

# Konjunkturumfrage unter Online-Marktplatzhändlern

eBay und ECC Köln

Q4 2015

# Vielen Dank für Ihre Meinung!

Sehr geehrte Damen und Herren,

ich freue mich, Ihnen heute bereits die zweite Ausgabe unseres Konjunkturindex unter Online-Marktplatzhändlern in Zusammenarbeit mit eBay präsentieren zu können.

Die Online-Marktplatzhändler sind im vierten Quartal weiter sehr positiv gestimmt. Sowohl der Indexwert für die aktuelle Umsatzlage, als auch der für die Erwartungen liegen mit 142,3 und 157,0 Punkten deutlich über der neutralen 100-Punkte-Grenze. Im Vergleich zum dritten Quartal liegt dieser Indexwert noch einmal um 10,1 bzw. 3,8 Punkte höher – vor allem dank des zu erwartenden positiven Weihnachtsgeschäfts.

Fast 55 Prozent der Online-Marktplatzhändler erwarten höhere und weitere 33 Prozent immerhin gleichbleibende Umsätze im anstehenden Weihnachtsgeschäft im Vergleich zu 2014. Online-Marktplätze stellen für fast zwei von drei Multi-Channel-Händler auch den größten Treiber der Umsatzentwicklung dar, weit vor eigenen Online-Shops und stationären Läden.

Ich wünsche Ihnen viel Freude mit den Ergebnissen der zweiten Erhebung des Konjunkturindex unter Online-Marktplatzhändlern!

Beste Grüßen aus Köln



Dr. Eva Stüber



Dr. Eva Stüber  
Leiterin Research & Consulting  
*ECC Köln*

■ **Ziel:**

Gewinnung belastbarer Daten zur aktuellen und zukünftigen Entwicklung deutscher Online-Marktplätze

■ **Inhalt:**

Einordnung der aktuellen Situation durch deutsche Online-Marktplatzhändler und Einschätzung zu zukünftigen Entwicklungen

■ **Methode:**

Online-Kurzbefragung

■ **Zeitraum:**

- 4. Quartal 2015: 28. Oktober – 3. November 2015

■ **Stichprobe**

- 4. Quartal 2015: n = 230 / längerer Fragebogen ergänzt um Zusatzfragen

# Konjunkturumfrage

## Für einen Großteil der Online-Marktplatzhändler entsprachen die Umsätze über Marktplätze in den letzten drei Monaten den Erwartungen, mit positivem Trend.



### FRAGE:

Inwieweit stimmen Sie der folgenden Aussage zu?

### LESEBEISPIEL:



Im 4. Quartal stimmen 19,6 Prozent der befragten Online-Marktplatzhändler der Aussage, dass die Umsätze über Marktplätze in den letzten drei Monaten ihren Erwartungen entsprachen, zum Teil zu.

### BASIS:

62 ≤ n ≤ 230

Angaben in %, Werte < 5% sind in der Grafik nicht ausgewiesen

## Fast drei von vier Online-Marktplatzhändler schätzen die Zukunft von Online-Marktplätzen als positiv ein.



### FRAGE:

Wie schätzen Sie die Zukunft des Verkaufs über Online-Marktplätze allgemein ein?

### LESEBEISPIEL:



Im 4. Quartal schätzen 20,0 Prozent der befragten Online-Marktplatzhändler die Zukunft von Online-Marktplätzen eher neutral ein.

### BASIS:

62 ≤ n ≤ 230

Angaben in %, Werte < 5% sind in der Grafik nicht ausgewiesen

Im viertel Quartal beurteilen mehr Online-Marktplatzhändler als im dritten Quartal Ihre aktuellen Umsätze als positiv.



**FRAGE:**

Wie beurteilen Sie Ihre **aktuellen Umsätze**, die Sie über Online-Marktplätze erwirtschaften?

**LESEBEISPIEL:**



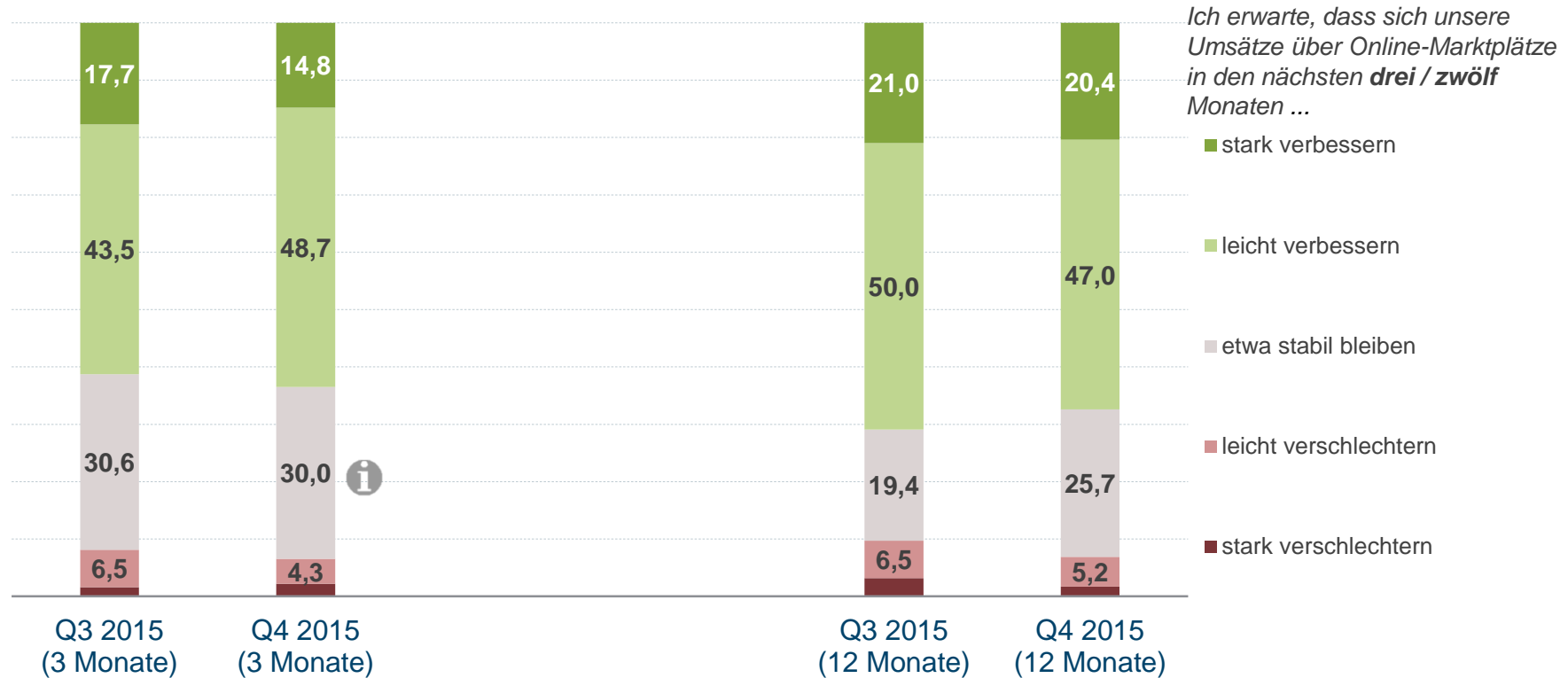
21,3 Prozent der befragten Online-Marktplatzhändler bewerten ihren Online-Umsatz im 4. Quartal als neutral.

**BASIS:**

62 ≤ n ≤ 230

Angaben in %, Werte < 5% sind in der Grafik nicht ausgewiesen

Für die nächsten drei bzw. zwölf Monate erwarten zwei von drei Online-Marktplatzhändlern, ähnlich wie im dritten Quartal, verbesserte Umsätze.



