

Konjunkturumfrage unter Onlinemarktplatzhändlern

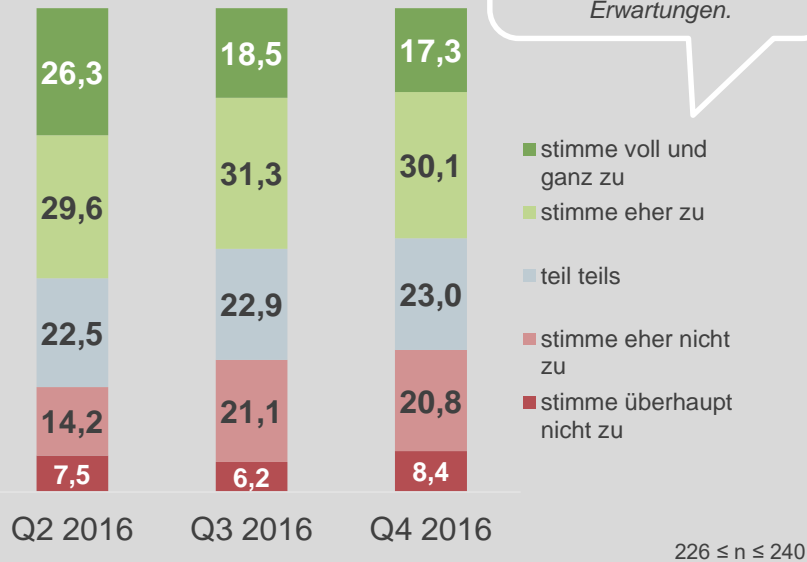
Q4 2016

Aktuelle und erwartete Onlineumsätze

Zusatzfrage: Weihnachtsgeschäft

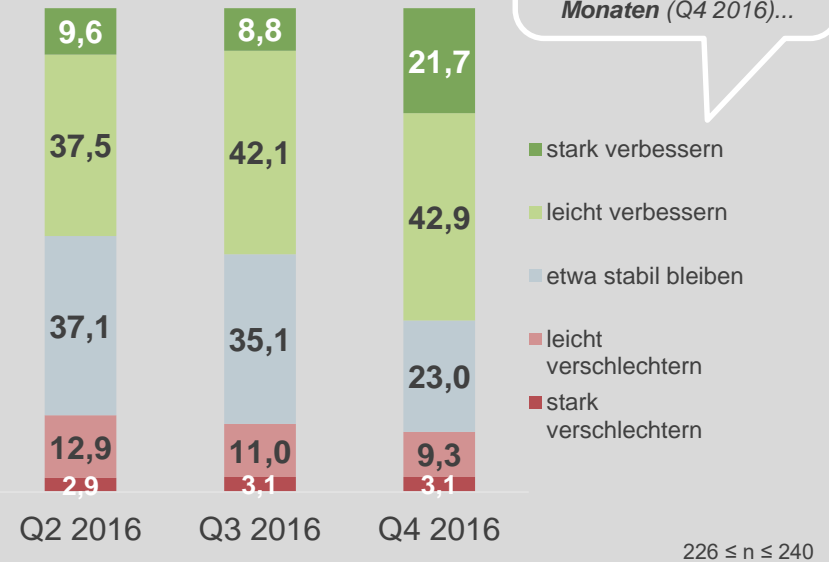
Rückblick: Erfüllung der Erwartungen

Die Umsätze über Onlinemarktplätze entsprachen im 3. Quartal 2016 unseren Erwartungen.



