



ECC-Shopmonitor

Das Image der 20 umsatzstärksten Online-Shops und Shopping-Portale in Deutschland

Januar 2010





- ▶ **Methode:** Monatliche Online-Befragung in Deutschland
- ▶ **Stichprobe:** 1.000 Befragte im Alter ab 16 Jahren (internetrepräsentativ)
- ▶ **Umfang:** Eine geschlossene Frage mit 5er-Skalierung und „Weiß nicht“-Option
- ▶ **Zusätzliche Bereitstellung in der langen Version:**
 - ▶ Detaillierte Darstellung des Image-Empfindens für die einzelnen Online-Shops und Shopping-Portale
 - ▶ Unterscheidung des Image-Empfindens nach den folgenden soziodemografischen Merkmalen der Stichprobe: Geschlecht, Alter, höchste Schulbildung, Haushaltsgröße und Haushaltsnettoeinkommen
- ▶ **Abgefragte Shops:** Top 20 auf Basis des Rankings der umsatzstärksten deutschen Shopping-Portale und Online-Shops von iBusiness ('Shoppingportale und Onlineshops 2008/2009')
- ▶ Die Erhebung fand am 16.12.2009 statt.



Die 20 umsatzstärksten deutschen Online-Shops*

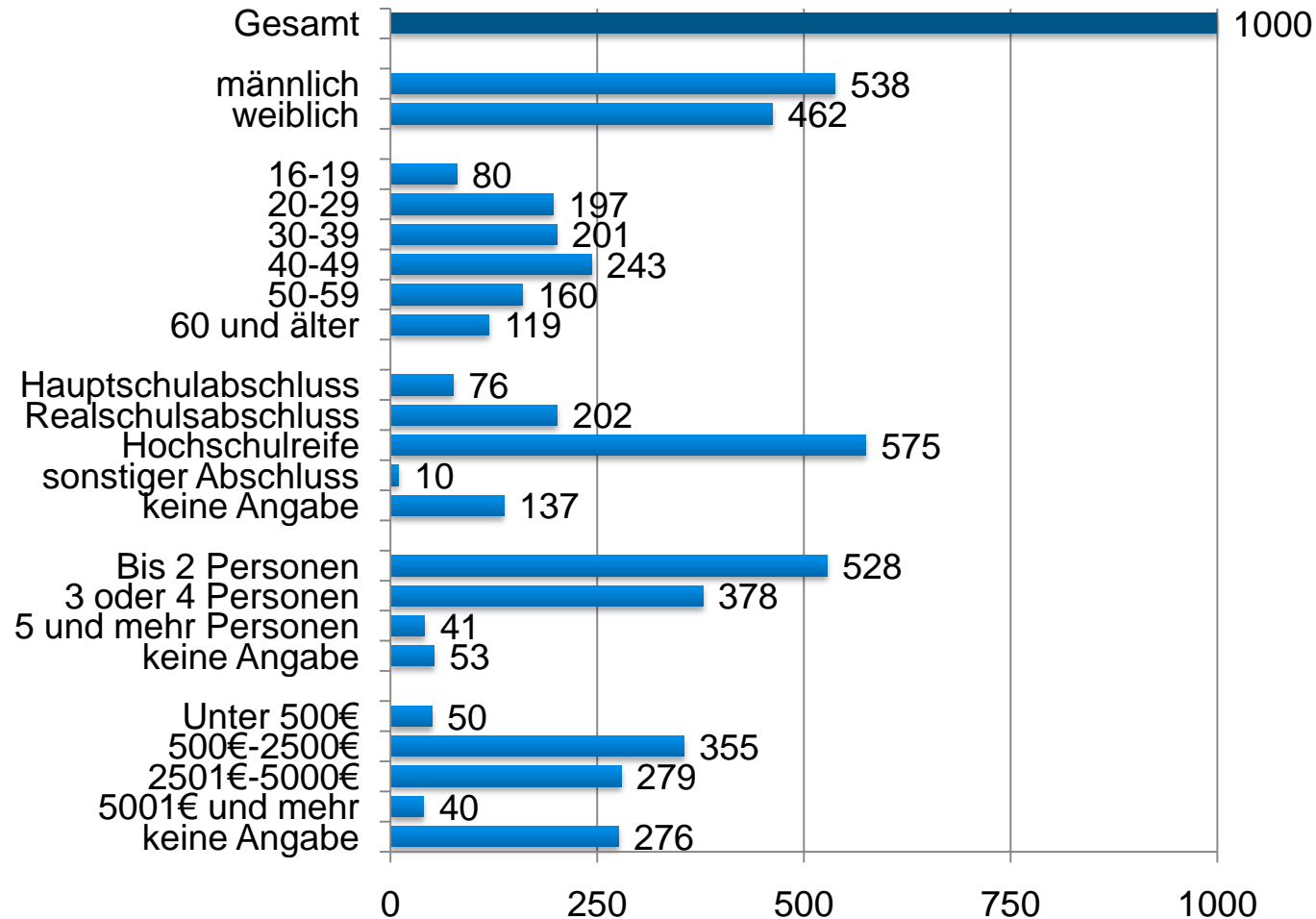


- ▶ Alternate Computerversand
- ▶ Amazon
- ▶ Baur
- ▶ Bechtle direkt
- ▶ Bonprix
- ▶ Conrad Electronic
- ▶ Doc Morris
- ▶ Heine
- ▶ Musikhaus Thomann
- ▶ Neckermann
- ▶ Notebooksbilliger
- ▶ Otto
- ▶ Printus
- ▶ SportScheck**
- ▶ Redcoon
- ▶ Schwab
- ▶ Tchibo
- ▶ Telekom
- ▶ Versandhaus Walz
- ▶ Weltbild

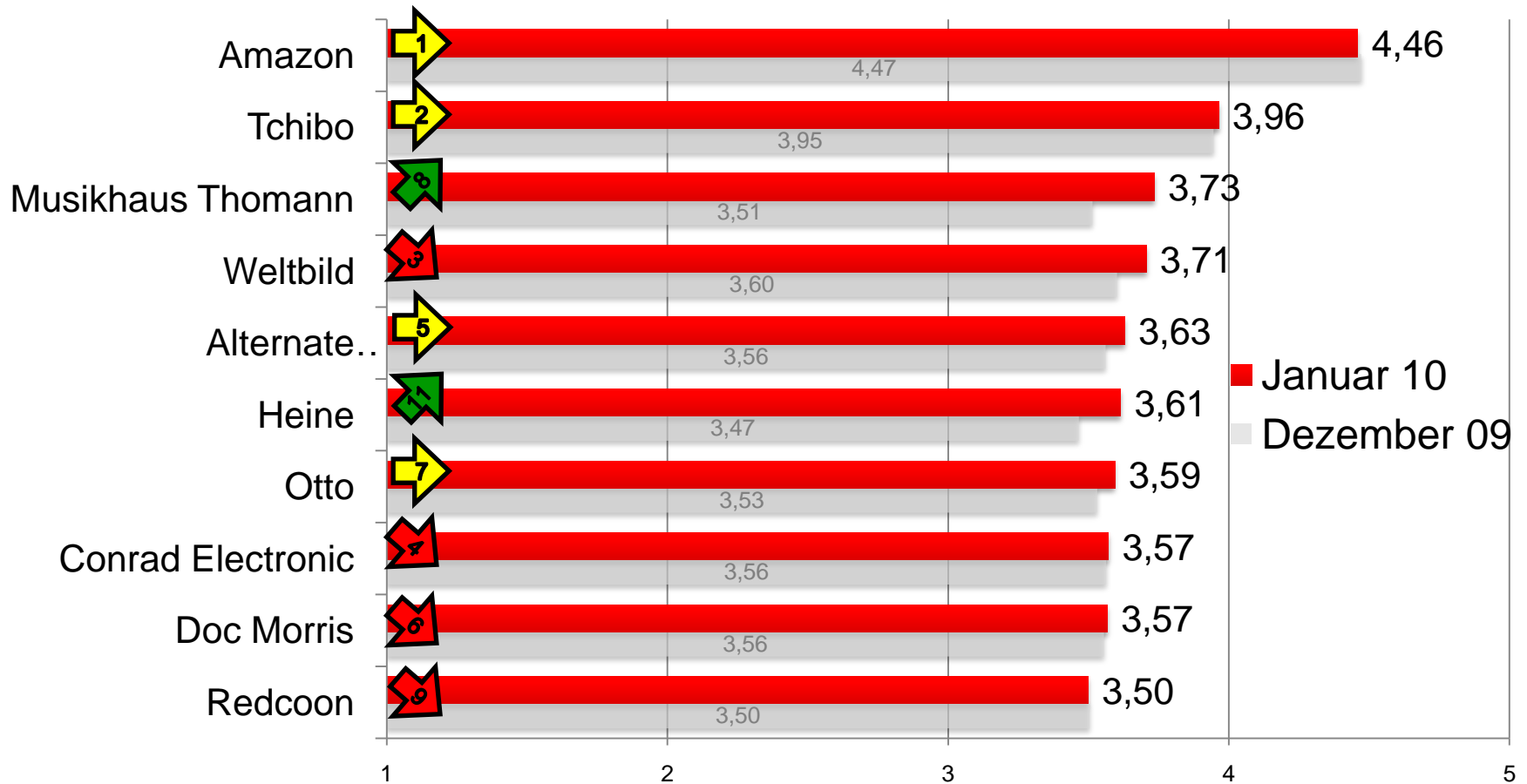
*Quelle: iBusiness-Ranking „Shopping Portale und Online-Shops 2008/2009“

Basis: Deutsche E-Commerce-Umsätze in Millionen Euro summiert für die Geschäftsjahre 2007 und 2008

** Ersatz für den insolventen Online-Shop Quelle

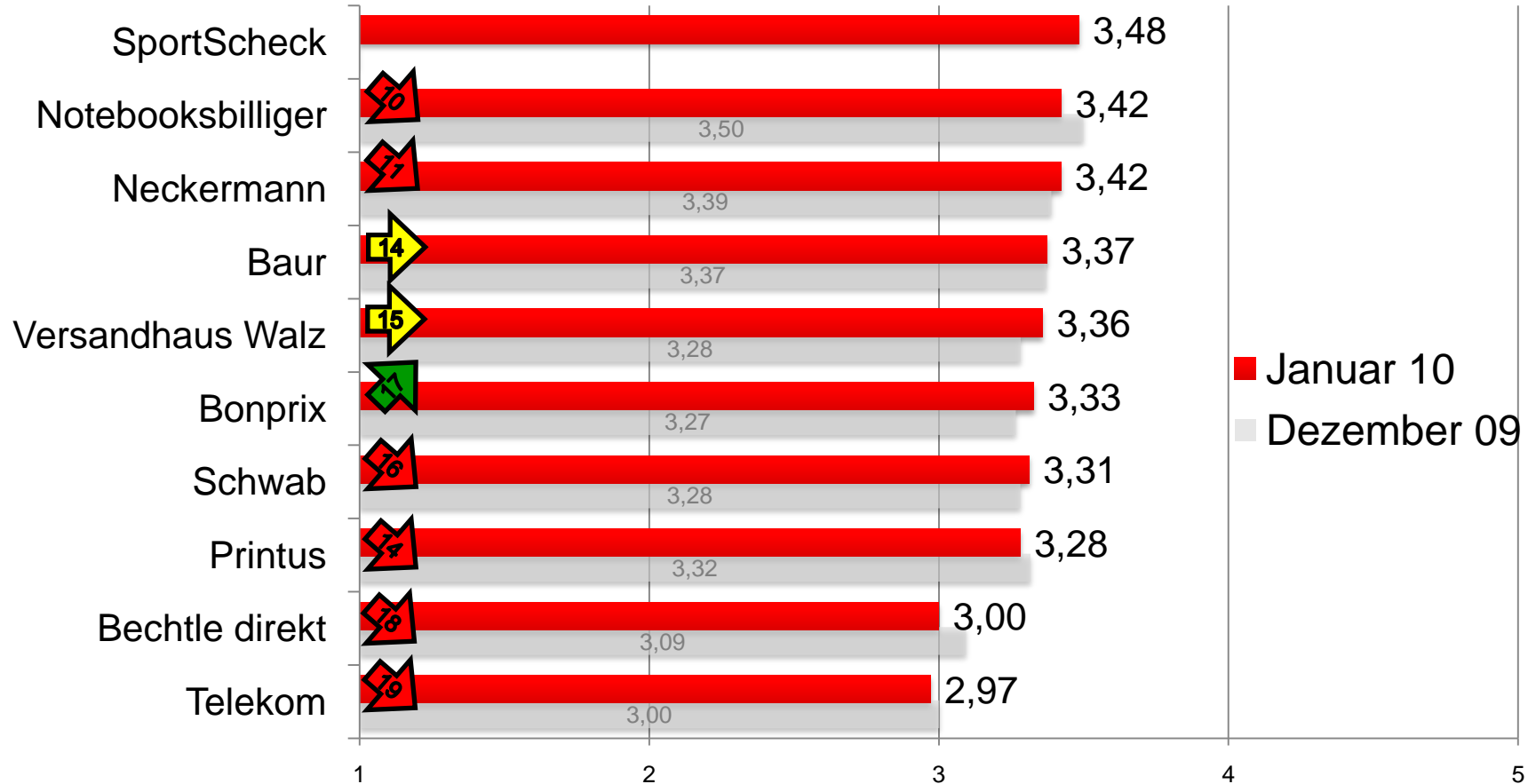


Die Top 10 im Imageranking Januar 2010



Basis: n = 1000 | Skalierung: 1 = sehr schlecht; 5 = sehr gut | Es werden Mittelwerte angezeigt |
Die Werte in den Pfeilen stellen die Platzierung aus dem Vormonat dar

Die Plätze 11 bis 20 im Imageranking Januar 2010



Basis: n = 1000 | Skalierung: 1 = sehr schlecht; 5 = sehr gut | Es werden Mittelwerte angezeigt | Die Werte in den Pfeilen stellen die Platzierung aus dem Vormonat dar



- ☺ Aufsteiger des Monats Januar 2010 ist das Musikhaus Thomann.
- ☺ Das Musikhaus Thomann kann seinen Imagewert um 0,22 Punkte verbessern und somit von Rang 8 im Dezember 2009 auf Platz 3 aufsteigen. Somit nimmt der Online-Shop wieder die Ursprungs-Positionierung vom ersten ECC-Shopmonitor im Oktober 2009 ein.
- ☺ Als einziger Online-Shop innerhalb des Rankings gibt keiner der Befragten an, dass er von dem Musikhaus einen „Sehr schlechten“ Eindruck hat.
- ☺ Ein besonders gutes Image (4,0) kann das Musikhaus Thomann in Haushalten mit fünf und mehr Personen sowie bei der Zielgruppe der 40- bis 49-jährigen (3,94) erzielen.
- ☺ Der positive Trend der Imagewerte, der bereits im Dezember zu beobachten war, setzt sich auch im Januar 2010 fort. So können – wahrscheinlich getrieben durch das Online-Weihnachtsgeschäft – 14 der 20 gelisteten Online-Shops ihr Image ausbauen oder zumindest halten.
- ☺ Der Online-Shop von SportScheck, der innerhalb des Rankings den insolventen Quelle-Shop ersetzt, steigt mit einem Imagewert von 3,48 unmittelbar auf Rang 11 ein.



- ☹ Absteiger des Monats Januar 2010 sind die Consumer Electronics Anbieter, die zu Beginn des Jahres Imageeinbußen hinnehmen müssen – lediglich Alternate kann seine Platzierung halten.
- ☹ Obwohl Elektro-Artikel jedes Jahr ein beliebtes Weihnachtsgeschenk sind, scheint das Image der zuständigen Händler keinen Vorteil daraus zu ziehen. So zeigt auch für den stationären Elektro-Handel eine aktuelle Studie*, dass in vielen Elektromärkten das Service- und Beratungsniveau eher mittelmäßig bis schwach ist.
- ☹ Das Ausscheiden des insolventen Quelle-Online-Shops hat zur Folge, dass die Telekom wieder auf dem letzten Rang liegt. Doch auch unabhängig davon liegt der Imagewert des Telekommunikationsanbieters erneut unterhalb des Mittelwerts von 3.

*Quelle: ServiceRating GmbH: „Benchmarkstudie zur Servicequalität von Elektromärkten 2009“



Im Januar 2010 zeigt sich insbesondere innerhalb der Top 10 ein bereits erwartetes Bild: das Weihnachtsgeschäft hat einen positiven Einfluss auf das Image der Online-Shops und Shopping-Portale in Deutschland. Vor allem das Musikhaus Thomann und der Versandhändler Heine können einen starken Imagegewinn verzeichnen und einige Plätze gut machen. Auch SportScheck, der den Online-Shop der insolventen Quelle innerhalb des Rankings ersetzt, steigt mit einem Imagewert von 3,48 nur knapp hinter den Top 10 auf Rang 11 ein.



Die Consumer Electronics Anbieter können das Weihnachtsgeschäft hingegen nicht für eine Image-Verbesserung nutzen. Nur Alternate Computerversand kann seine Position im Januar behaupten – die anderen Online-Shops müssen Plätze einbüßen.

In welcher Form die wichtigsten logistischen Faktoren, die im Weihnachtstrubel häufig den entscheidenden Unterschied ausmachen, einen Einfluss auf das Image haben, untersucht der aktuelle und erstmals erscheinende ECC-Shopmonitor Spezial.

A handwritten signature in blue ink, reading 'S. Rodenkirchen'.