**FRAGE:**

Welche **Erwartung** haben Sie an Ihre Umsatzentwicklung über Online-Marktplätze für die **kommenden drei / zwölf Monate**?

**LESEBEISPIEL:**



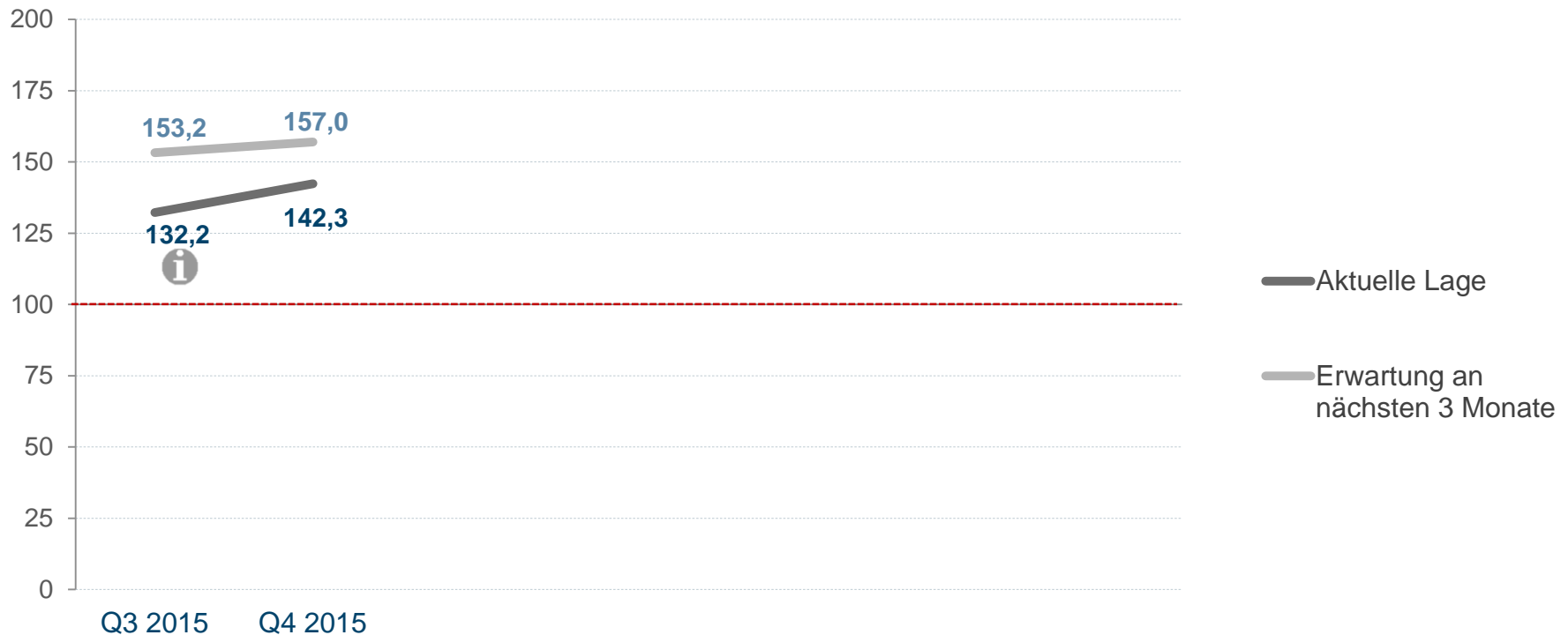
Im 4. Quartal erwarten 30,0 Prozent der befragten Online-Marktplatzhändler, dass ihre Online-Umsätze in den nächsten drei Monaten etwa stabil bleiben werden.

**BASIS:**

62 ≤ n ≤ 230  
Angaben in %, Werte < 5% sind in der Grafik nicht ausgewiesen



Insbesondere die aktuelle Lage wird in Q4 besser als in Q3 bewertet. Auch die Erwartungen an die nächsten 3 Monate sind in Q4 leicht positiver als in Q3.



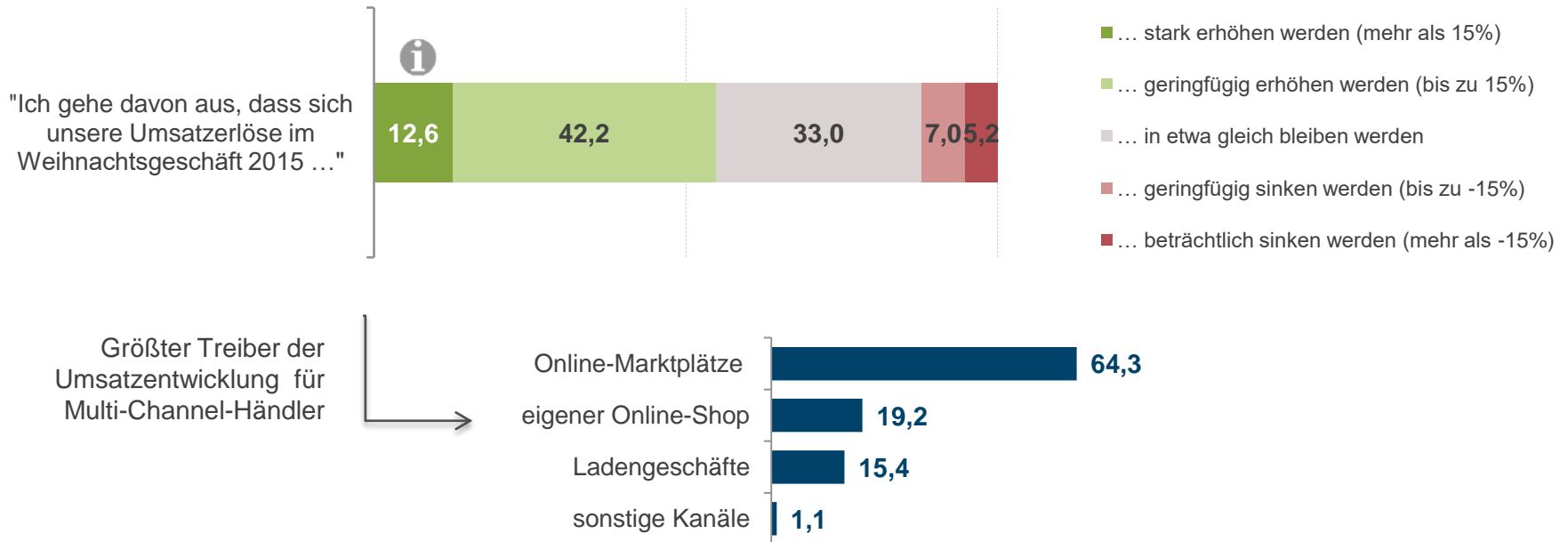
## LESEBEISPIEL:

Die Indexwerte berechnen sich jeweils als Differenz zwischen den Anteilen positiver und negativer Beurteilungen der aktuellen bzw. erwarteten Umsatzsituation plus 100. Im 3. Quartal 2015 liegt der Anteil positiver Beurteilungen der aktuellen Online Marktplatzumsätze um 32,2 Prozentpunkte höher als der Anteil negativer Einschätzungen. Daraus ergibt sich ein Wert von 132,2 Punkten.

**BASIS:**  
62 ≤ n ≤ 230

# Zusatzfragen Weihnachten 2015

## Über 50 Prozent gehen von verbesserten Umsatzerlösen im Weihnachtsgeschäft 2015 aus – für über 60 Prozent sind Online-Marktplätze der Treiber für die Umsatzentwicklung.