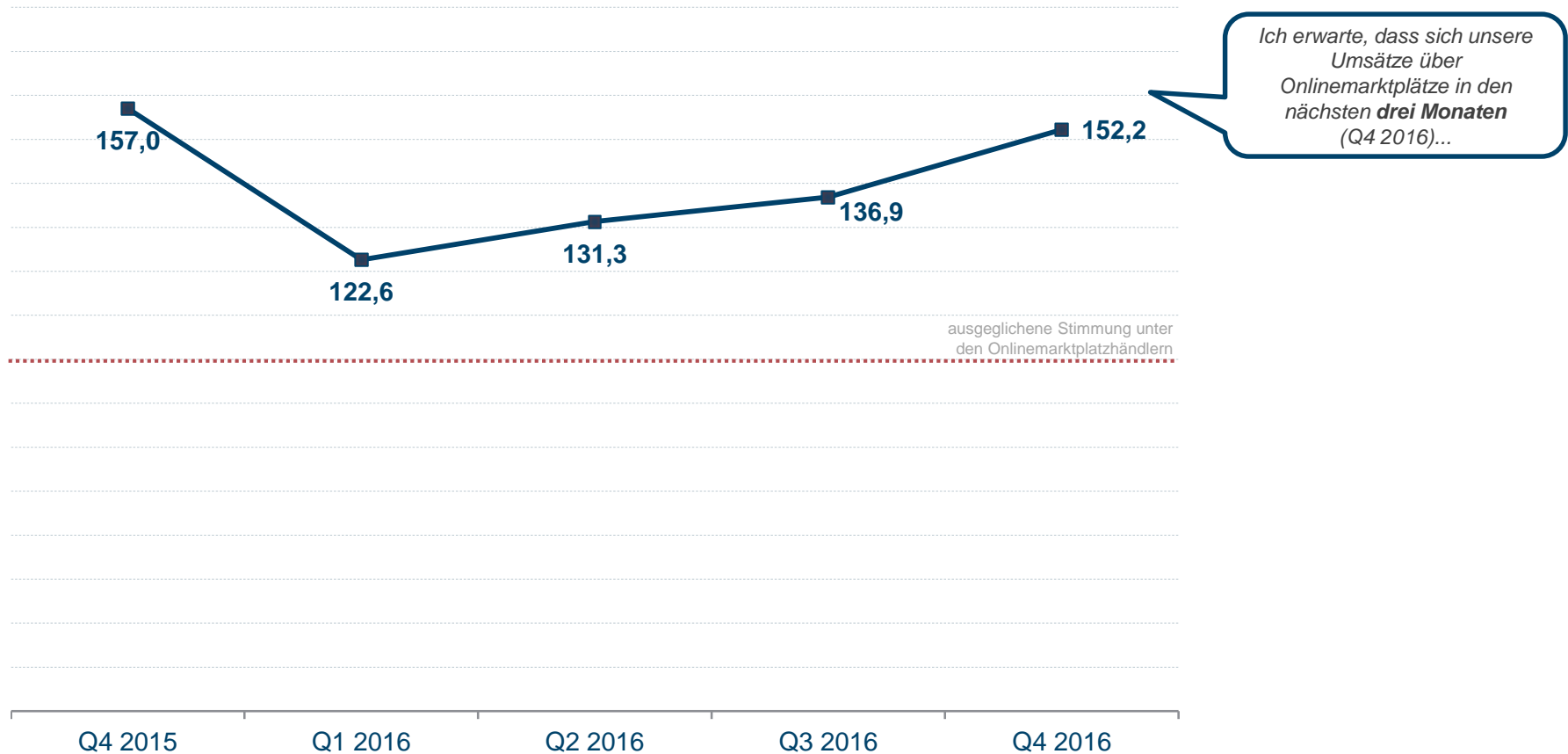
Zukunftsprognose: 3 Monate

Ich erwarte, dass sich unsere Umsätze über Onlinemarktplätze in den nächsten **drei Monaten** (Q4 2016)...



Der Marktplatz-KIX ist **DAS Stimmungsbarometer** für die wirtschaftliche Entwicklung unter deutschen Onlinemarktplatzhändlern.

Die Indexwerte berechnen sich jeweils als Differenz zwischen den Anteilen positiver und negativer **Beurteilungen der erwarteten Umsatzsituation** (Detaillauswertung s. Folgechart) plus 100. Ein Indexwert von 100 Punkten steht dabei für eine ausgeglichene Stimmung unter den Onlinemarktplatzhändlern.

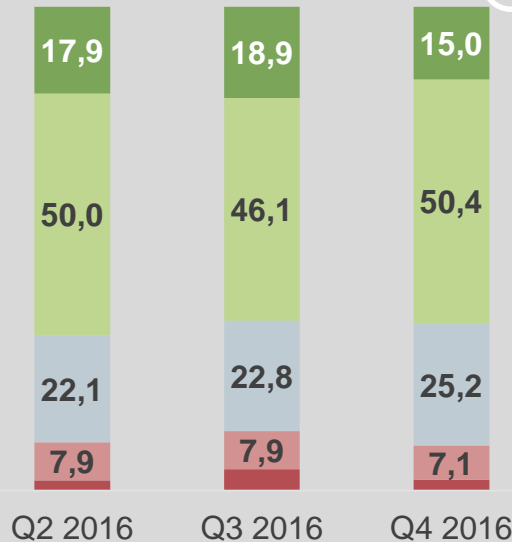


226 ≤ n ≤ 274

Zukunftsprognose: 12 Monate

*Ich erwarte, dass sich unsere Umsätze über Onlinemarktplätze in den nächsten **zwölf Monaten** ...*

