

OXID eSales: Zwei Drittel der Online-Händler mit Weihnachtsgeschäft zufrieden

- *Marktcheck: Händler verzeichnen gesteigerte Umsätze*
- *Spitze Segmente setzen mehr als drei Viertel des Umsatzes in der Weihnachtssaison um*

Freiburg, 23.12.2010: Das diesjährige Weihnachtsgeschäft hat sich offenbar für die meisten Online-Händler gut entwickelt. Wie der aktuelle Marktcheck der Freiburger OXID eSales AG zeigt, sind zwei Drittel der befragten Shop-Betreiber mit dem Verlauf zufrieden bis sehr zufrieden. Im Vorjahr gab das nur die Hälfte der Befragten an.

Kein Boom, aber gestiegene Umsätze

Der E-Commerce Umsatz im Weihnachtsgeschäft steigt von Jahr zu Jahr. 60 Prozent der Teilnehmer verzeichneten im November und Dezember ein Umsatzplus von mindestens zehn Prozent. Das sind ganze 10 Prozent mehr als im Krisenjahr 2009 und übertrifft auch 2008, als 55 Prozent der Befragten ein Umsatzwachstum vermeldeten. "Wir erkennen Weihnachten immer daran, dass DHL auch samstags mehrfach die Pakete bei uns abholt", sagt mit einem Augenzwinkern Shop-Betreiber Dennis Heidtmann von koffer-direkt.de.

Jeder sechste Händler musste im Weihnachtsgeschäft dennoch Einbußen hinnehmen. Im vergangenen Jahr war jeder siebte Shop-Betreiber betroffen

Mehr Professionalität

„Positiv zu bewerten ist, dass das Geschäft insgesamt für weitaus mehr Händler zufriedenstellend verlief als in den Vorjahren. Der E-Commerce hat sich als wichtiger Kanal für das Weihnachts-Shopping etabliert“, sagt Roland Fesenmayr Vorstandsvorsitzender der OXID eSales AG.

Zugleich bescheinigt Martik Klossek von der eWorks GmbH den Händlern mehr Routine: „Während es im Weihnachtsgeschäft bei unseren Shop-Betreibern in den letzten Jahren immer hektisch wurde, beobachte ich

dieses Jahr eine deutlich gestiegene Professionalität im Umgang mit dem Kundenansturm.“

Erstmals starkes Saisongeschäft zu beobachten

Drei Viertel der Händler generieren ein Viertel ihres gesamten Jahresumsatzes in der Weihnachtszeit. Für rund 25 Prozent bringt das Weihnachtsgeschäft sogar die Hälfte des Jahresumsatzes ein. "Irgendwie scheint man doch mehr als nur ein bisschen richtig gemacht zu haben, wenn man Kunden hat, die auch gern mehrfach täglich bestellen", sagt Michael Badelt, von santasdecoshop.de, der auf Weihnachtsware spezialisiert ist. Erstmals gaben in diesem Jahr zudem zwei Prozent der Teilnehmer an, dass sie mehr als drei Viertel des Umsatzes in der Weihnachtszeit generierten. „Das deckt sich mit unserer Erfahrung der letzten Monate, dass immer mehr Shops im Longtail Nischen besetzen. Die spitzen Segmente verzeichnen traditionell ein sehr starkes Saisongeschäft. Wir gehen davon aus, dass sich dieser Trend angesichts stetiger Vertikalisierung, neuer Geschäftsmodelle und aufkommenden mobilen Konzepten in den nächsten Jahren noch deutlicher abzeichnen wird“, erklärt Fesenmayr.

Wirtschaftskrise hat positive Auswirkungen

Laut der Umfrage hat die Wirtschaftskrise von 2009 bei rund 30 Prozent der Online-Händler positive Auswirkungen auf das diesjährige Weihnachtsgeschäft (Vorjahr: 15 Prozent). Rund 60 Prozent gaben an, dass die Krise in diesem Jahr gar keinen Einfluss auf das Geschäft hatte (Vorjahr: 55 Prozent).

Erfolgreiches Weihnachtsgeschäft

Nach der aktuellen Zwischenbilanz des Bundesverbandes des Deutschen Versandhandels (BVH) verzeichnen die Versand- und Online-Händler ein erfolgreiches Weihnachtsgeschäft. Laut einer ersten Prognose erzielen die deutschen Versender 3,1 Milliarden Euro Umsatz im Internet. Gegenüber dem Vorjahr legt der Online-Handel zu Weihnachten damit rund 15 Prozent zu (Vorjahr: 2,7 Milliarden Euro). Durch die starken Zuwächse im E-Commerce sei der Gesamtumsatz des Versandhandels in den Weihnachtsmonaten November und Dezember gestiegen und erreiche rund 5,8 Milliarden Euro (Vorjahr: 5,7 Mrd. Euro). Das entspricht einem Plus von

rund zwei Prozent. Insgesamt rechnet der BVH mit einem Jahresumsatz im E-Commerce von 18,3 Milliarden Euro.

OXID eSales führte den Marktcheck vom 1. bis 22. Dezember 2010 auf seiner Webseite durch. Es nahmen 110 Online-Händler daran teil.

Über OXID eSales:

Die Freiburger OXID eSales AG ist einer der führenden Anbieter von E-Commerce-Software. Mehr als 3.000 Online-Shop-Betreiber B2C und B2B aus den verschiedensten Branchen schätzen Skalierbarkeit, Modularität und Qualität von OXID eShop, darunter Lekkerland, Fressnapf, Neckermann, Strenesse, Intersport, Gravis und Deutsche Post. Die Kunden profitieren bei der Implementierung von den flexiblen Anpassungsmöglichkeiten innerhalb der Standardsoftware (schnelle Einführungszeit, geringe Kosten), dem Know-how der über 100 zertifizierten OXID Solution Partner und im laufenden Betrieb vom direkten Kontakt zu Support und Entwicklung des Herstellers. OXID eShop lässt sich außerdem als mobiler Online-Shop umsetzen. Die Anwendung bietet eine Schnittstelle zur E-Commerce Intelligence Plattform OXID eFire. OXID eFire ist das Gateway zum E-Commerce in der Cloud und ermöglicht auf einer einzigen Anwenderoberfläche das professionelle Management von unter anderem Online-Marketing, Marktplätzen und Payment-Diensten ebenso wie Bonitätsprüfungen und die Intelligente Suche. OXID eShop wird als Commercial Open Source Software entwickelt und veröffentlicht. Die Vorteile davon sind höhere Innovationsgeschwindigkeit, qualitativ hochwertigere Entwicklungen und langfristige Investitionssicherheit für die Nutzer. Weitere Informationen erhalten Sie unter <http://www.oxid-esales.com>

Pressekontakt

OXID eSales AG
Caroline Helbing
Bertoldstraße 48, D-79098 Freiburg
e-mail: caroline.helbing@oxid-esales.com
fon: +49 (0) 761 36889 214