### FRAGE:

Im Vergleich zum Weihnachtsgeschäft 2014, wie werden sich Ihrer Einschätzung nach Ihre Umsatzerlöse im Weihnachtsgeschäft 2015 entwickeln?

Was glauben Sie, welcher Verkaufskanal wird der größte Treiber der Umsatzentwicklung im Weihnachtsgeschäft 2015 sein?

### LESEBEISPIEL:

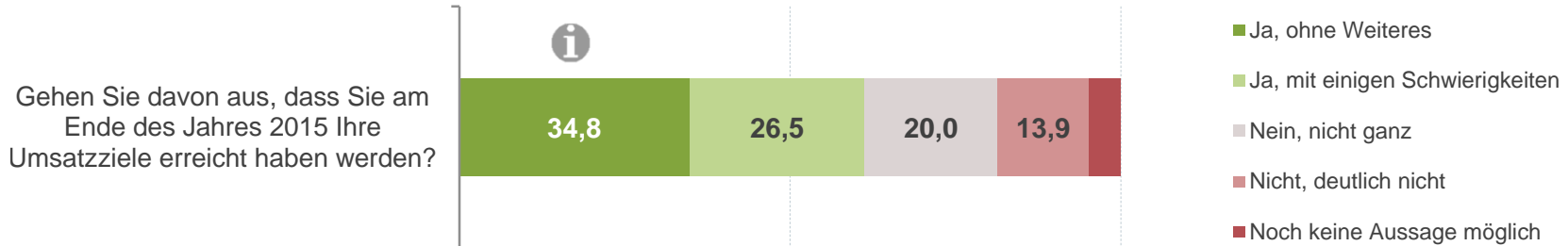
12,6 Prozent der Online-Marktplatzhändler gehen davon aus, dass sich ihre Umsatzerlöse im Weihnachtsgeschäft 2015 stark erhöhen werden.

### BASIS:

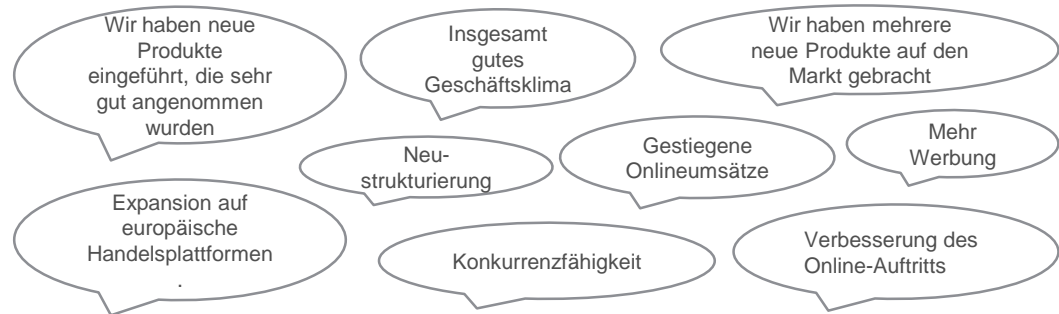
n = 230 / n=182

Angaben in %, Werte < 5% sind in der Grafik nicht ausgewiesen

## Über 60 Prozent der Online-Marktplatzhändler erwarten, ihre Umsatzziele 2015 zu erreichen.



Gründe dafür, dass Umsatzziele „ohne Weiteres“ erreicht werden



### FRAGE:

Gehen Sie davon aus, dass Sie am Ende des Jahres 2015 Ihre Umsatzziele erreicht haben werden?

Was sind die Gründe dafür?

### LESEBEISPIEL: i

34,8 Prozent der Online-Marktplatzhändler gehen davon aus, dass sie ihre Umsatzziele 2015 ohne Weiteres erreichen werden.

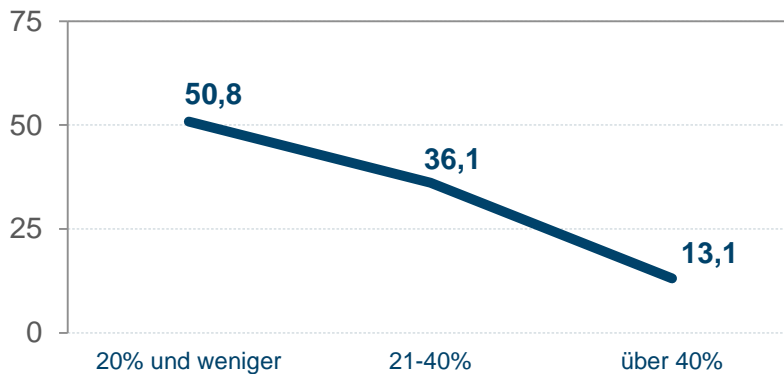
### BASIS:

n = 230

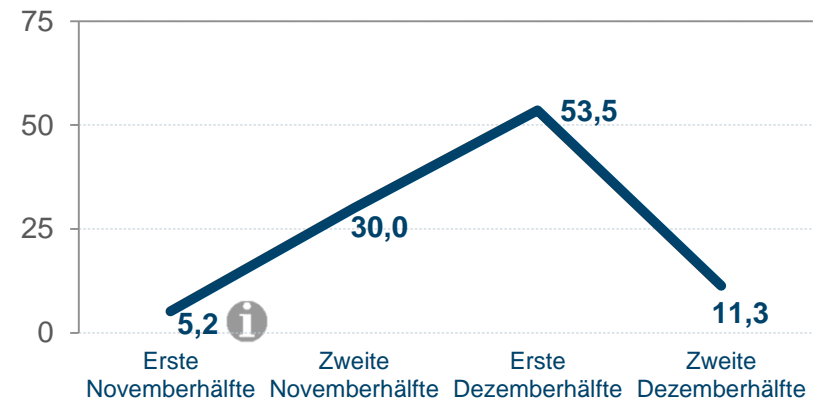
Angaben in %, Werte < 5% sind in der Grafik nicht ausgewiesen

Die Hälfte aller Online-Marktplatzhändler macht mehr als 20 Prozent des Umsatzes 2015 im Weihnachtsgeschäft, einen Großteil in der ersten Dezemberhälfte.

### Anteil Weihnachtsgeschäft an Gesamtumsatz



### Zeitraum größte Umsätze im Weihnachtsgeschäft



**FRAGE:**

In welchem Zeitraum machen Sie im Weihnachtsgeschäft die meisten Umsätze?

Was glauben Sie, wie hoch wird der Anteil des Weihnachtsgeschäfts an Ihrem Gesamtumsatz im Jahr 2015 sein?

