

# E-Commerce-Markt Deutschland 2012

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 2012**

Marktstudie der 1.000 größten Onlineshops  
für physische und digitale Güter

[www.ehi.org/e-commerce-studie](http://www.ehi.org/e-commerce-studie)



<b>Vorwort</b> .....	7
<b>Bestandteile der Studie</b> .....	8
<b>Executive Summary</b> .....	10
<b>Einleitung</b> .....	12
<b>Allgemeine Informationen zu den Onlineshops</b> .....	16
Postleitzahlenbereiche .....	18
Rechtsformen.....	20
Weitere Vertriebskanäle .....	22
Mobil-Aktivitäten .....	23
Produktsegmente.....	24
<b>Umsatz</b> .....	26
Überblick Gesamtmarkt.....	28
Die umsatzstärksten Onlineshops.....	30
Umsatzverteilung auf die Hauptproduktsegmente.....	32
Die 20 umsatzstärksten Generalisten .....	34
Die umsatzstärksten Onlineshops im Produktsegment „Bekleidung, Textilien, Schuhe“ .....	36
Die umsatzstärksten Onlineshops im Produktsegment „Computer, Unterhaltungselektronik, Handys, Zubehör“ .....	37
<b>Gütesiegel</b> .....	38
<b>Social Media</b> .....	43
Facebook, Twitter, YouTube, Google+ .....	44
Shopbewertungen.....	48
Produktbewertungen.....	48
Verkäuferbewertungen bei Google Shopping .....	49
<b>Web Analytics</b> .....	50
<b>Zahlungsverfahren</b> .....	55
<b>Versandarten</b> .....	61
<b>Fazit</b> .....	64
Kommentar: Shopportunities zuhauf – aber keine Selbstläufer .....	66
<b>Abbildungsverzeichnis</b> .....	69
<b>Quellenverzeichnis</b> .....	70
<b>Kontakt und Ansprechpartner</b> .....	71
<b>Impressum</b> .....	73



**Liebe Leserinnen und Leser,**

nach der Schlecker-Pleite und der Insolvenz von Neckermann stellt sich die Frage nach der Zukunftsfähigkeit deutscher Händler.

Wenn der Onlinemarkt weiterhin so wächst wie in den letzten Jahren, wird sein Anteil am gesamten Einzelhandelsumsatz im Jahr 2025 bis zu 27 Prozent erreichen. Für einzelne Branchen wird der Anteil sehr viel höher sein, für andere viel geringer, weshalb der E-Commerce-Markt im Detail untersucht werden muss. Er ist durch die Internettechnologien getrieben und häufig viel schneller, als es vielen großen klassischen Händlern lieb ist.

Für die nun vierte jährliche Bestandsaufnahme haben das EHI Retail Institute und Statista auf Basis einer ausführlichen Untersuchung von Onlineshops und einer Händlerbefragung eine umfangreiche Studie zum deutschen E-Commerce-Markt durchgeführt.

Der Markt der umsatzstärksten 1.000 Online-shops für physische und digitale Güter mit B2C-Schwerpunkt ist im Umsatzjahr 2011 um

12 Prozent gewachsen. Damit liegt der betrachtete Gesamtmarkt bei 25,4 Mrd. Euro.

Das EHI und Statista bedanken sich bei allen Unternehmen und Personen, die an der Erstellung der Studie mitgewirkt und die vorliegende Arbeit ermöglicht haben. Besonders bedanken wir uns bei den Verantwortlichen der Online-shops für die kooperative und offene Bereitstellung der Erhebungsdaten.

