



HDE ONLINE-MONITOR NEWS

September 2022

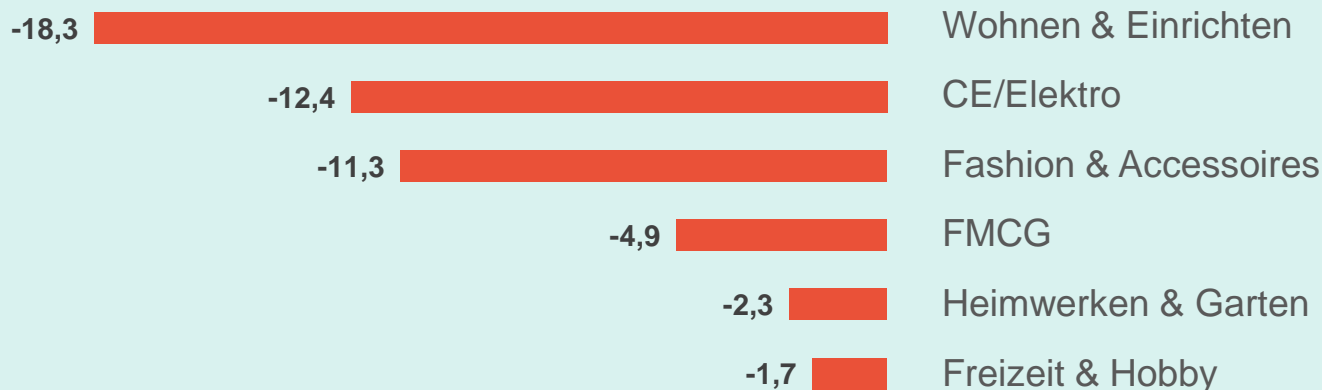
Onlinezugriffe in ausgewählten Branchen

Während die Frequenzen in den Innenstädten gestiegen sind, sind diese online durch die sehr hohe Vorlage aus dem Vorjahr vorerst rückläufig – vor allem im Bereich Wohnen & Einrichten. Doch weitere Änderungen verstärken sich: Mobile Zugriffe der Konsumierenden und YouTube als Kommunikationskanal für die Top-Onlineanbieter gewinnen.

Onlinebesuchsfrequenz sinkt zwischenzeitlich

Mit dem Ende der Corona-Einschränkungen im Frühjahr 2022 lockte das stationäre Einkaufserlebnis Konsumierende zurück in die Geschäfte: Während die Frequenzen in den Innenstädten gestiegen sind, sind sie online durch den sehr hohen Vorjahreswert rückläufig. Jetzt rücken die hohen Kosten für Lebensmittel und Energie mehr und mehr in das Bewusstsein vor und beeinflussen zunehmend das Kaufverhalten. Damit dürften sich auch die Kanalprioritäten wieder ändern, mit entsprechenden Folgen für Frequenzen stationär und online.

Entwicklung der Online Webseitenbesucher der Top-10-Onlineanbieter je Branche (01/22-08/22 vs. 01/21-08/21) in Prozent



Lesebeispiel: Im Bereich Wohnen & Einrichten hat sich die Anzahl der Besucher:innen auf den Webseiten der Top-10-Onlineanbieter mit Sortimentsschwerpunkt bei Möbeln und Wohnaccessoires durchschnittlich in den ersten sieben Monaten des Jahres 2022 (Januar-Juli) im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 18,3 % verringert.