**LESEBEISPIEL:**

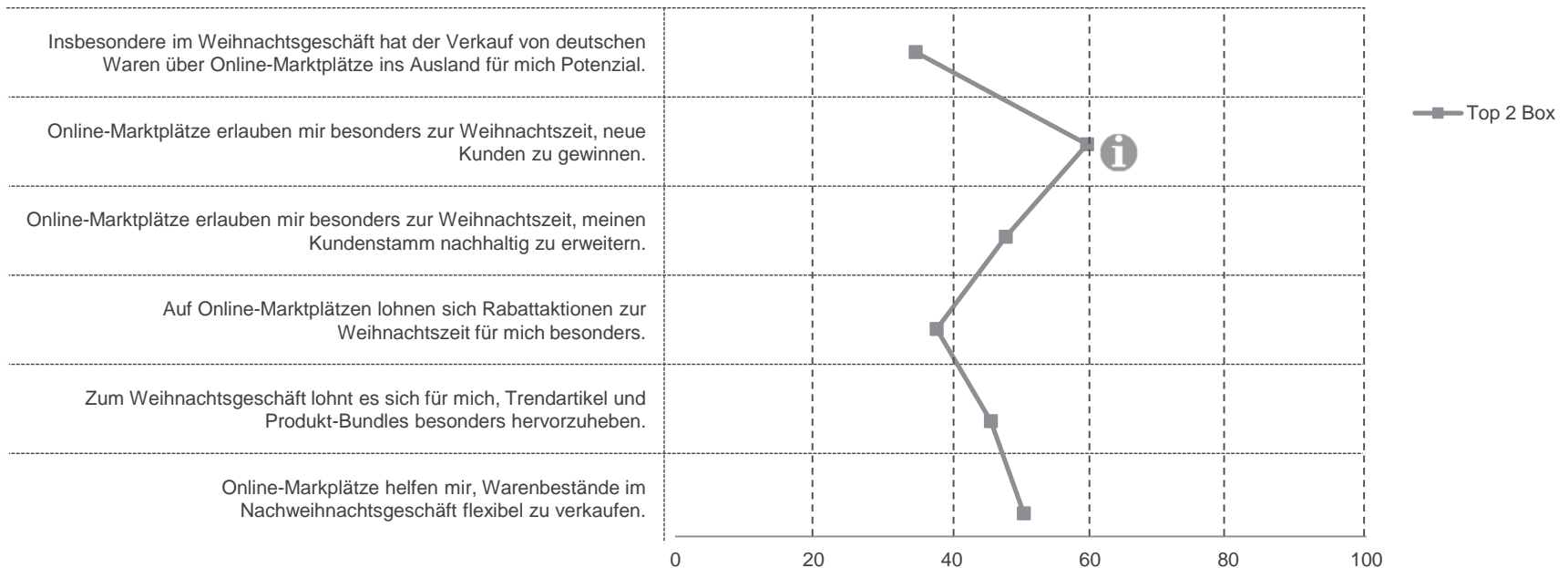


5,2 Prozent der Online-Marktplatzhändler machen die meisten Umsätze im Weihnachtsgeschäft in der ersten Novemberhälfte.

**BASIS:**

n = 230  
Angaben in %

**Ca. 60 Prozent der Online-Marktplatzhändler glauben, dass Online-Marktplätze insbesondere in der Weihnachtszeit zur Neukundengewinnung geeignet sind.**



**FRAGE:**

Bitte geben Sie an, in wie weit Sie den folgenden Aussagen über Ihr Weihnachtsgeschäft zustimmen oder diese ablehnen.

**LESEBEISPIEL:**

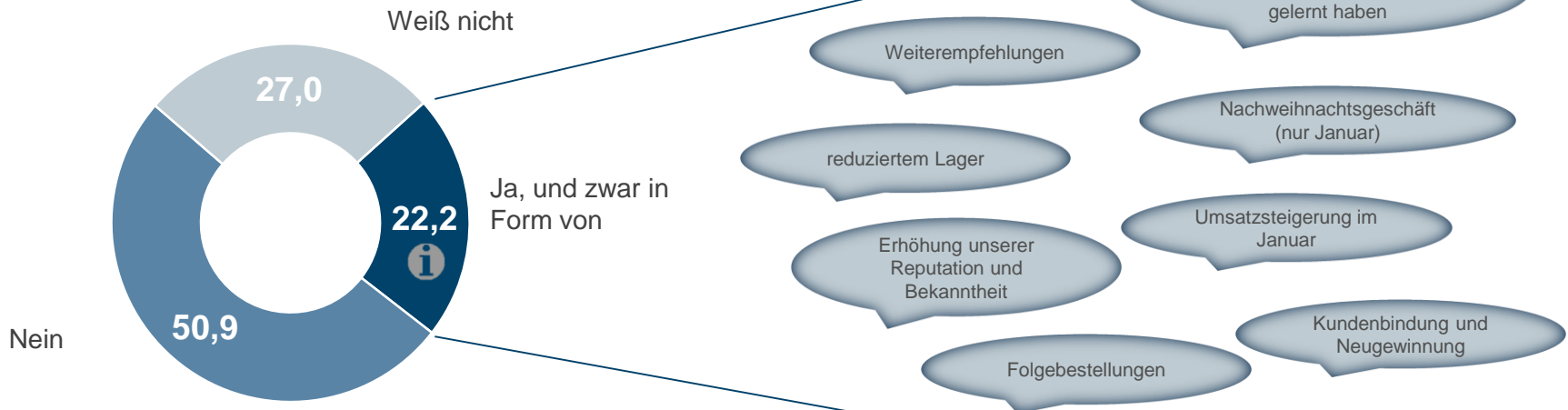
Fast 60 Prozent der Online-Marktplatzhändler stimmen der Aussage „Online-Marktplätze erlauben mir besonders zur Weihnachtszeit, neue Kunden zu gewinnen.“ eher oder voll und ganz zu.

**BASIS:**

n = 230  
Angaben in %

Für mehr als 20 Prozent der Online-Marktplatzhändler hat das Weihnachtsgeschäft auch im folgenden Jahr noch positive Effekte, z.B. durch Folgebestellungen von Neukunden.

## Positive Effekte in 2016



**FRAGE:**

Hat das Weihnachtsgeschäft generell für Sie noch positive Effekte im folgenden Jahr?

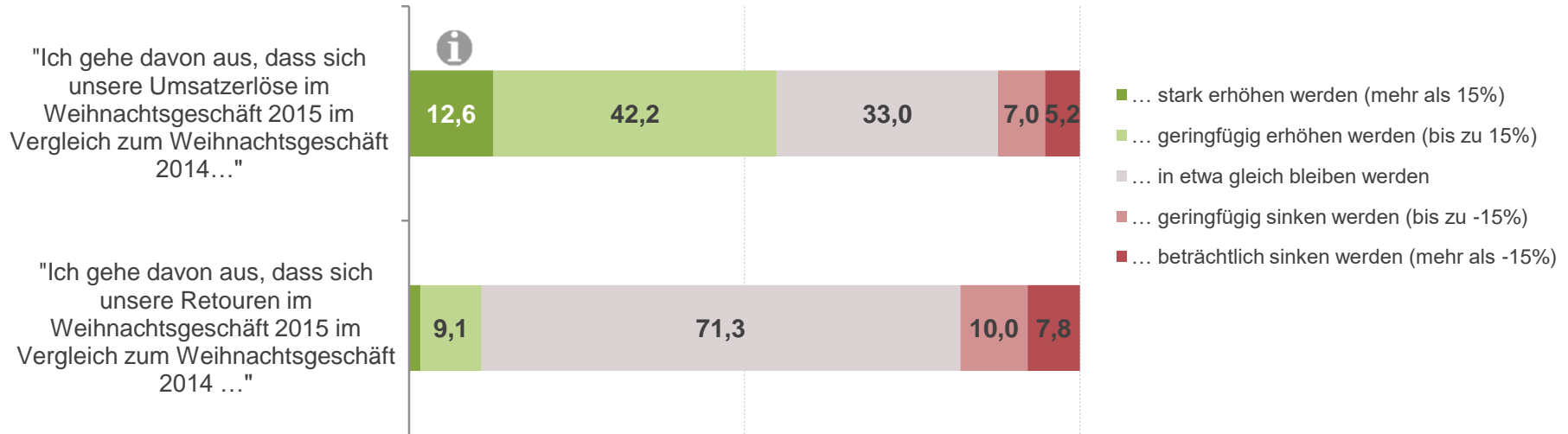
**LESEBEISPIEL:**

Für 22,2 Prozent der Online-Marktplatzhändler hat das Weihnachtsgeschäft 2015 auch im Jahr 2016 positive Effekte.