Sonja Rodenkirchen

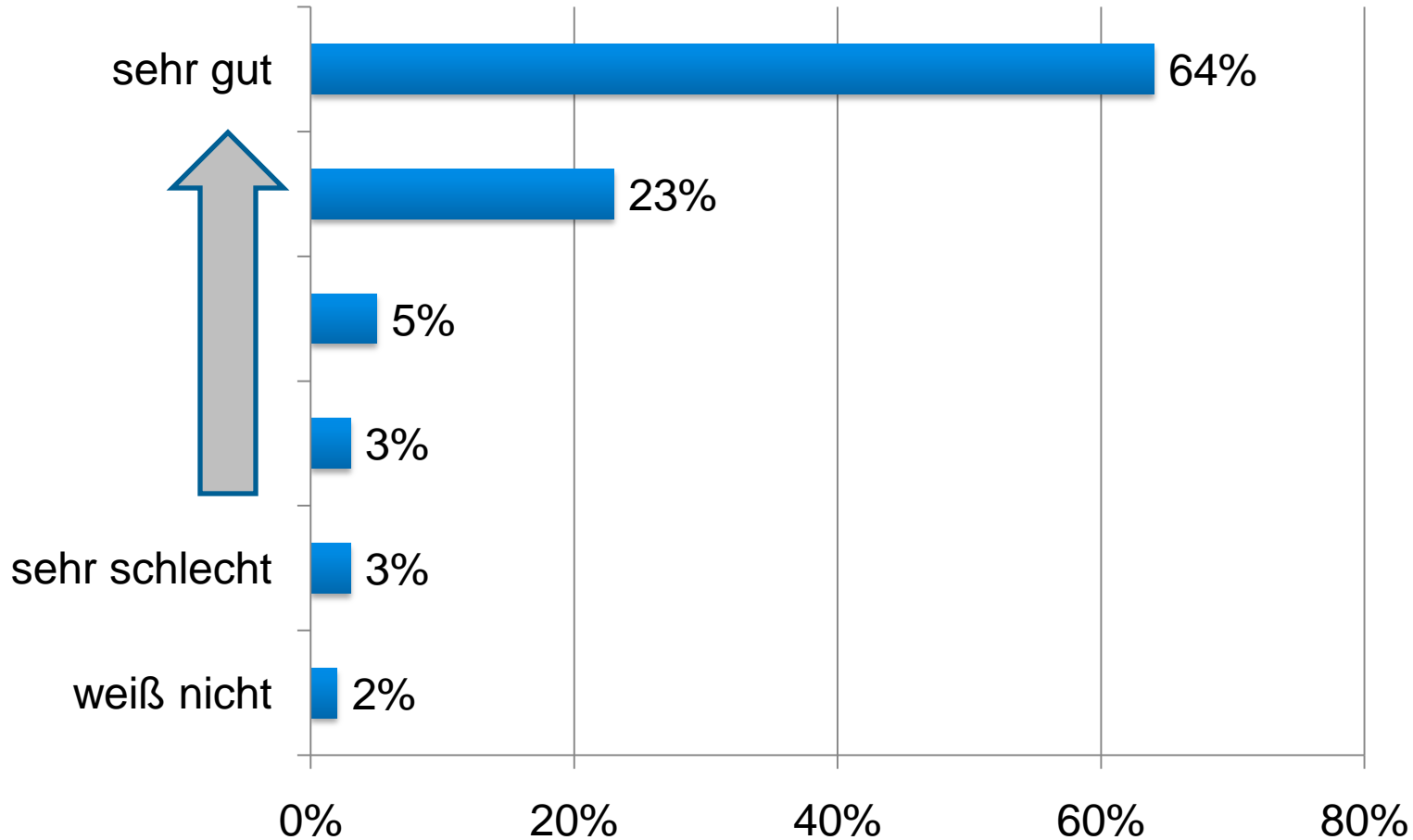


Detailanalyse der 20 Online-Shops und Shopping-Portalen

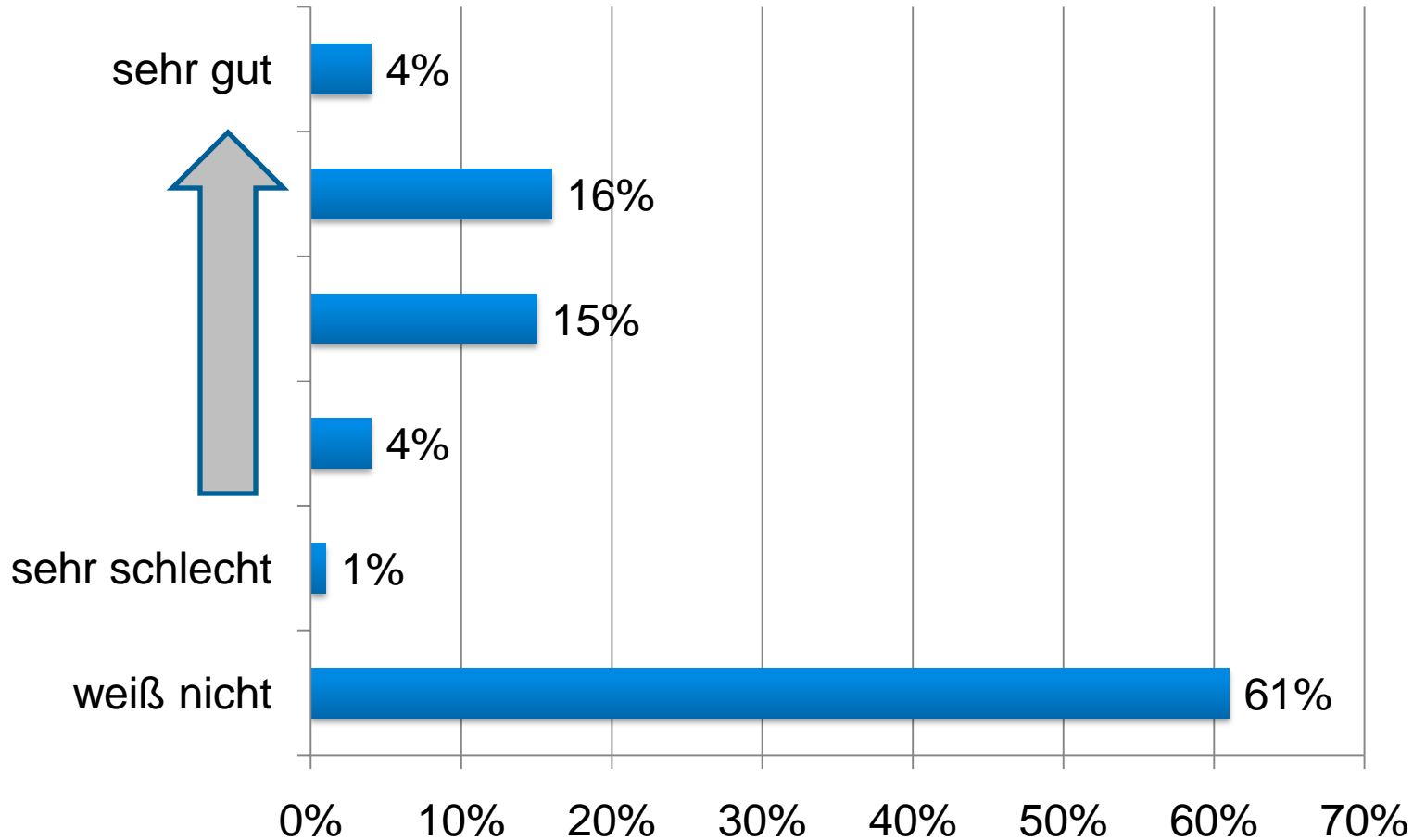


Sie haben sich für die ausführliche Version des ECC-Shopmonitors entschieden. Im Anschluss finden Sie daher eine detaillierte Analyse der 20 Online-Shops und Shopping-Portale zunächst aufgegliedert nach Häufigkeiten.

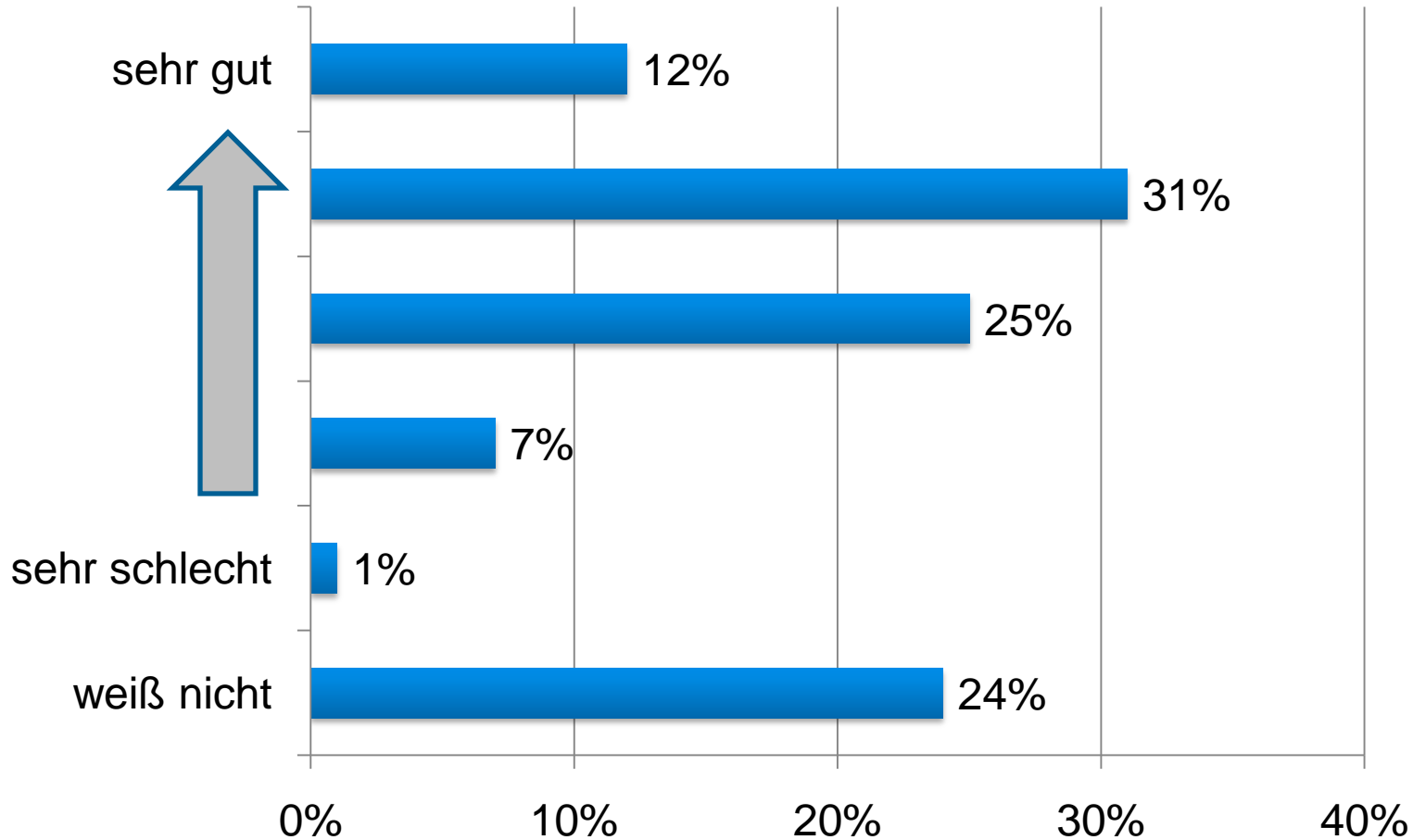
Im Anschluss erfolgt eine Detailanalyse nach soziodemografischen Merkmalen.