Köln und Hamburg, im Oktober 2012



**Michael Gerling**  
Geschäftsführer  
EHI Retail Institute



**Dr. Friedrich Schwandt**  
Geschäftsführer  
Statista GmbH

## 8 ■ Bestandteile der Studie

Die Studie „E-Commerce-Markt Deutschland 2012“ besteht aus zwei Dokumenten:



### **PDF-Datei/Druckexemplar**

Zusammenfassung mit Diagrammen zu den wichtigsten Ergebnissen



### **Excel-Datei mit 1.000 Datensätzen zu Onlineshops und 179 Spalten**

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

Folgende Merkmale sind in der Excel-Datei enthalten:

- Onlineshop-Platzierung
- Unternehmen
- URL
- E-Commerce-Umsatz
- Gesamtumsatz
- Adresse, Telefon, E-Mail
- Ansprechpartner/Geschäftsführer
- Rechtsform
- Launch des Shops
- Vertriebskanäle
- Mobil-Aktivitäten
- Segmente (Hauptprodukt- und weitere Produktsegmente)
- Traffic
- Gütesiegel
- Social Media (Facebook, Twitter, Google+, YouTube, Shopbewertungen, Produktbewertungen, Google Shopping-Verkäuferbewertung)
- Web Analytics
- Zahlungsverfahren
- Versandarten



Leseprobe

Bestellen Sie die vollständige Studie „E-Commerce-Markt Deutschland 2012“ (**PDF-Broschüre** und **Excel-Datei** mit 1.000 Datensätzen zu Onlineshops und 179 Spalten) unter

<http://www.handelsdaten.de/statistik/studie/id/10831/dokument/e-commerce-markt-deutschland-2012/>

iger.de

Neu mit dem MacBook



MacBook Monitor

15,4 Zoll (39,1 cm) Retina Display

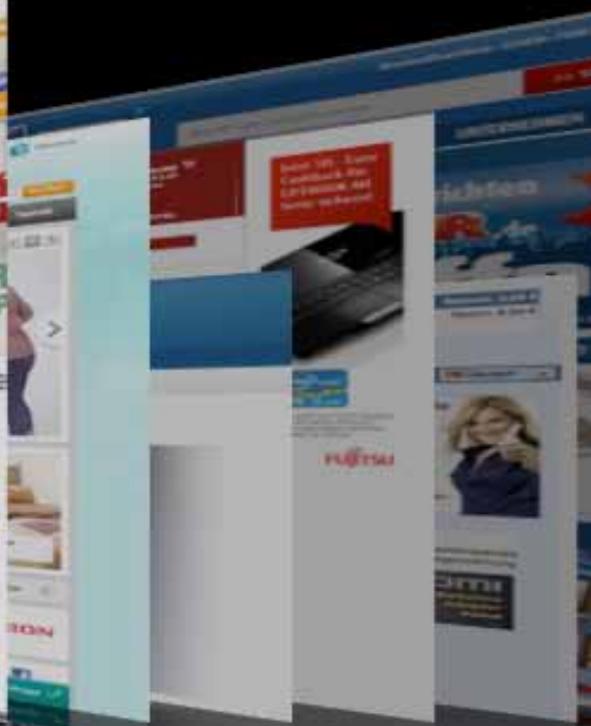


15,4 Zoll (39,1 cm) Retina Display



15,4 Zoll (39,1 cm) Retina Display





# Einleitung

## **Motivation zur Durchführung der Studie und Abgrenzung von anderen Studien**

Als wissenschaftliches Institut des Handels beschäftigt sich der EHI-Forschungsbereich E-Commerce mit Trends und Entwicklungen von Onlineshops. In Abgrenzung zu den bereits auf dem Markt existierenden Studien zu einzelnen Teilbereichen des Versandhandels konzentriert sich die vorliegende Studie auf die Betrachtung des deutschen E-Commerce-Marktes für physische und digitale Güter auf Basis eines Rankings der 1.000 umsatzstärksten Onlineshops. Der Schwerpunkt liegt im Bereich B2C.