**BASIS:**

n = 230  
Angaben in %

## Online-Marktplatzhändler erwarten, trotz höherer Umsatzerlöse, größtenteils gleichbleibende Retouren im Weihnachtsgeschäft 2015.



### FRAGE:

Im Vergleich zum Weihnachtsgeschäft 2014, wie werden sich Ihrer Einschätzung nach Ihre Umsatzerlöse im Weihnachtsgeschäft 2015 entwickeln?

Mit wie vielen Retouren rechnen Sie nach dem diesjährigen Weihnachtsgeschäft?

### LESEBEISPIEL:

12,6 Prozent der Online-Marktplatzhändler gehen davon aus, dass sich ihre Umsatzerlöse im Weihnachtsgeschäft 2015 stark erhöhen werden.

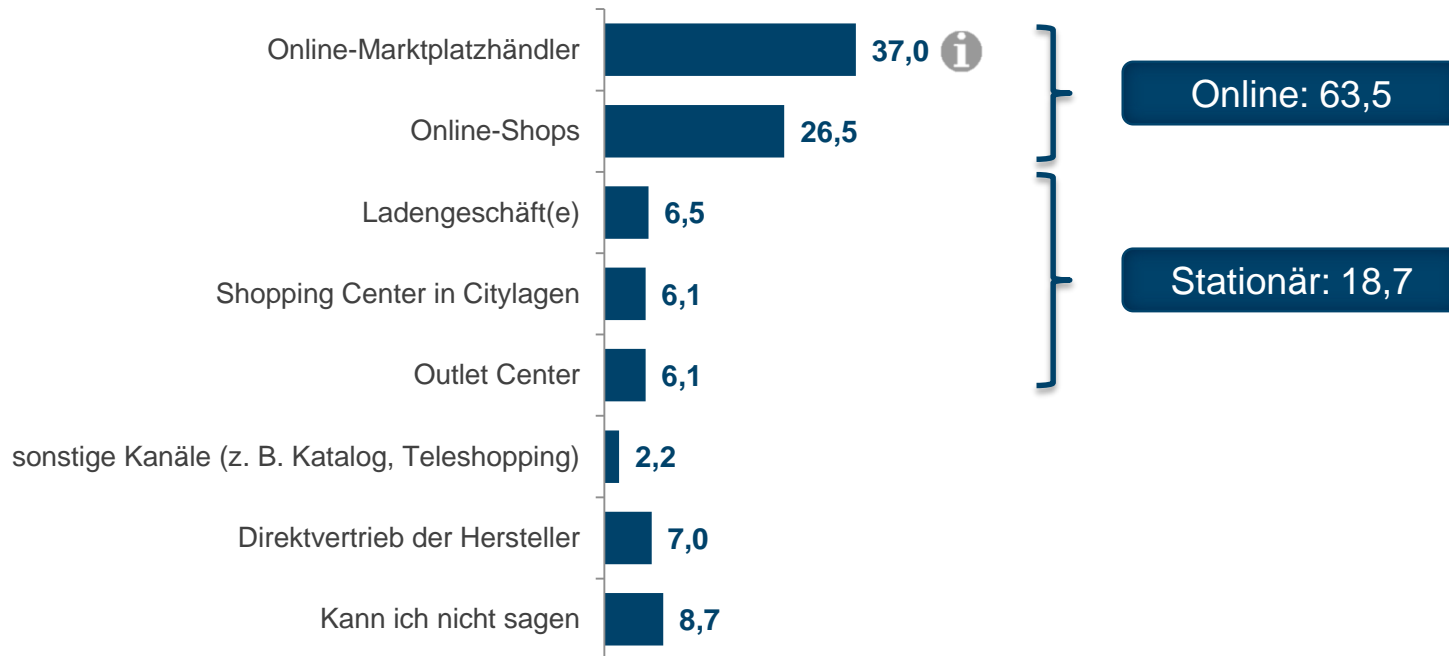
### BASIS:

n = 230

Angaben in %, Werte < 5% sind in der Grafik nicht ausgewiesen



Hauptwettbewerber für fast zwei von drei Online-Marktplatzhändler sind Online-Händler, für fast 20 Prozent stationäre Händler.



**FRAGE:**

Wen sehen Sie als größten Wettbewerber für Ihr Unternehmen im diesjährigen Weihnachtsgeschäft an?

**LESEBEISPIEL:**

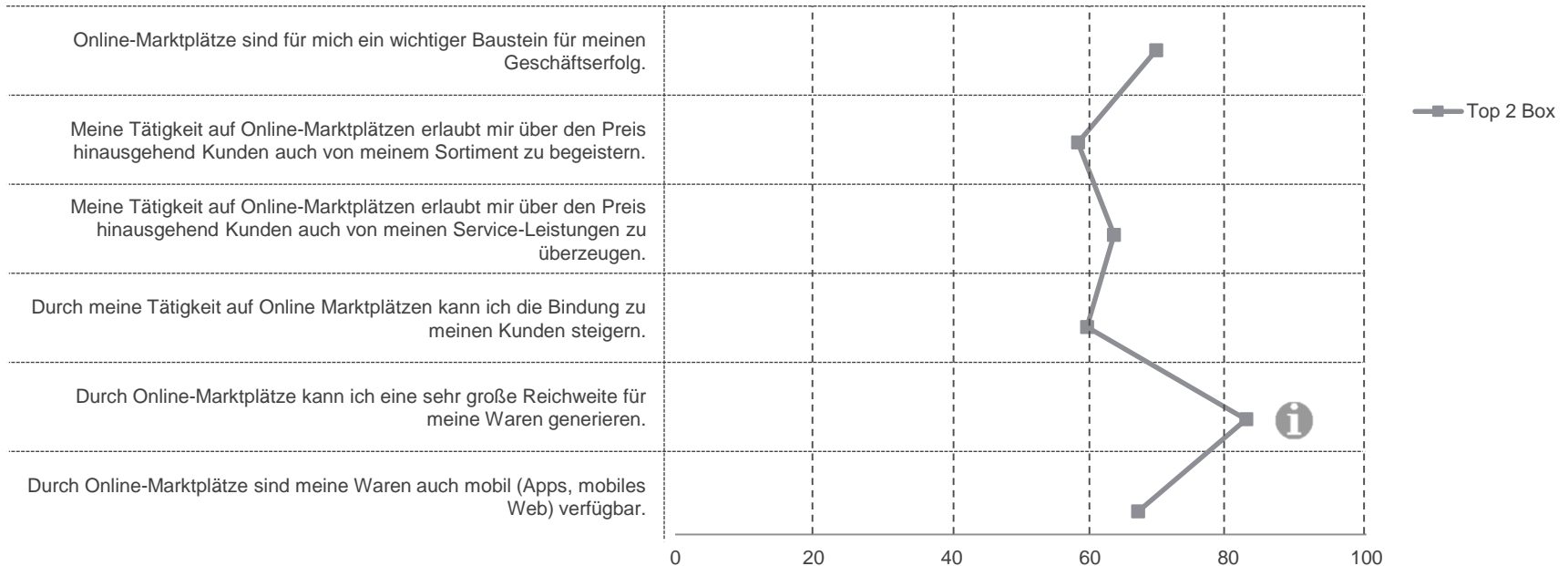
Für 37,0 Prozent der Online-Marktplatzhändler sind andere Online-Marktplatzhändler der größte Wettbewerber im diesjährigen Weihnachtsgeschäft.