- stark verbessern
- leicht verbessern
- etwa stabil bleiben
- leicht verschlechtern
- stark verschlechtern

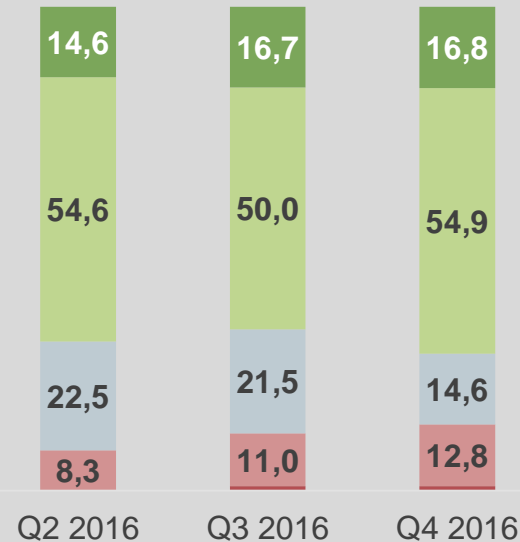


226 ≤ n ≤ 240

Zukunftsprognose: Allgemein

"Die Zukunft von Onlinemarktplätzen ..."

- ... sieht sehr positiv aus
- ... sieht eher positiv aus
- ... sieht eher neutral aus
- ... sieht eher negativ aus
- ... sieht sehr negativ aus



226 ≤ n ≤ 240

Vier von fünf Onlinemarktplatzhändler kennen den BLACK FRIDAY & CYBER MONDAY

BLACK FRIDAY & CYBER MONDAY



79,2 % ist der **BLACK FRIDAY & CYBER MONDAY** bekannt.

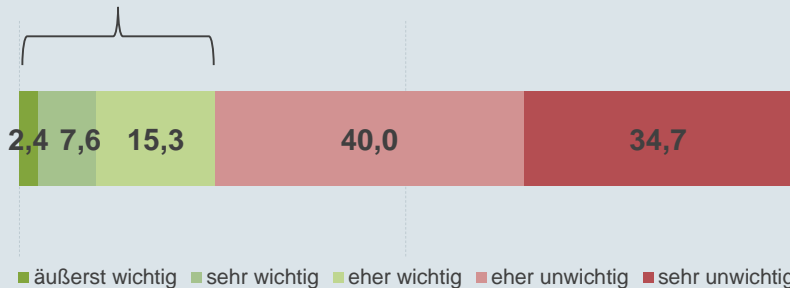
n = 226



25,1 % planen am **BLACK FRIDAY & CYBER MONDAY** besondere Aktionen durchzuführen.

n = 179

25,3 % ist der **BLACK FRIDAY & CYBER MONDAY** wichtig für das Weihnachtsgeschäft.



n = 170

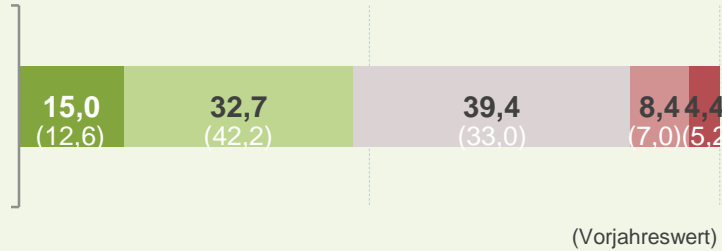


n = 45

Zusatzfragen Weihnachten 2016

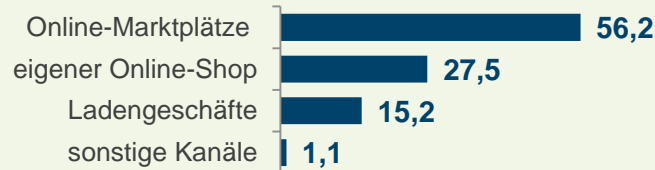
Zusatzfrage: Weihnachten 2016

"Ich gehe davon aus, dass sich unsere Umsatzerlöse im Weihnachtsgeschäft 2016 ..."