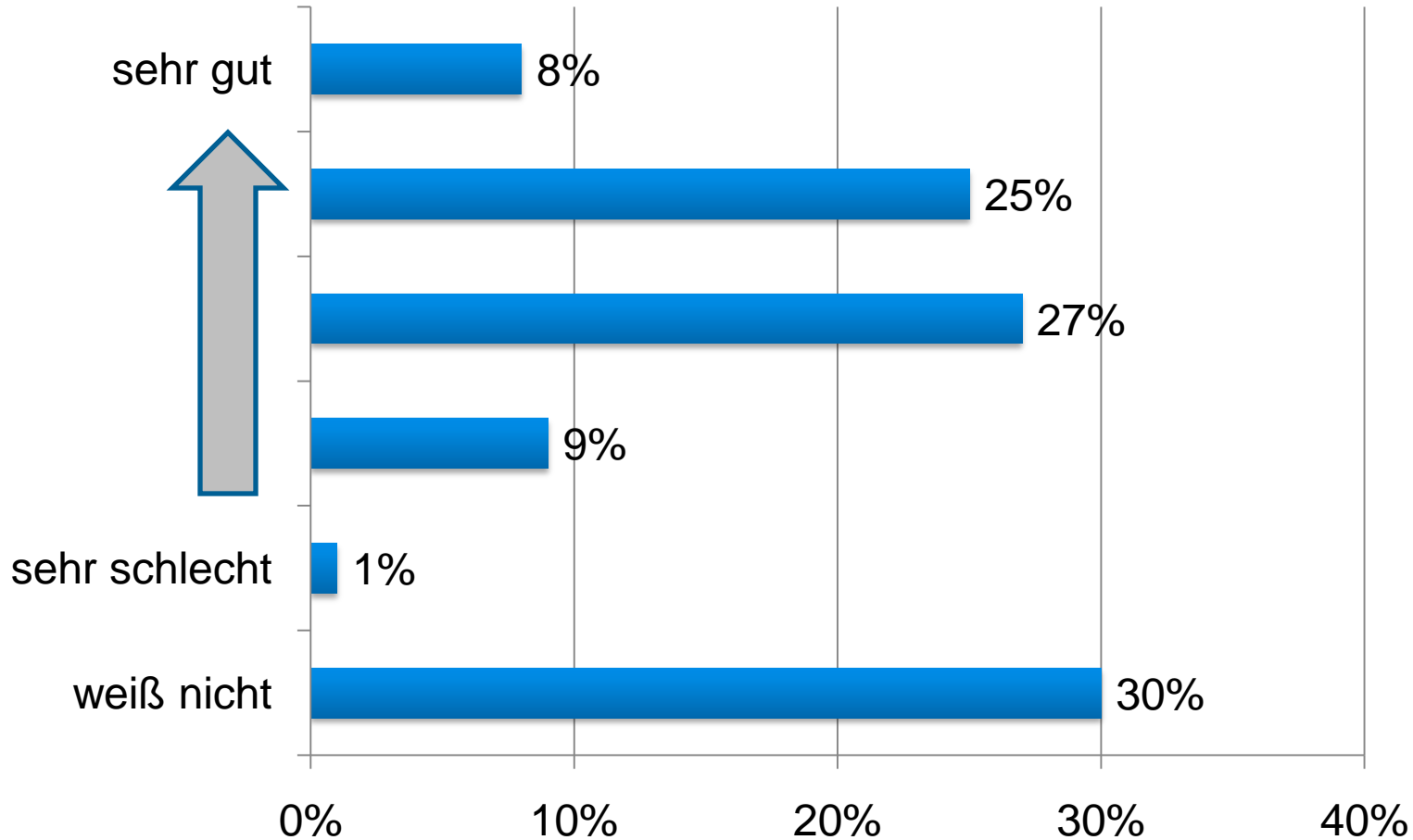
Basis: n = 1000



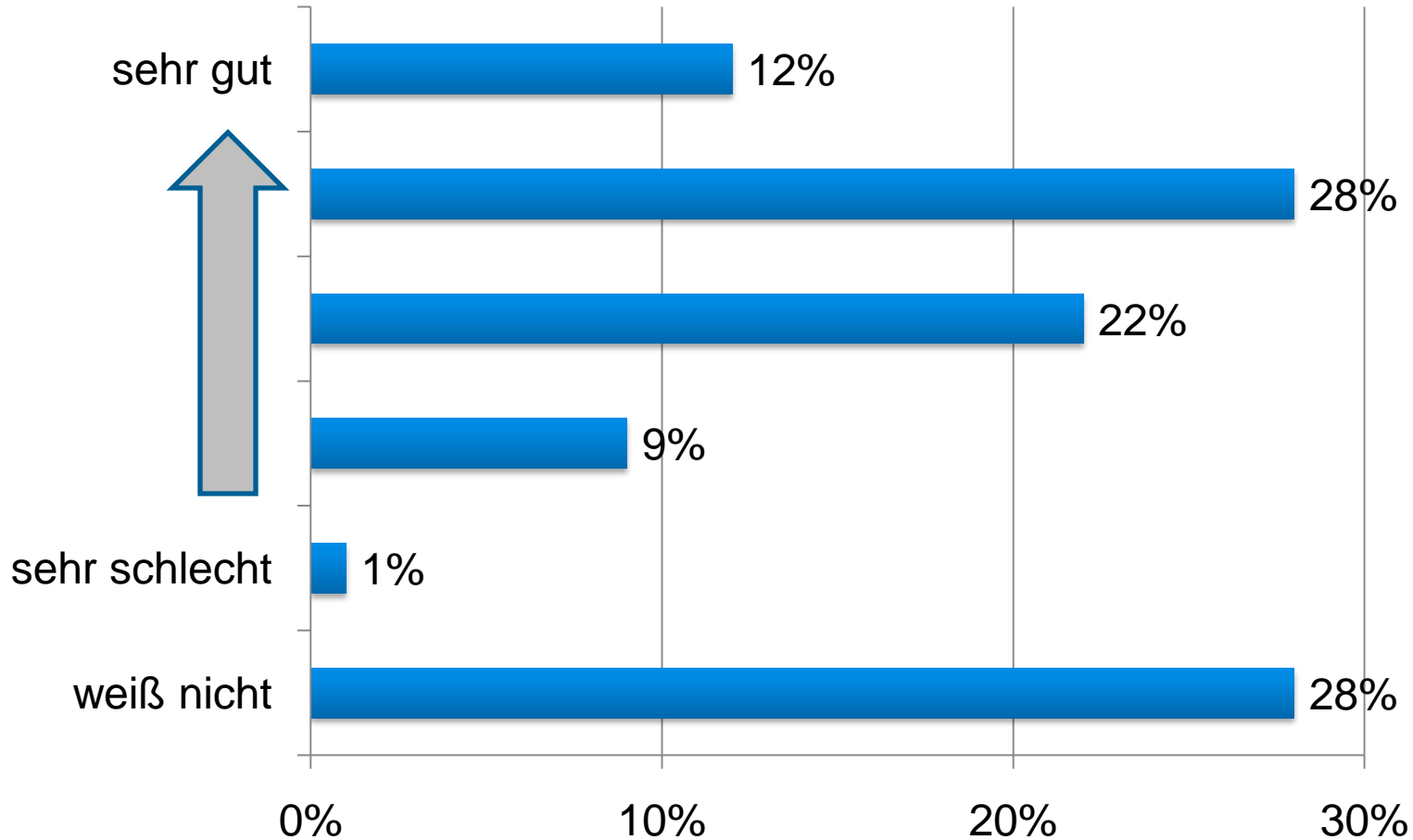
Basis: n = 1000



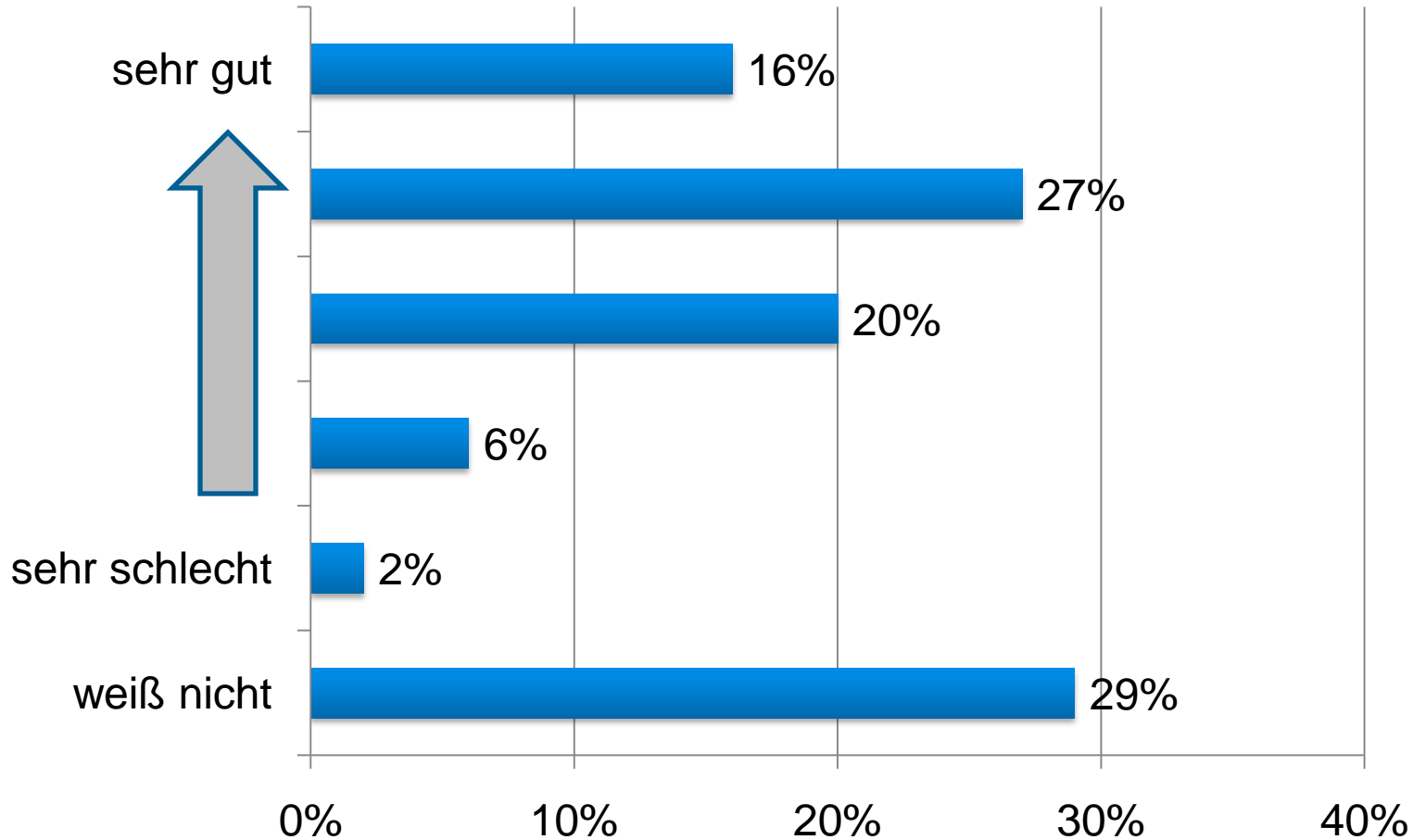
Basis: n = 1000



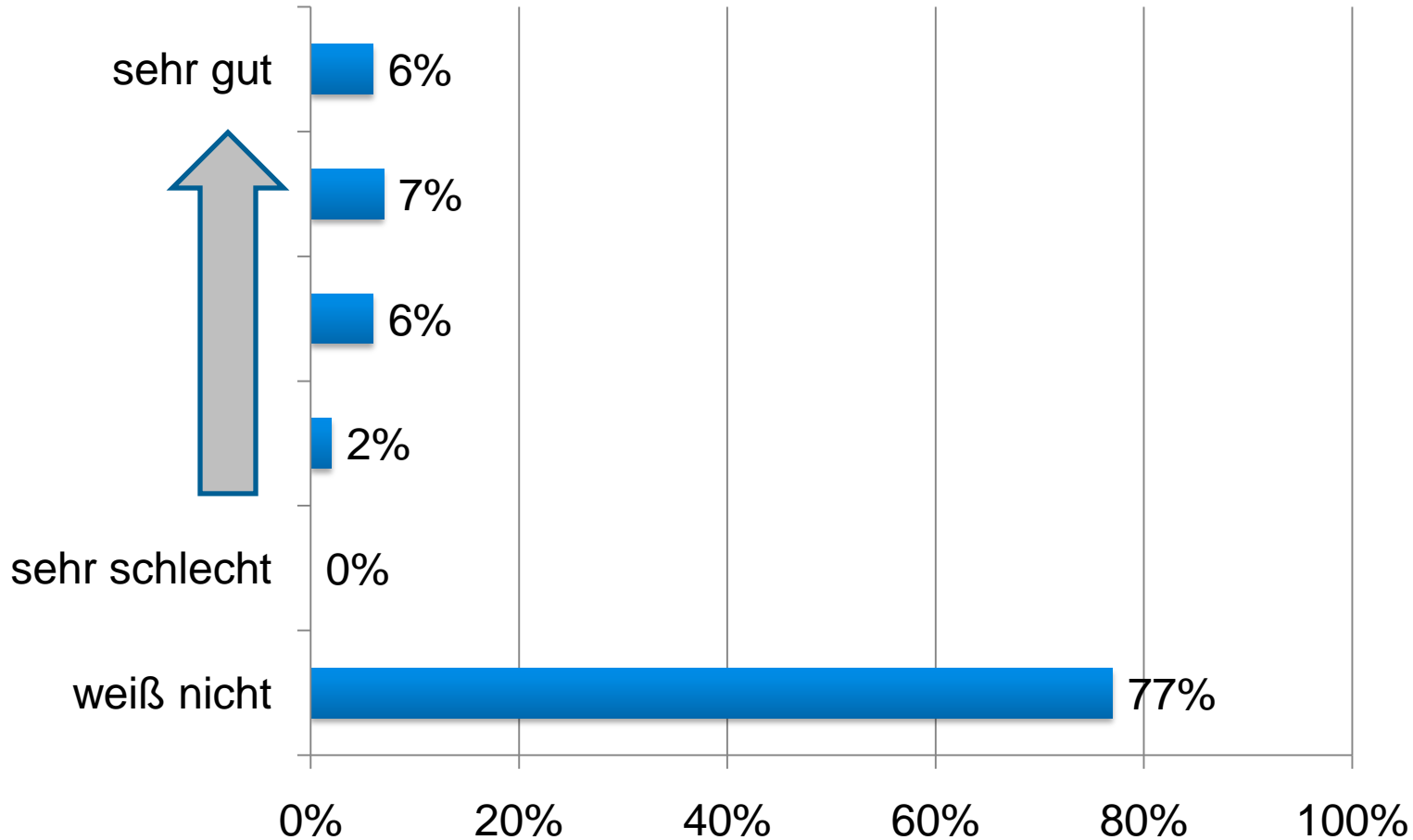
Basis: n = 1000



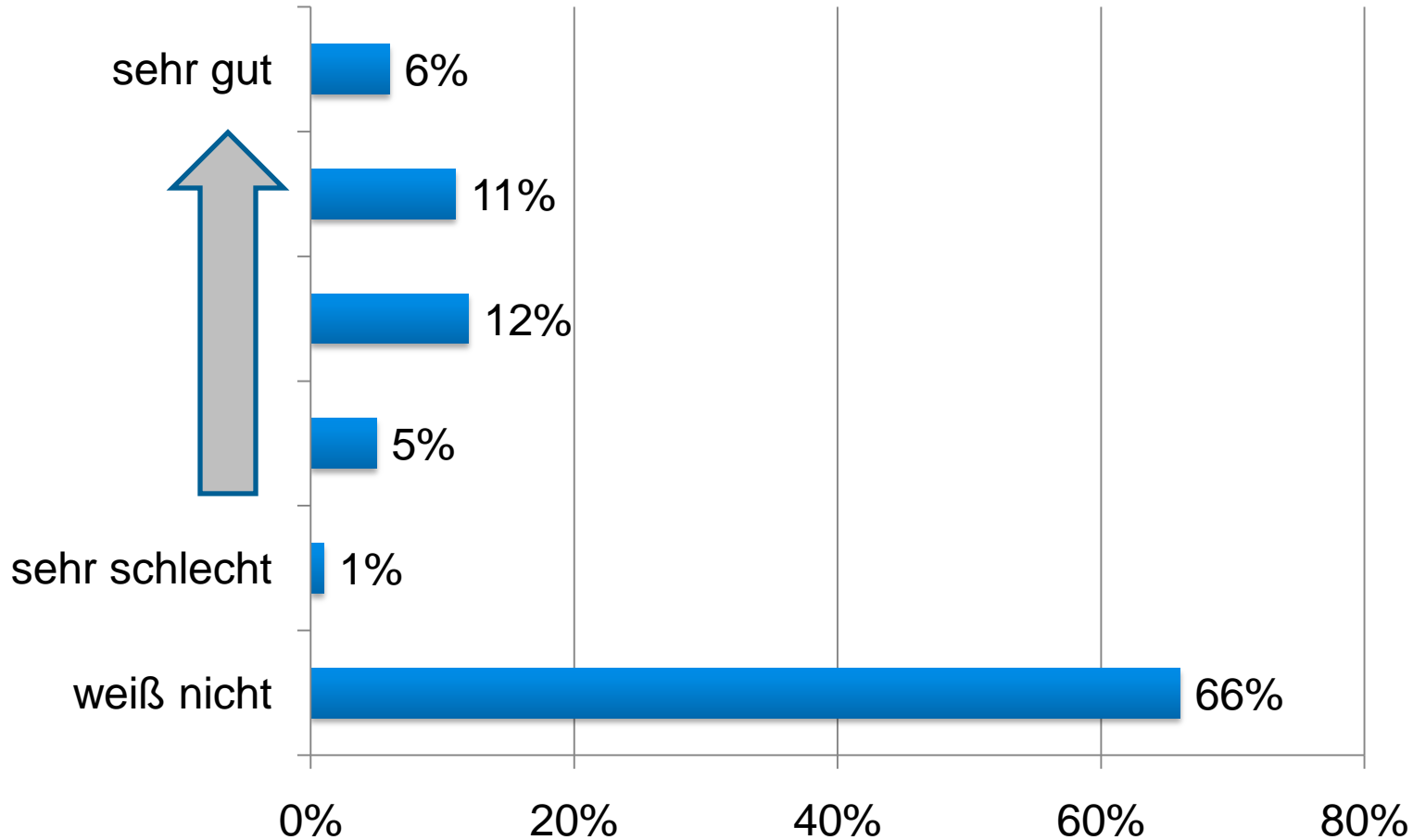
Basis: n = 1000



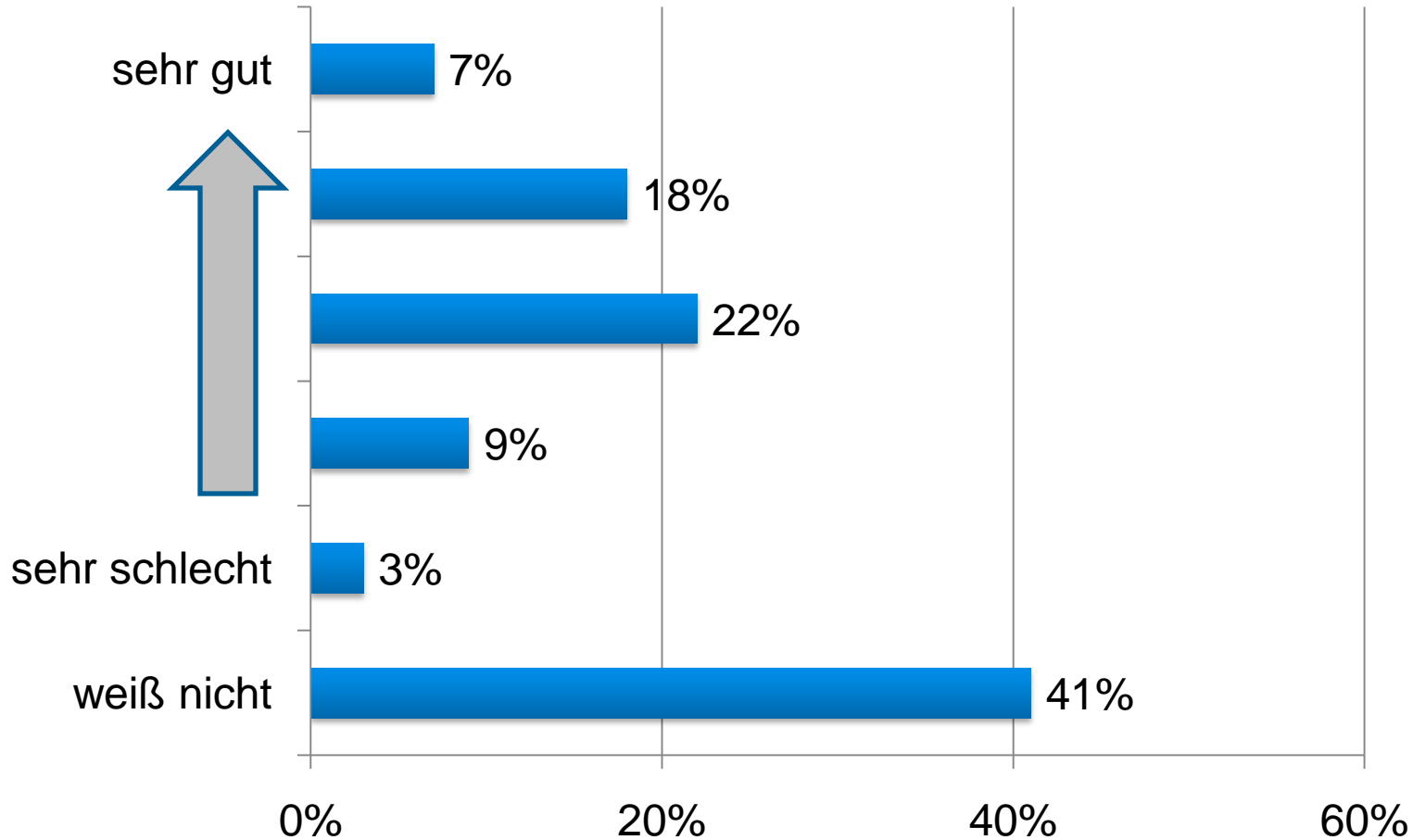
Basis: n = 1000



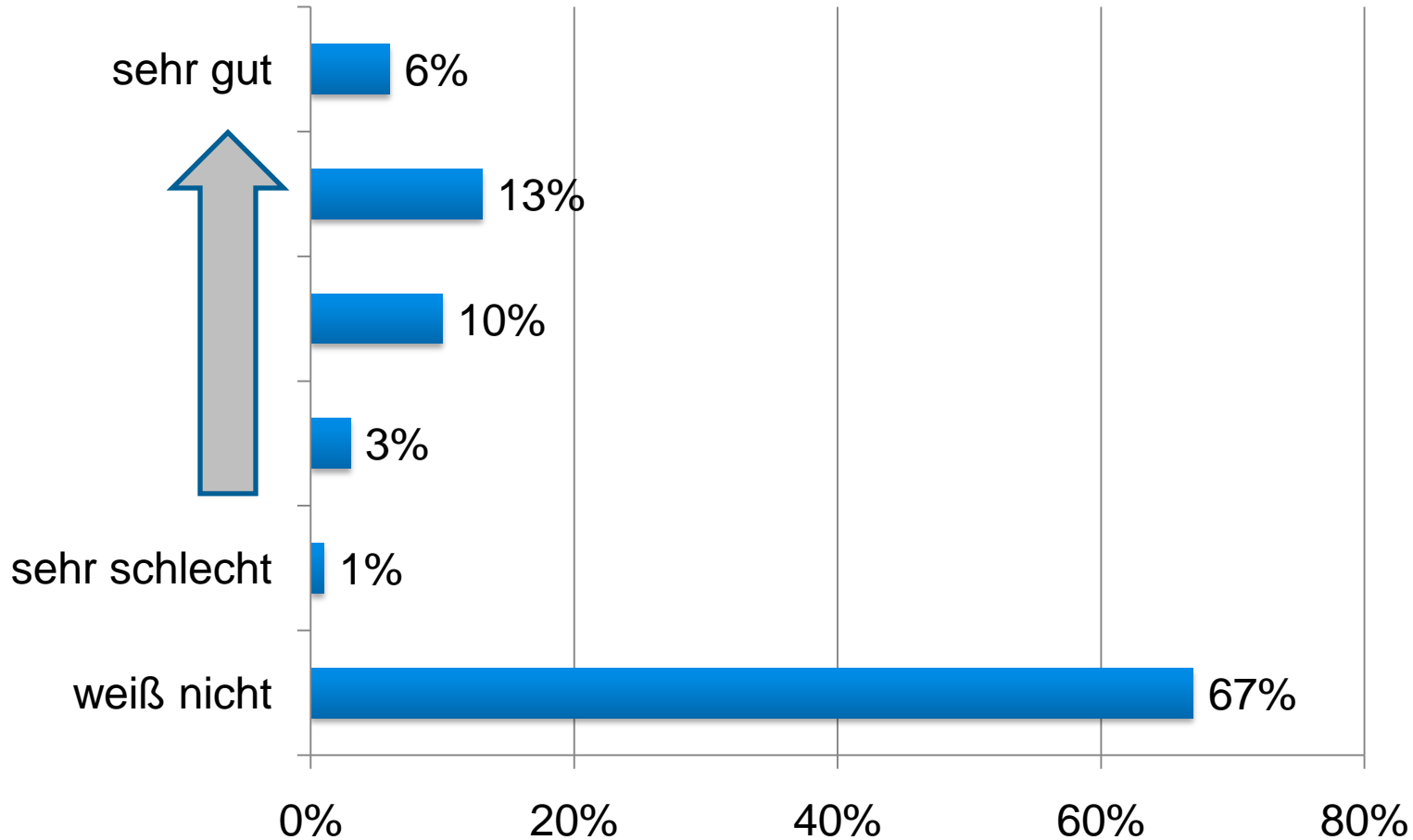
Basis: n = 1000



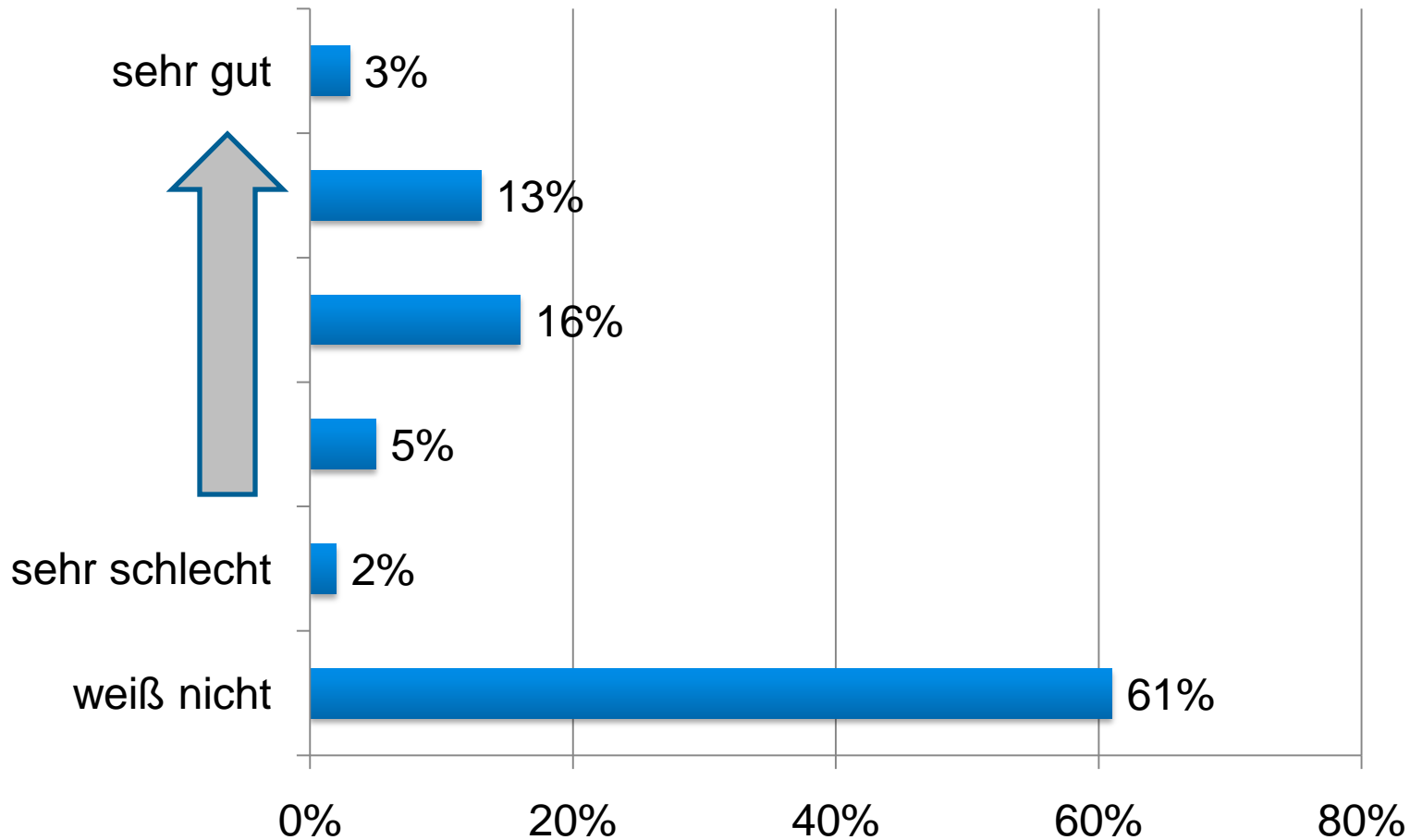
Basis: n = 1000



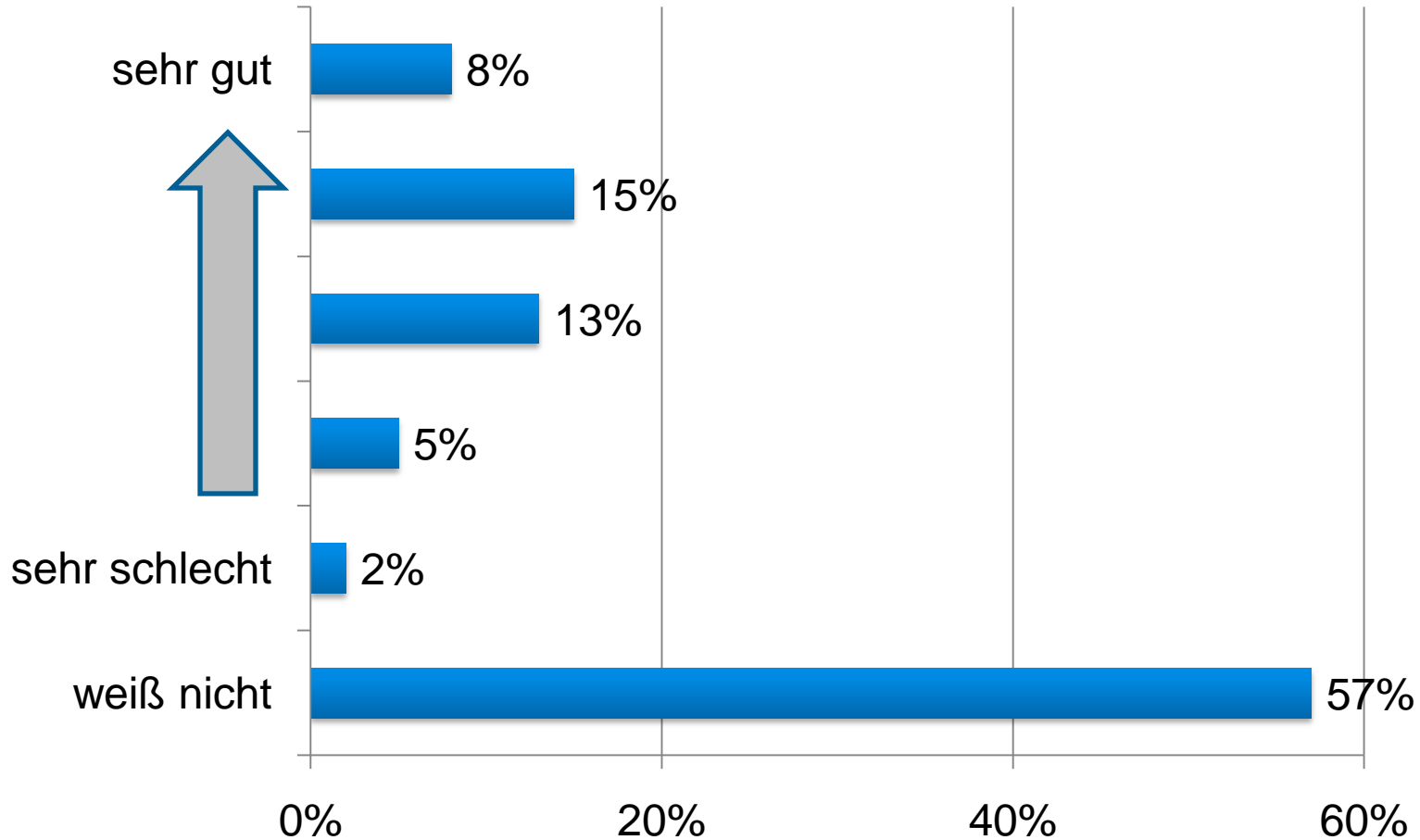
