

17.12.2020 | PRESSEMELDUNG

## RÜCKBLICK 2020: DAS CORONA-JAHR UND DIE AUSWIRKUNGEN AUF DEN E-COMMERCE

Der Freiburger E-Commerce-Plattform-Hersteller OXID eSales befragt Onlinehändler zu den Herausforderungen und Chancen im Krisenjahr 2020.

**Freiburg, 17. Dezember 2020** – Die deutschen Onlinehändler blicken trotz Corona-Pandemie auf ein erfolgreiches Geschäftsjahr zurück. Zu diesem Ergebnis kommt der Marktcheck 2020 des Freiburger E-Commerce-Plattform-Herstellers Oxid eSales, der E-Commerce-Händler und Betreiber von Onlineshops zum zurückliegenden Geschäftsjahr befragt hat. Bei 73 Prozent der Befragten ist der Umsatz im Vergleich zum Vorjahr gestiegen, für 79 Prozent wurde die Gewinnerwartung für 2020 sogar übertroffen. Bei 80 Prozent der Befragten stieg der Gewinn des Onlineshops, bei knapp 27 Prozent der Befragten sogar weit über 50 Prozent. „Der Onlinehandel gehört eindeutig zu den Gewinnern der Corona-Krise. Gerade das B2C-Segment hat jetzt alle Hände voll zu tun, um die hohe Nachfrage der Kunden befriedigen zu können“, sagt Roland Fesenmayr, CEO der Oxid eSales AG.

### Veränderte Arbeitsmodelle und kein Sommerloch 2020

Nahezu alle Befragten gaben an, dass die weltweite Situation Auswirkungen auf die Gestaltung der Arbeitsstruktur innerhalb des Unternehmens hatte. 78 Prozent der Onlinehändler reagierten mit der Option, ihren Beschäftigten Homeoffice anzubieten. Zusätzlich gaben 93 Prozent an, dass keine festen Bürotage vereinbart wurden. Bei jedem vierten Befragten hat die Nutzung von Onlinekommunikationstools im Arbeitsalltag stark zugenommen. Die neu eingeführten Arbeitsmodelle wirkten sich positiv auf das Wohlbefinden und die Produktivität der Mitarbeiter aus: 64 Prozent überlegten sich Arbeitsabläufe, um ihre Produktivität am heimischen Schreibtisch stetig zu steigern. Dafür stellten knapp 80 Prozent der Arbeitgeber ihren Mitarbeitern Tools zur Verfügung, die sie in der Optimierung ihrer Arbeitsabläufe unterstützen konnten.

Besonders zu betrachten sind die Ergebnisse aus den Befragungen zum Sommerloch 2020. Die typisch schwachen Sommermonate im E-Commerce waren in diesem Jahr faktisch nicht existent. Dennoch erlebten Onlinehändler die Zeit sehr unterschiedlich. Bei der Hälfte der Befragten gab es im Sommer keinen Umsatzeinbruch, etwa ein Viertel registrierte sogar einen Gewinn. Zurückzuführen ist dieses Ergebnis auf das eingeschränkte Urlaubsverhalten – viele Menschen blieben zu Hause und investierten Zeit und Geld in das Eigenheim oder in Hobbies und Freizeitaktivitäten.

### Welche Herausforderungen bringt 2021?

Neben dem Rückblick auf das Krisenjahr wagt der Marktcheck auch einen Ausblick auf 2021. Als größte Herausforderungen nennen die Befragten die Digitalisierung des eigenen Geschäftsmodells, die Optimierung der Liefer- und Produktionsketten sowie die aktive Kundenbindung. Technologische Innovationen, wie z. B. Künstliche Intelligenz, treten als Zukunftspläne im kommenden Jahr in den Hintergrund.

Der Erhalt des Umsatzes, die Angst vor externen Wirtschaftsfaktoren, etwa einem erneuten Lockdown, wie er ja jetzt tatsächlich stattfindet, sowie die Anpassung an internationale Richtlinien, wie beispielsweise die neue Cookie-Verordnung, stehen für Onlinehändler 2021 im Fokus. Dennoch blicken 86 Prozent aller Befragten positiv auf das nächste Geschäftsjahr und sind in Bezug auf den Erhalt beziehungsweise die Steigerung des Umsatzes optimistisch.

Abgesehen von der wirtschaftlichen Entwicklung des eigenen Unternehmens betrachten die Befragten die allgemeine wirtschaftliche Situation und Entwicklung in Deutschland eher pessimistisch. Dieser starke Kontrast in den Antworten zeigt insbesondere die Probleme in weniger digitalisierten Märkten, wie z. B. dem stationären Handel, auf. Unternehmen, die das Corona-Jahr für die Digitalisierung und Repositionierung des eigenen Geschäftsmodells genutzt haben, konnten sich optimal für potenzielle Krisen wappnen und trotz des Krisenjahres 2020 einen Gewinn erzielen. Fesenmayr erklärt: „Die Pandemie bringt auch im E-Commerce nicht nur Gewinner hervor. Diejenigen, die eine enorme Nachfrage befriedigen müssen, stehen vor logistischen Herausforderungen und denjenigen, die jahrelang auf digitalisierte Prozesse verzichtet haben, fällt dies nun auf die Füße. Dennoch sehen wir eine positive Verschiebung der Prioritäten hin zu mehr Agilität und individuell auf den Markt anpassbaren Projekten, die allmählich die Digitalisierung vorantreiben.“

## Über OXID eSales

Die OXID eSales AG gehört zu den führenden Anbietern von E-Commerce-Lösungen und Dienstleistungen im deutschsprachigen Raum. In der OXID Cloud können Onlinehändler und Hersteller individuelle, skalierbare und umsatzstarke Webshops implementieren und effizient betreiben, in allen Branchen und für alle Zielgruppen. Im B2C vertrauen starke Marken wie Bitburger, Trigema, AIDA und Schiesser auf OXID eShop. Die umfassende Lösung im B2B nutzen unter anderen Mercedes-Benz Gebrauchtteile Center, GROB-WERKE, Semikron und Murrelektronik. Die OXID Cloud wird von über 150 Solution Partnern nach Kundenbedarf implementiert. Eine stetig wachsende Open Source Community sorgt für neue und marktgerechte Impulse, mit der die E-Commerce-Lösung dem Bedarf entspricht. **16 Jahre am Markt, 16 Jahre E-Commerce-Expertise.**

**Weitere Informationen:** OXID eSales AG, Nicole Lipphardt, Bertoldstraße 48, D-79098 Freiburg

Tel. +49 761 368 89 162, Fax +49 761 368 89 29

E-Mail: [info@oxid-esales.com](mailto:info@oxid-esales.com), Web: [www.oxid-esales.com](http://www.oxid-esales.com)