Aktuelle Zahlen und Fakten für E-Commerce-Profis (1. Quartal 2024)

Quartalsweise liefern wir Zahlen und Fakten rund um den E-Commerce, die alle Betreiber von Onlineshops kennen sollten. Für die erste Ausgabe 2024 haben wir eine aktuelle Auswahl von 11 aussagekräftigen Zahlen und Fakten unter anderem aus den Bereichen Suchmaschinen, Performance, Payment und Versand zusammengestellt.

1. Weihnachtsgeschäft 2023: Umsatzplus bei Shopify Kunden in Black Week

Betreiber von Onlineshops auf der Grundlage von Shopify haben 2023 von Black Friday bis Cyber Monday weltweit 9,3 Milliarden Dollar umgesetzt. Das sind **24 Prozent mehr als im Vorjahr**. Der Auswertung von Shopify zufolge waren dabei Bekleidung, Kosmetik sowie „Haus und Garten" die erfolgreichsten Kategorien.

Die Rabattschlacht Ende November kommt bei preissensiblen Kunden demnach immer besser an - und kann auch für kleinere Händler die Umsätze beflügeln. Shopbetreiber sollten das schon frühzeitig in ihrer Jahresplanung für das Online-Marketing berücksichtigen.

2. Zukunft des E-Commerce: Langfristig höhere Umsätze erwartet

Laut der aktuellen EHI Studie „Trends im E-Commerce 2023" erwarten **91,9 Prozent** der Top-Entscheider im deutschen B2C-Onlinehandel, dass die Umsätze in der Branche langfristig wachsen werden.

Der E-Commerce traut sich offenbar zu, weiter zu wachsen - den im Allgemeinen eher schwierigen konjunkturellen Aussichten zum Trotz.

Exklusives Whitepaper: Der 12-Punkte-Plan für mehr Nachhaltigkeit im E-Commerce

Der Bereich E-Commerce gilt als ressourcenintensiv. Aber Betreiber von Onlineshops können im Hinblick auf Fragen der Nachhaltigkeit ihres Unternehmens viel bewegen.

weiterlesen

3. Suchmaschinen: Google dominiert (fast) unangefochten

Der European E-Commerce Report 2023 weist **90 Prozent Marktanteil** für die Suchmaschine Google in Deutschland aus. In zahlreichen europäischen Staaten liegt dieser Wert mit bis zu 97 oder 98 Prozent allerdings noch einmal deutlich höher. Lediglich in Tschechien (82 Prozent) und der Ukraine (89 Prozent) kommt Google auf weniger Marktanteil, da in diesen Staaten mit Seznam und Yandex sprachspezifische Anbieter eine Rolle spielen. Bing wird dem Bericht zufolge in Deutschland und der Schweiz verglei chsweise noch am häufigsten genutzt - jeweils mit mageren 6 Prozent Marktanteil.

Aktivitäten im Bereich Suchmaschinenoptimierung (SEO) sollten vor allem - aber möglichst nicht ausschließlich - auf die Anforderungen des Branchenriesen Google abgestimmt werden.

4. Performance: Viele Händler sehen drohende Ausfallrisiken

Ständige Verfügbarkeit, stabiler Betrieb und kurze Ladezeiten sind für Onlineshops unerlässliche Erfolgsfaktoren, denn Downtime oder schwache Performance führen zu spürbaren Umsatzrückgängen. Laut E-Commerce Automation Report 2023 fühlen sich aber **lediglich 47 Prozent** der befragten E-Commerce-Unternehmen gut oder sehr gut gegen Spitzenlasten, Stromausfälle oder Cyberattacken gewappnet.

Wenn es um Performance und Security geht, sollten Onlinehändler keine Kompromisse eingehen und proaktiv sinnvolle Schutzmaßnahmen ergreifen. Denn wenn der Umsatz wegen eines unvorhergesehenen Ereignisses einbricht, ist es schon zu spät.