Basis: n = 1000



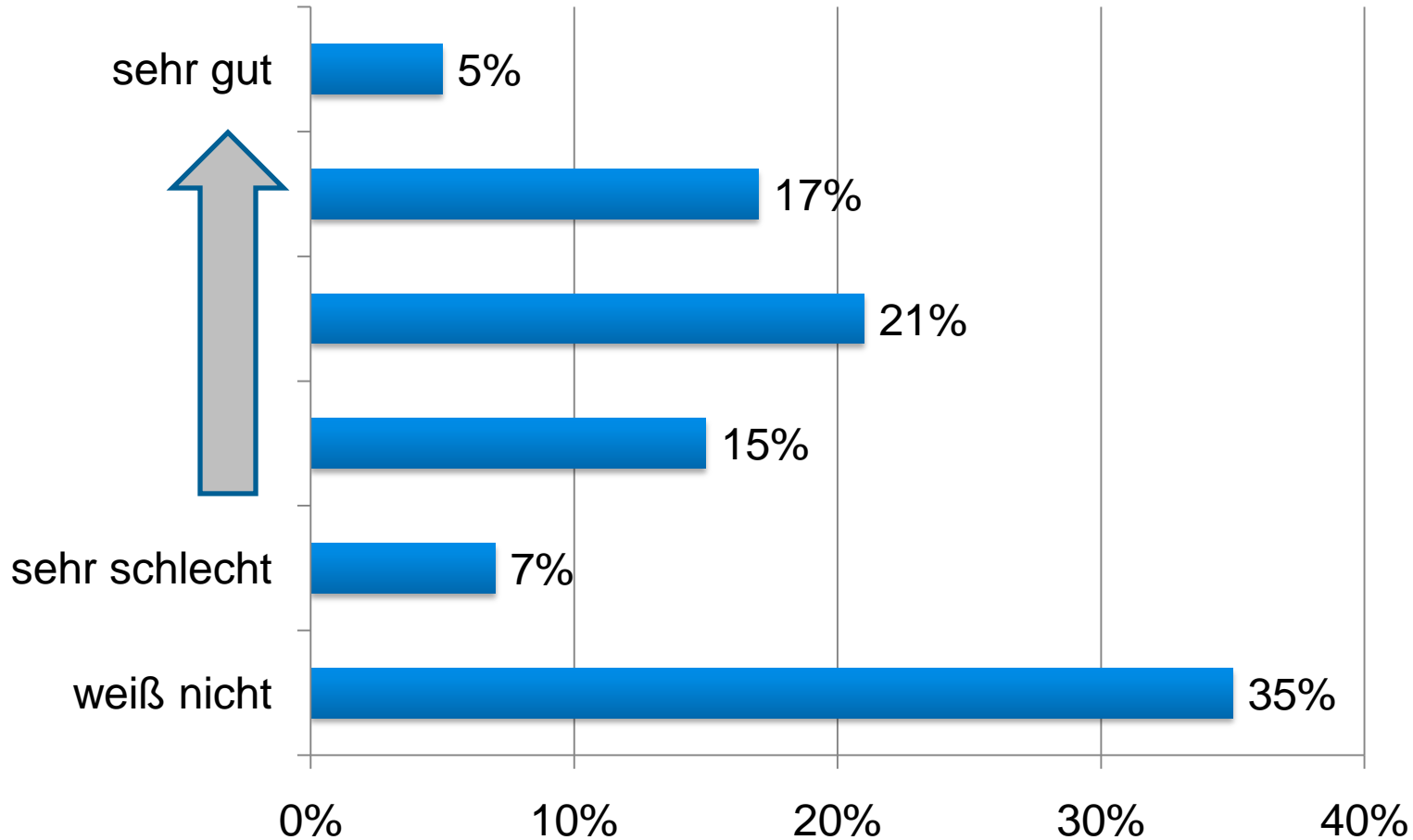
Basis: n = 1000



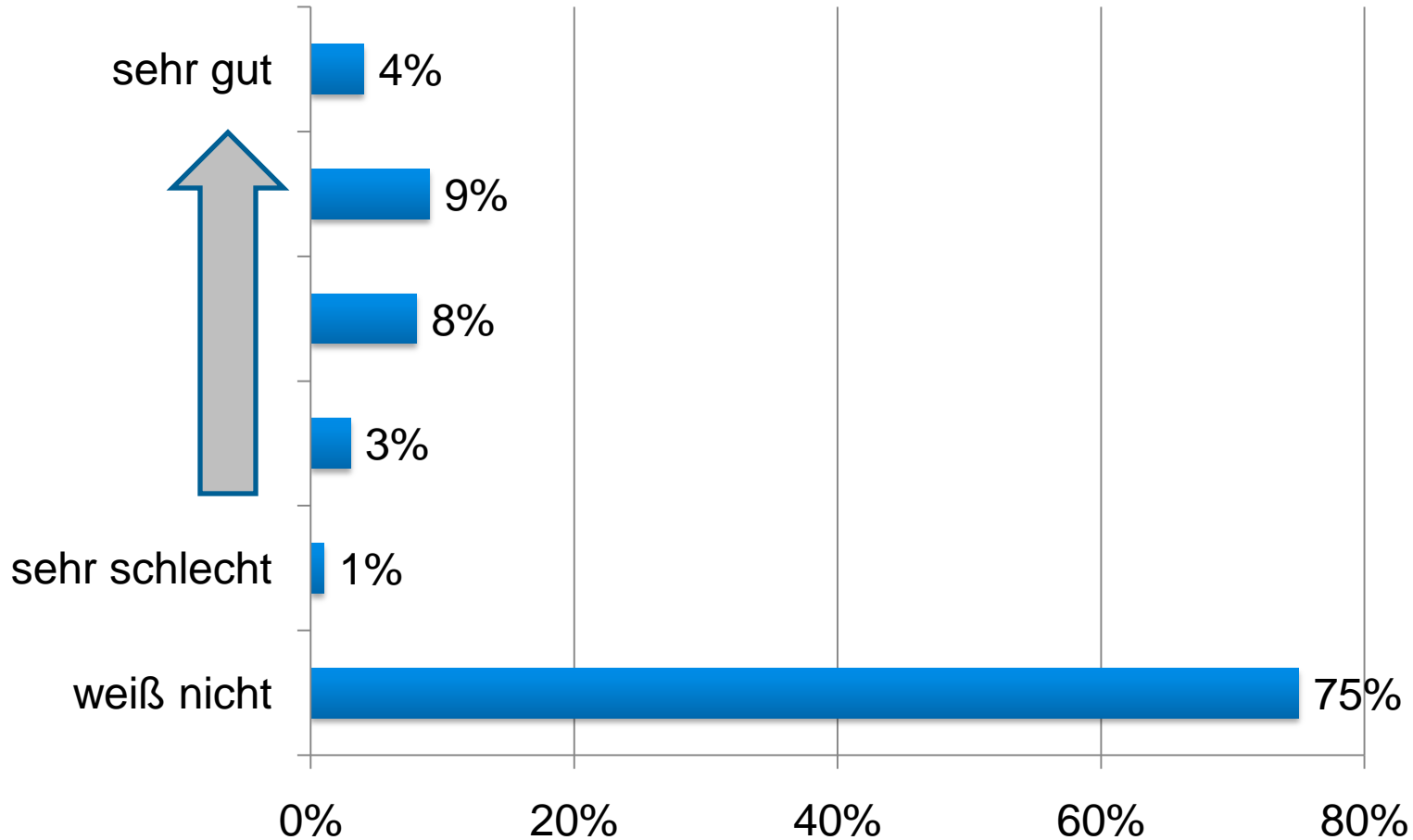
Basis: n = 1000



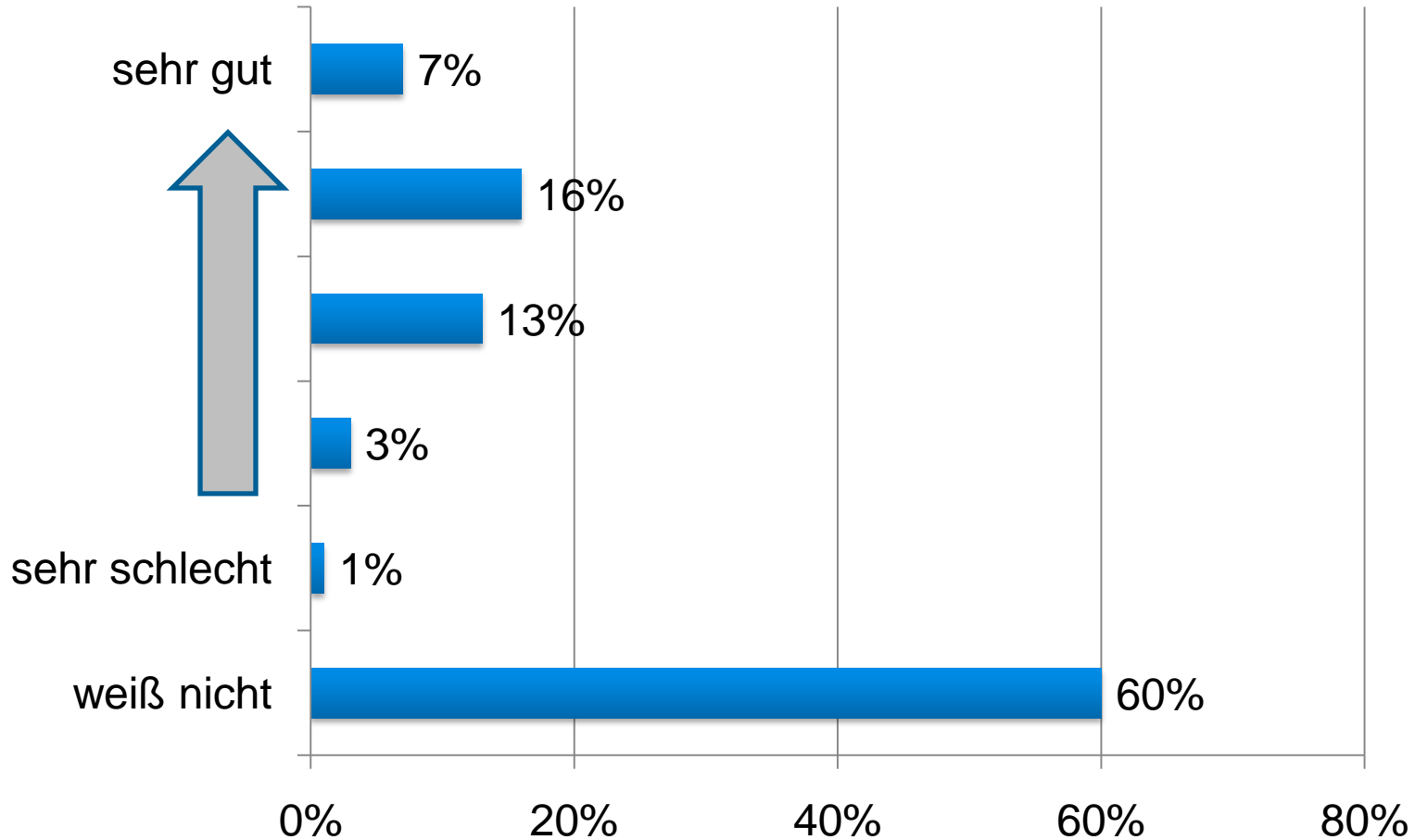
Basis: n = 1000



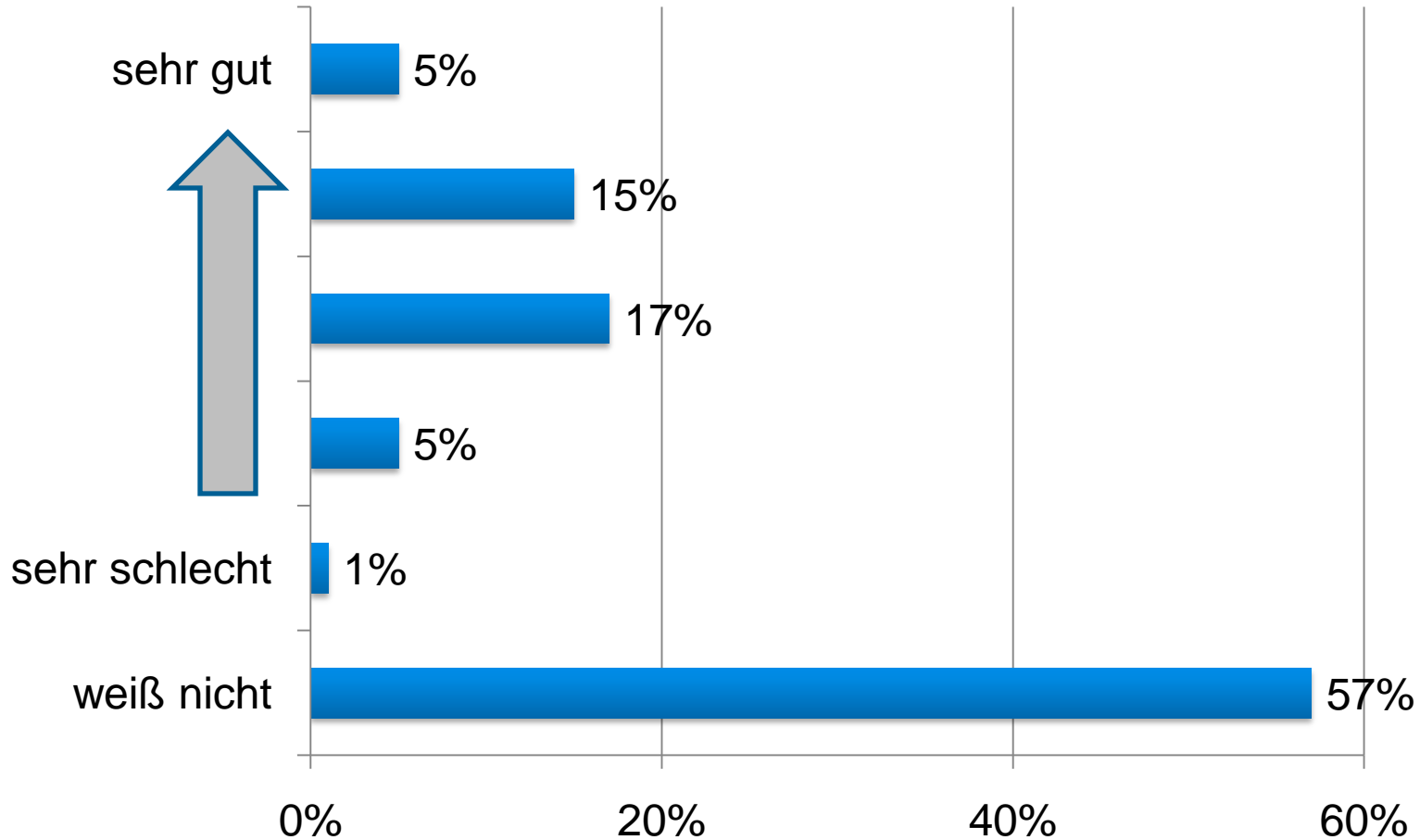
Basis: n = 1000



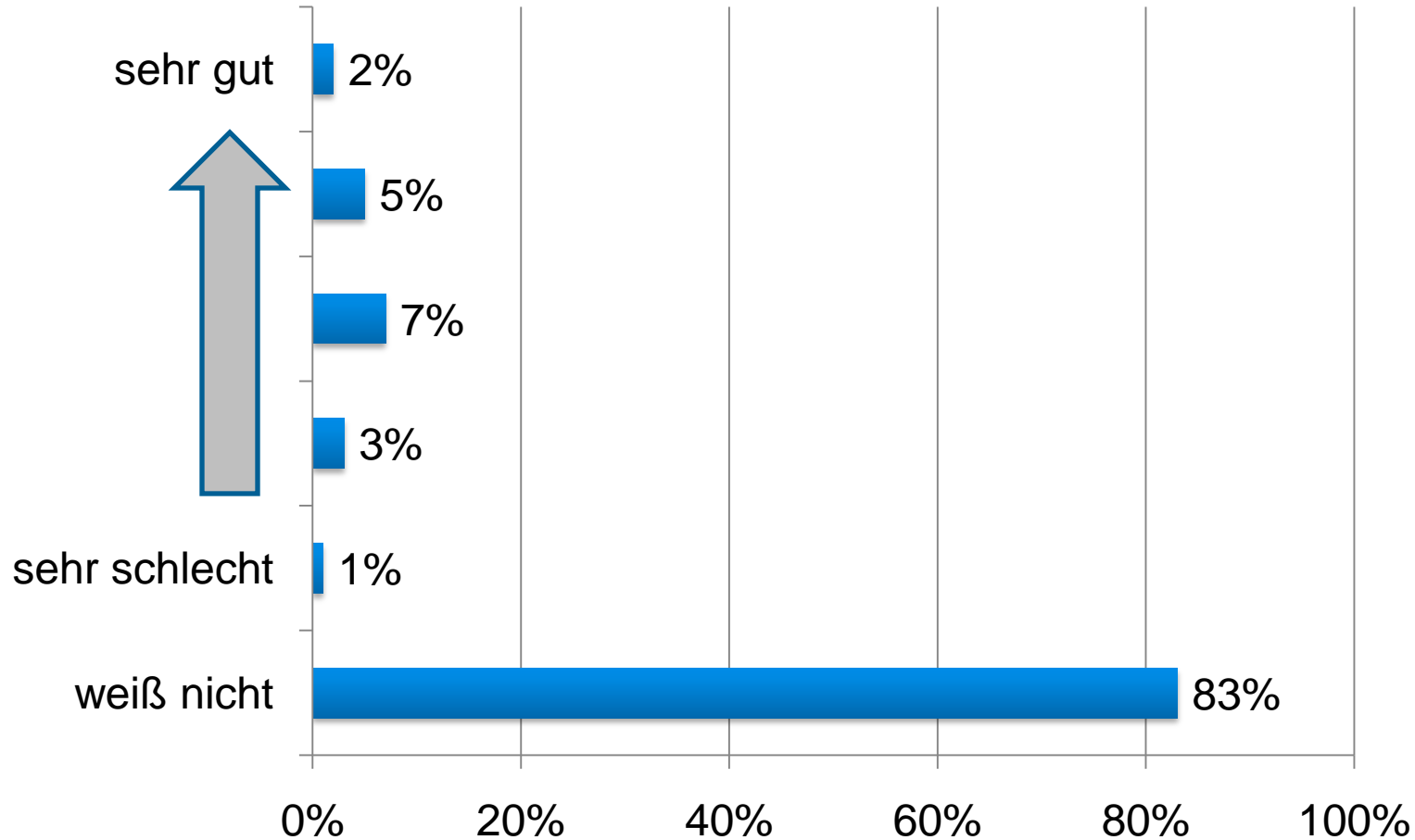
Basis: n = 1000



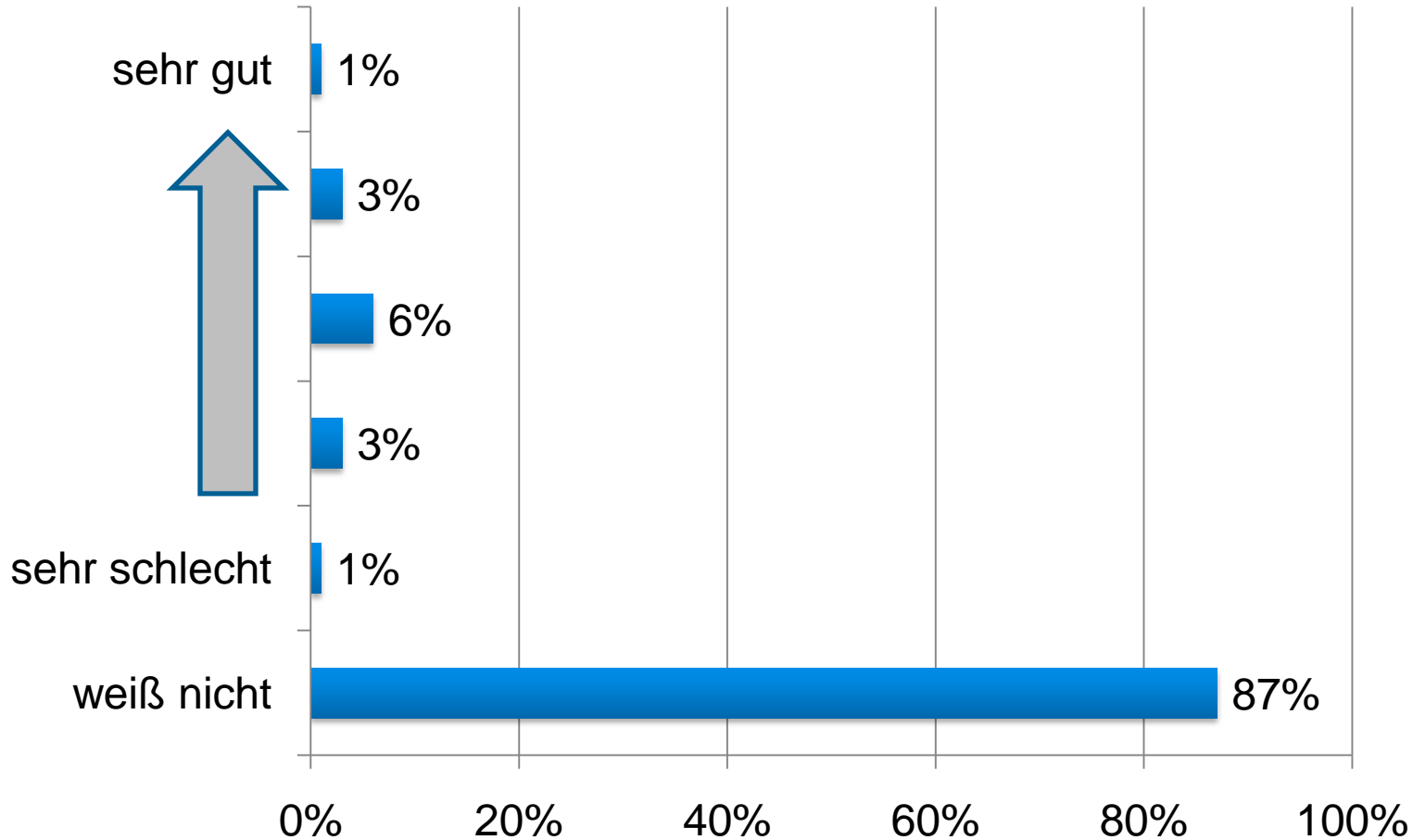
Basis: n = 1000



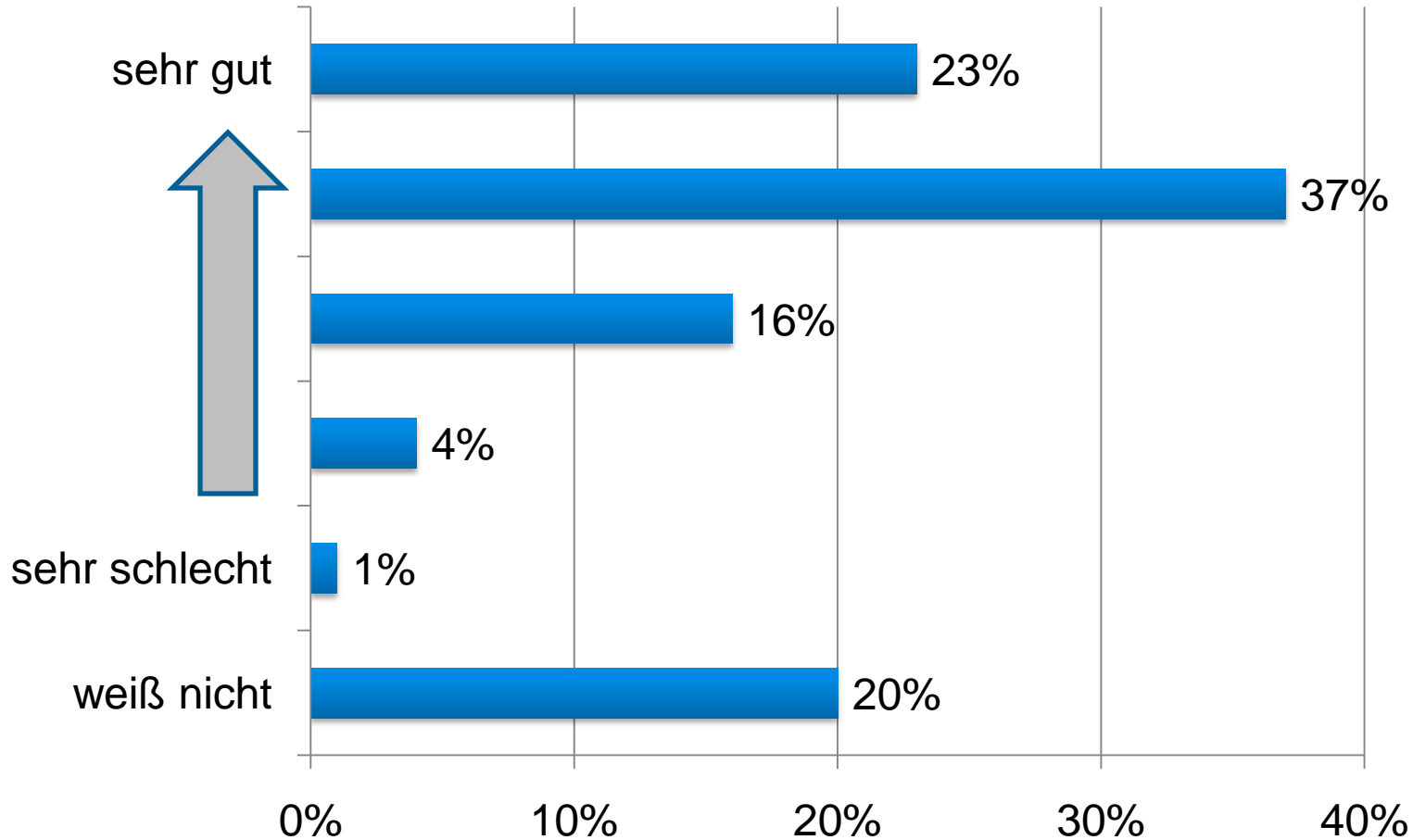
Basis: n = 1000



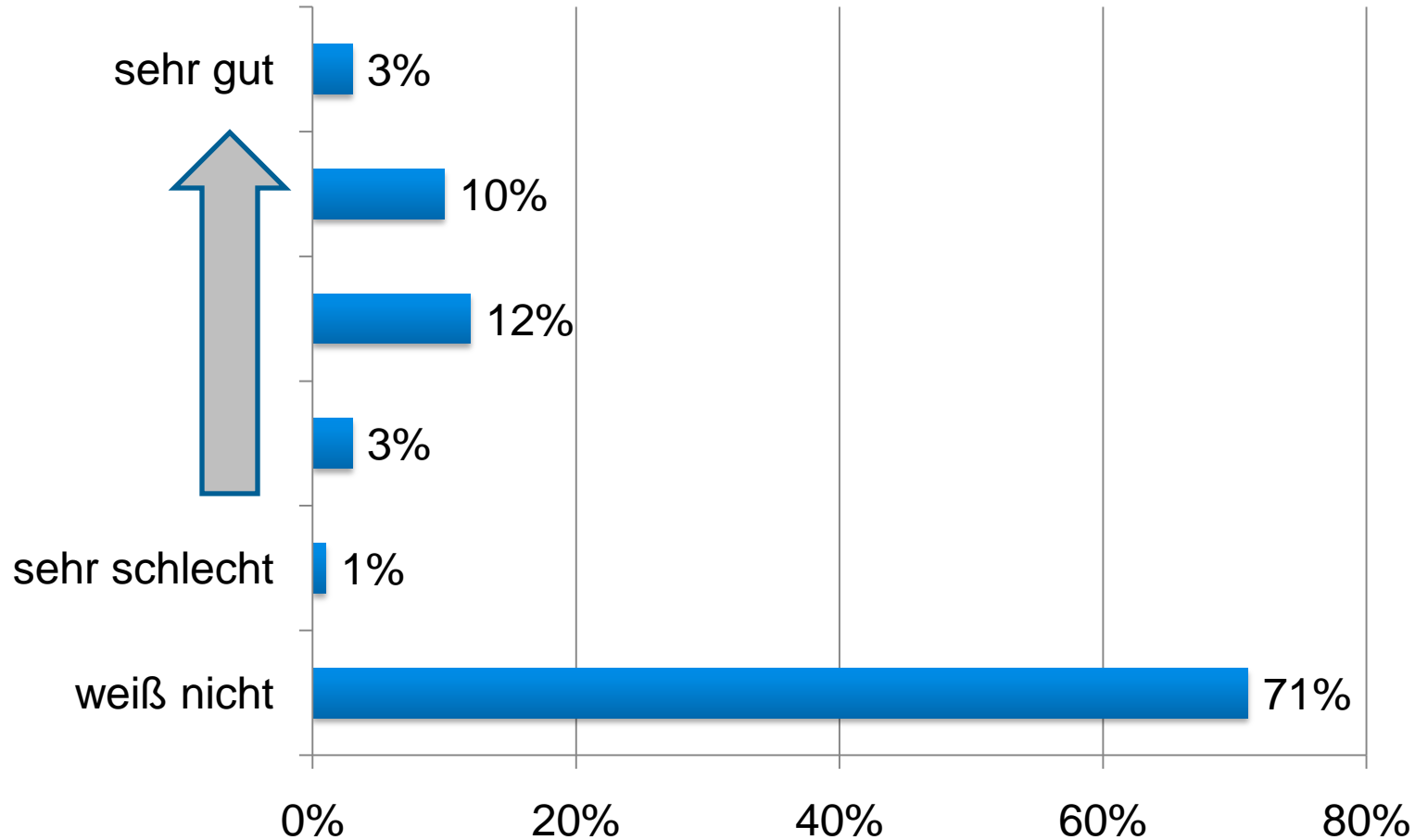
Basis: n = 1000