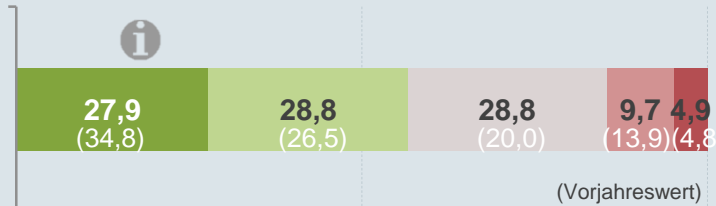
- ... stark erhöhen werden (mehr als 15%)
- ... geringfügig erhöhen werden (bis zu 15%)
- ... in etwa gleich bleiben werden
- ... geringfügig sinken werden (bis zu -15%)
- ... beträchtlich sinken werden (mehr als -15%)

Größter Treiber der Umsatzentwicklung für Multi-Channel-Händler



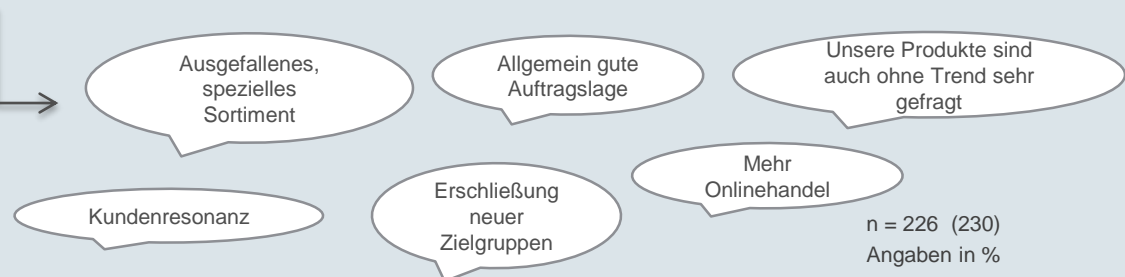
n = 226 (230) / 178
Angaben in %

Gehen Sie davon aus, dass Sie am Ende des Jahres 2016 Ihre Umsatzziele erreicht haben werden?



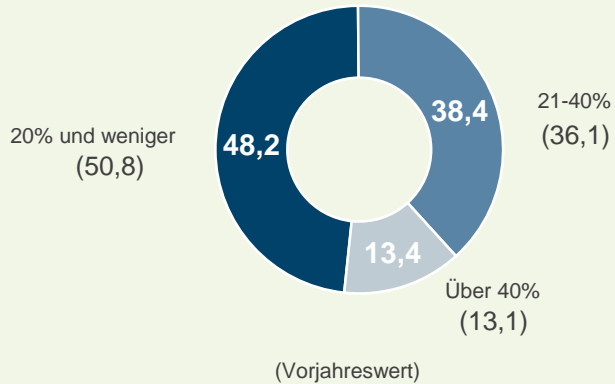
- Ja, ohne Weiteres
- Ja, mit einigen Schwierigkeiten
- Nein, nicht ganz
- Nicht, deutlich nicht
- Noch keine Aussage möglich