In den Medien gibt es unterschiedliche Zahlen zur Größe des E-Commerce-Marktes in Deutschland. Dies resultiert daraus, dass es keine allgemeingültigen Definitionen für den Markt gibt. Häufig wird keine Trennung zwischen B2B und B2C gemacht. Auch Versiche-

rungen und Finanzprodukte lassen sich heute online abschließen bzw. kaufen. Multichannel-Händler (stationäres Ladengeschäft und Online-shop) können häufig auch nicht abgrenzen, welcher Euro offline und welcher online generiert wurde. Diese Beispiele zeigen, wie schnell es zu unterschiedlichen Zahlen im Markt kommen kann, ohne dass auf die Art der Untersuchung eingegangen wurde.

Aufgrund ihrer Transparenz hebt sich die hier dargelegte Studie maßgeblich von den anderen ab. Der Studienleser kann jeden der 1.000 Onlineshops in der zugehörigen Excel-Tabelle nachschlagen.

Diese Studie soll eine grundlegende Orientierung für den Handel und weiteren Teilnehmern der Branche bieten, die Entwicklung des Marktes aufzeigen und Merkmale erfolgreicher sowie neuer Onlineshops darlegen.



## 14 ■ Einleitung

### Fassungen der Studie

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

Die vorliegende Untersuchung ist die vierte Fassung der Studie und basiert auf den E-Commerce-Umsätzen aus dem Jahr 2011. Alle Shopinformationen (Adresse, Produktsegmente, Social Media, Zahlungsverfahren etc.) wurden im Zeitraum von April bis September 2012 erhoben. Durch ihre jährliche Aktualisierung soll und kann die Studie das Wachstum des Marktes genauer beleuchten.

### Vorgehensweise

Für die aktuelle Auflage der Studie wurde auf Basis einer Vielzahl von Preisvergleichsseiten und Studien zum deutschen E-Commerce-Markt eine umfangreiche Longlist mit über 3.000 Onlineshops erstellt. Zu allen Shops dieser Longlist wurden Traffic-Daten (Unique User, Page Views) erhoben, um die Anzahl der relevanten Shops für die Shortlist auf rund 1.300 zu reduzieren. Der Zusammenhang zwischen Traffic und Umsatz eines Onlineshops konnte

in den vergangenen Studien bereits nachgewiesen werden.

Die verbleibenden 1.300 Shops wurden im Rahmen der Studie aus Kundensicht im Hinblick auf Kontaktdaten, Produktsegmente, Zahlungs- und Liefermethoden sowie viele weitere Merkmale untersucht. Parallel dazu wurden die Händler mittels eines Online-Fragebogens detailliert befragt. Zur Recherche der Umsatzzahlen wurden im Rahmen der Datenerhebung Quellen wie der elektronische Bundesanzeiger und Pressemitteilungen der Unternehmen herangezogen.

Da ein Teil der Unternehmen keine Umsätze und/oder E-Commerce-Umsatzanteile berichtete, wurden auf Basis der vorliegenden Daten die Treiber des E-Commerce-Umsatzes identifiziert und deren Einflussstärke mittels einer Regressionsanalyse quantifiziert. Auf diese Weise konnten fehlende Umsatzdaten approximiert und das Ranking mit den 1.000 umsatzstärksten Onlineshops aufgestellt werden.

### Struktur der untersuchten Onlineshops

Schwerpunkt der Untersuchung waren B2C-Onlineshops für physische und digitale Güter. Nur vereinzelt wurden Shops mit einem B2B-Anteil berücksichtigt. Shopping-Clubs sowie Onlineshops mit weiteren Vertriebskanälen auf

Marktplätzen wie eBay oder Amazon wurden in der Studie gekennzeichnet.

### **Informationen zu den abgebildeten Kennzahlen**

#### **E-Commerce-Umsatz**

Die E-Commerce-Umsätze einzelner Unternehmen beziehen sich in der Studie auf die angegebene Shop-URL und sind wie folgt definiert: E-Commerce-Nettoumsatz (der Umsatz kann sowohl über die Website als auch über die Apps generiert worden sein) im Jahr 2011, d. h. bereinigt von Retouren, ohne Umsatzsteuer und nur aus der reinen Geschäftstätigkeit (ohne sonstige betriebliche Erträge), wie er auch in Geschäftsberichten ausgewiesen wird.