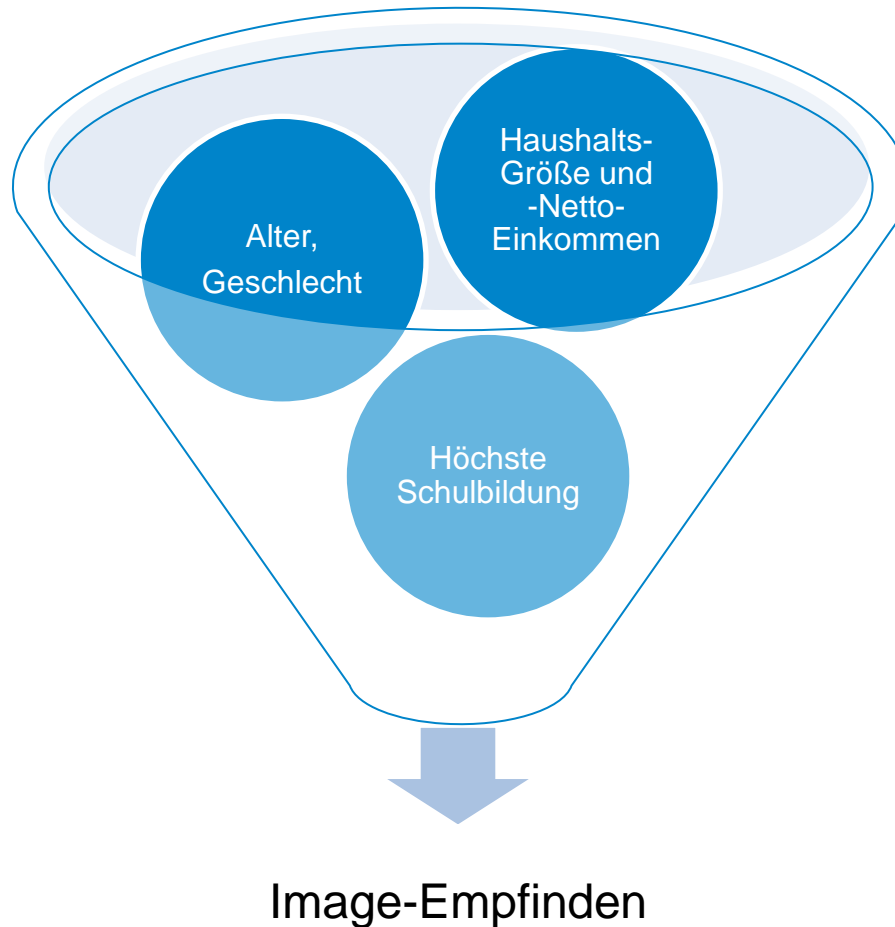
Basis: n = 1000



Basis: n = 1000



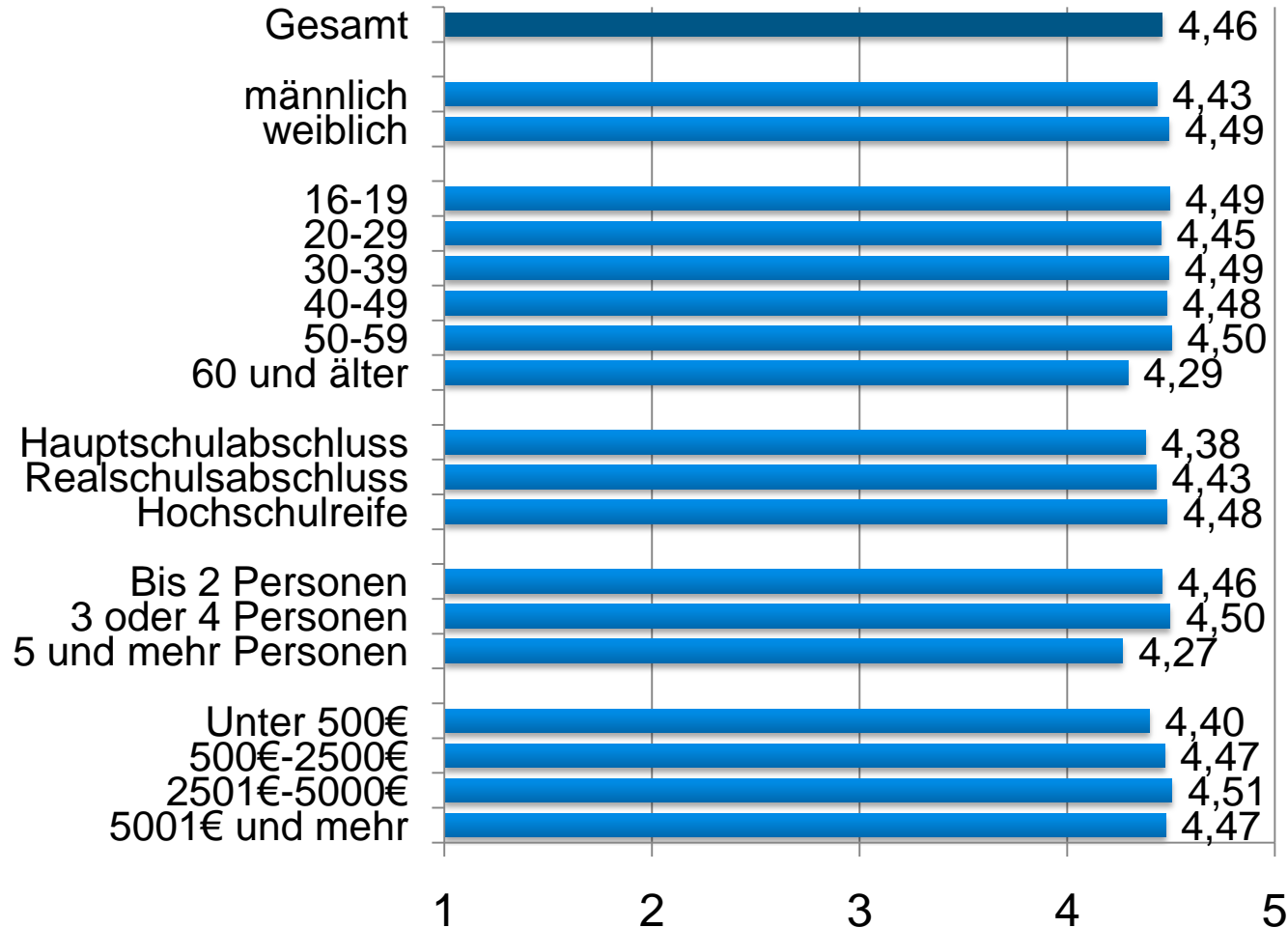
Basis: n = 1000



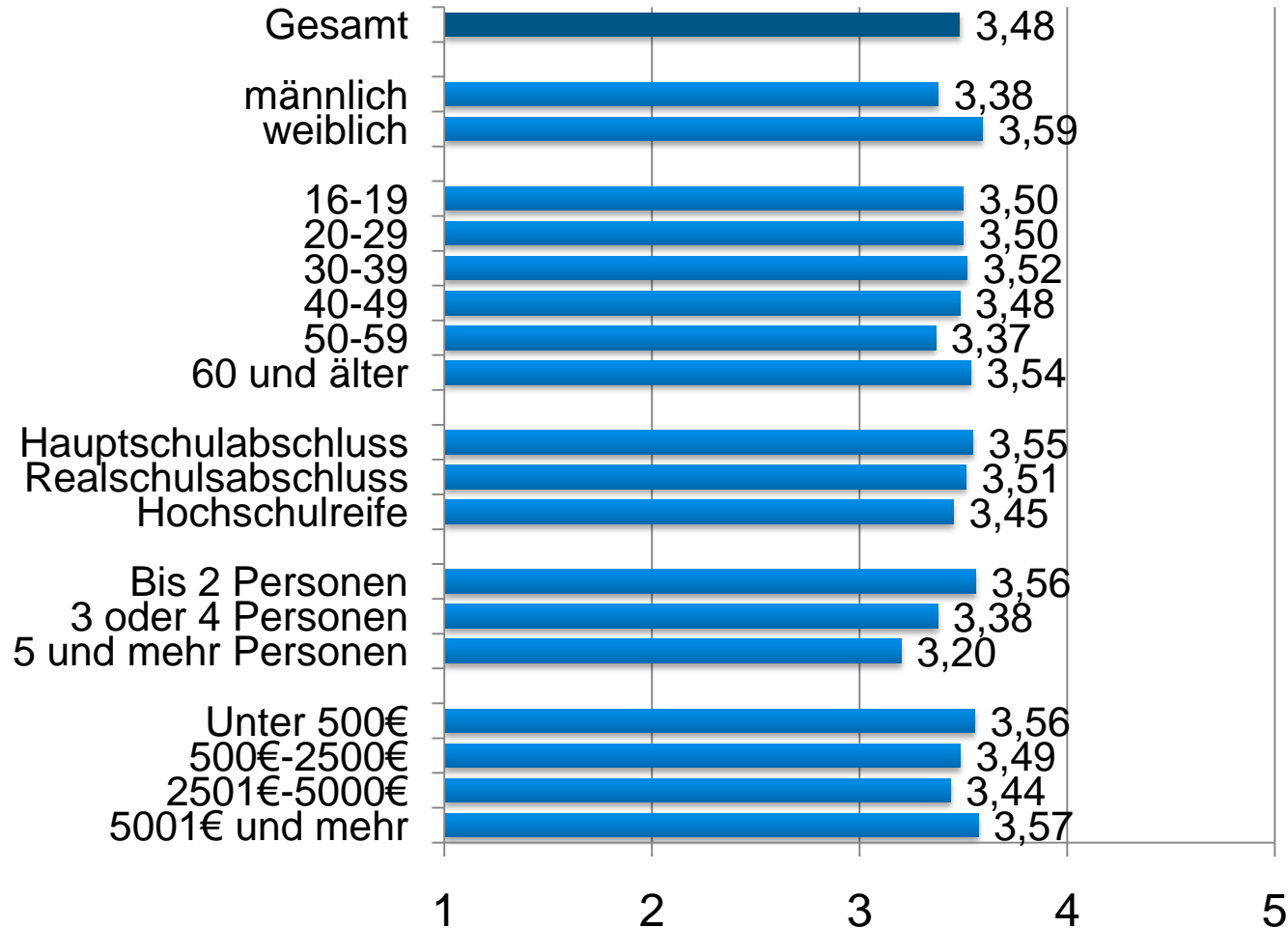


- ▶ Unterscheidung nach
 - ▶ Geschlecht
 - ▶ Alter
 - ▶ Höchster Schulabschluss
 - ▶ Haushaltsgröße
 - ▶ Monatlichen Haushalts-Nettoeinkommen

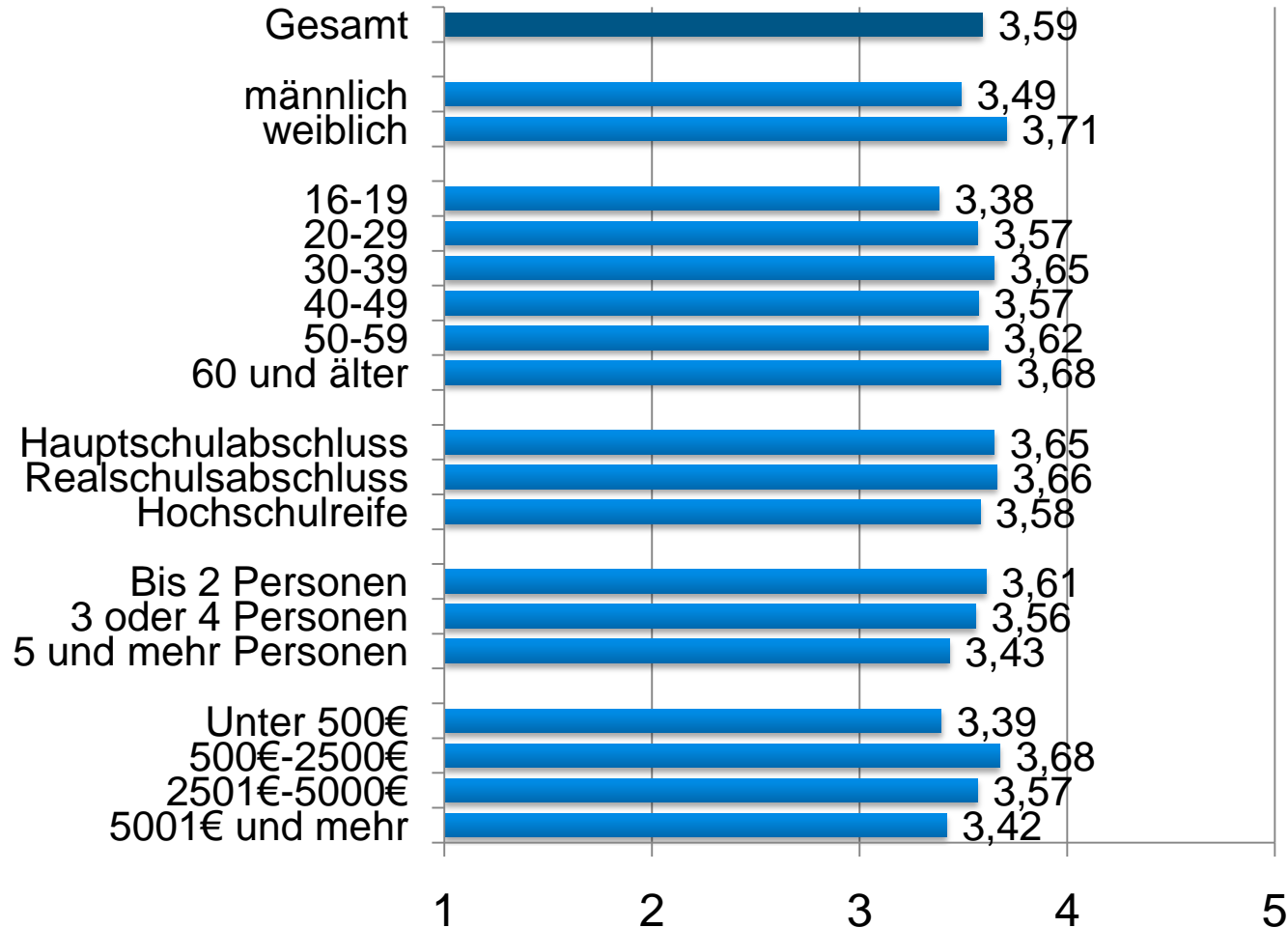
- ▶ Personen, die zu Einkommen, Haushaltsgröße oder Schulabschluss keine Angaben getätigt haben, werden in den folgenden Darstellungen nicht ausgewiesen.



