

# ZUFRIEDENHEIT IM ONLINE-HANDEL IM JAHR 2015



Februar  
2016

Händlerbund  
Studie



289

befragte  
Online-Händler



DAS JAHR 2015 IST VORÜBER, DOCH WIE HABEN ES DIE  
ONLINE-HÄNDLER ERLEBT? WIR HABEN **289 ONLINE-HÄNDLER** ZU  
IHREN ERFAHRUNGEN IM VERGANGENEN JAHR BEFRAGT.

## Inhaltsverzeichnis

Vorwort	3
1   Rückblick	4
2   Weihnachtsgeschäft	5
3   Umsatzentwicklung weiterhin positiv	6
4   Retouren insgesamt weiter selten	7
5   Mit Optimismus in die Zukunft	8
6   Herausforderungen 2016	9
Die Ergebnisse	10
Händlerbund	11
Kontakt	12



WIR BEFRAGTEN

**289** HÄNDLER

## VORWORT

# UMFRAGE ZUR ZUFRIEDENHEIT 2015

Der Online-Handel bietet immer neue Herausforderungen und auch Chancen für die Händler. Wir wollten erfahren, wie die Händler das Jahr 2015 erlebten und auch, wie das wichtige Weihnachtsgeschäft für sie verlief. Unsere Studie hat ermittelt, wie die Umsatzentwicklung der Händler im vergangenen Jahr war und wie sie auf das Jahr 2016 blicken.



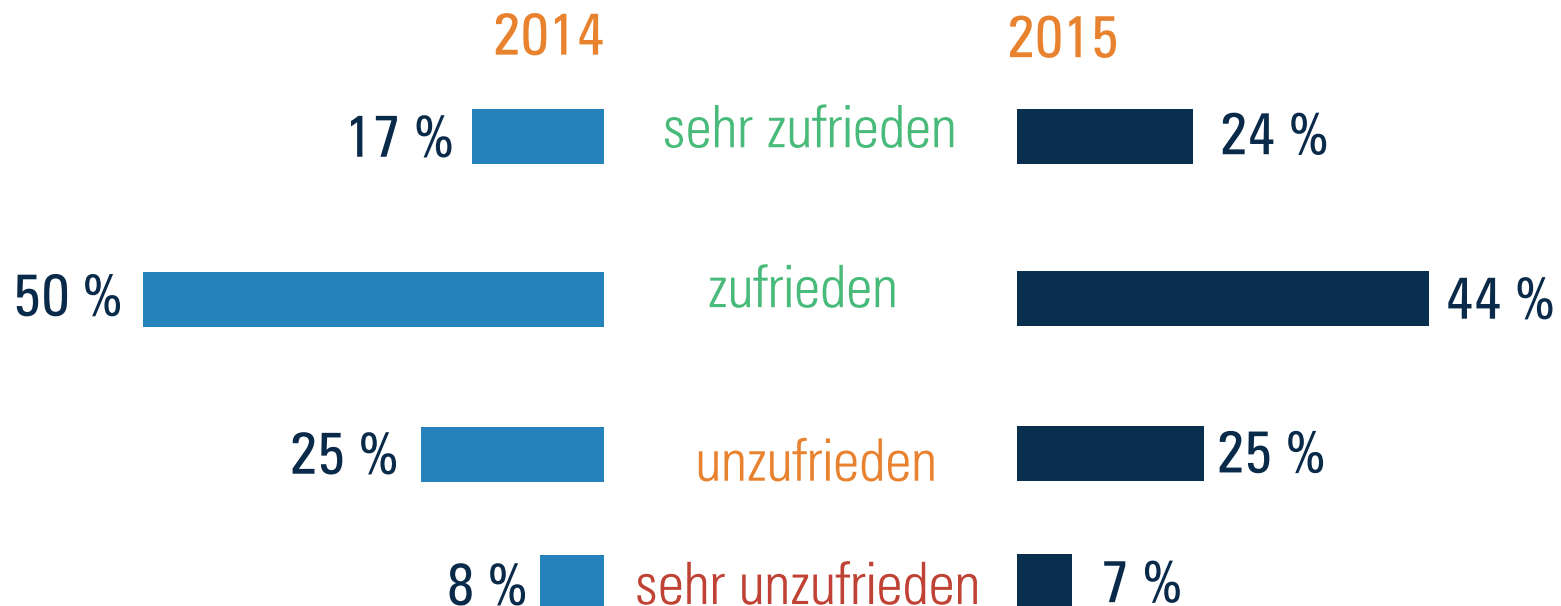
## 1 | RÜCKBLICK

Der Großteil der befragten Online-Händler ist zwar mit dem Jahr 2015 mindestens zufrieden, doch jeder dritte Händler gab an, unzufrieden (25 %) oder sogar sehr unzufrieden (7 %) mit dem Jahr zu sein.