Gründe dafür, dass Umsatzziele „ohne Weiteres“ erreicht werden

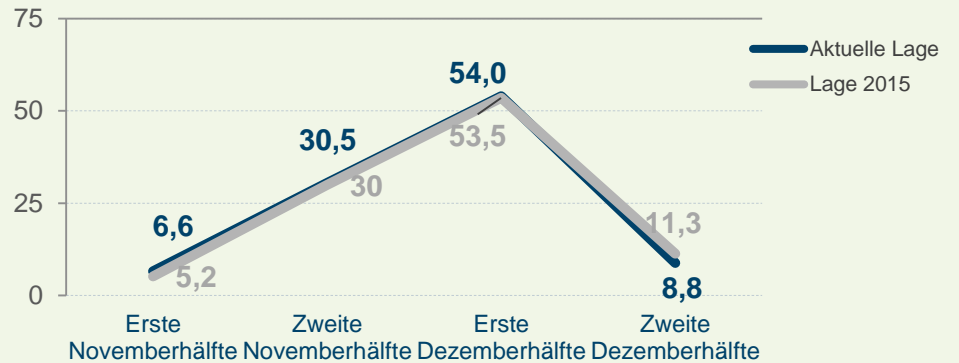


n = 226 (230)
Angaben in %

Anteil Weihnachtsgeschäft an Gesamtumsatz

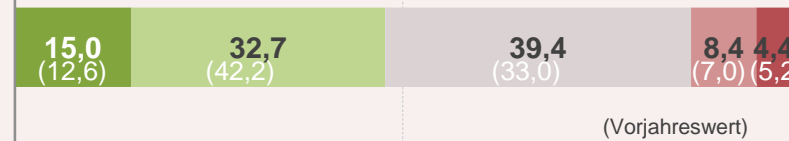


Zeitraum größte Umsätze im Weihnachtsgeschäft

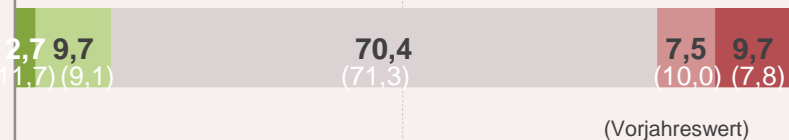


n = 226 (230)

"Ich gehe davon aus, dass sich unsere Umsatzerlöse im Weihnachtsgeschäft 2016 im Vergleich zum Weihnachtsgeschäft 2015..."

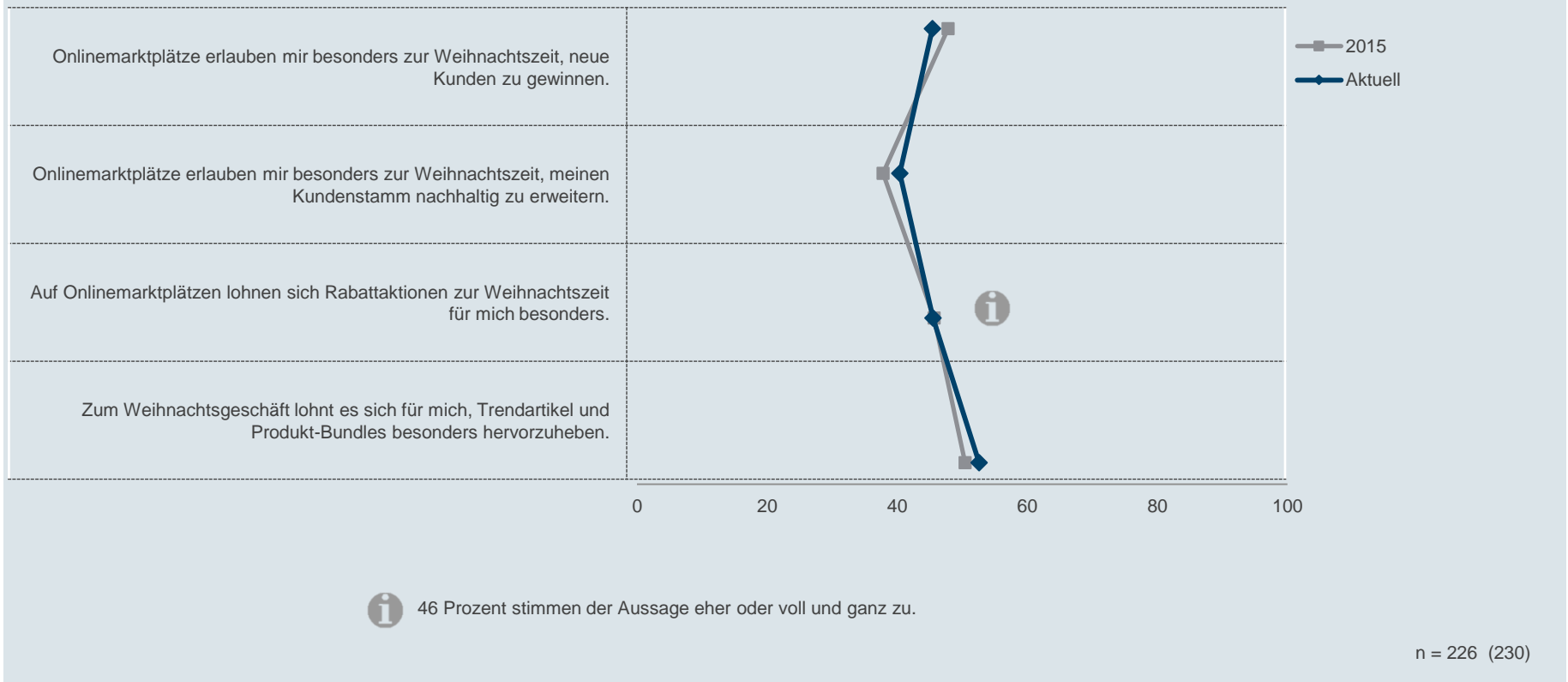


"Ich gehe davon aus, dass sich unsere Retouren im Weihnachtsgeschäft 2016 im Vergleich zum Weihnachtsgeschäft 2015 ..."