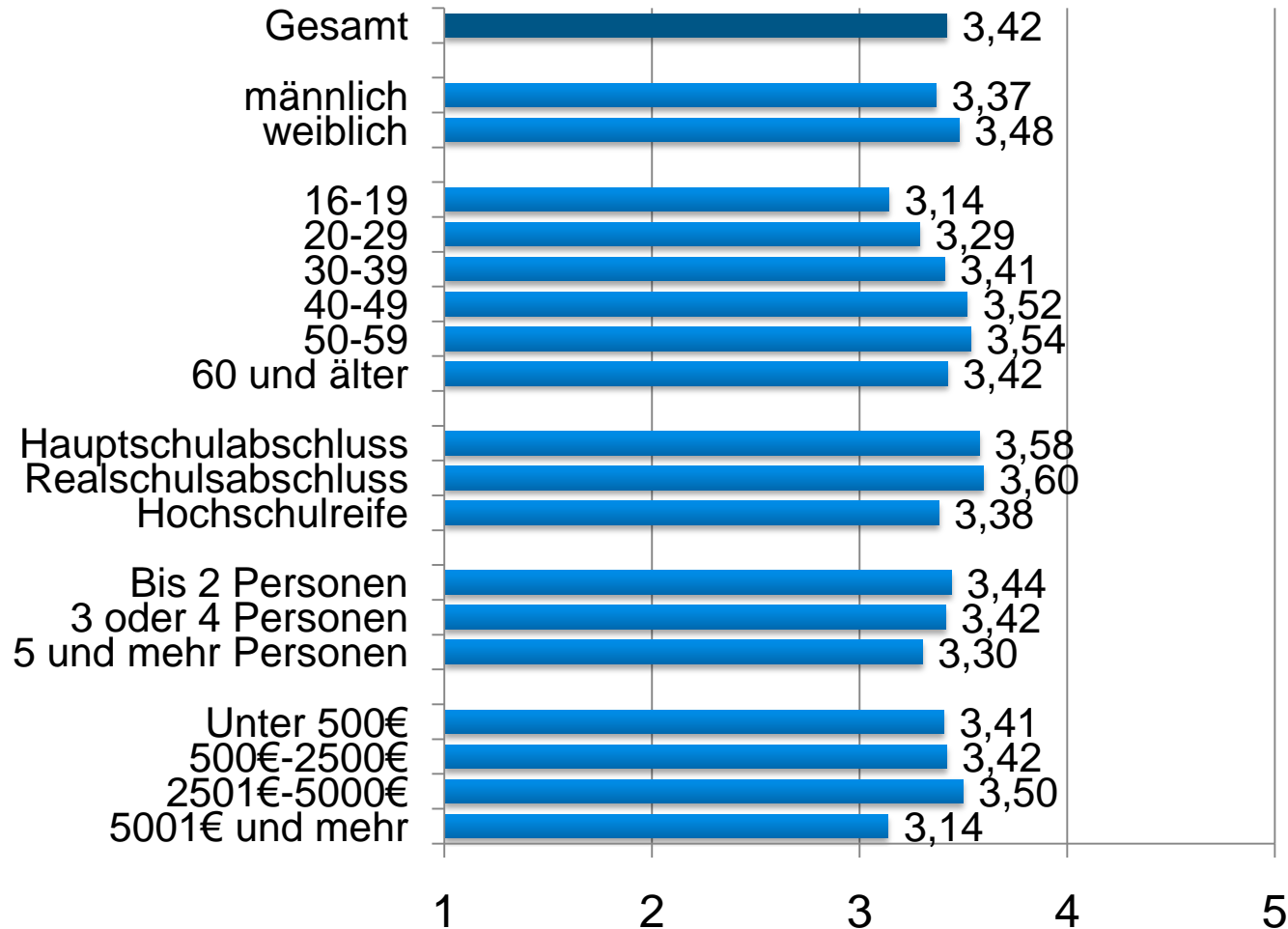
Basis: n = 1000 | Skalierung: 1 = sehr schlecht; 5 = sehr gut



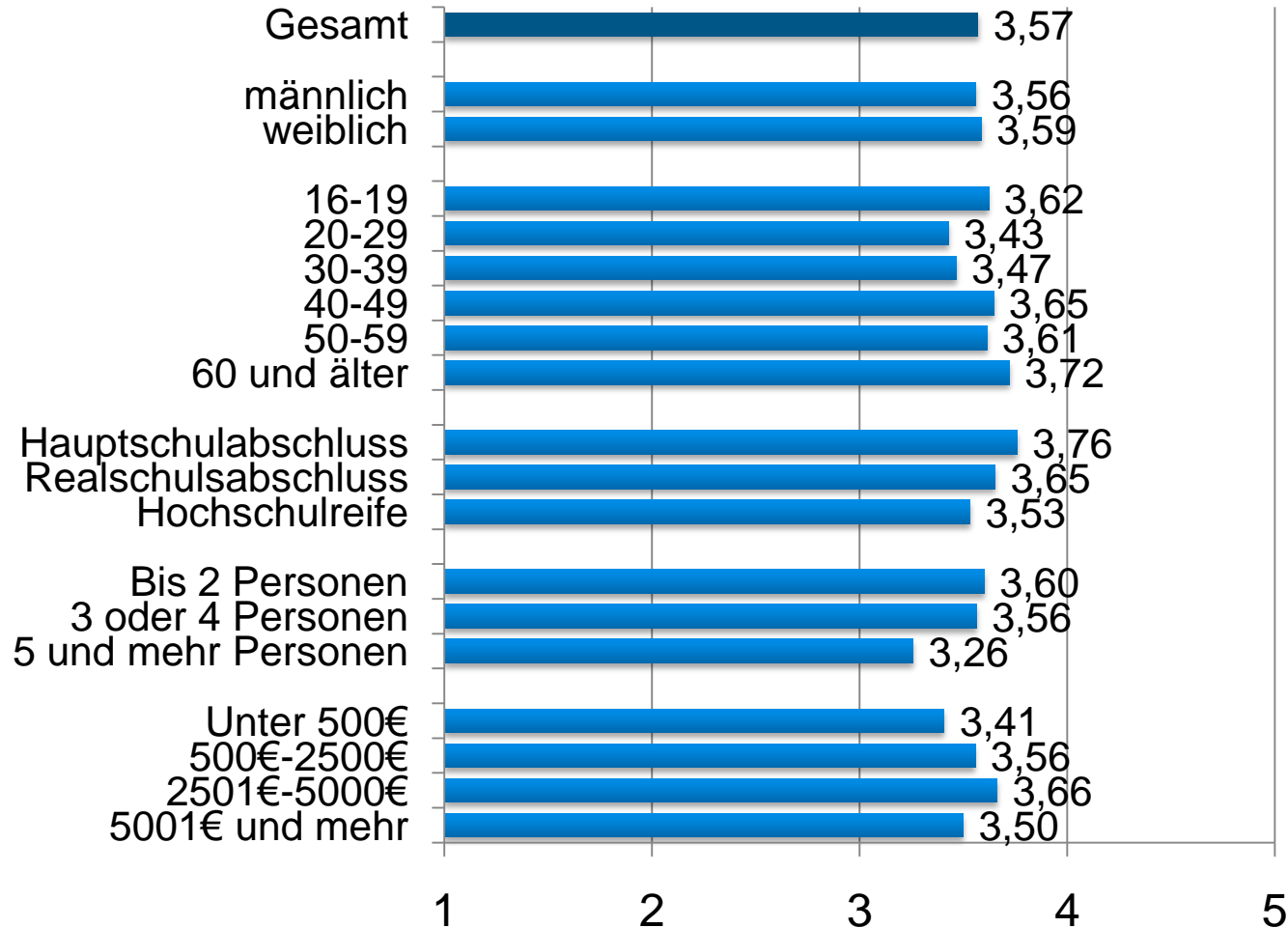
Basis: n = 1000 | Skalierung: 1 = sehr schlecht; 5 = sehr gut



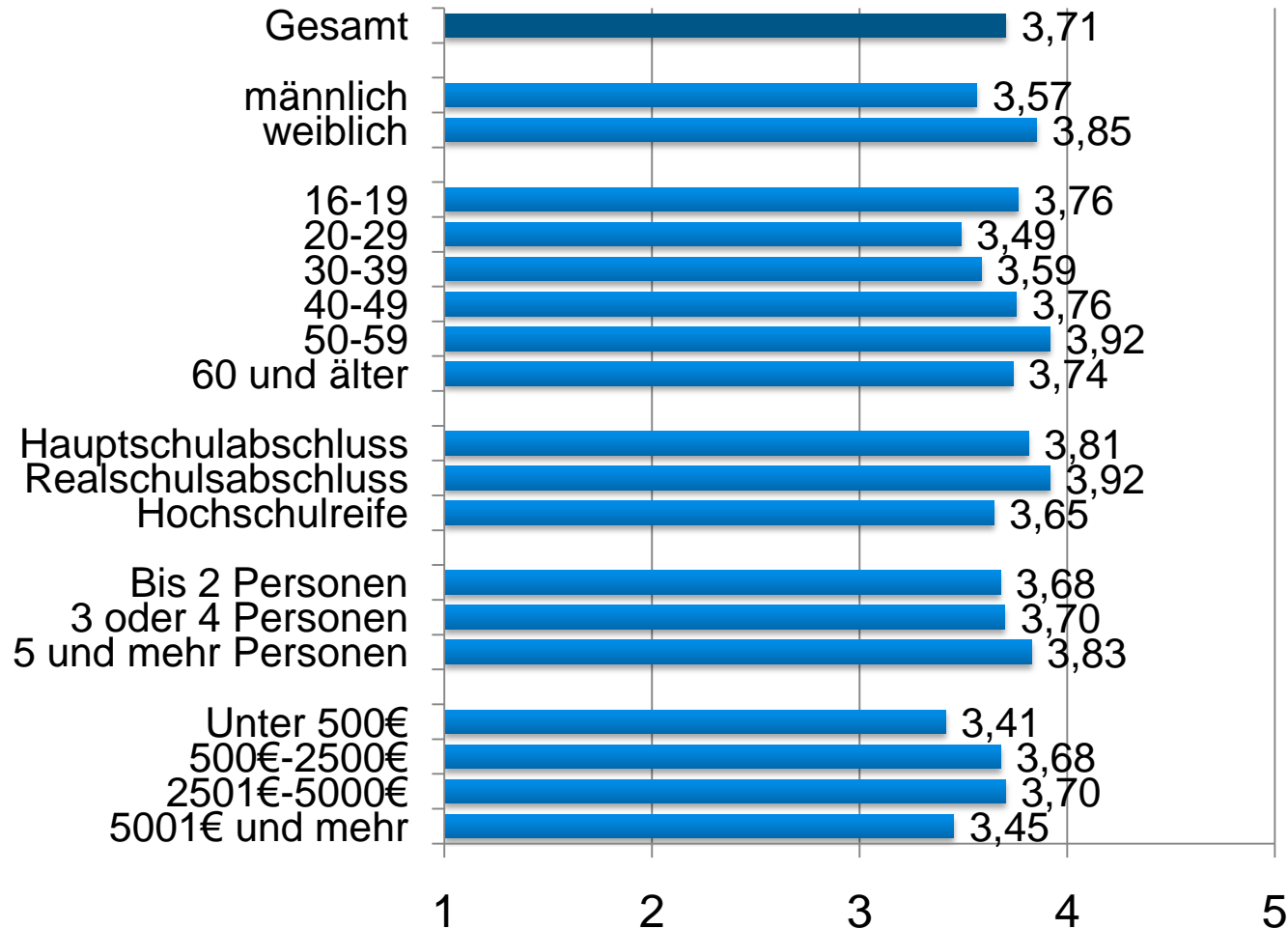
Basis: n = 1000 | Skalierung: 1 = sehr schlecht; 5 = sehr gut