Top Unternehmen der betrachteten Branchen mit jeweiligem Sortimentsschwerpunkt

CE/Elektro conrad, computeruniverse, reichelt, medion, alternate, cyberport, saturn, apple, notebooksbilliger, mediamarkt

FMCG picnic.app, dm, fressnapf, flaschenpost, flaconi, zooplus, shop.rewe, nespresso, douglas, hellofresh

Wohnen & Einrichten erwinmueller, roller, poco, hoeffner, westwing, xxxlutz, bett1, home24, wayfair, ikea

Freizeit & Hobby sportscheck, bergzeit, bike-angebot, canyon, bike-discount, thalia, decathlon, thomann, mytoys, fahrrad.de

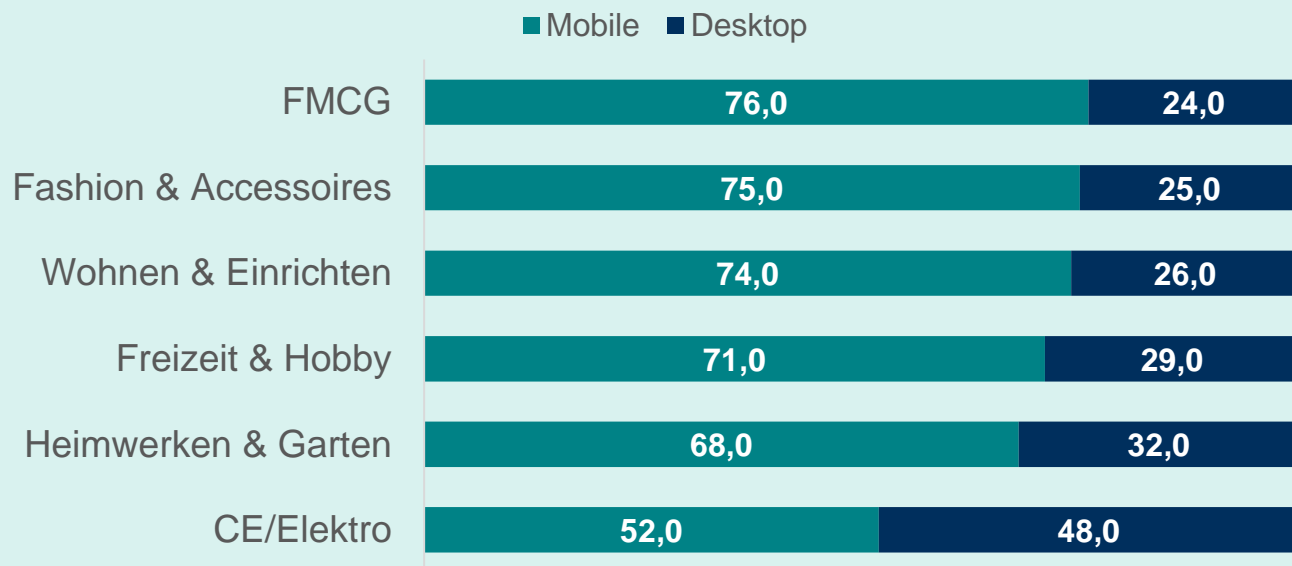
Heimwerken & Garten hornbach, obi, bauhaus, reuter, westfalia, manomano, garten-freizeit, fleurop, hagebau, baldur-garten

Fashion & Access. asos, zara, soliver, esprit, baur, breuninger, aboutyou, bonprix, hm, zalando

Mobiler Zugriff beliebter denn je

Das Smartphone ist Alltagsbegleiter, schnell griffbereit und der spontane Schaufensterbummel an jedem Ort möglich. Hat mobiles Einkaufen das Shoppen vom Desktop aus bald gänzlich abgelöst? Die Zugriffe auf die Webseiten der Top Onlineanbieter in den betrachteten Branchen kann dies zumindest nahelegen. In fast allen Branchen kommen Konsumierende zu durchschnittlich 70 % und mehr über den mobilen Kanal auf die Top-10-Onlineanbieter zu. Lediglich der CE-Bereich wird noch zu 48 % über den Desktop aufgerufen.

