

Digitale Vertriebskanäle wieder im Aufwind – Online-Umsätze im Mittelstand legen zu

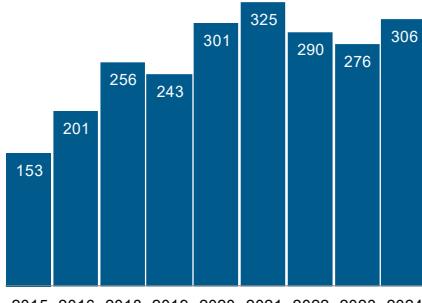
Nr. 256, 17. Dezember 2025

Autor: Dr. Michael Schwartz, Telefon 069 7431-8695, michael.schwartz@kfw.de

Die Ausgaben für Digitalisierungsvorhaben sind im Mittelstand zuletzt abermals gestiegen. Dabei spielt vor allem die fortschreitende Digitalisierung des Kontakts zu Kunden und Zulieferern eine wesentliche Rolle. Auch die Einführung neuer, digitaler Marketing- und Vertriebskonzepte, um auf dauerhafte Nachfrageverschiebungen zu reagieren, ist eine häufige Projektart.¹ Die Anstrengungen zum Ausbau digitaler Vertriebswege scheinen Wirkung zu zeigen, wie neueste Zahlen des KfW-Mittelstandspansels zeigen.

Grafik 1: E-Commerce Umsätze im Mittelstand

Angaben in Euro, nominale Werte



Quelle: KfW-Mittelstandspanel.

Umsätze über digitale Vertriebskanäle wachsen stärker als Gesamtumsätze

Im Jahr 2024 wurden insgesamt 306 Mrd. EUR über den digitalen Vertrieb von Produkten und Dienstleistungen erlöst (Grafik 1). Hierzu zählen beispielsweise digitale Marktplätze, Onlineshops, Beschaffungsplattformen und der automatisierte Datenaustausch zwischen Unternehmen. Damit stiegen die Umsätze aus E-Commerce um 30 Mrd. EUR (+11 % nominal).

Die Gesamtumsätze im Mittelstand steigen dagegen nur um rund 2 % nominal.²

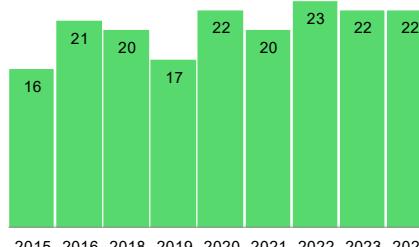
Bei den Online-Umsätzen wurden „Verluste“ bei kleineren Unternehmen (weniger als zehn Beschäftigte) von -21 Mrd. EUR von größeren Unternehmen (zehn Beschäftigte und mehr) mehr als kompensiert (+51 Mrd. EUR ggü. Vorjahr).

Insgesamt steht aktuell ein Anteil der Online-Umsätze an den Gesamtumsätzen von 5,9 % zu Buche – ein im Jahresvergleich beachtlicher Zuwachs um rund einen halben Prozentpunkt.

Auch gesamtwirtschaftliche Daten für das Jahr 2024 legen eine an Dynamik gewinnende Entwicklung nahe: So nahm der von Destatis ausgewiesene Internet- und Versandhandel im Jahr 2024 nominal um 5,8 % zu (real 5,0 %).³ Zahlen des HDE weisen ein nominales Plus von 3,8 % für den Bereich des Onlinehandels aus. Der Mittelstand hat 2024 demnach die gesamtwirtschaftlichen Entwicklungen in diesem Bereich (weit) übertroffen.

Grafik 2: Anteil der Unternehmen mit Umsätzen aus E-Commerce

Angaben in Prozent



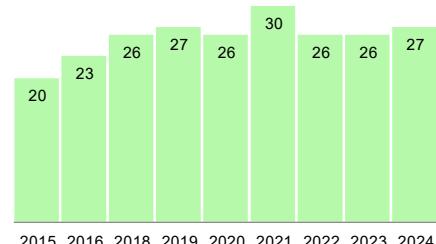
Quelle: KfW-Mittelstandspanel.

Fast 900.000 KMU mit Online-Umsätzen

In Summe haben rund 868.000 kleine und mittlere Unternehmen (KMU) im Jahr 2024 Umsätze über digitale Kanäle erzielt. Das entspricht 22 % aller KMU (Grafik 2). Parallel nahm der Umsatzanteil der onlineaktiven Unternehmen leicht zu: Der Beitrag, den E-Commerce zum Gesamtumsatz eines Unternehmens beisteuert, lag bei 27 % – sofern ein Unternehmen Online-Umsätze generiert (Grafik 3).

Grafik 3: Umsatzanteil des E-Commerce am Gesamtumsatz

Angaben in Prozent; nur Unternehmen mit E-Commerce-Umsätzen



Quelle: KfW-Mittelstandspanel.

Digitaler Vertrieb auf nächstem Wachstumspfad?

Der jüngste Zuwachs ist ein gutes Zeichen, gab die Rückgänge der vorangegangen zwei Jahre (2022: -11 % / 2023: -5 %) doch Grund zu der Annahme, dass nach dem Wegfall coronabedingter Einschränkungen digitale Vertriebswege zu Gunsten „klassischer“ Vertriebswege wieder an Relevanz verlieren. Die außerordentlich hohe Bedeutung digitaler Vertriebswege während der Pandemie wird allerdings (noch) nicht erreicht.

¹ Zimmerman, V. (2025), KfW-Digitalisierungsbericht Mittelstand 2024: Schub bei der Digitalisierung hält trotz schwacher Konjunktur an, KfW Research

² Schwartz, M. und J. Gerstenberger (2025), KfW-Mittelstandspanel 2025: Stetiger Kurs, aber Gegenwind voraus: Mittelstand stabil im Rezessionsjahr, Handelskonflikte am Horizont, KfW Research.

³ Statistisches Bundesamt (2025b), Einzelhandelsumsatz im Jahr 2024 real um 1,1 % höher als 2023, Pressemitteilung Nr. 040 vom 31. Januar 2025.