Basis: n = 1000 | Skalierung: 1 = sehr schlecht; 5 = sehr gut

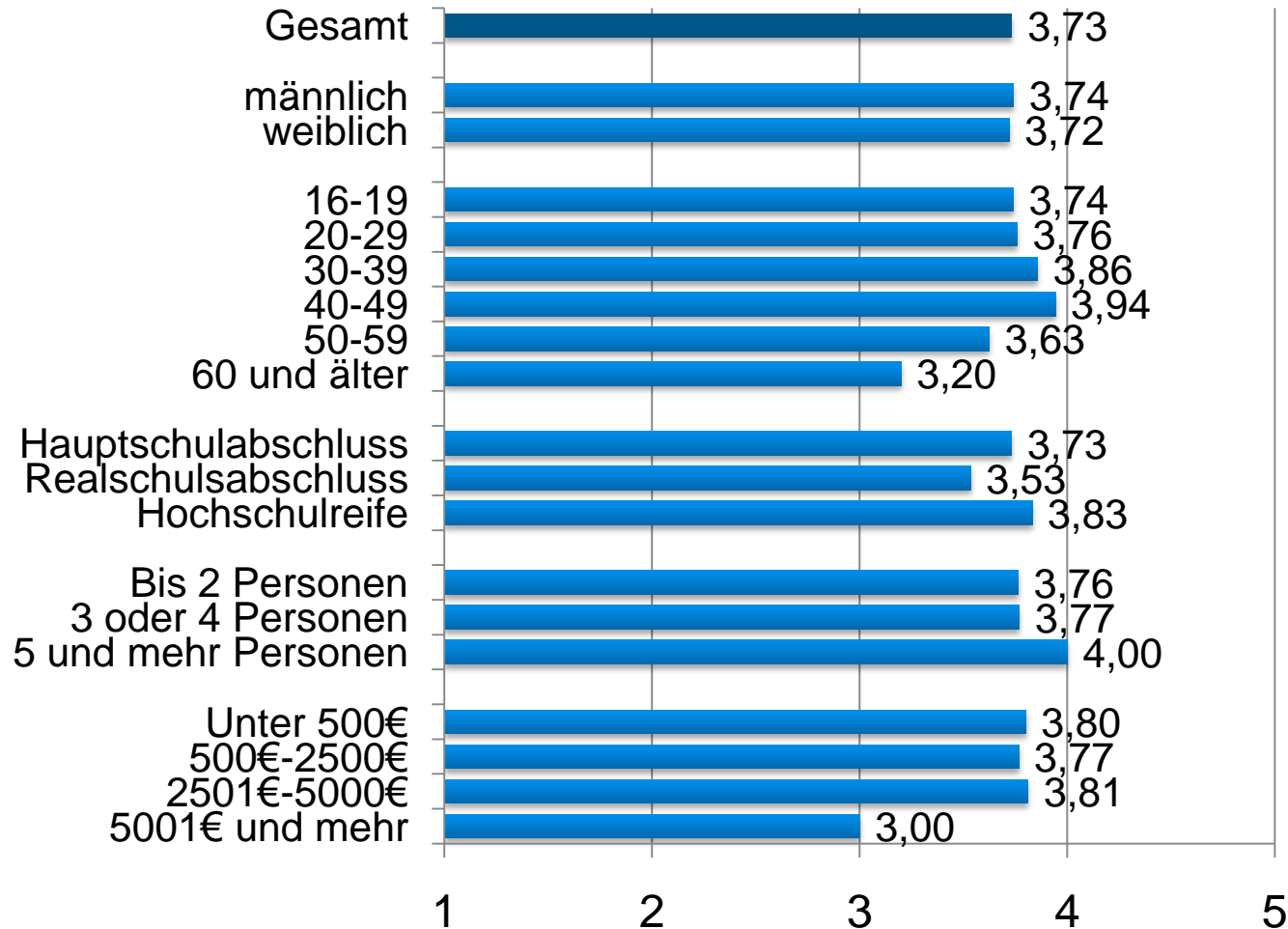


Basis: n = 1000 | Skalierung: 1 = sehr schlecht; 5 = sehr gut

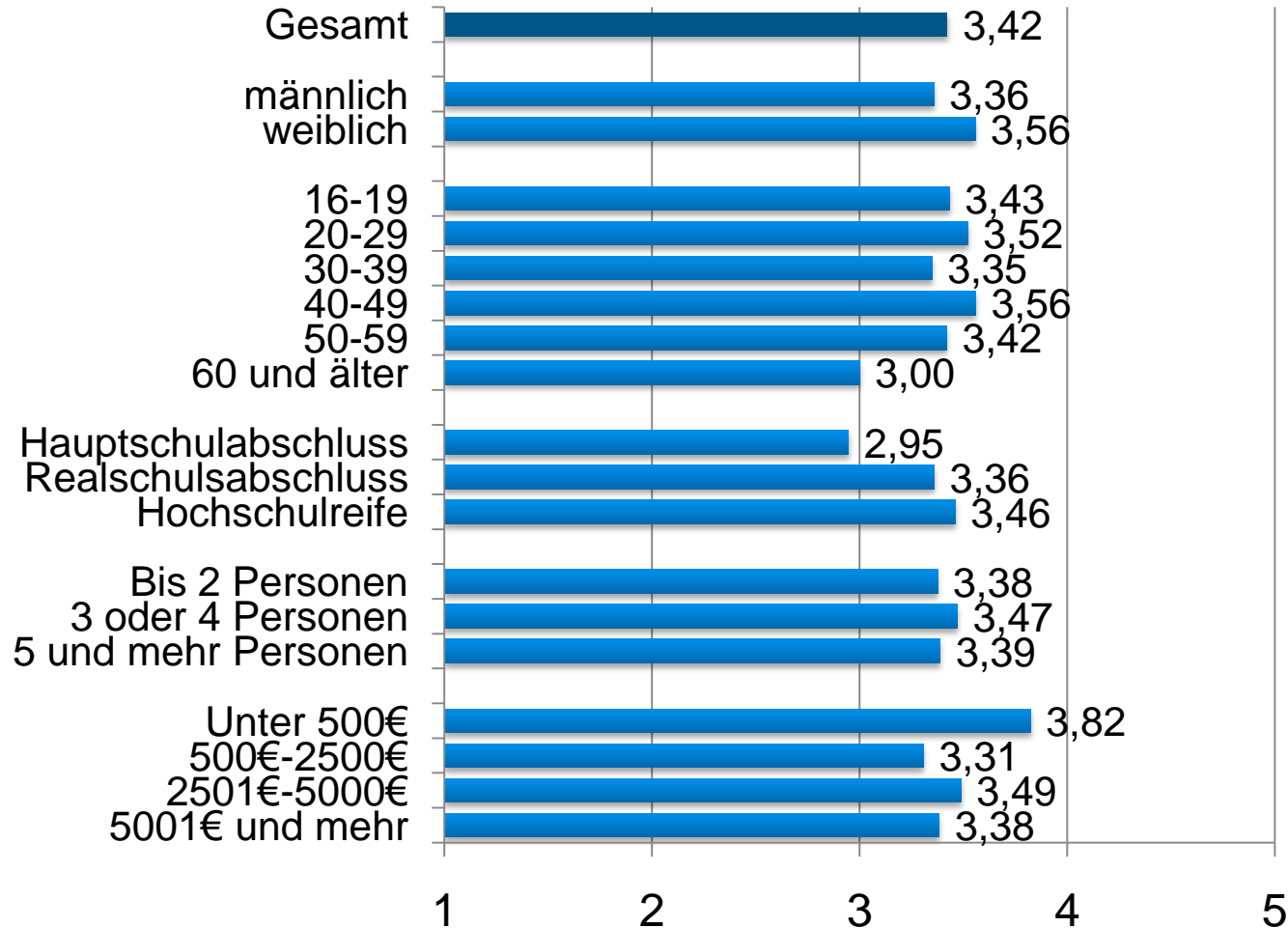


Basis: n = 1000 | Skalierung: 1 = sehr schlecht; 5 = sehr gut

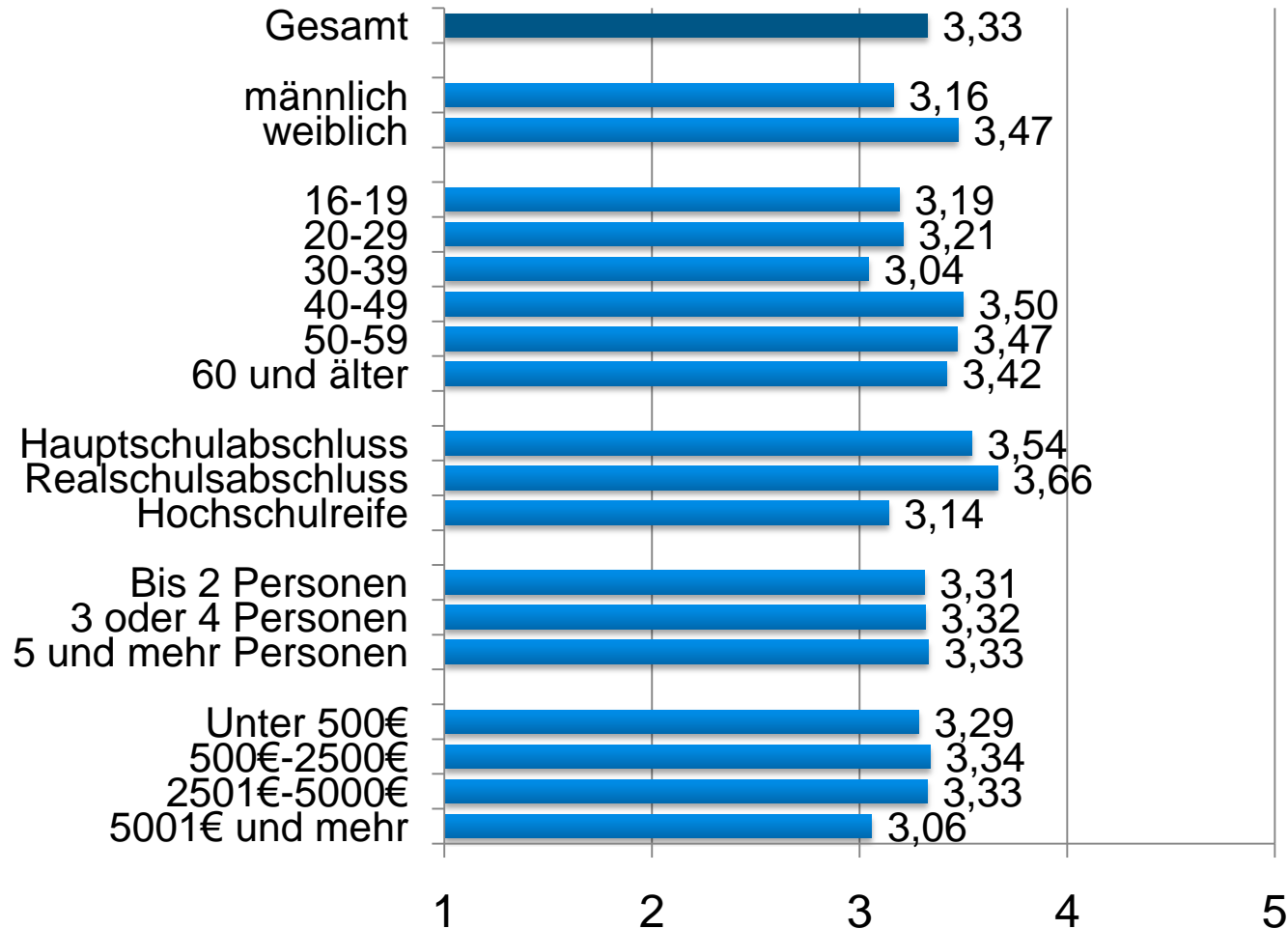
Detailanalyse: Image von *Musikhaus Thomann*



Basis: n = 1000 | Skalierung: 1 = sehr schlecht; 5 = sehr gut

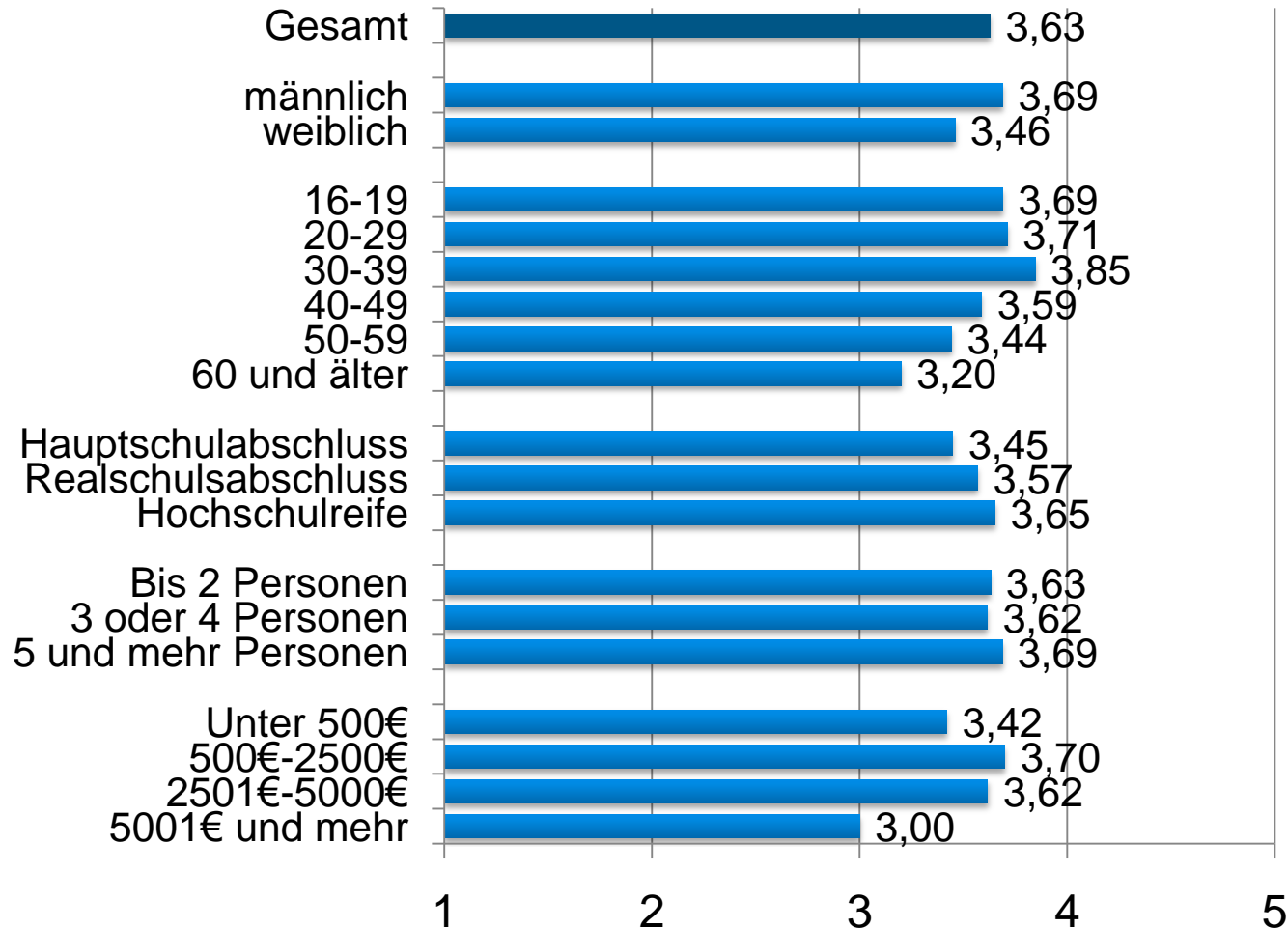


Basis: n = 1000 | Skalierung: 1 = sehr schlecht; 5 = sehr gut

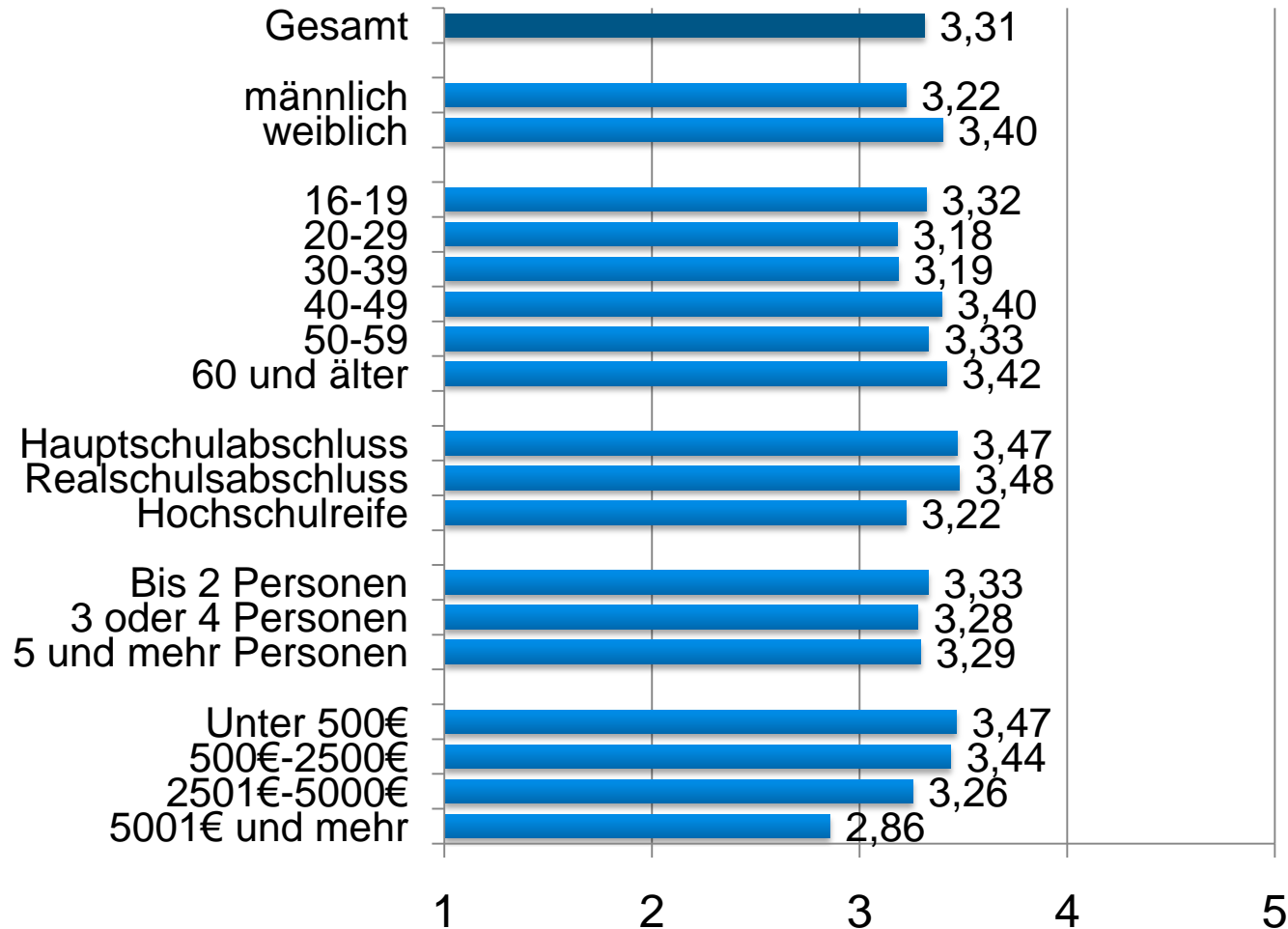


Basis: n = 1000 | Skalierung: 1 = sehr schlecht; 5 = sehr gut

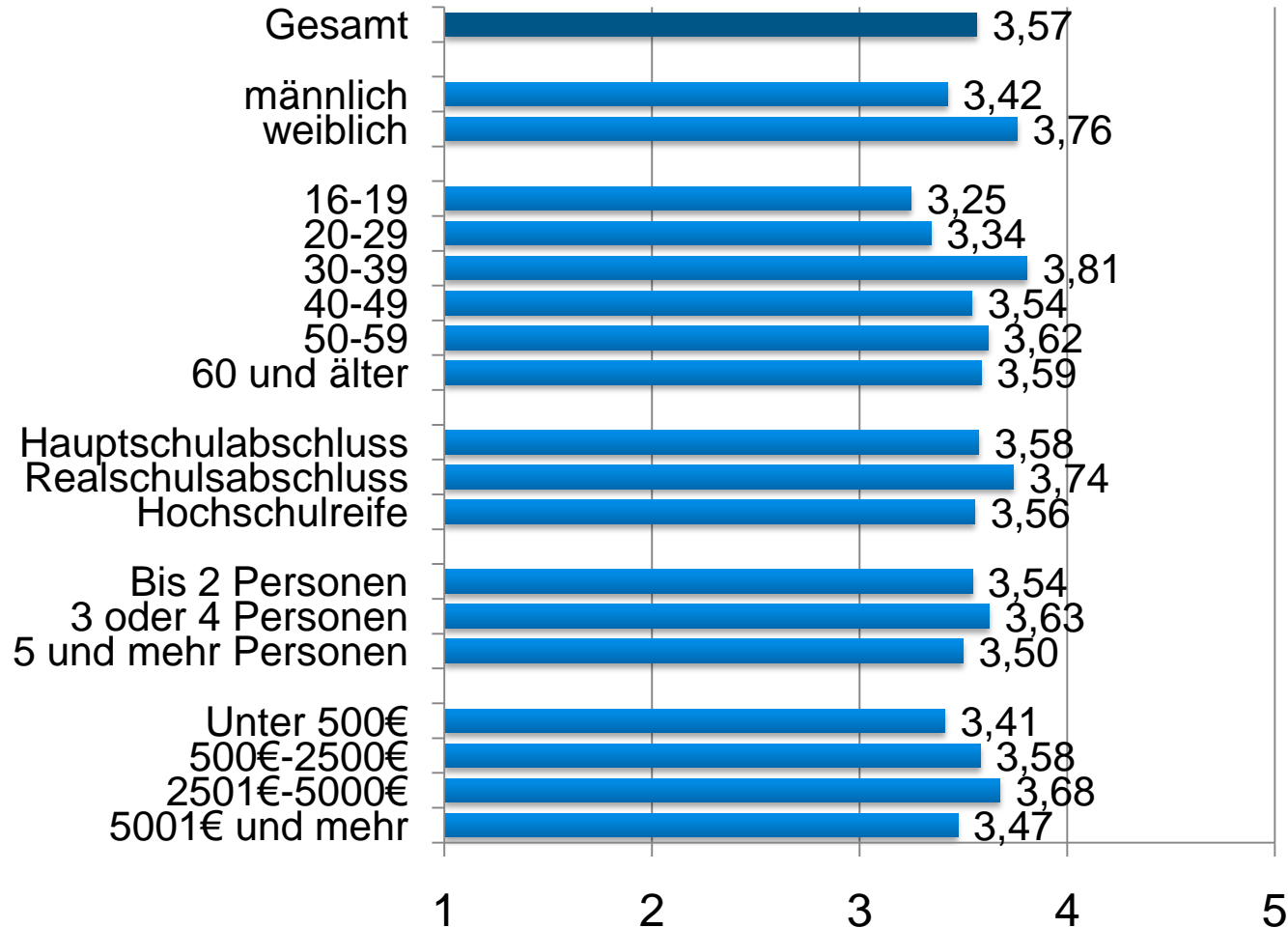
Detailanalyse: Image von *Alternate Computerversand*



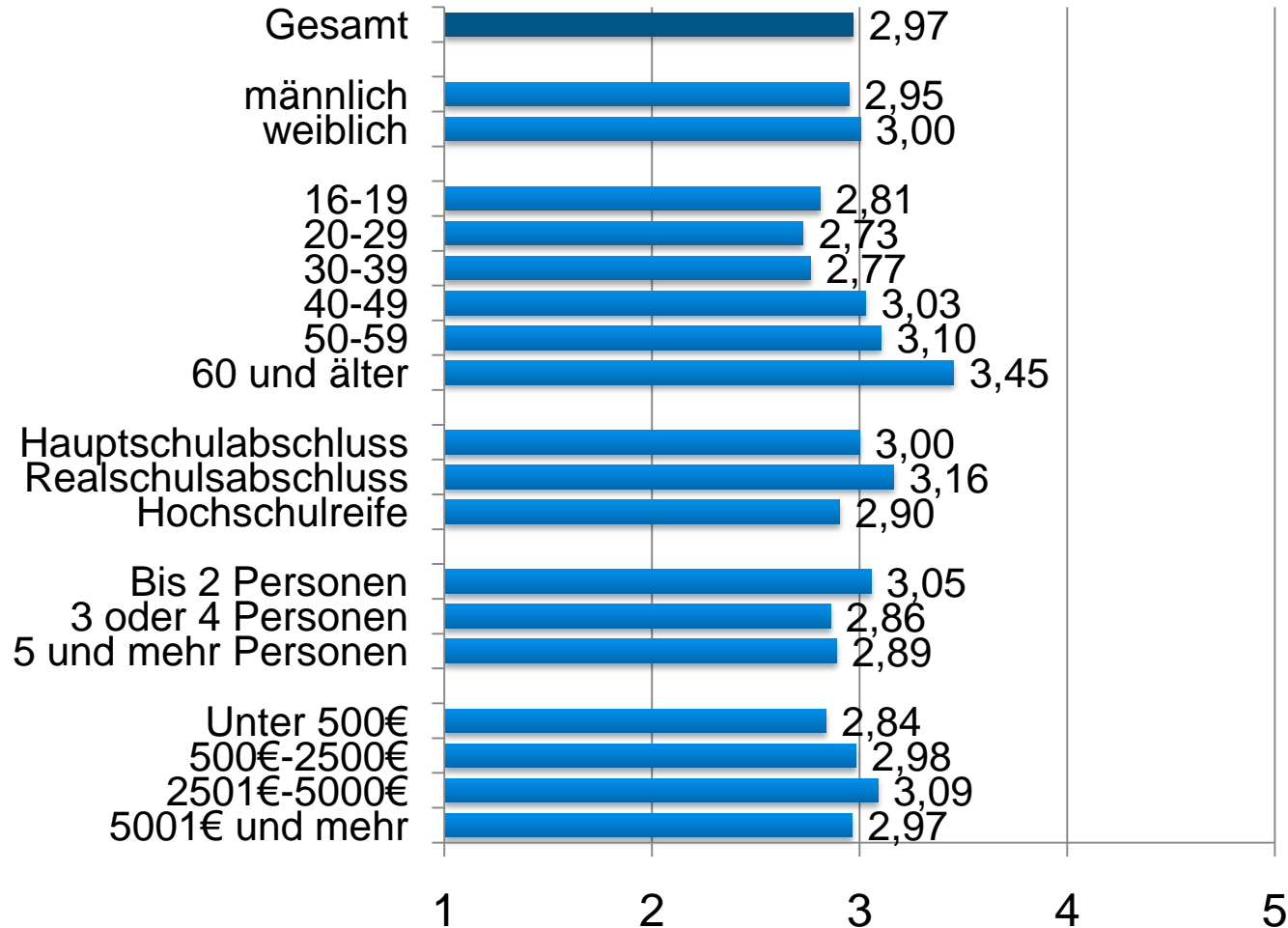
Basis: n = 1000 | Skalierung: 1 = sehr schlecht; 5 = sehr gut



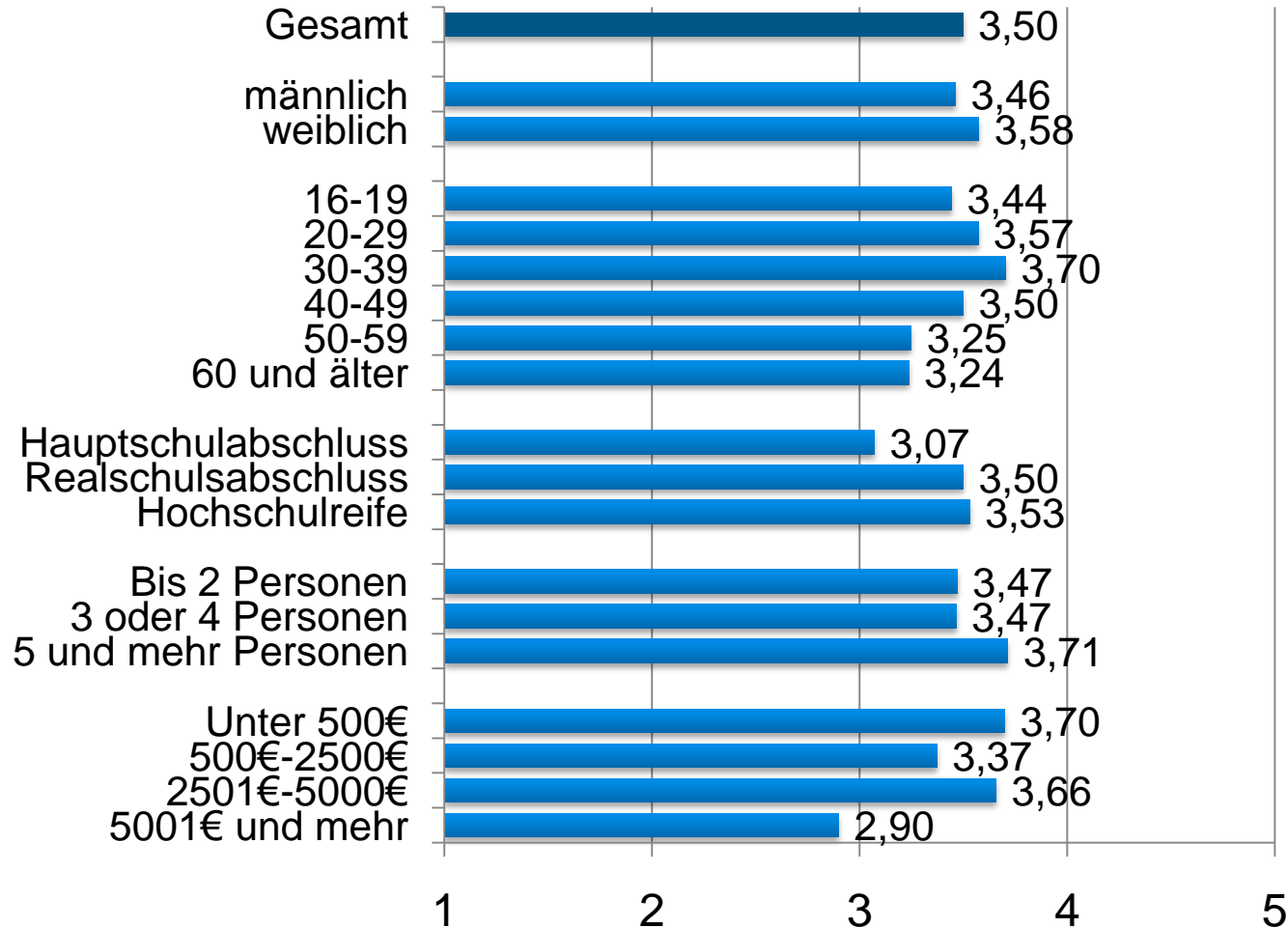
Basis: n = 1000 | Skalierung: 1 = sehr schlecht; 5 = sehr gut



