

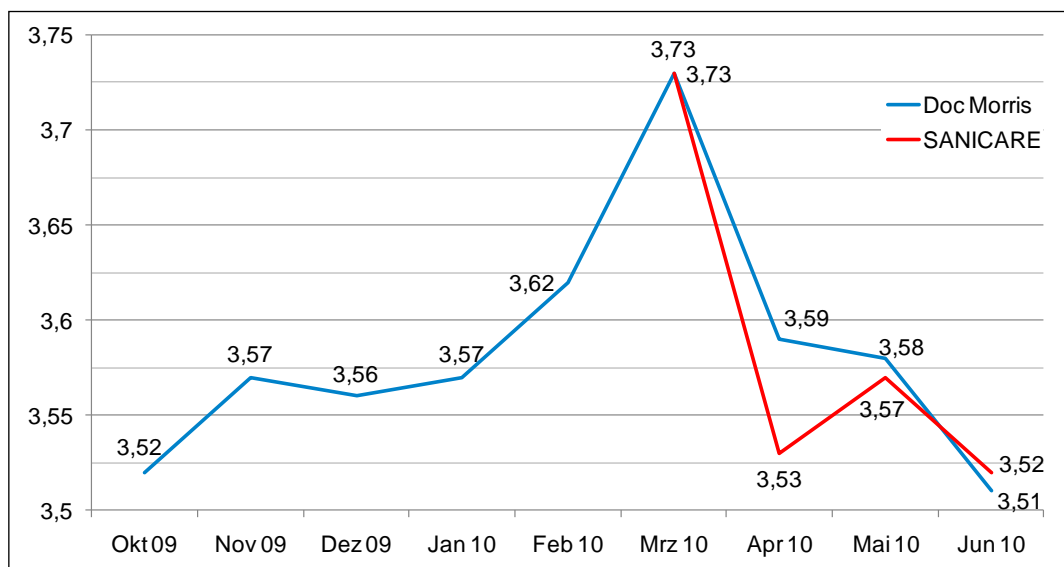


## ECC-Shopmonitor: Versandapotheken im Juni 2010 auf Image-Tiefpunkt

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

*Köln, 08. Juni 2010. Medikamente kaufen ist Vertrauenssache und eine gute Beratung unbedingt notwendig. Diese Eigenschaften des pharmazeutischen Vertriebs und die Erkenntnis, dass Vertrauen insbesondere im Online-Handel eine übergeordnete Rolle spielt, haben nicht nur Kritiker der Online-Versandapotheken dazu veranlasst, dieses Konzept genau zu beobachten. Der aktuelle ECC-Shopmonitor im Juni 2010 zeigt, dass das Vertrauen der deutschen Online-Shopper in die beiden umsatzstärksten Versandapotheken derzeit zurückzugehen scheint, denn der Imagewert von Doc Morris und SANICARE liegt aktuell auf dem Tiefpunkt.*

Auch wenn die Versandapotheken im Juni 2010 ihren schlechtesten Imagewert verzeichnen müssen, besteht noch kein Anlass zur Sorge: So befinden sich beide Apotheken durchgängig in den Top 10 des Imagerankings wieder. Aktuell jedoch nur noch auf Rang 9 und 10.



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](http://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](http://www.ecc-shopmonitor.de)

### **Das E-Commerce-Center Handel (ECC Handel)**

Das ECC Handel ([www.ecc-handel.de](http://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](mailto:s.rodenkirchen@ecc-handel.de)

[www.ecc-handel.de](http://www.ecc-handel.de)

[www.ecc-shopmonitor.de](http://www.ecc-shopmonitor.de)