Im Jahr 2014 bewegte sich der Anteil der unzufriedenen Händler auf einem ähnlichen Niveau, als ebenfalls jeder Vierte angab, unzufrieden zu sein, hingegen 8 Prozent sehr unzufrieden waren. Der Anteil der sehr zufriedenen Händler stieg von 17 Prozent im Jahr 2014 auf 24 Prozent im Jahr 2015.

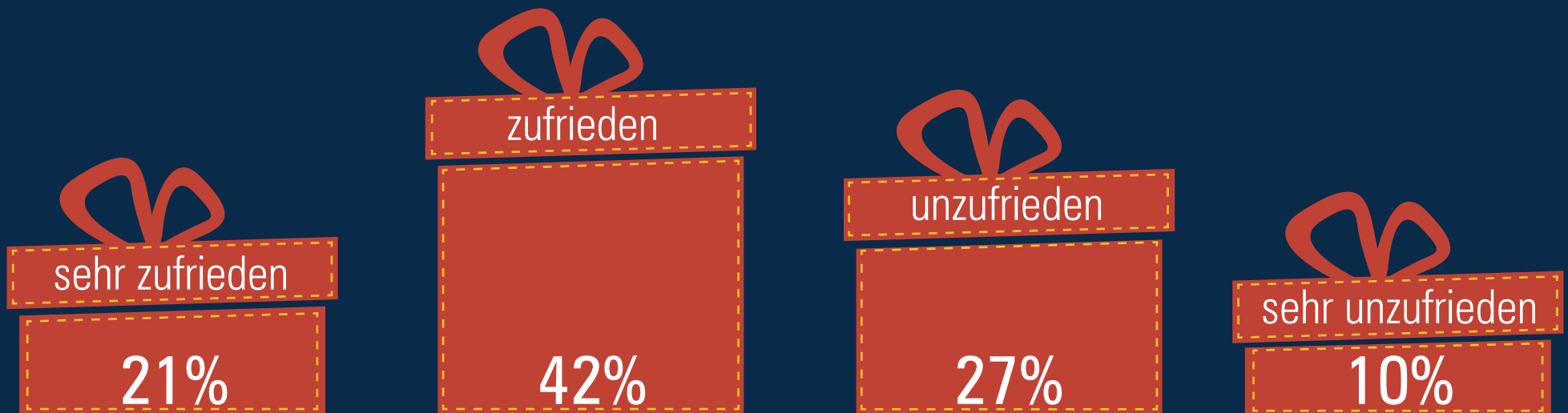
„DER GROSSTEIL  
DER HÄNDLER IST  
ZUFRIEDEN“

Wie zufrieden sind Sie mit Ihrem Online-Handel im Jahr 2015?



## 2 | WEIHNACHTSGESCHÄFT

Die Zufriedenheit mit dem Weihnachtsgeschäft 2015 sieht ähnlich wie die für das Gesamtjahr aus: Auch hier ist gut ein Drittel der Befragten zumindest unzufrieden. So ist jeder zehnte Händler mit dem Weihnachtsgeschäft sehr unzufrieden, etwas mehr als jeder Vierte unzufrieden.