#### **Web Analytics**

Für die Überprüfung der Web-Analytics-Aktivitäten wurde nur die Homepage des Onlineshops mit dem Firefox Add-on Ghostery™ untersucht.

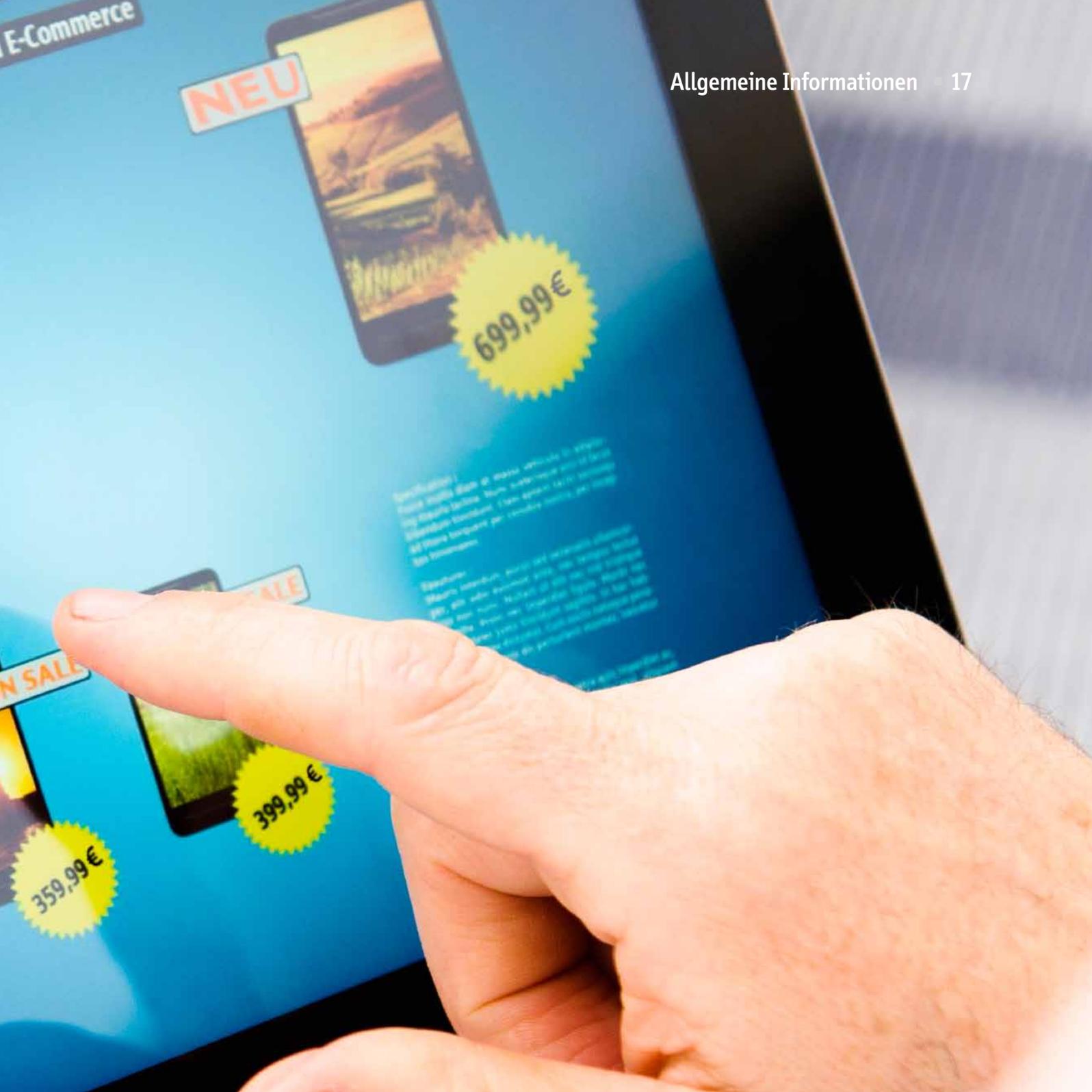


## Allgemeine Informationen zu den Shops

Dieses Kapitel beleuchtet die Basismerkmale der Onlineshops. Dazu zählen Herkunft der Händler und Rechtsformen. Außerdem wird gezeigt, in welchen weiteren Vertriebsberei-

chen (stationärer Handel, Katalog) die Händler noch aktiv sind. Erstmals wurden auch die mobilen Aktivitäten (Mobile Website, App) untersucht.





