

Monthly Newsletter  
E-Commerce  
Januar 2022

## Marktüberblick

### Boost durch Pandemie

Kaum ein Wirtschaftszweig erlebte einen so starken Umsatz-Boost wie der des E-Commerce - insbesondere angefeuert von der Pandemie. Mit der Schließung der Einkaufspassagen und Shopping-Center schienen Plattformen wie Amazon, Zalando & Co. die einzige Alternative, um Waren wie beispielsweise Bekleidung, Elektronik oder Möbel zu erwerben.

### Herausforderungen der Zukunft

Das was das Bestellen im Netz so komfortabel macht, könnte in Zukunft große Probleme verursachen. Kostenlose Lieferungen / Retouren verlocken dazu, sich ähnlich wie im Kaufhaus eine Auswahl an Produkten zu bestellen. Das ist mit übermäßiger Verschwendung von Verpackungsmaterial und einem immensen ökologischen Fußabdruck verbunden.

Insbesondere noch jungen E-Commerce-Unternehmen wird dabei in beschleunigtem Maße eine deutlich zunehmende Logistikkompetenz abverlangt.

Auch die bekannte „Letzte Meile“ ist immer noch ein Problem für viele Branchen - insbesondere die des E-Commerce. Denn die kostenlose Lieferung (inklusive Retoure) regt zum Bestellen an und führt zu einem erhöhten Paketaufkommen was wiederum die Paketzusteller auf die Probe stellt.

### Marktdaten E-Commerce / Online-Handel:

- **EUR 73 Mrd.** Umsatz (netto) 2020<sup>1</sup>
- Davon **EUR 16,8 Mrd. Umsatz** allein durch **Bekleidung**<sup>2</sup>
- **768.700 Arbeitsplätze** generierte der E-Commerce bis zum Jahr 2019 in Deutschland – bei Betrachtung der gesamten assoziierten Wertschöpfungskette sogar **1.260.000**<sup>3</sup>

## Trends

### Kundenbindung

Ein großer Trend, den sich viele E-Commerce Shops zunutze machen, ist der des **Social Commerce**, also dem Verkauf direkt über die sozialen Medien wie zum Beispiel Facebook, Instagram oder TikTok. Der sogenannte „**Visual Commerce**“ macht sich verschiedene Methoden der visuellen Darstellung des Produktes zunutze und kann beispielsweise durch die Möglichkeit der individuellen Konfiguration hinsichtlich der Farbe oder Größe des Produktes geschehen. Besonders populär ist auch das **Influencer Marketing**. Dabei wird neben der Kundenbindung zusätzlich ein Vertrauen zum Influencer und dem Produkt geschaffen.

### Technologischer Fortschritt

Auch in technologischer Hinsicht kann die Adaption aktueller Trends maßgeblich den Erfolg des Unternehmens und dementsprechend auch der Branche entscheiden. **Headless Commerce** zum Beispiel entkoppelt Front- und Backend der Online Shops und erleichtert so einen **Omnichannel Commerce**, also den Vertrieb über verschiedenste Plattformen / Kanäle. Mit der Ausreifung der künstlichen Intelligenz (KI) kommen sogenannte **Chatbots** immer häufiger als Support oder Beratung zum Einsatz.

## Marktgröße und Wachstum

### Akquisitionen durch FBA-Aufkäufer

In den letzten zwei Jahren tauchten vermehrt Holding-Unternehmen mit dem Fokus auf kleinere FBA\*-Händler auf. Diese erhoffen sich mit den Amazon Shops günstige aber gleichzeitig gewinnbringende Schnäppchen zu schlagen. Denn die Bewertungen der FBA-Händler liegen i.d.R. beim 2 bis 4-fachen des EBITDA (\* „Fulfillment by Amazon“)

### Substitution des Einzelhandels

Mit der Pandemie fungierte der Online-Handel eindeutig als bequemere und vor allen Dingen sicherere Alternative zum regulären Einzelhandel. Selbst nach Wiedereröffnung der Geschäfte im Jahr 2021 konnte der Online-Handel eine Umsatzsteigerung verzeichnen und spricht für eine Diffusion der E-Commerce Branche in Deutschland.

<sup>1</sup> [https://einzelhandel.de/index.php?option=com\\_attachments&task=download&id=10572](https://einzelhandel.de/index.php?option=com_attachments&task=download&id=10572)

<sup>2</sup> [https://einzelhandel.de/index.php?option=com\\_attachments&task=download&id=10572](https://einzelhandel.de/index.php?option=com_attachments&task=download&id=10572)

<sup>3</sup> <https://www.bevh.org/impact-of-e-commerce.html>