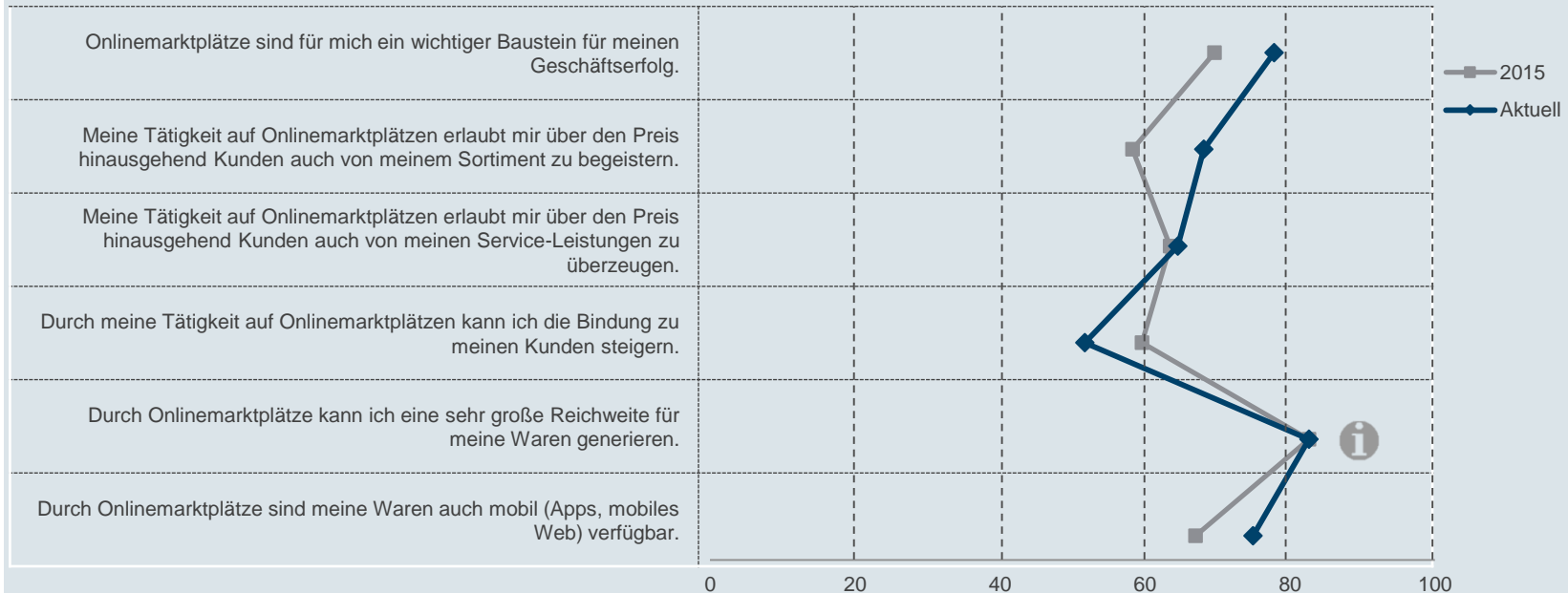
n = 226 (230)
Angaben in %

Bitte geben Sie, an inwieweit Sie den folgenden Aussagen über Ihr Weihnachtsgeschäft zustimmen oder diese ablehnen?



Zusatzfragen Onlinemarktplätze

Bitte geben Sie an, in wieweit Sie den folgenden Aussagen über Ihre Verkäufe über Onlinemarktplätze zustimmen oder diese ablehnen



i 83 Prozent stimmen der Aussage eher oder voll und ganz zu.

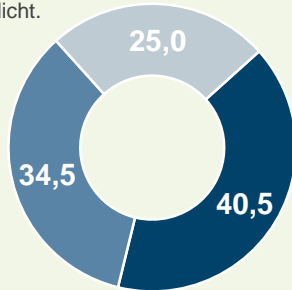
n = 226 (230)

Zusatzfragen stationärer Handel

Bedeutung Onlineaktivitäten

Der Erhalt des Ladengeschäfts wird erst durch Onlineaktivitäten ermöglicht.