**BASIS:**

n = 230  
Angaben in %

# Zusatzfragen Online-Marktplätze

**Online-Marktplätze sind für die Händler nicht nur eine Möglichkeit, große Reichweiten zu generieren, sondern auch mit Sortiment und Service zu überzeugen.**



**FRAGE:**

Bitte geben Sie an, in wieweit Sie den folgenden Aussagen über Ihre Verkäufe über Online-Marktplätze zustimmen oder diese ablehnen.

**LESEBEISPIEL:** **i**

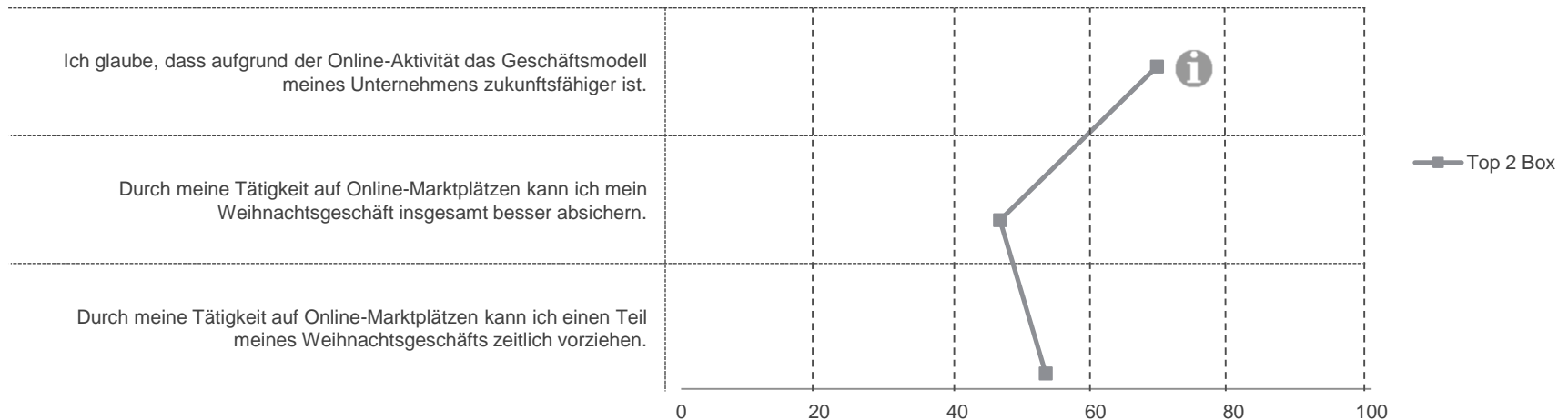
Über 80 Prozent der Online-Marktplatzhändler stimmen der Aussage „Durch Online-Marktplätze kann ich eine sehr große Reichweite für meine Waren generieren.“ eher oder voll und ganz zu.

**BASIS:**

n = 230  
Angaben in %

# Zusatzfragen stationärer Handel

Ein Großteil der stationären Händler, die auf Online-Marktplätzen verkaufen, glaubt dass durch die Online-Aktivität das Geschäftsmodell zukunftsfähiger ist.



**FRAGE:**

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

**LESEBEISPIEL:** 

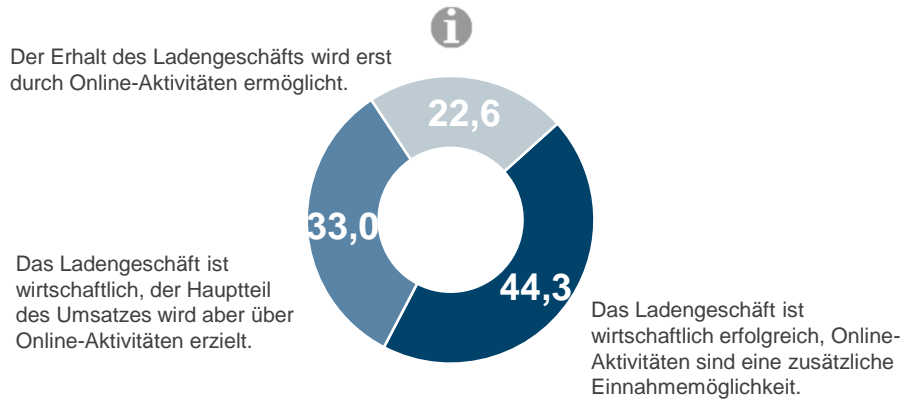
Über 60 Prozent der Online-Marktplatzhändler stimmen der Aussage „Ich glaube, dass aufgrund der Online-Aktivität das Geschäftsmodell meines Unternehmens zukunftsfähiger ist.“ eher oder voll und ganz zu.

**BASIS:**

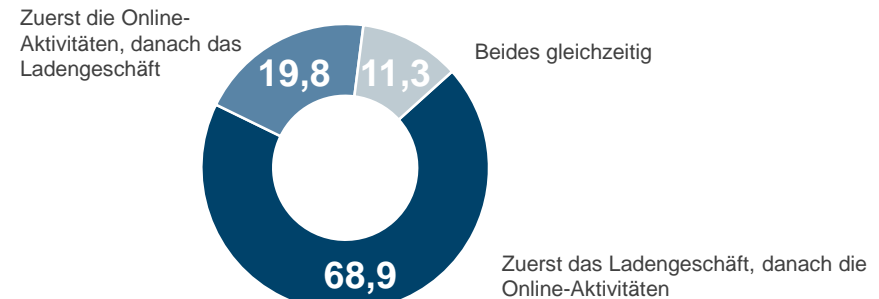
n = 106  
Angaben in %

Für über die Hälfte wird der Hauptteil der Umsätze über Online-Aktivitäten erzielt, auch wenn für fast 80 Prozent das Ladengeschäft wirtschaftlich ist.

## Bedeutung Online-Aktivitäten



## Reihenfolge Aktivitäten



### FRAGE:

Welche der folgenden Aussagen beschreibt die Bedeutung der Online-Aktivitäten für Ihr Unternehmen am besten?

In welcher Reihenfolge haben Sie Ihre Geschäfte stationär und online angefangen?

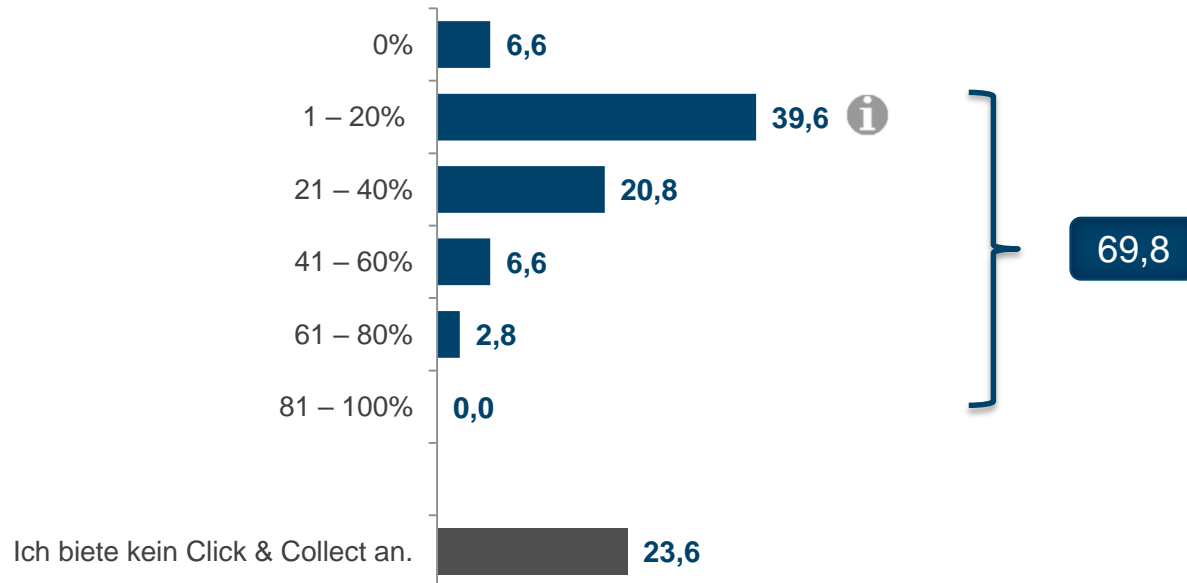
### LESEBEISPIEL:

Für 22,6 Prozent der Online-Marktplatzhändler wird der Erhalt des Ladengeschäfts erst durch Online-Aktivitäten ermöglicht.