Leseprobe

Bestellen Sie die vollständige Studie „E-Commerce-Markt Deutschland 2012“ (**PDF-Broschüre** und **Excel-Datei** mit 1.000 Datensätzen zu Onlineshops und 179 Spalten) unter

<http://www.handelsdaten.de/statistik/studie/id/10831/dokument/e-commerce-markt-deutschland-2012/>







<b>Abb. 1:</b>	Herkunft und Anzahl der Onlineshops nach Postleitzahlbereichen .....	18
<b>Abb. 2:</b>	Verteilung der Anzahl der Onlineshops nach Rechtsform .....	20
<b>Abb. 3:</b>	Verteilung des Umsatzes der Onlineshops nach Rechtsform.....	21
<b>Abb. 4:</b>	Weitere Vertriebskanäle der Top-1.000-Onlineshops .....	22
<b>Abb. 5:</b>	Anteil der Onlineshops mit Mobil-Aktivitäten.....	23
<b>Abb. 6:</b>	Abdeckung der Produktsegmente durch die Onlineshops .....	24
<b>Abb. 7:</b>	Abbildung der Marktkonzentration der Top-1.000-Onlineshops .....	29
<b>Abb. 8:</b>	Die 20 umsatzstärksten Onlineshops.....	30
<b>Abb. 9:</b>	Umsatzverteilung auf die Hauptproduktsegmente .....	32
<b>Abb. 10:</b>	Die 20 umsatzstärksten Onlineshops im Produktsegment „Generalist“ .....	34
<b>Abb. 11:</b>	Die umsatzstärksten Onlineshops im Produktsegment „Bekleidung, Textilien, Schuhe“ .....	36
<b>Abb. 12:</b>	Die umsatzstärksten Onlineshops im Produktsegment „Computer, Unterhaltungs- elektronik, Handys, Zubehör“ .....	37
<b>Abb. 13:</b>	Anteil der Shops mit Gütesiegel „EHI Geprüfter Online-Shop“ .....	40
<b>Abb. 14:</b>	Umsatzanteil der Shops mit Gütesiegel „EHI Geprüfter Online-Shop“ .....	40
<b>Abb. 15:</b>	Anteil der Onlineshops mit Gütesiegel „EHI Geprüfter Online-Shop“ nach Umsatzklasse .....	41
<b>Abb. 16:</b>	Anteil der Top 10, 100 und 500 Onlineshops mit Gütesiegel „EHI Geprüfter Online-Shop“.....	41
<b>Abb. 17:</b>	Anteil der Onlineshops, die Social Networks nutzen.....	44
<b>Abb. 18:</b>	Anzahl Facebook-Fans .....	45
<b>Abb. 19:</b>	Anzahl Twitter-Follower .....	45
<b>Abb. 20:</b>	Anzahl YouTube-Abonnenten .....	46
<b>Abb. 21:</b>	Anzahl GooglePlus-Likes (+1) .....	46
<b>Abb. 22:</b>	Anteil der Onlineshops, die Bewertungssysteme nutzen .....	48
<b>Abb. 23:</b>	Verkäuferbewertungen bei Google Shopping .....	49
<b>Abb. 24:</b>	Web-Analytics.....	52
<b>Abb. 25:</b>	Verteilung der Onlineshops nach Zahlungsverfahren .....	56
<b>Abb. 26:</b>	Umsatzanteil der Onlineshops am Gesamtmarkt nach Zahlungsverfahren .....	58
<b>Abb. 27:</b>	Onlineshops nach Versandarten .....	62
<b>Abb. 28:</b>	Umsatzanteil der Onlineshops am Gesamtmarkt nach Versandarten.....	63

