



ECC-Shopmonitor misst Effizienz der Zielgruppenansprache

Imageranking der 20 umsatzstärksten Online-Shops und Shopping-Portale in Deutschland

Köln, 26. Mai 2010. Das Internet ist ein Marktplatz, der in Sachen Vielfalt – sowohl auf Anbieter- als auch auf Kundenseite – kaum zu übertreffen ist. Umso wichtiger ist es für einen Online-Shop-Betreiber, seine Zielgruppe zu kennen und diese gezielt anzusprechen. Eine gezielte Imageanalyse beantwortet dabei die Frage, ob der Anbieter bei der fokussierten Zielgruppe auch wirklich das beste Ansehen besitzt und dient somit als Unterstützung bei der Erfolgskontrolle der Marketingmaßnahmen. Andersherum weiß das Unternehmen aber auch, welche Zielgruppe verstärkt angesprochen werden muss, um das Image zu steigern. Der ECC-Shopmonitor zeigt, inwiefern das Geschlecht und das Einkommen Einfluss auf das Imageempfinden nehmen.

Die Tabelle zeigt, bei welcher Zielgruppe die Top 10-Online-Shops im Mai 2010 am besten punkten konnten. Besonders signifikant sind die geschlechterspezifischen Unterschiede bei Otto, SANICARE-Versandapotheke und Tchibo.

| | Geschlecht | | Haushaltsnettoeinkommen | | | |
|---------------------------|------------|--------|-------------------------|------------------|--------------------|---------------------|
| | Männer | Frauen | Unter 500 Euro | 500 - 2.500 Euro | 2.501 - 5.000 Euro | 5.001 Euro und mehr |
| Amazon | | x | | x | | |
| Tchibo | | x | | | | x |
| Musikhaus Thomann | x | | x | | | |
| Alternate Computerversand | x | | x | | | |
| Redcoon | x | | x | | | |
| Doc Morris | | x | x | | | |
| SANICARE | | x | | | | x |
| Conrad Electronic | x | | | x | | |
| Weltbild | | x | | x | | |
| Otto | | x | | x | | |

Lesebeispiel: der Imagewert von Tchibo ist bei dem Merkmal „Geschlecht“ bei Frauen besser als bei Männern und bei dem Merkmal „Haushaltsnettoeinkommen“ am besten bei 5.001 Euro und mehr.

Für interessierte Unternehmen bietet das ECC Handel eine individuelle Image-Analyse an, die eine detaillierte Auskunft darüber gibt, welches Image der jeweilige Online-Shop im Vergleich zu den untersuchten Marktteilnehmern und bei der relevanten Zielgruppe hat.

Diese Ergebnisse sowie ausführliche Informationen zum ECC-Shopmonitor finden Sie unter:

www.ecc-shopmonitor.de

Der ECC-Shopmonitor und der ECC-Shopmonitor Spezial

Der ECC-Shopmonitor wird monatlich als Online-Befragung von 1.000 Teilnehmern – repräsentativ für deutsche Internetnutzer – im Alter ab 16 Jahren erhoben. Bewertet wird das Image anhand einer 5er Skala von „Sehr schlecht“ bis „Sehr gut“ mit „Weiß nicht“-Option. Die Auswahl der zwanzig zu bewertenden Shops erfolgt auf Basis des Rankings der umsatzstärksten deutschen Shopping-Portale und Online-Shops von iBusiness ('Shoppingportale und Onlineshops 2008/2009'). Darüber hinaus erfolgt vierteljährlich mit dem ECC-Shopmonitor Spezial eine vertiefende Erhebung innerhalb der gleichen Stichprobe. Hierbei werden verschiedene Themengebiete aufgegriffen und untersucht, ob diese Einfluss auf das Imageempfinden der Online-Kunden nehmen.

Ausführliche Informationen unter: www.ecc-shopmonitor.de

Das E-Commerce-Center Handel (ECC Handel)

Das ECC Handel (www.ecc-handel.de) wurde 1999 als Forschungs- und Beratungsinitiative unter der Leitung des Instituts für Handelsforschung an der Universität zu Köln ins Leben gerufen. Das Ziel ist es, insbesondere kleine und mittelständische Handelsunternehmen zum Thema E-Commerce fundiert und neutral zu informieren. Individuelle Fragen zum E-Commerce von Unternehmen, Verbänden und öffentlichen Institutionen beantwortet das ECC Handel im Rahmen von Auftragsprojekten. Zahlreiche Aspekte des E-Commerce im Handel hat das ECC Handel zudem in eigenen Studien untersucht. Es wird vom BMWi für spezifische Projekte gefördert und ist in das NEG als Branchenkompetenzzentrum mit Themenfokus Handel eingebunden.

Presseanfragen

Sonja Rodenkirchen
E-Commerce-Center Handel
c/o Institut für Handelsforschung GmbH
Dürener Str. 401 b
50858 Köln
Tel.: +49/221/943607-70
E-Mail: s.rodenkirchen@ecc-handel.de
www.ecc-handel.de
www.ecc-shopmonitor.de