

Keine Finanzkrise: Weihnachtsgeschäft lohnt sich für immer mehr Online-Händler

- *Drei Viertel der Händler zufrieden mit Umsatz*

Freiburg, 23. Dezember 2011: Die globale Finanzkrise wirkt sich offenbar nicht negativ auf das Weihnachtsgeschäft 2011 im deutschen Online-Handel aus. Im heute veröffentlichten Marktcheck von OXID eSales antworten drei Viertel der Online-Händler, dass die Finanzkrise das vorweihnachtliche Geschäft nicht beeinträchtigt oder sogar beflügelt (sechs Prozent).

Weihnachtsgeschäft für mehr Händler lukrativ

Insgesamt 90 Prozent der Befragten können den Vorjahresumsatz steigern oder halten. Zehn Prozent der Händler melden einen Umsatzrückgang, das sind so wenige wie noch nie, seit den vier Jahren, in denen OXID die Online-Händler befragt. Insgesamt lohnt sich speziell das Weihnachtsgeschäft wieder für immer mehr Händler; jeder Zehnte generiert die Hälfte seines Jahresumsatzes in den Monaten November und Dezember. Ein ähnliches Ergebnis zeigte sich zuletzt vor der Wirtschaftskrise, zum Weihnachtsgeschäft 2008.

Die aktuelle Erhebung deckt sich mit der Zwischenbilanz des Bundesverbandes des Deutschen Versandhandels (BVH) zum Jahresumsatz. Demnach erreicht das Umsatzvolumen im Internet in

diesem Jahr mehr als 4,2 Mrd. Euro. Der Umsatz im Vorjahr lag bei 3,6 Mrd. Euro.

Käufer bei guter Laune

„Trotz Euro-Krise: Der Online-Handel kann sich 2011 auf ein Rekord-Weihnachtsgeschäft freuen“, sagt Kai Hudetz, Geschäftsführer des Instituts für Handelsforschung (IfH) in Köln und Leiter des dort angesiedelten E-Commerce-Center Handel. „Die Konsumlaune ist noch relativ hoch, wie das erste Adventswochenende gezeigt hat. Die Zahlen des Black Friday in den USA geben die Richtung vor. Immer mehr Konsumenten vertrauen gerade im Weihnachtsgeschäft auf Anbieter aus dem Netz.“

Händler nach wie vor zufrieden

Genau wie 2010 zeigen sich in diesem Jahr etwa drei Viertel der Händler mit dem Weihnachtsgeschäft zufrieden. Prozentual mehr Händler verbuchen 2011 gleichbleibende Umsätze, die Quote liegt bei 40 Prozent und hat sich damit im Vergleich zu 2010 fast verdoppelt. Entsprechend auch die Bilanz bei der Umsatzsteigerung: In diesem Jahr erhöht jeder zweite seine Umsätze um mindestens zehn Prozent, im vergangenen Jahr waren es 60 Prozent.

Stärkere Differenzierung der Online-Shops gefragt

"Die guten Zahlen des Weihnachtsgeschäfts 2011 lassen darauf schließen, dass noch immer Geschäft aus dem Präsenzhandel ins Internet wandert - dort scheinen die Umsatzmargen des Vorjahrs ja leicht unterboten zu werden. Vermutlich werden dieses und das nächste Weihnachtsgeschäft allerdings die letzten sein, in denen E-Commerce überdurchschnittlich wächst“, sagt Zukunftsforscher

Joachim Graf. „Denn E-Commerce und Handel nähern sich bei den Kaufzyklen einander an. Onlineshops werden sich in Zukunft deutlicher positionieren und differenzieren müssen.“

„Das diesjährige Weihnachtsgeschäft zeigt, dass der Online-Handel für die Kunden ein zuverlässiger Kanal ist und eine Alternative zum Ladengeschäft darstellt. Zugleich betreten immer mehr Player den Markt“, sagt Roland Fesenmayr, Vorstandsvorsitzender OXID eSales AG. „Für die Online-Händler bedeutet dies, sich an wechselnde Marktbedingungen mit neuen Geschäftsmodellen anzupassen. Gerade der Multichannel wird in den kommenden Jahren einen stärker werdenden Impuls für das Weihnachtsgeschäft im Handel geben. Dieser durchdringt sowohl den E-Commerce als auch den stationären Handel und bringt Synergien für beide Seiten.“

Rund 200 Online-Händler beteiligten sich am Marktcheck, den OXID eSales vom 5. bis 23. Dezember per Online-Umfrage durchführte.

Über OXID eSales

Die Freiburger OXID eSales AG ist einer der führenden Anbieter von E-Commerce-Lösungen. Unzählige erfolgreiche B2C- und B2B-Shop-Betreiber aus den verschiedensten Branchen schätzen Skalierbarkeit, Modularität und Qualität der OXID Plattform, 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 eFire ist das Gateway zum E-Commerce in der Cloud und ermöglicht auf einer einzigen Anwenderoberfläche das professionelle Management unter anderem von Online-Marketing, Marktplätzen und Payment-Diensten ebenso wie Bonitätsprüfungen und Intelligenter Suche. OXID eShop wird als Commercial Open Source Software entwickelt und veröffentlicht. Die Vorteile 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