

## 2015 – Onlinehandel vor neuen Herausforderungen

### **BVOH: Nach Jahren des ungebrochenen Wachstums folgt nun eine Phase der Konsolidierung im Onlinehandel mit neuen Strategien für die Zukunft**

Berlin, 06.01.15 – Das Jahr 2014 hat gezeigt, dass der Onlinehandel in eine entscheidende Entwicklungsphase kommt. Nach mehrjähriger Euphorie und enormen Steigerungsraten kommt der Onlinehandel nun in eine Phase der Etablierung, der Konsolidierung und der Stabilisierung. Für 2015 stellen sich dem Onlinehandel fünf entscheidende Fragen:

#### **Wie stark darf Amazon den Onlinehandel beeinflussen?**

Die Marktmacht von Amazon spüren inzwischen alle am Onlinehandel beteiligten Parteien. Bislang musste sich schon jeder Online-Händler auf Amazon Marketplace stets bewusst sein, dass – sollte Amazon das gleiche Produkt ebenfalls anbieten – nahezu ausschließlich Amazon der erfolgreiche Verkäufer ist. Inzwischen steuert Amazon aber nicht nur bewusst die Weise des Abverkaufs auf seiner Webseite, sondern reguliert Warenflüsse, beeinflusst die Industrie und nutzt die Verkaufsdaten der Marktplatz-Händler zur eigenen Einkaufs- und Preispolitik. Der Onlinehandel braucht dringend eine Antwort auf ein immer stärker werdendes Amazon.

*„Immer mehr Marktplatz-Händler berichten von aktiver Einflussnahme von Amazon auf die komplette Wirtschaftskette des Händlers. Darüberhinaus nehmen Anfragen seitens Industrie und Hersteller zu, wie man denn mit Amazon noch erfolgreich zusammenarbeiten kann. Und sogar die Politik spricht den BVOH auf die Vorgehensweisen von Amazon an. Der BVOH unterstützt alle beteiligten Parteien inkl. Amazon aktiv bei der Erarbeitung einer Strategie“,* sagt BVOH-Präsident **Oliver Prothmann**.

#### **Schaffen die Verbundgruppen und Einkaufsgemeinschaften endlich den Sprung in den Onlinehandel?**

Verbundgruppen und Einkaufsgemeinschaften sind ein wichtiger Bestandteil des Handels. Der Zusammenschluss der Einzelhändler in starken Verbundgruppen kann dabei helfen, insbesondere den mittelständischen Fachhandel zu erhalten und zu stärken. Verbundgruppen sind in der Lage, Größenvorteile bei Einkauf und Investitionen zu realisieren und flexibler als Großkonzerne zu agieren. Nur im Onlinehandel versagen aktuell alle Bemühungen. Zur Zeit sind oft gerade an Verbundgruppen angeschlossene Fachhändler die großen Verlierer im Onlinehandel. Auf der einen Seite werden aufgrund der Nähe der Verbundgruppen zur Industrie die wettbewerbs- und rechtswidrigen Handelsbeschränkungen der Hersteller im Onlinehandel unterstützt. Andererseits fehlt den meisten Verbundgruppen eine erfolgreiche Strategie und entsprechende Infrastruktur zur Umsetzung eines Onlinehandels für ihre angebundenen Fachhändler.

*„Wir müssen den kleinen und mittelständischen Fachhandel in Deutschland stärken, damit in naher Zukunft nicht der gesamte Onlinehandel über einige wenige Handelsriesen oder ausländische Händler abgewickelt wird. Gerade die Fachhändler in Verbundgruppen benötigen dringend eine nachhaltige Online-Lösung zur Stärkung des einzelnen Fachhändlers, damit dieser den Kunden, der online einkaufen will, auch erreicht. Alle mir bisher bekannten Lösungen sind leider nicht sehr erfolgsversprechend. Gerne unterstützt der BVOH bei einer zielführenden Lösung. Der Wandel schmerzt vielleicht, aber ein Stillstand würde auf lange Sicht den Fachhandel vernichten“,* sagt **Oliver Prothmann**.

