

ENTWICKLUNG ONLINE-HANDEL

1

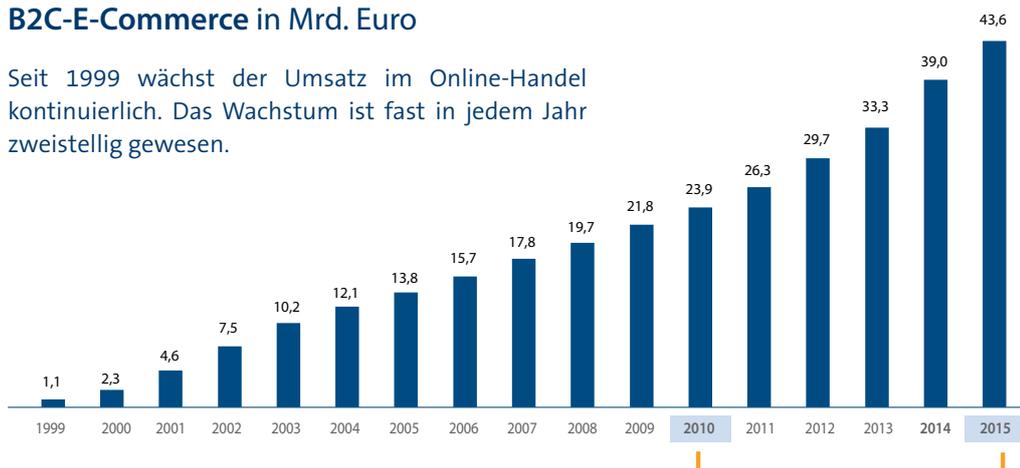


Als Spitzenverband des deutschen Einzelhandels sieht der HDE eine seiner wichtigsten Aufgaben darin, für Politik, Öffentlichkeit und seine Mitgliedsunternehmen Informationen zur Branche zu sammeln, zu erheben und zusammenzufassen. Der Handelsverband liefert Daten, ordnet sie ein und gibt Handlungsempfehlungen. Der Newsletter Handel 4.0, dessen erste Ausgabe Sie vor sich haben, soll einen wichtigen Beitrag dazu leisten. Hier werden ab sofort regelmäßig aktuelle Zahlen, Experten-Einschätzungen und weitere Informationen knapp zusammengefasst. Im Mittelpunkt steht dabei immer der Handel der Zukunft. Mit Rückfragen und Anregungen sind Sie mir und meinem Team stets willkommen. Ich wünsche Ihnen eine interessante Lektüre!

Stephan Tromp
Stellvertretender Hauptgeschäftsführer

B2C-E-Commerce in Mrd. Euro

Seit 1999 wächst der Umsatz im Online-Handel kontinuierlich. Das Wachstum ist fast in jedem Jahr zweistellig gewesen.



+82%
Online-Umsätze in den
letzten 5 Jahren.

Quelle: HDE; GfK; HDE-Prognose 2015; ohne Umsatzsteuer; Angaben für Nonfood, FMCG, Entertainment, Tickets, Downloads, Reisen (o. Urlaubsreisen)

Die fortschreitende Digitalisierung verändert die Strukturen des Einzelhandels nachhaltig. Der klassische Handel erweitert sein Spektrum. Gleichzeitig forcieren Hersteller und Dienstleister ihre E-Commerce-Aktivitäten und übernehmen zunehmend Handelsfunktionen im Rahmen eines Vertikalierungsprozesses. Mittels quantitativer und qualitativer Marktforschung gilt es diese Entwicklungen aktiv zu begleiten und aussagekräftige Zahlen und Fakten zu liefern. Der HDE nutzt hier für sein Arbeit Informationen aus dem GfK-Consumerpanel als Benchmark. Ziel ist es, ein einheitliches, kontinuierliches Reporting zu schaffen, das für Unternehmen, Partner des Handels, Politik und Medien relevante Information liefert.

www.einzelhandel.de/online-monitor

“

„Es kann sein, dass das Wachstum ab 2018 einstellig wird, aber auch nur, weil sich dann viele Online-Umsätze über Click & Collect in die Filiale verlagern. Click & Collect oder Selbstabholung werden stationär ausgeführt, wo sie dann in die stationären Umsätze fließen. Eigentlich ist das Online-Umsatz, denn wenn es das Geschäft des Multi-Channel-Händlers nicht gäbe und er die Selbstabholung nicht incentivieren würde, ließe sich der Kunde die Ware zuhause zustellen. Wir können von 2013 bis 2020 nach konservativen Schätzungen immer noch insgesamt von einer Umsatzverdopplung im Online-Handel ausgehen.“