5. Payment: „Buy Now, Pay Later" für viele Online-Käufer attraktiv

Im aktuellen Trend Check Handel hat der ECC Köln in Zusammenarbeit mit Salesforce festgestellt, dass „Buy Now, Pay Later" (BNPL) aus Konsumentensicht inzwischen eine große Rolle spielt. Nachdem immer mehr aufstrebende Payment-Anbieter (PayPal, Apple Pay, Klarna, Mollie und andere) entsprechende Möglichkeiten in ihre Produkte integriert haben, ist BNPL mittlerweile nicht zuletzt für viele jüngere Kunden eine feste Größe. Jeweils **39 Prozent** der Befragten zwischen 18 und 29 Jahren gaben an, „auf jeden Fall" oder „wahrscheinlich" davon Gebrauch machen zu wollen, wenn sie erstens ein kaputtes Produkt ersetzen möchten, wenn sie zweitens ein Produkt so schnell wie möglich haben wollen oder wenn sie sich drittens spontan für ein höherpreisiges Produkt entscheiden haben. Bemerkenswert ist auch: Über alle Altersklassen hinweg sind BNPL und Ratenkauf für 30 Prozent der Befragten schon bei Beträgen ab 100 Euro interessant.

Damit bestätigt sich der Trend zu „Buy Now, Pay Later", auf den wir schon im Herbst 2023 in unseren Tipps zum Payment im E-Commerce hingewiesen haben.

6. Versand: Mehr Nachhaltigkeit mit Packstationen und Paketshops

Der Versand an Packstationen und Paketshops kann laut „Studie zur ökologischen Nachhaltigkeit des Onlinehandels in Deutschland" (DeNO-Studie) des bevh mit Fraunhofer erheblich zur Reduzierung der Emissionen von Treibhausgasen beitragen. Der Studie zufolge verursacht die Lieferung an eine Packstation oder einen Paketshop zur Abholung durch den Kunden im Vergleich zur Lieferung direkt an die Haustür **49 Prozent weniger Treibhausgasemissionen**.

Noch nutzen verglei chsweise wenige E-Commerce-Kunden die Möglichkeit, sich Pakete an einen Ort zur Abholung liefern zu lassen. Aber je mehr Shops auf solche Möglichkeiten hinweisen und die Wahl der Lieferadresse im Checkout entsprechend anpassen, desto mehr Käufer entscheiden sich womöglich in Zukunft für diese klimaschonende Zustellmethode - und einen Spaziergang um die Ecke.

7. Verpackungen: Verbraucher offen für nachhaltige Mehrweglösungen

Eine vom Branchenverband bevh in Auftrag gegebene Studie zu Mehrwegverpackungen im E-Commerce hat ergeben, dass genau **50 Prozent** der Verbraucher bereits jetzt „eindeutig" oder „eher" Mehrweglösungen für Verpackungen im Onlinehandel bevorzugen würden (siehe Pressemitteilung). Ein Viertel ist noch unentschieden, ein Viertel würde eher oder eindeutig weiter auf Einweglösungen setzen.

Damit das EU-weit angepeilte Ziel einer Mehrwegquote von 50 Prozent bis 2040 erreicht werden kann, müsste insbesondere die Altersgruppe der heute 18- bis 29jährigen für das Thema sensibilisiert werden. Hier war die Akzeptanz für Mehrweg im E-Commerce der Umfrage zufolge nämlich am geringsten. Und damit praxistaugliche Lösungen und sinnvolle Standards etabliert werden können, wird es noch einen intensiven Austausch zwischen den unterschiedlichen Stakeholdern und der Politik brauchen - und zwar weit über die für 2024 in Aussicht gestellte EU-Verpackungsverordnung hinaus

8. Retouren: Viele Rücksendungen wegen fehlerhafter Produktinformationen

Dem 2023 B2C Survey von akeneo zufolge haben **54 Prozent** der Verbraucher Produkte wieder zurückgegeben, weil die Produktinformationen im Shop nicht korrekt waren. Das sollte Shopbetreiber zum Nachdenken bringen. Immerhin hilft das Vermeiden von Retouren, die Kosten zu senken, Aufwände zu minimieren, die Kundenzufriedenheit zu verbessern - und die Treibhausgasemissionen im Onlinehandel zu reduzieren.