(22,6)



Das Ladengeschäft ist wirtschaftlich, der Hauptteil des Umsatzes wird aber über Onlineaktivitäten erzielt.

(33,0)

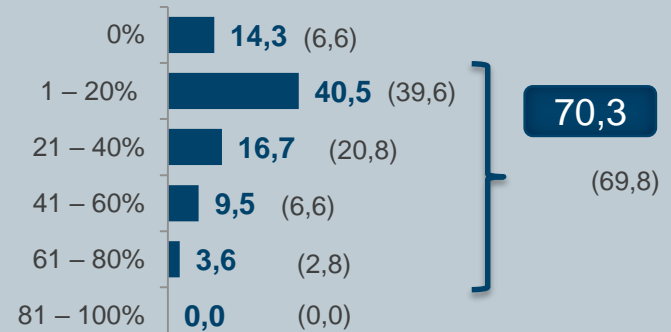
Das Ladengeschäft ist wirtschaftlich erfolgreich, Onlineaktivitäten sind eine zusätzliche Einnahmemöglichkeit.

(44,3)

(Vorjahreswert)

n = 83 (106)

Click & Collect-Quote



70,3

(69,8)

(Vorjahreswert)

n = 84 (106)

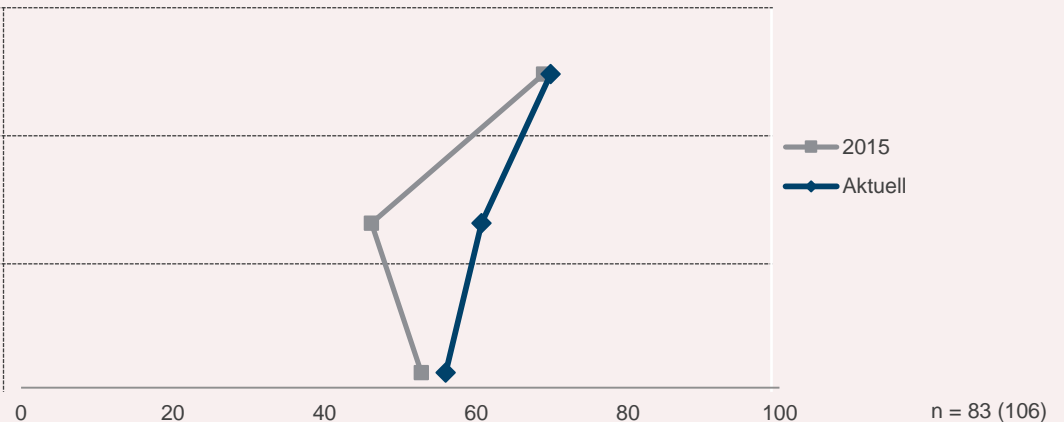
Ich biete kein Click & Collect an. 15,5 (23,6)

Bitte geben Sie an, in wieweit Sie den folgenden Aussagen zustimmen oder diese ablehnen.

Ich glaube, dass aufgrund der Onlineaktivität das Geschäftsmodell meines Unternehmens zukunftsfähiger ist.

Durch meine Tätigkeit auf Onlinemarktplätzen kann ich mein Weihnachtsgeschäft insgesamt besser absichern.

Durch meine Tätigkeit auf Onlinemarktplätzen kann ich einen Teil meines Weihnachtsgeschäfts zeitlich vorziehen.



n = 83 (106)

Seit dem Jahr 2015 ist der Marktplatz-KIX von eBay und ECC Köln **DAS Stimmungsbarometer** für die wirtschaftliche Entwicklung unter **deutschen Onlinemarktplatzhändlern**. Quartalsweise werden circa 250 Onlinemarktplatzhändler dazu befragt, wie sich die aktuellen Onlineumsätze entwickeln und welche Erwartungen sie an die zukünftige Umsatzentwicklung haben. Der auf Basis dieser Urteile errechnete Index spiegelt die **erwartete Stimmung unter den Onlinemarktplatzhändlern** wider. Ein Indexwert von 100 Punkten steht dabei für ein ausgeglichenes Meinungsbild.

In den **wechselnden Zusatzfragen** werden zudem **aktuelle Themen** beleuchtet, beispielsweise neue lokale Marktplätze oder Fragen rund um Logistik.

Weitere Informationen finden Sie unter <http://www.ifhkoeln.de/marktplatz-kix/>.