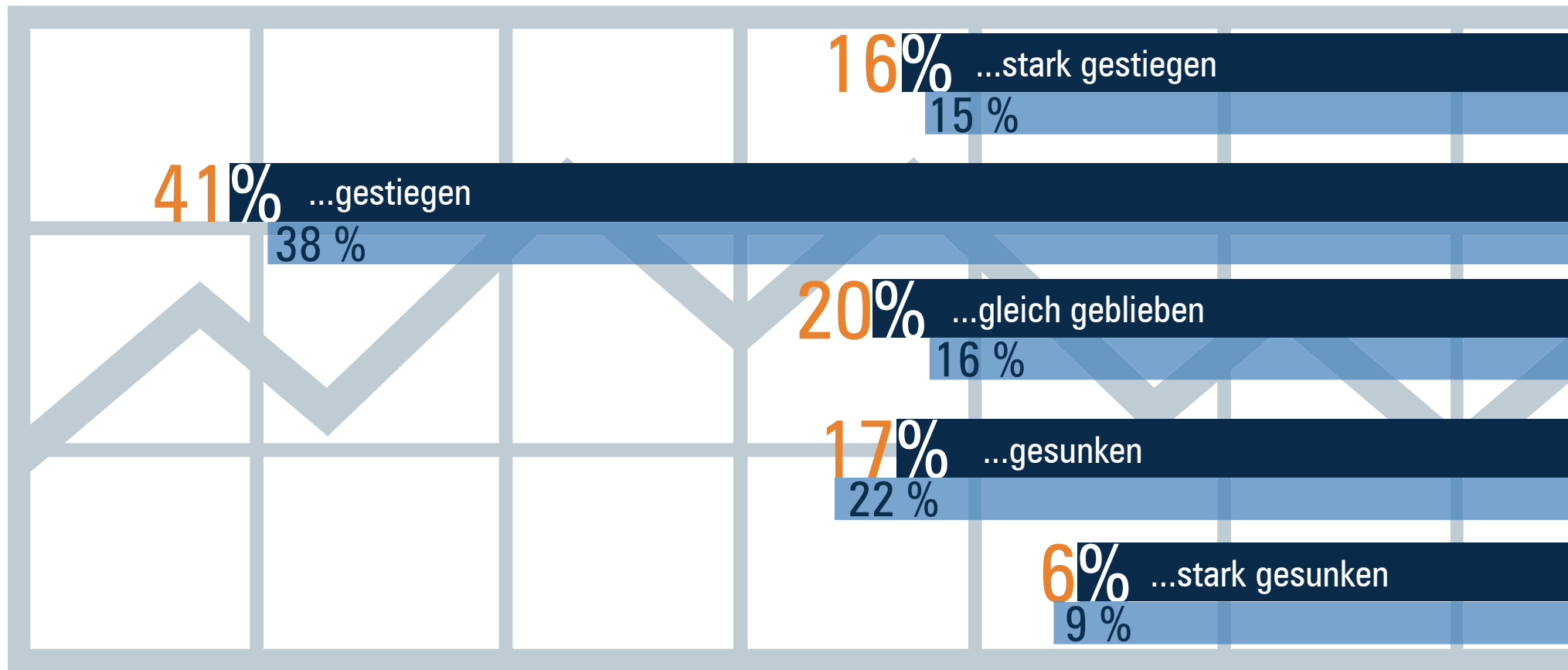


„JEDER ZEHNTE HÄNDLER WAR MIT DEM WEIHNACHTSGESCHÄFT SEHR UNZUFRIEDEN.“

Trotzdem lässt sich auch hier im Jahresvergleich eine leichte Verbesserung beobachten: Im Jahr 2014 waren mehr Händler, nämlich zwei von fünf, unzufrieden. Zudem hat sich bei den zufriedenen Händlern der Anteil stärker in Richtung „sehr zufrieden“ verlagert.

### 3 | UMSATZENTWICKLUNG WEITERHIN POSITIV

■ 2015  
■ 2014



Die meisten Händler haben im Jahr 2015 höhere Umsätze als im Vorjahr erwirtschaftet: Mit 57 Prozent sind bei mehr als jedem zweiten Händler die Umsätze gestiegen oder sogar stark gestiegen, bei jedem Fünften blieben sie gleich. Ebenso musste aber gut jeder fünfte Befragte Umsatzeinbußen hinnehmen.

Auch hier zeigt sich eine Verbesserung im Vergleich zum Jahr 2014: Der Teil der Händler, die weniger Umsätze als im Vorjahr erwirtschaftet hatten, sank teilweise deutlich. Damals gab noch rund jeder Dritte an, dass seine Umsätze gesunken seien.

## 4 | RETOUREN INSGESAMT WEITER SELTEN

An Weihnachten werden auch mitunter Geschenke gemacht, die bei dem Beschenkten nicht gut ankommen. Trotzdem blieben in den ersten Tagen nach Weihnachten große Retourenwellen aus:

Lediglich 4 Prozent der Befragten gaben an, sehr viele Retouren erhalten zu haben, mehr als jeder Dritte hat gar keine Retouren erhalten und in knapp zwei von fünf Fällen gab es nur wenige Retouren nach dem Fest.

Obwohl die Retourenquote nach Weihnachten weiter niedrig ist, sind es 2015 etwas mehr Händler als 2014, die angaben, dass sie einige oder nur wenige Retouren gehabt hätten.