### Gedruckte Publikationen

- 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
- Internet Retailer (2011): 2011 Top 300 Europe Special Version, ISSN 1527-7089
- Kiesewetter, T. (2012): Online-Payment-Studie 2012 Daten, Fakten, Hintergründe und Entwicklungen; EHI Retail Institute GmbH, Köln; ISBN 978-3-87257-385-8

### Weitere Quellen

- Alexa Internet Inc., alexa.com, September 2011–Juli 2012
- Apple Inc., iTunes, April–Juli 2012
- Bundesministerium der Justiz, elektronischer Bundesanzeiger, 2012
- DS Media GmbH, deutsche-startups.de, 2012
- EHI Retail Institute, Datenerhebung und Unternehmensbefragung, Mai–September 2012
- EHI Retail Institute, EHI Geprüfter Online-Shop, Juli 2012
- Exciting Commerce, 2012
- Evidon, Inc., Ghostery, Mai–September 2012
- Facebook Inc., facebook.com, April 2012–August 2012
- Google Inc., DoubleClick Ad Planner, September 2011–Juli 2012
- Google Inc., Google+, April–August 2012
- Google Inc., Google play, April–Juli 2012
- Google Inc., Google Merchant Center, Mai–September 2012
- Idealo Internet GmbH, idealo.de, 2012
- Internet Archive Waybackmachine, 2012
- Kelkoo Deutschland GmbH, kelkoo.de, 2012
- Pressemitteilungen der Unternehmen, 2012
- Statista GmbH, Datenerhebung, Analyse und Schätzung, Mai–September 2012
- Twitter Inc., twitter.com, April 2012–August 2012
- Unternehmenswebsites und Geschäftsberichte der Unternehmen, 2012
- Vertical Media GmbH, gruenderszene.de, 2012
- Wikimedia Foundation Inc., wikipedia.org, 2012
- YouTube LLC, youtube.com, April 2012–August 2012

## handelsdaten.de

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 Institute und 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.

