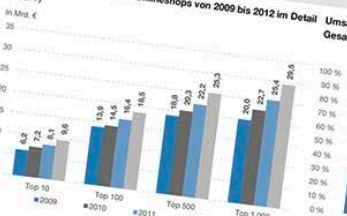
- 18,4 Prozent der Onlineshops tragen das Gütesiegel „EHI Geprüfter Online-Shop“.
- Diese Onlineshops erwirtschaften 31,3 Prozent des Gesamtumsatzes der Top-1.000-Shops.

32 E-Commerce-Markt Deutschland 2013

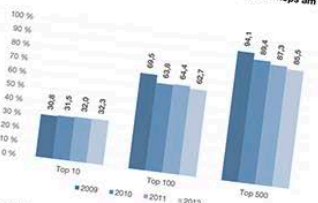
Umsatz

Entwicklungen des untersuchten Gesamtmarkts

(Abb. 7)



Umsatzanteil der Top-10-, Top-100- und Top-500-Onlineshops am Gesamtmarkt (Abb. 8)



Nominales Wachstum

- Der Gesamtmarkt ist im Vergleich zu 2011 um 16,1 Prozent gewachsen.
- Die Top-500-Shops im Umsatzjahr 2012 erwirtschafteten mit 25,3 Mrd. Euro fast so viel Umsatz wie die Top-1.000-Shops im Umsatzjahr 2011 (25,4 Mrd. €).

Absolut betrachtet wachsen nicht alle Anteile

- Der prozentuale Umsatzanteil der Top-10-Shops am Gesamtmarkt ist minimal gesunken.
- Bei Betrachtung der Top-100- und Top-500-Shops zeigt sich eine leichte Verringerung des Umsatzanteils.

Gesamtmarkt: 29,5 Mrd. Euro

EHI Retail Institute

statista

Abb. 1: Herkunft und Anzahl der Onlineshops nach Postleitzahlbereichen	11
Abb. 2: Anteil der Onlineshops nach Rechtsform	13
Abb. 3: Umsatz der Onlineshops nach Rechtsform	14
Abb. 4: Weitere Vertriebskanäle der Onlineshops	16
Abb. 5: Anteil der Onlineshops mit Mobil-Aktivitäten	17
Abb. 6: Abdeckung der Produktsegmente durch die Onlineshops	19
Abb. 7: Entwicklung der Top-1.000-Onlineshops von 2009 bis 2012 im Detail	21
Abb. 8: Umsatzanteil der Top-10-, -100- und -500-Onlineshops am Gesamtmarkt	21
Abb. 9: Umsatzverteilung auf die Hauptproduktsegmente	22
Abb. 10: Die 20 umsatzstärksten Onlineshops	23
Abb. 11: Die 20 umsatzstärksten Onlineshops der Generalisten	25
Abb. 12: Die 20 umsatzstärksten Onlineshops im Produktsegment „Bekleidung, Textilien, Schuhe“	27
Abb. 13: Die 20 umsatzstärksten Onlineshops im Produktsegment „Computer, Unterhaltungselektronik, Handys, Zubehör“	29
Abb. 14: Anteil der Shops mit Gütesiegel „EHI Geprüfter Online-Shop“	32
Abb. 15: Umsatzanteil der Shops mit Gütesiegel „EHI Geprüfter Online-Shop“	32
Abb. 16: Anteil der Onlineshops mit Gütesiegel „EHI Geprüfter Online-Shop“	33
Abb. 17: Anteil der Top-10-, Top-100- und Top-500-Onlineshops mit Gütesiegel „EHI Geprüfter Online-Shop“	33
Abb. 18: Anteil der Onlineshops, die soziale Netzwerke nutzen	35
Abb. 19: Anzahl der Facebook-Likes	36
Abb. 20: Anzahl der Twitter-Follower	36
Abb. 21: Anzahl der YouTube-Abonnenten	37
Abb. 22: Anzahl der Google+-Follower	37
Abb. 23: Anteil der Onlineshops, die Bewertungssysteme nutzen	38
Abb. 24: In Onlineshops angebotene Zahlungsverfahren	40
Abb. 25: Zahlungsverfahren: Klassische Zahlungsverfahren	41
Abb. 26: Zahlungsverfahren: Kreditkarten	41
Abb. 27: Zahlungsverfahren: Wallets	41
Abb. 28: Zahlungsverfahren: Rechnung	41
Abb. 29: Zahlungsverfahren: Online-Banking	42
Abb. 30: Zahlungsverfahren: Sonstige	42
Abb. 31: Verteilung der Onlineshops nach sonstigen Zahlungsverfahren	42
Abb. 32: Onlineshops nach Versandarten	44
Abb. 33: Umsatzanteil der Onlineshops am Gesamtmarkt nach Versandarten	44

Gedruckte Publikationen

- ▶ Hofacker, L./Eden, S./Janßen, B. (2012):
E-Commerce-Markt Deutschland 2012, Marktstudie der 1.000 größten Online-Shops für physische und digitale Güter; EHI Retail Institute GmbH, Köln; ISBN 978-3-87257-391-9
- ▶ Hofacker, L./Eden, S./Janßen, B. (2011):
E-Commerce-Markt Deutschland 2011, Marktstudie der 1.000 größten Online-Shops für physische und digitale Güter; EHI Retail Institute GmbH, Köln; ISBN 978-3-87257-375-9
- ▶ Hofacker, L./Eden, S. Janßen/B. (2011):
E-Commerce-Markt Deutschland 2010, Marktstudie der 1.000 größten Online-Shops für physische und digitale Güter; EHI Retail Institute GmbH, Köln; ISBN 978-3-87257-364-3
- ▶ Hofacker, L./Schwandt, F. (2010):
Der deutsche E-Commerce-Markt 2009, Marktstudie der 1.000 größten B2C-Online-Shops für physische Güter; EHI Retail Institute GmbH, Köln