Sie sind Onlinemarktplatzhändler?

Dann registrieren Sie sich jetzt zur Teilnahme am Marktplatz-KIX! Die quartalsweise Umfrage nimmt nur wenige Minuten in Anspruch. Im Anschluss an die Auswertung erhalten Sie die wegweisenden Ergebnisse stets per E-Mail zugesandt.

[» Jetzt registrieren!](#)

Q4 2016

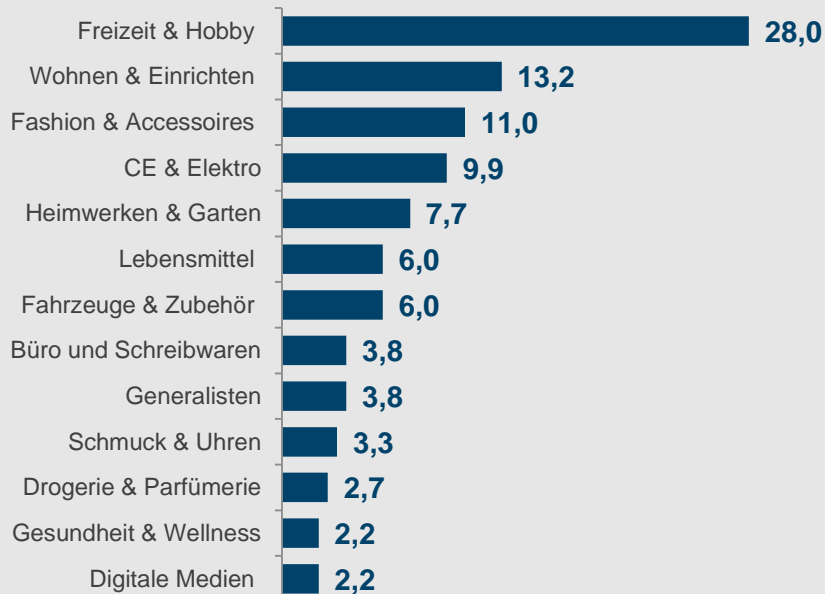
Teilnehmerzahl:

n = 226

Erhebungszeitraum:

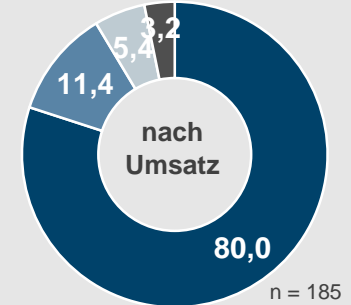
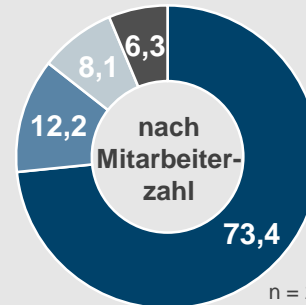
30. September – 19. Oktober 2016

Branchenzugehörigkeit (%)



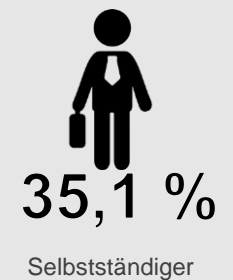
n = 182

Unternehmensgröße (%)



- Kleinstunternehmen:** Bis 9 Mitarbeiter; bis zu 2 Mio. € Umsatz
- Kleine Unternehmen:** 10 bis 49 Mitarbeiter; 2 bis unter 10 Mio. € Umsatz
- Mittlere Unternehmen:** 50 bis 249 Mitarbeiter; 10 bis unter 50 Mio. € Umsatz
- Großunternehmen:** 250 Mitarbeiter und mehr; mehr als 50 Mio. € Umsatz

Position im Unternehmen



n = 149;
Antwortoption „(Leitende) Angestellte“ und „Sonstige“ nicht dargestellt



Dr. Kai Hudetz
Geschäftsführer

ECC Köln

Tel.: 0221/943607-71
k.hudetz@ifhkoeln.de



Rachel van der Velden
Projektassistenz

ECC Köln

Tel.: 0221/943607-819
r.vandervelden@ifhkoeln.de

ECC Köln

c/o IFH Institut für Handelsforschung GmbH

Dürener Str. 401b / 50858 Köln

T +49 (0) 221 / 94 36 07-70

F +49 (0) 221 / 94 36 07-59

info@ecckoeln.de
www.ecckoeln.de

info@ifhkoeln.de
www.ifhkoeln.de