#### **Was wird aus eBay und PayPal?**

In diesem Jahr wird die Aufspaltung von eBay und PayPal vollzogen. Wie stark wird dieser unternehmensinterne Prozess das Geschäft beeinflussen?

„eBay ist gerade dabei, den Marktplatz an aktuelle eCommerce-Standards anzupassen. Leider wird die Veränderung bei eBay Inc. dazu führen, dass die Händler weiter auf dringend nötige Entwicklungen, etwa beim Katalog oder der Suche warten müssen“, erklärt **Oliver Prothmann**.

### **Wie lokal und global wird der Onlinehandel?**

Die Komplexität im Handel nimmt stetig zu. Bisher wurde gerne über den Kampf des stationären Verkaufskanals gegen den Onlinehandel diskutiert. Aus Sicht des Bundesverbands Onlinehandel e.V. sollte es keine Diskussion über einen einzelnen Verkaufskanal geben. Jeder Weg, über den der Händler den Kunden erreichen kann, ist relevant. Das bedeutet insbesondere für 2015, dass verstärkt Lösungen sowohl für den lokalen als auch den globalen Absatz genutzt werden müssen.

„Der Vertrieb im Einzelhandel muss noch viel stärker an einer Multi-Channel-Strategie ausgerichtet werden, die alle Vertriebswege – sowohl online, als auch stationär – berücksichtigt“, sagt **Oliver Prothmann**.

### **Kann die Industrie erfolgreich Onlinehandel mit dem Mittelstand in Deutschland treiben?**

Ja, die Industrie kann das, wenn sie will und wenn sie aktiv wird. Inzwischen geht es nicht mehr um technische Realisierung, sondern um die richtige Strategie für das jeweilige Unternehmen. Die Industrie muss jetzt mit den richtigen Partnern zusammenarbeiten und eine nachhaltige Vertriebsstrategie für alle Absatzkanäle finden.

„Beschränkungen von Onlinehändlern sind für die Industrie keine alternative Lösung mehr. Die Entwicklungen der letzten 20 Jahre sind unumkehrbar. Hier sind die Entscheider gefragt, die neuen Möglichkeiten der verschiedenen klassischen, mobilen und Online-Vertriebswege sinnvoll und profitabel miteinander zu verzahnen“, sagt BVOH-Präsident **Oliver Prothmann**.

### **Beschränkungen – Worum geht es?**

Einseitige Verkaufsverbote durch einzelne Hersteller bedrohen Arbeitsplätze und die Existenz von Händlern, indem sie Händler von ihrem oft wichtigsten Verkaufskanal abschneiden und ihnen damit die Möglichkeit nehmen, preisgünstige und beliebte Online-Plattformen in einem wettbewerbsorientierten Markt zum Vorteil der Kunden zu nutzen. Verbrauchern nimmt man so den Zugang zu transparenten Preisen und der zusätzlichen Auswahl, von der sie im Online-Handel profitieren.

### **Über den BVOH**

Der Bundesverband Onlinehandel e.V. (BVOH) versteht sich seit 2006 als Interessenvertreter der Unternehmerinnen und Unternehmer, wie auch der Verbraucherinnen und Verbraucher im Online-Handel. Ein weiteres wichtiges Ziel des BVOH ist die Steigerung der Akzeptanz und der Sicherheit im Online-Handel durch Einführung einheitlicher Standards.

Der BVOH ist die starke Stimme der am Internethandel Beteiligten: Verbraucher, Unternehmer, Zulieferer, Ausrüster, Plattformen und Onlinemarktplätze.

### **Pressekontakt**

Christoph Blase  
Bundesverband Onlinehandel e.V. (BVOH) c/o. Publiplikator GmbH  
Königstr. 3 | 14163 Berlin  
Telefon 030-200 898-31 | Telefax 030-200 898-99 | Mobil 0151-1165 3994

eMail [presse@bvoh.de](mailto:presse@bvoh.de)