## Retail Institute®

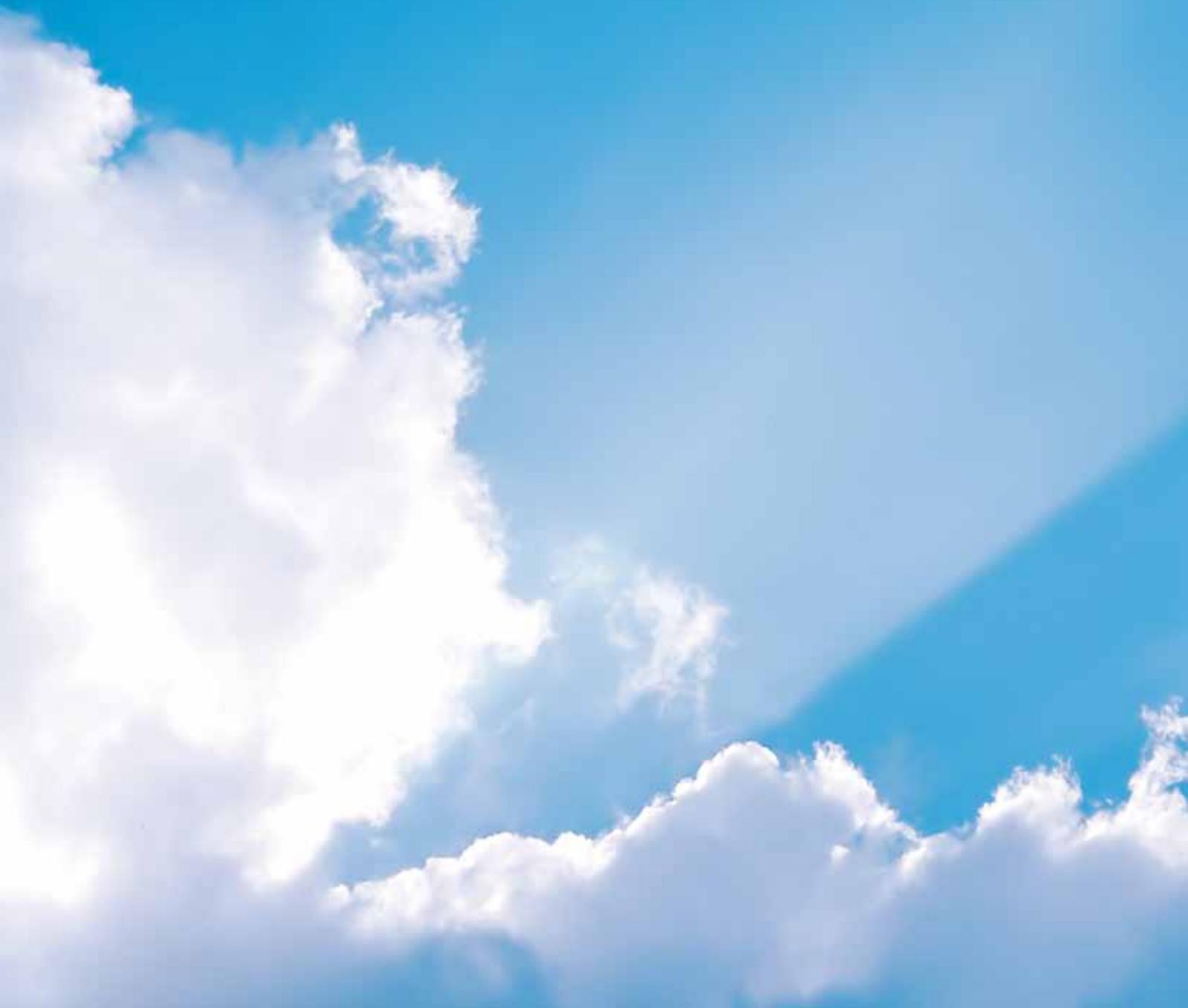
EHI Retail Institute  
Spichernstraße 55  
50672 Köln  
[www.ghi.org](http://www.ghi.org)

Ansprechpartner: Dipl.-Kfm. Lars Hofacker  
Telefon: +49 221 57993-22  
E-Mail: [hofacker@ghi.org](mailto:hofacker@ghi.org)

## statista

Statista GmbH  
Johannes-Brahms-Platz 1  
20355 Hamburg  
[www.statista.com](http://www.statista.com)

Ansprechpartner: Dr. Friedrich Schwandt  
Telefon: +49 40 4134989-0  
E-Mail: [schwandt@statista.com](mailto: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 2012  
Mit freundlicher Unterstützung von iBusiness

**Geschäftsleitung**

**EHI Retail Institute:**  
Michael Gerling

**Geschäftsführung**

**Statista GmbH:**  
Dr. Friedrich Schwandt  
Tim Kröger

**Autoren:**

Lars Hofacker  
Stefanie Eden  
Birte Janßen

**Copyright 2012**

**Layout:**

S3 ADVERTISING KG  
newspaper & magazine experts

EHI und Statista übernehmen keine rechtliche Gewähr für die Richtigkeit und Vollständigkeit des Inhalts. Alle Rechte, insbesondere das Recht auf Vervielfältigung und Verbreitung sowie Übersetzung vorbehalten. Kein Teil des Werks darf in irgendeiner Form (Druck, Kopie oder in einem anderen Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung des Verlags reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

ISBN 978-3-87257-391-9

**Bildrechte:**

istockphoto.com, fotolia.de, getty images  
Screenshots jeweils Rechte der Shopbetreiber

EHI Retail Institute  
Spichernstraße 55  
50672 Köln

Statista GmbH  
Johannes-Brahms-Platz 1  
20355 Hamburg