Vergleich Besucheraufkommen Mobile vs. Desktop der Top-10-Onlineanbieter je Branche (01/22-08/22) in Prozent

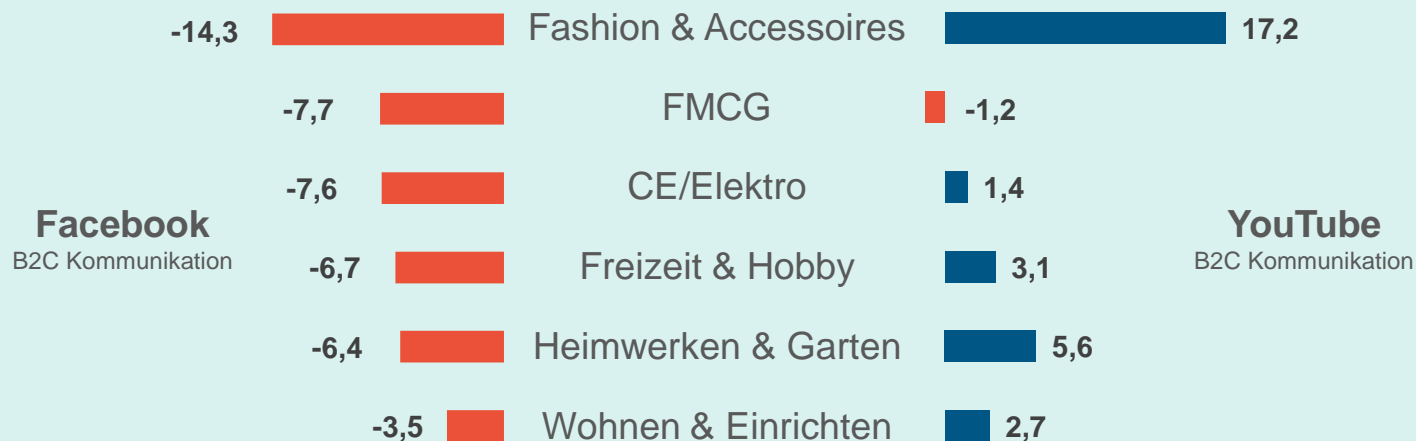


Lesebeispiel: Bei Fast Moving Consumer Goods (FMCGs) kommen durchschnittlich 76 % der Besucher der Webseiten der Top 10 Onlineanbieter mit Sortimentsschwerpunkt bei FMCG-Produkten von mobilen Geräten auf die Webseite zu.

YouTube wird bedeutender B2C Kommunikationskanal

YouTube hat das beliebte soziale Netzwerk Facebook in allen betrachteten Branchen bei den Top-5-Onlineanbietern als führenden Kanal für die Kommunikation von Unternehmen zu Endverbrauchern abgelöst. Der 12-Monatevergleich zeigt: Während die Unternehmensaktivitäten über Facebook in jeder Branche sinken, nehmen diese auf YouTube immer weiter zu. Seit Kurzem können Anbieter ihre Produkte auch interaktiv per Live-Shopping über YouTube vertreiben. Kunden erhalten dadurch direkte Informationen und schnelle Antworten zu den Produkten.

Facebook vs. YouTube als B2C Kommunikationskanal der Top-5-Onlineanbieter je Branche Vergleich 09/21-08/22 vs. 09/20-08/21 – Veränderung in Prozent



Lesebeispiel: In der Fashionbranche haben die Top 5 Onlineanbieter mit Sortimentsschwerpunkt bei Fashionprodukten ihre Kommunikationsaktivitäten über YouTube in den Monaten August 2021 bis Juli 2022 um 17,2 % gegenüber dem Vorjahreszeitraum gesteigert während diese bei Facebook um 14,3 % abgenommen haben.

Top Unternehmen der betrachteten Branchen mit jeweiligem Sortimentsschwerpunkt (Social Media Erhebung nur für Top 5 möglich)

CE cyberport, saturn, apple, notebooksbilliger, mediamarkt

FMCG zooplus, shop.rewe, nespresso, douglas, hellofresh

Wohnen xxxlutz, bett1, home24, wayfair, ikea

Freizeit bike-discount, thalia, decathlon, thomann, mytoys

DIY hornbach, obi, bauhaus, reuter, westfalia

Fashion breuninger, aboutyou, bonprix, hm, zalando