Rücksendungen aufgrund von fehlerhaften Produktinformationen sind vermeidbar. Shopbetreiber müssen im eigenen Interesse, für die Zufriedenheit ihrer Kunden und mit Blick auf Nachhaltigkeitskriterien sicherstellen, dass die Produkte in ihrem Shop korrekt beschrieben sind. Das ist ein ganz zentraler Schritt auf dem Weg zu einer niedrigeren Retourenquote.

9. Verkaufskanäle: Fast alle Händler kombinieren Offline- und Onlinehandel

Der Digitalverband Bitkom stellt in einer Befragung von Handelsunternehmen fest, dass der Anteil der Händler in Deutschland, die sowohl stationär als auch online verkaufen, mittlerweile bei **85 Prozent** liegt. 2021 waren es noch 77 Prozent, 2019 sogar erst 66 Prozent.

Der Trend zum Omnichannel-Ansatz erweist sich demnach als ungebrochen.

10. Social Media: Instagram steht bei Händlern weiter hoch im Kurs

Instagram führt das Feld der bei Shopbetreibern am häufigsten eingesetzten Social-Media-Kanäle weiterhin an. Der EHI Studie „PR im Handel 2023" zufolge bauen **89 Prozent** der Onlinehändler in der externen Kommunikation auf Instagram. Auf den Plätzen zwei und drei folgen Facebook und LinkedIn.

Im B2C-E-Commerce ist und bleibt Instagram für die meisten Shops ein wichtiger Kommunikationskanal.

11. Webinare: Neue Nummer 1 für das Verfolgen von Digitaltrends

In der von eMinded herausgegebenen Studie „Online Marketing Trends 2024" hat es im Vergleich zum Vorjahr eine bemerkenswerte Verschiebung in der Spitzengruppe der Kanäle zum Verfolgen von Digitaltrends gegeben: Der ehemalige Spitzenreiter Social Media ist von 80 auf 65 Prozent abgestürzt, während Newsletter mit 76 Prozent (2023: 78 Prozent) verglei chsweise stabil bleiben. Von 77 auf 79 Prozent verbessern konnten sich Webinare - und sind damit die **neue Nummer eins** unter den Informationsquellen zum Online-Marketing.

Webinare sind ein besonders zeitintensives Medium für Informationen über Digitaltrends. Offenbar wird die darin erreichte inhaltliche Tiefe gegenüber eher oberflächlichen Posts in Social Media inzwischen aber deutlich bevorzugt.

Nicht verpassen: Aktuelle Zahlen und Fakten für E-Commerce-Profis im April 2024

Die nächste Ausgabe unserer aktuellen Zahlen und Fakten für E-Commerce-Profis veröffentlichen wir im April 2024. Damit Sie unser regelmäßiges Update für Shopbetreiber garantiert nie verpassen, können Sie einfach unseren monatlichen Newsletter abonnieren.

Jetzt zum Newsletter anmelden!

Zum Thema:

Aktuelle Zahlen und Fakten für E-Commerce-Profis (4. Quartal 2023)
Aktuelle Zahlen und Fakten für E-Commerce-Profis (3. Quartal 2023)

← OpenMage 20.3.0 ist da!
Wichtiges Sicherheitsupdate: Shopware 6.5.7.4 →

Newsletter abonnieren

Melden Sie sich für unseren Newsletter an und lassen Sie sich monatlich über unsere neuesten Beiträge informieren!

E-Mail-Adresse*

Anmelden

Kontakt

Genug über uns - lassen Sie uns darüber sprechen, wie wir Ihnen helfen können.

Name:

E-Mail-Adresse:

Sofortanfrage:

Bitte heutigen Wochentag eintragen:

Bitte hier vorherigen Monat eintragen:

☐ Ich stimme der Datenschutzerklärung zu.

Absenden

Carsten Stech
carsten.stech@splendid-internet.de
0431 3947 9900