### BASIS:

n = 106  
Angaben in %

Bei fast 70 Prozent spielt Click & Collect im Weihnachtsgeschäft eine Rolle, auch wenn bei 40 Prozent nur max. ein Fünftel der Umsätze über Click & Collect erzielt wird.



**FRAGE:**

Mit welcher Click & Collect-Quote (online kaufen – vor Ort abholen) rechnen Sie im diesjährigen Weihnachtsgeschäft?

**LESEBEISPIEL:** 

Bei 39,6 Prozent der Online-Marktplatzhändler beträgt die Click & Collect-Quote im diesjährigen Weihnachtsgeschäft zwischen 1 und 20%.

**BASIS:**

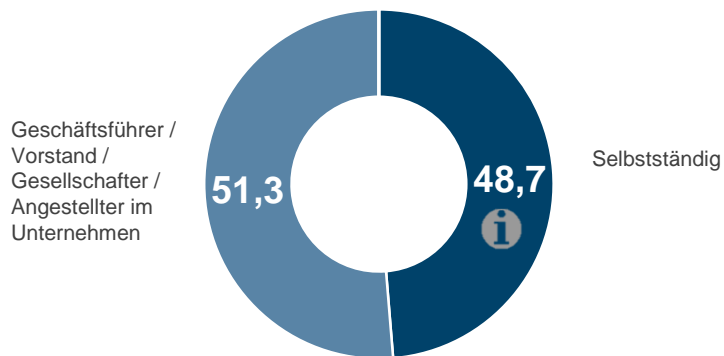
n = 106  
Angaben in %

# Die Stichprobe

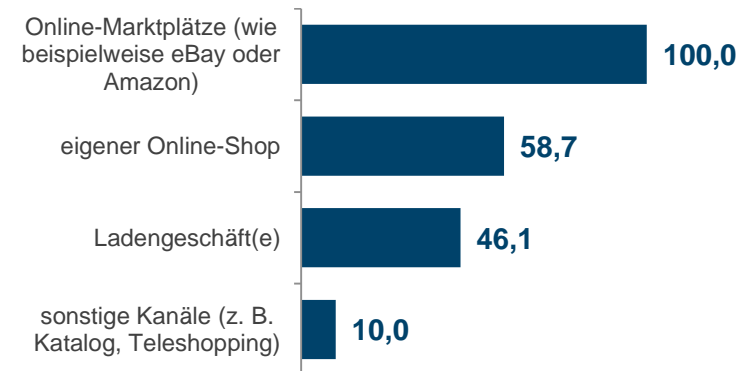


Fast die Hälfte der Online-Marktplatzhändler bieten ihre Waren auch über Ladengeschäfte an.

## Position im Unternehmen



## Verkaufskanäle



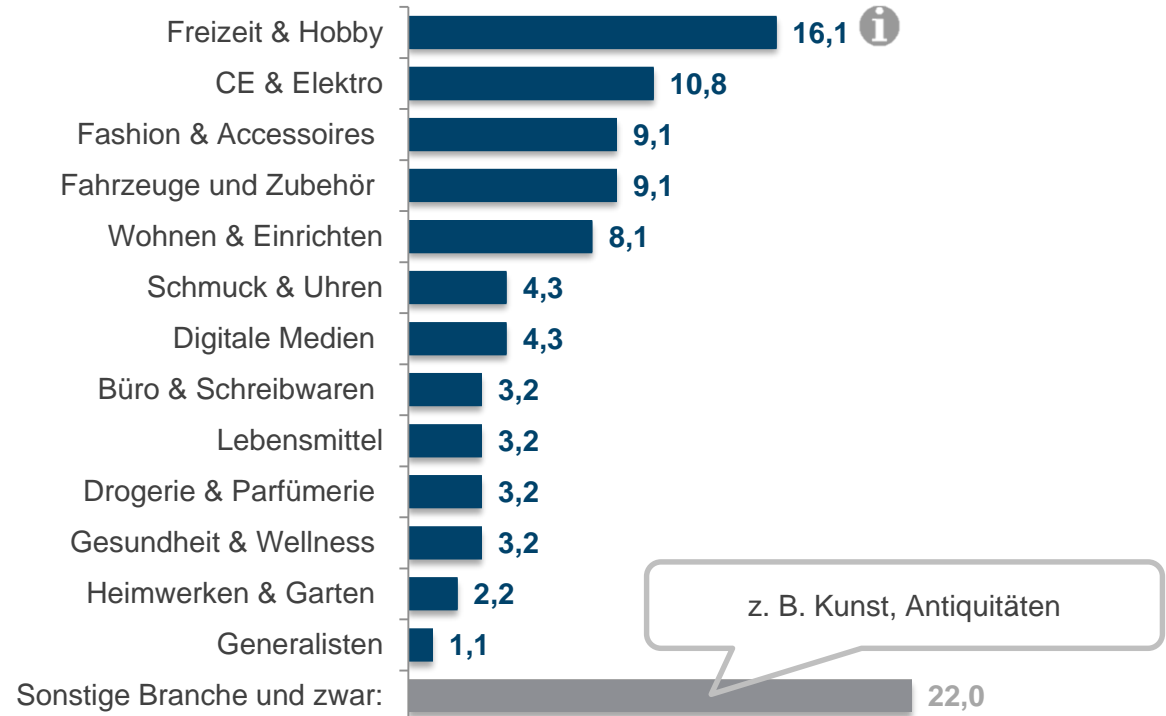
**LESEBEISPIEL:** 

48,7 Prozent der teilnehmenden Online-Marktplatzhändler sind selbstständig

**BASIS:**

n = 230  
Angaben in %

16,1 Prozent der Online-Marktplatzhändler kommt aus der Branche Freizeit und Hobby.



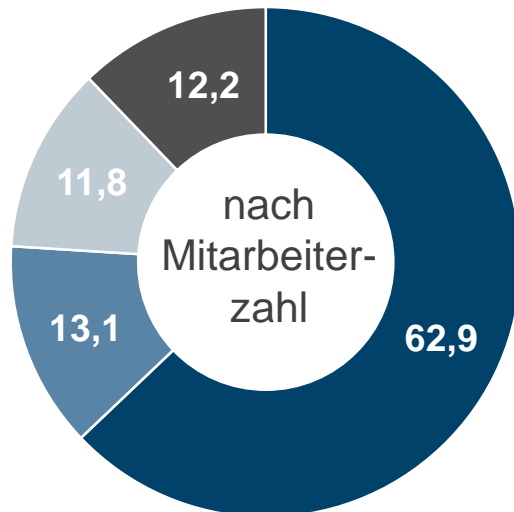
**LESEBEISPIEL:**

16,1 Prozent der teilnehmenden Online-Marktplatzhändler kommen aus dem Bereich Freizeit & Hobby.