Weitere Quellen

- ▶ Alexa Internet Inc., alexa.com, April bis Juli 2013
- ▶ Apple Inc., iTunes, Mai bis Juni 2013
- ▶ Bundesministerium der Justiz, elektronischer Bundesanzeiger, 2013
- ▶ Deutsche Post AG: Einkaufen 4.0. Der Einfluss von E-Commerce auf

Lebensqualität und Einkaufsverhalten, Bonn, 2012

- ▶ DS Media GmbH, deutsche-startups.de, 2013
- ▶ EHI Retail Institute, Datenerhebung und Unternehmensbefragung, Mai bis September 2013
- ▶ EHI Retail Institute, EHI Geprüfter Online-Shop, August 2013
- ▶ Exciting Commerce, 2013
- ▶ Facebook Inc., facebook.com, Mai bis Juni 2013
- ▶ Google Inc., Google+, Mai bis Juni 2013
- ▶ Google Inc., Google Play, Mai bis Juni 2013
- ▶ Google Inc., Google Merchant Center, Mai bis September 2013
- ▶ Idealo Internet GmbH, idealo.de, 2013
- ▶ Kelkoo Deutschland GmbH, kelkoo.de, 2013
- ▶ Pressemitteilungen der Unternehmen, 2013
- ▶ Statista GmbH, Datenerhebung, Analyse und Schätzung, Mai bis September 2013
- ▶ Twitter Inc., twitter.com, Mai bis Juni 2013
- ▶ Unternehmenswebsites und Geschäftsberichte der Unternehmen, 2013
- ▶ Vertical Media GmbH, gruenderszene.de, 2013
- ▶ Wikimedia Foundation Inc., wikipedia.org, 2013
- ▶ YouTube LLC, youtube.com, Mai bis Juni 2013



Unter handelsdaten.de bündeln das EHI Retail Institute und die Statista GmbH Daten, Zahlen und Fakten der Handelsbranche. Über ein Jahresabo können Einzelpersonen und Firmen auf die Statistiken zugreifen. Die auf handelsdaten.de zum Download zur Verfügung gestellten Daten stammen aus der empirischen Forschung des EHI Retail Institutes und aus mehr als 500 Drittquellen. Die Daten können bequem in unterschiedlichen Dateiformaten (JPG, Excel, Powerpoint) heruntergeladen werden und so im B2B-Bereich (Präsentationen, Geschäftsberichte etc.) vielfältig eingesetzt werden.



EHI Retail Institute
Spichernstraße 55
50672 Köln
www.ehi.org

Ansprechpartner: Dipl.-Kfm. Lars Hofacker
Telefon: +49 221 57993-22
E-Mail: hofacker@ehi.org



Statista GmbH
Johannes-Brahms-Platz 1
20355 Hamburg
www.statista.com

Ansprechpartner: Dr. Friedrich Schwandt
Telefon: +49 40 4134989-0
E-Mail: schwandt@statista.com

Verlag:

EHI Retail Institute GmbH
Spichernstraße 55
50672 Köln

Eine Veröffentlichung des

EHI Retail Institute e. V. und der Statista GmbH
Köln und Hamburg, Oktober 2013
Mit freundlicher Unterstützung von iBusiness

Geschäftsführung EHI Retail Institute:

Michael Gerling

Geschäftsführung Statista GmbH:

Dr. Friedrich Schwandt
Tim Kröger

Autoren:

Lars Hofacker (EHI Retail Institute)
Sascha Berens (EHI Retail Institute)
Birte Janßen (Statista)

Layout:

Nicole Råde (EHI Retail Institute)
Ulrich Stephan (tripleseven)

Copyright © 2013

Alle Rechte vorbehalten, insbesondere das Recht der Vervielfältigung und Verbreitung sowie der Übersetzung. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (Druck, Fotokopie, Mikrofilm oder andere Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung des Verlages reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

Haftungsausschluss

Die Autoren versuchen mit größtmöglicher Sorgfalt, in der vorliegenden Studie richtige, vollständige und aktualisierte Informationen zur Verfügung zu stellen. Fehler können jedoch nicht völlig ausgeschlossen werden. Es wird daher keinerlei Haftung oder Garantie für die Richtigkeit, Vollständigkeit, Qualität und/oder Aktualität der veröffentlichten Informationen übernommen, es sei denn, die Fehler wurden vorsätzlich oder grob fahrlässig aufgenommen. Dies betrifft sowohl materielle als auch immaterielle Schäden Dritter, die durch die Nutzung des Informationsangebots verursacht werden.

Bestellmöglichkeiten:

kundenservice@handelsdaten.de
Telefon +49 40 4134989-29

ISBN: 978-3-87257-411-4

Preis: 980,00 € zzgl. MwSt.

Bildrechte:

Gettyimages (Titel: Paul Bradbury); iStock (Seite 5: scottdunlap; Seite 9: cnythzl; Seite 12: froxx; Seite 15: wickedpix; Seite 27: skynesher; Seite 30: cglate); Fotolia (Seite 15: Larzi; Seite 18: Sergey Nivens; Seite 20: Nan; Seite 37: Kadmy); Seite 35: Paypal, Visa, Yapital