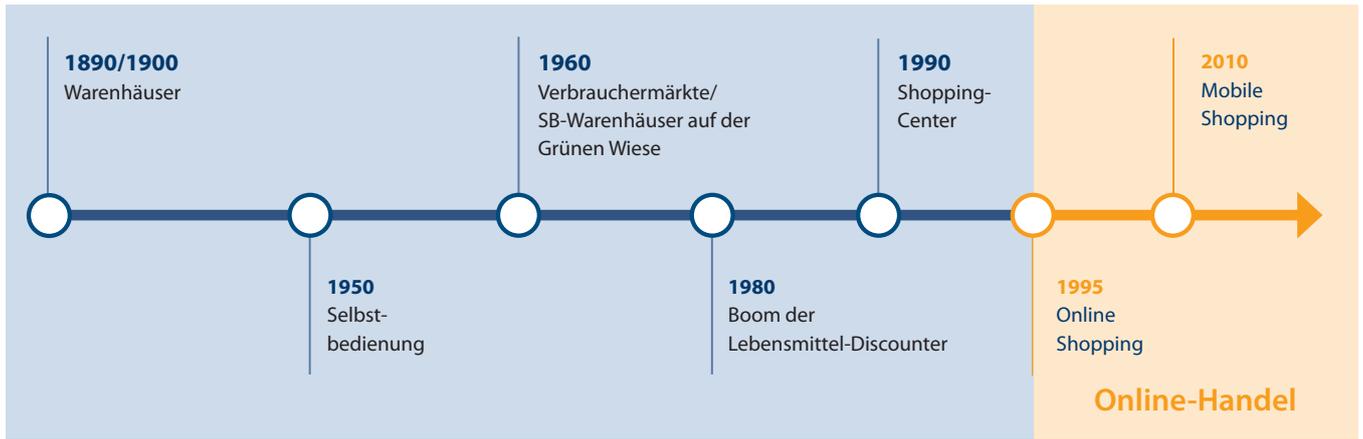
Prof. Dr. Gerrit Heinemann, Hochschule Niederrhein

KONTAKT HANDEL 4.0

Olaf Roik · Bereichsleiter Wirtschaftspolitik
☎ 030 - 72625022 ✉ roik@hde.de

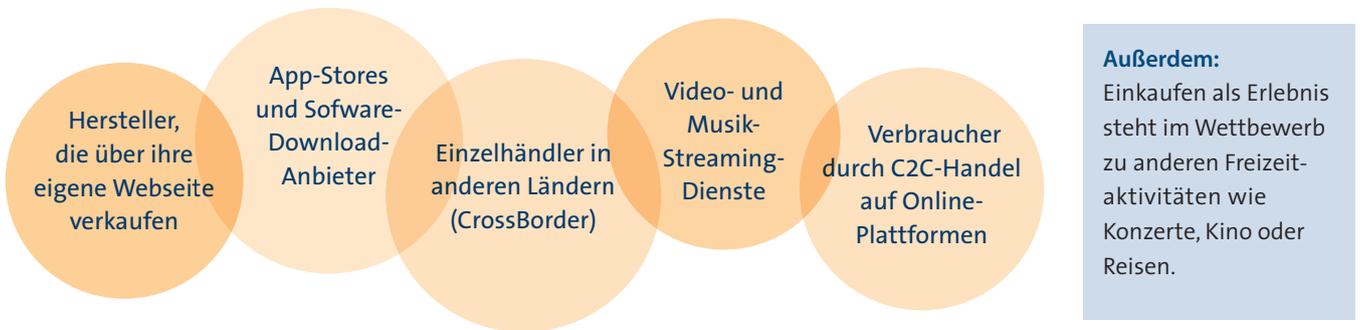
Darija Bräuniger · Referentin E-Commerce
☎ 030 - 72625033 ✉ braeuniger@hde.de

Handel im Wandel



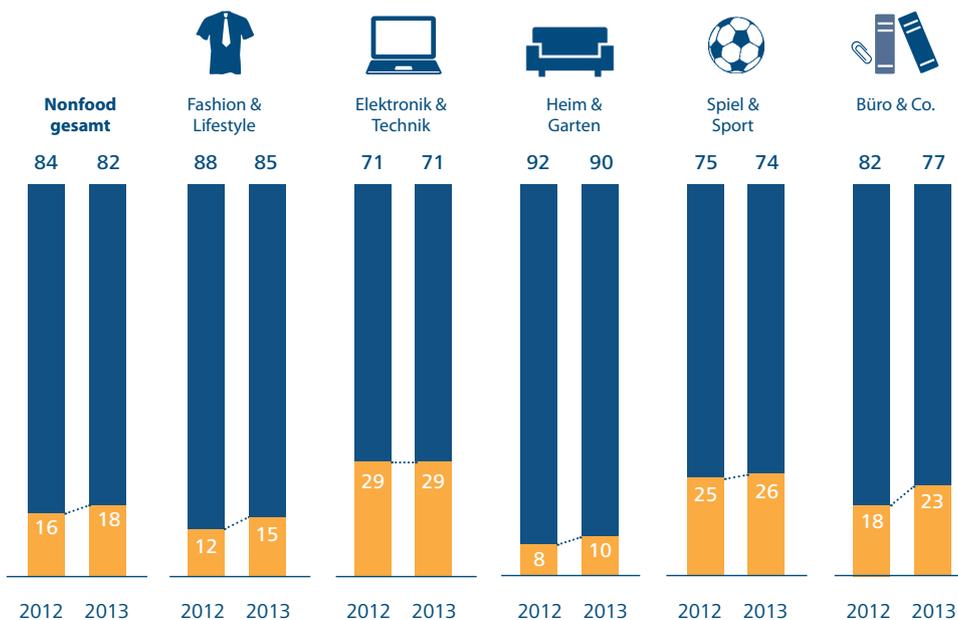
Wer erfüllt heute Einzelhandelsfunktionen?

Im Einzelhandel sind durch Digitalisierung und Internationalisierung neue Marktteilnehmer hinzugekommen.



Online-Anteile nach Nonfood-Kategorien

in Prozent



18%
Online-Anteil im Nonfood-Bereich

■ Offline
■ Online

Der Online-Handel ist in den einzelnen Branchen durch unterschiedliche Geschwindigkeiten und Marktanteile gekennzeichnet. Während im Bereich Nonfood bereits nahezu jeder fünfte Euro online umgesetzt wird, bewegen sich die Online-Umsätze im Lebensmittelsegment mit einem Anteil von 0,4 % am Gesamtmarkt noch auf einem vergleichsweise niedrigem Niveau.

Quelle: HDE: GfK Consumer Panel