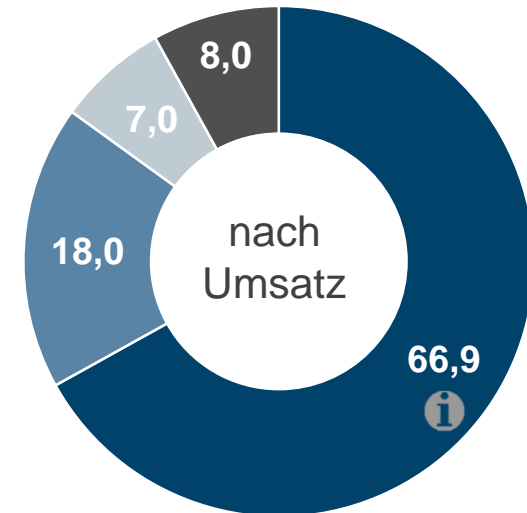
**BASIS:**

n = 186  
Angaben in %

Den Großteil der Stichprobe machen Kleinstunternehmen mit bis zu 9 Mitarbeitern und einem Umsatz bis zu 2 Mio. € aus.



- Kleinstunternehmen
- Kleine Unternehmen
- Mittlere Unternehmen
- Großunternehmen



## EINTEILUNG:

**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

## LESEBEISPIEL:

66,9 Prozent der teilnehmenden Unternehmen generieren einen Umsatz von bis zu 2 Mio. € Umsatz pro Jahr.

## BASIS:

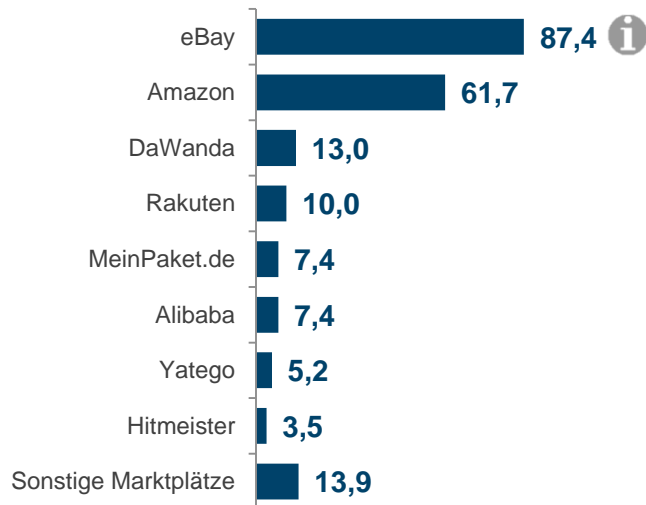
Nach Mitarbeiterzahl: n = 229;

Nach Umsatz: n = 200;

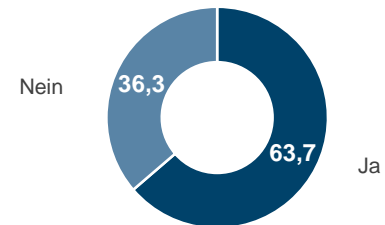
Angaben in %

87,4 Prozent der Online-Marktplatzhändler verkaufen über eBay, die meisten mit einem eigenen (Basis)-Shop.

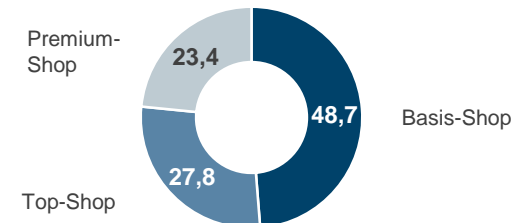
## Online-Marktplätze



## Eigener eBay-Shop



## Art des eBay-Shops



**LESEBEISPIEL:**

87,4 Prozent der teilnehmenden Unternehmen bieten Waren bei eBay an.

**BASIS:**

n = 230 / 201 / 158  
Angaben in %

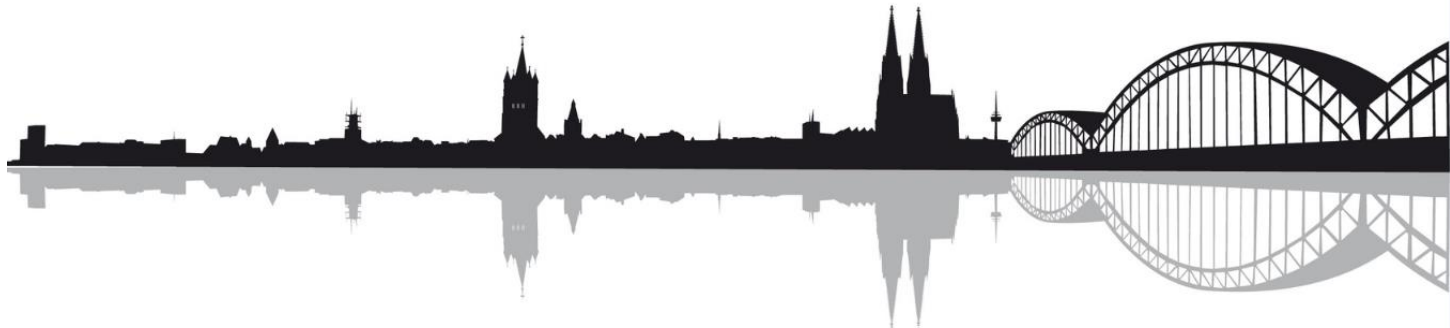
## ECC Köln – Die Experten für Handel im digitalen Zeitalter.

Das ECC Köln ist erster Ansprechpartner für **Analysen und Strategieberatung** rund um Trends und Entwicklungen in der digitalen Handelswelt. Eingebunden in das **renommierte IFH Köln** und sein großes Netzwerk begleiten die Experten des ECC Köln den E-Commerce bereits seit 1999. Händler, Hersteller und Dienstleister profitieren von der **hohen Methodenkompetenz**, den **umfangreichen Marktdaten** und dem **strategischen Know-how** des engagierten Teams.

Das ECC Köln erstellt Forschungsarbeiten und **anerkannte Studien** zu wichtigen Zukunftsthemen des Handels wie Cross-Channel-Management, Mobile Commerce oder Payment. Die ECC-Experten stellen regelmäßig neue Erkenntnisse in zahlreichen **Vorträgen, Workshops** und eigenen **Events** vor. In **unternehmensspezifischen Projekten** werden Kunden bei konkreten strategischen Fragen rund um E-Commerce- und Cross-Channel-Strategien, die Entwicklung neuer Märkte und Zielgruppen oder Fragen der Kanalexzellenz unterstützt.

Unser Mehrwert resultiert aus einem **ganzheitlichen Ansatz**: Basierend auf langjährigem Expertenwissen und individuell erhobenen Daten leiten wir konkrete Empfehlungen ab. **Unabhängig, fundiert, für Ihren Erfolg.**

Was können wir für Sie tun? [www.ecckoeln.de](http://www.ecckoeln.de)





**Dr. Eva Stüber**  
Leiterin Research & Consulting

**ECC Köln**

Tel.: 0221/943607-70  
e.stueber@ifhkoeln.de



**Judith Hellhake, M.Sc.**  
Junior Projektmanagerin

**ECC Köln**

Tel.: 0221/943607-822  
j.hellhake@ifhkoeln.de



**Jens-Peter Gödde, M.Sc.**  
Projektmanager

**ECC Köln**

Tel.: 0221/943607-75  
j.goedde@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