Ja, es gab  
viele Retouren

4%

Ja, es gab  
einige Retouren

19%

Ja, aber es waren  
nur wenige Retouren

39%

Nein, es gab  
keine Retouren

38%



## 5 | MIT OPTIMISMUS IN DIE ZUKUNFT

**33%**

Ich bin sehr optimistisch.  
Meine Umsätze werden  
steigen.

Ich bin optimistisch  
und werde ein hohes  
Umsatzniveau halten.

**33%**

**20%**

Ich bin nicht sehr optimistisch.  
Ich befürchte, dass  
meine Umsätze sinken  
könnten.

Ich bin vorsichtig,  
denn es warten einige  
Schwierigkeiten auf  
mein Geschäft.

**14%**

Der Großteil der Händler zeigt sich optimistisch, wenn sie auf das kommende Jahr blicken: Zwei von drei Händlern sieht der Zukunft positiv entgegen. Jeder Dritte glaubt, seine Umsätze im Jahr 2016 steigern zu können, während das andere Drittel zumindest ein hohes Umsatzniveau halten wird. Jeder fünfte Händler zeigt sich aber weniger optimistisch und fürchtet sinkende Umsätze und jeder siebte Befragte gibt sich vorsichtig und erwartet einige Schwierigkeiten im kommenden Jahr.



Die Erwartungshaltung der Händler hat sich damit kaum geändert. Im Jahr 2015 waren die Anteile fast in gleichem Maße verteilt – der Anteil der optimistischen Händler ist aber leicht angestiegen.



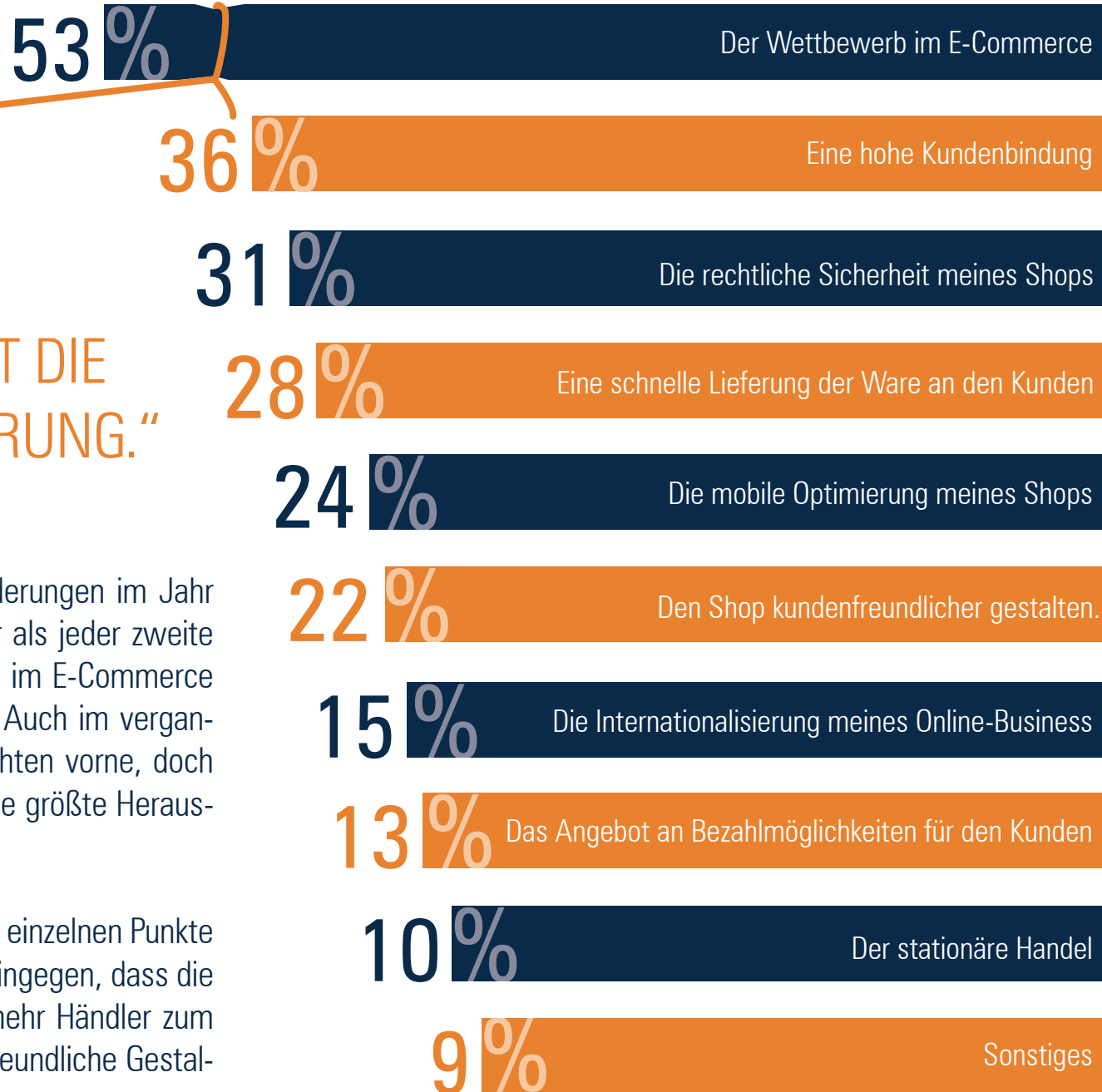


„DER WETTBEWERB BLEIBT DIE GRÖSSTE HERAUSFORDERUNG.“

## 6 | HERAUSFORDERUNGEN 2016

Bei der Frage nach den größten Herausforderungen im Jahr 2016 zeichnet sich ein klares Bild ab: Mehr als jeder zweite Händler (53 Prozent) sieht den Wettbewerb im E-Commerce als größte Herausforderung des Jahres an. Auch im vergangenen Jahr lag der Wettbewerb unangefochten vorne, doch damals sagten noch 58 Prozent, dass das die größte Herausforderung sei.

Im Großen und Ganzen bleibt die Priorität der einzelnen Punkte auch in diesem Jahr gleich. Interessant ist hingegen, dass die mobile Optimierung des Online-Shops für mehr Händler zum Thema geworden ist und damit die kundenfreundliche Gestaltung des Shops überholt hat.



# DIE ERGEBNISSE

## IM ÜBERBLICK

der Händler sind mit dem Jahr 2015 zufrieden oder sehr zufrieden.

**68%**

der Händler waren mit dem Weihnachtsgeschäft 2015 nicht zufrieden.

**37%**

NUR

**4%**

der Händler haben nach dem Weihnachtsfest viele Retouren verzeichnet.

der Händler sehen den Wettbewerb als größte Herausforderung im kommenden Jahr.

**53%**

**66%**

der Händler gehen das Jahr 2016 optimistisch an.

# ÜBER DEN HÄNDLERBUND

Als größter Onlinehandelsverband Europas ist der Händlerbund Sprachrohr und Partner der E-Commerce-Branche. Der Verband fördert den Austausch zwischen Händlern und Dienstleistern, um den digitalen als auch stationären Handel nachhaltig zu unterstützen und zukunftsfähig auszurichten. Durch die europaweite Interessenvertretung und Bündelung verschiedener Dienstleistungen gestaltet der Händlerbund mit seinen Mitgliedern und Partnern aktiv die Branche.

## ECKDATEN

über 45.000  
geschützte  
Onlinepräsenzen

Größter  
Onlinehandelsverband  
Europas

Einer der führenden  
Rechtstextanbieter  
im Internet

2008 gegründet

# KONTAKT

Händlerbund e. V.  
ARCUS Park  
Torgauer Straße 233  
04347 Leipzig

Vertreten durch den Vorstandsvorsitzenden  
Herrn Andreas Art

Telefon: 0341 / 926 59 0  
Telefax: 0341 / 926 59 100  
E-Mail: [info@haendlerbund.de](mailto:info@haendlerbund.de)  
Internet: [www.haendlerbund.de](http://www.haendlerbund.de)

eingetragen im Vereinsregister des  
Amtsgerichtes Leipzig  
Registernummer VR 4663

Dieser Bericht dient ausschließlich Informationszwecken.  
Die enthaltenen Empfehlungen und Ratschläge wurden in  
gutem Glauben erstellt. Der Händlerbund übernimmt keine  
Haftung.

© Händlerbund 2016



Händlerbund-Studie  
Februar 2016

**ZUFRIEDENHEIT IM  
ONLINE-HANDEL  
IM JAHR 2015**

**WIR HABEN  
289 HÄNDLER  
BEFRAGT, WIE  
ZUFRIEDEN SIE  
MIT IHREM GE-  
SCHÄFT IM JAHR  
2015 SIND.**