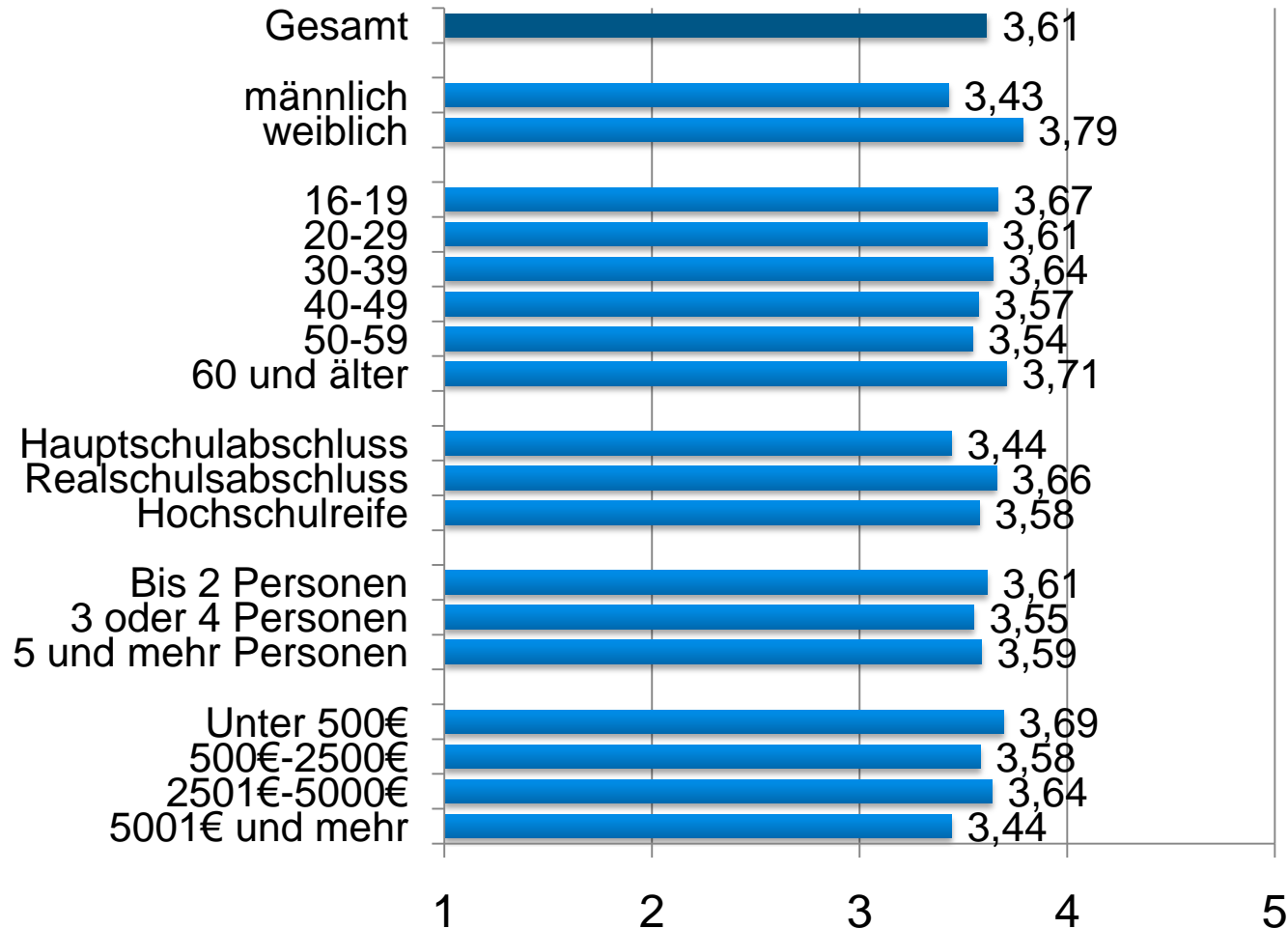
Basis: n = 1000 | Skalierung: 1 = sehr schlecht; 5 = sehr gut



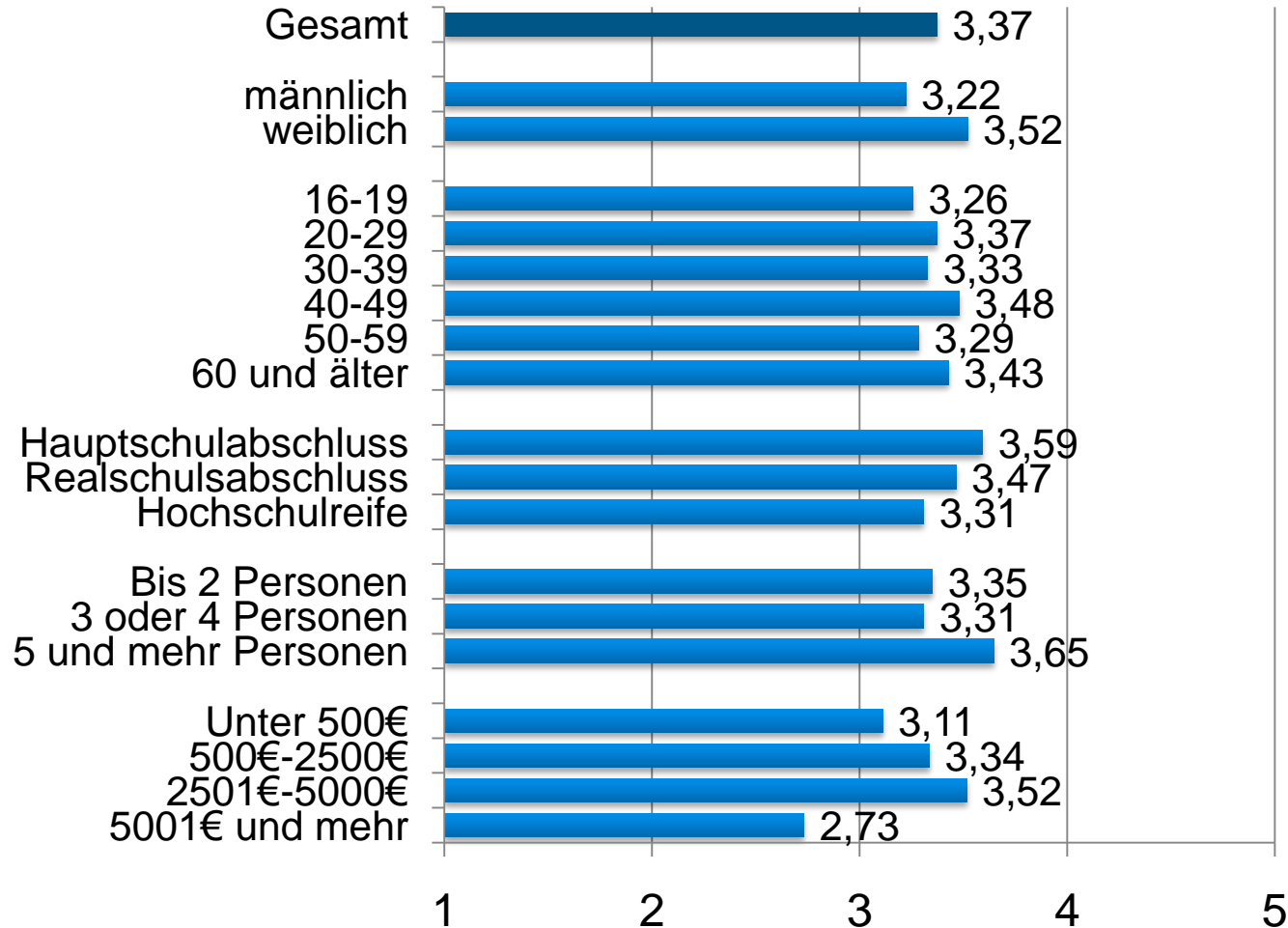
Basis: n = 1000 | Skalierung: 1 = sehr schlecht; 5 = sehr gut



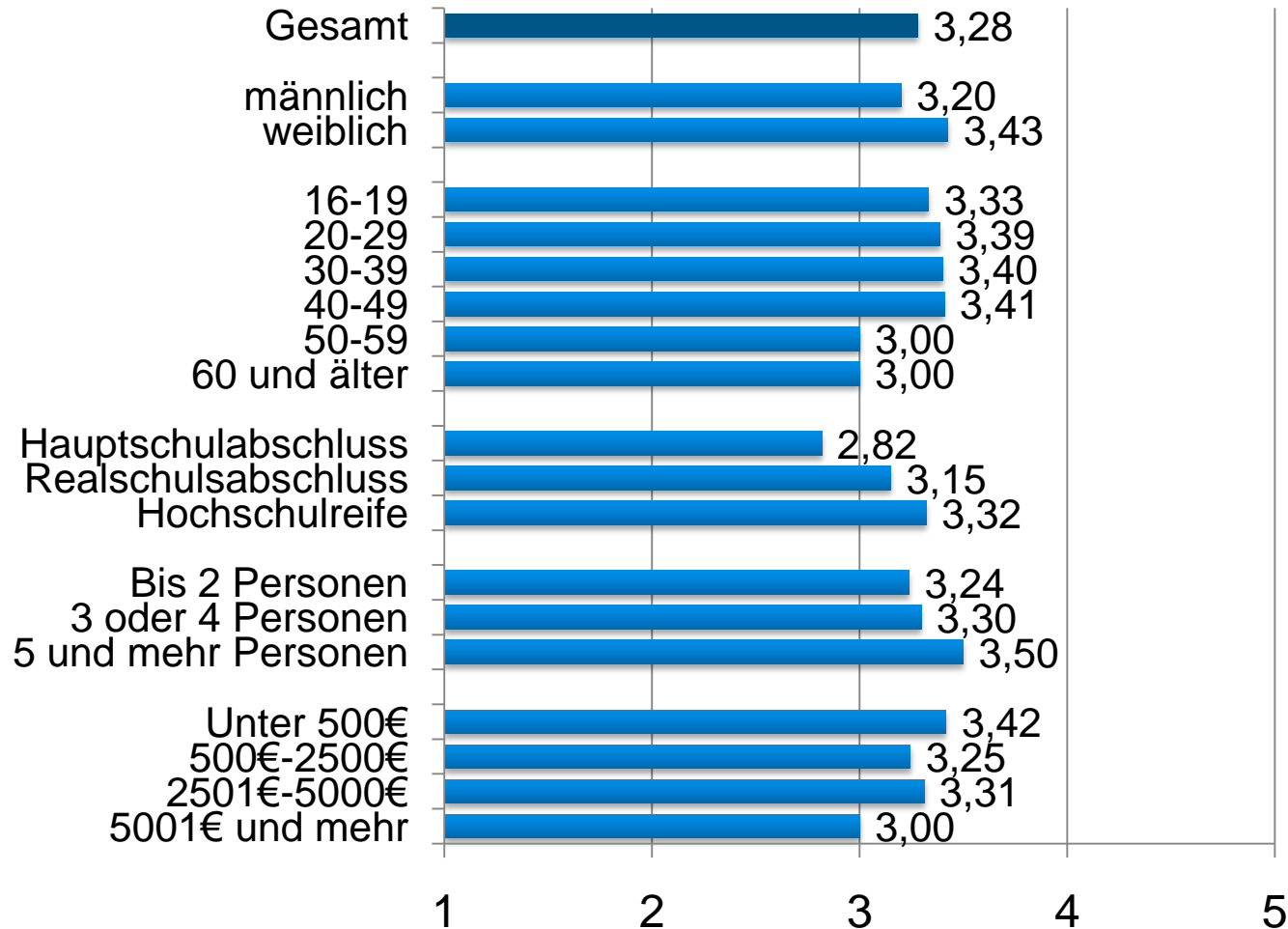
Basis: n = 1000 | Skalierung: 1 = sehr schlecht; 5 = sehr gut



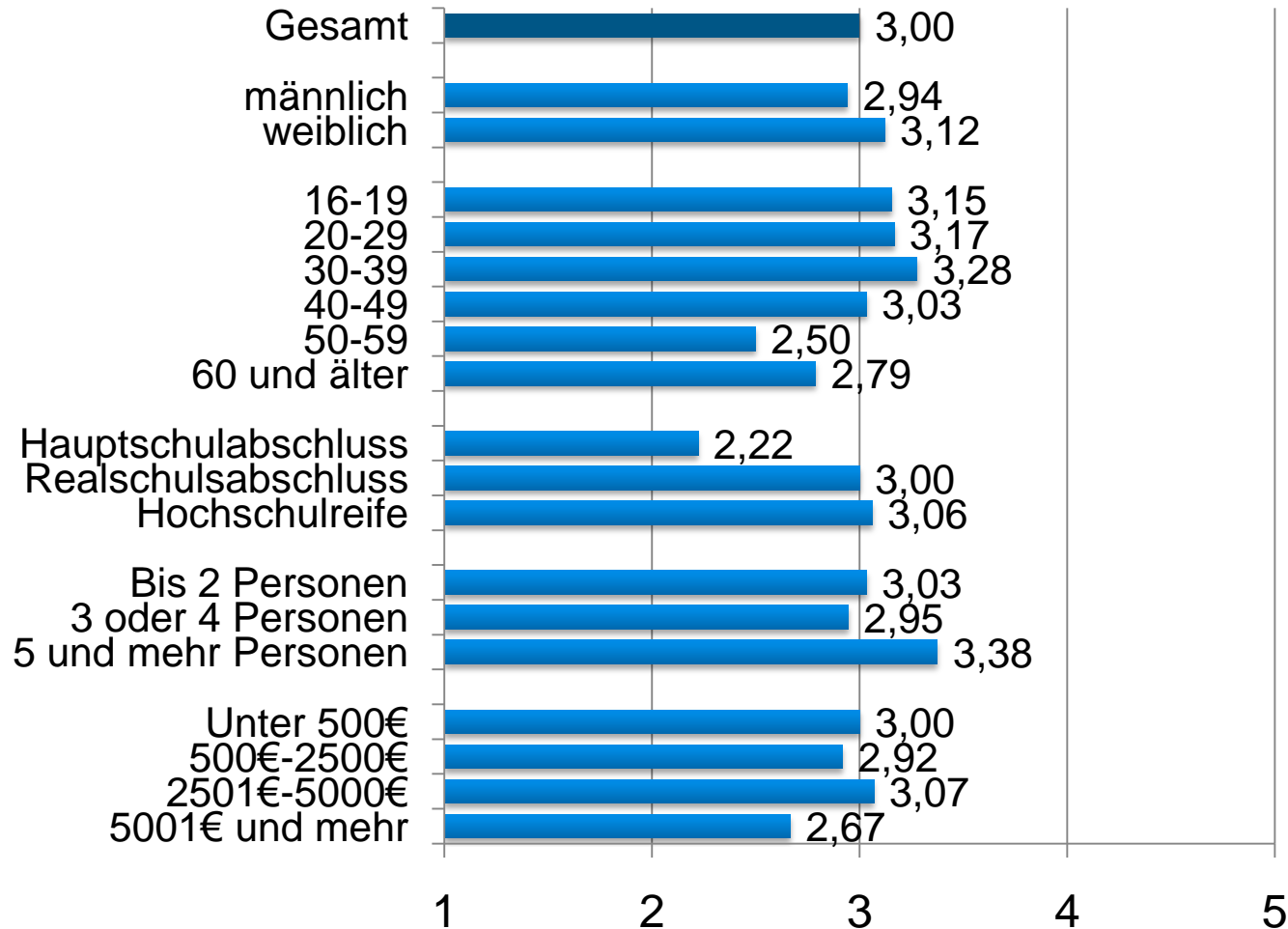
Basis: n = 1000 | Skalierung: 1 = sehr schlecht; 5 = sehr gut



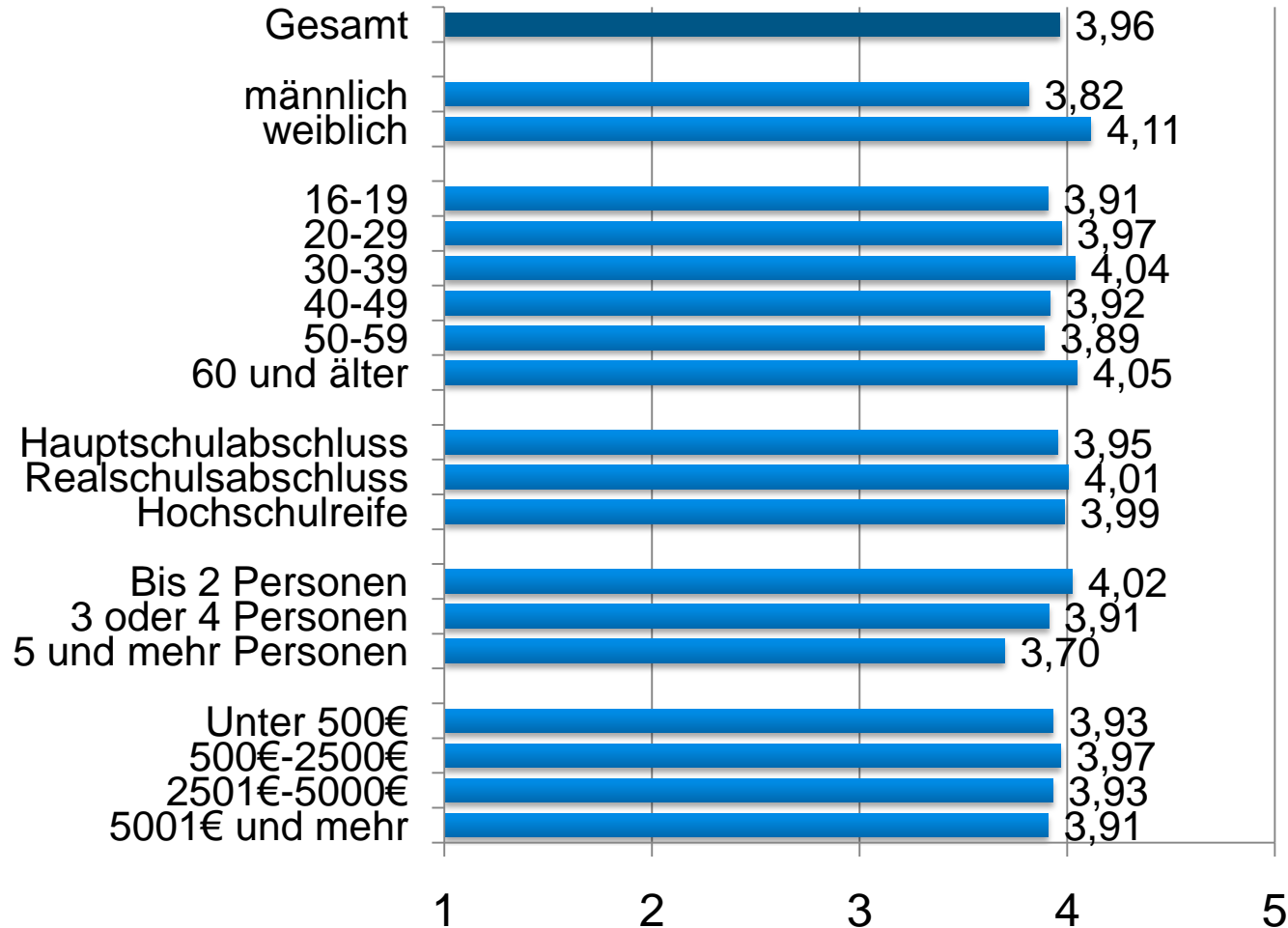
Basis: n = 1000 | Skalierung: 1 = sehr schlecht; 5 = sehr gut



Basis: n = 1000 | Skalierung: 1 = sehr schlecht; 5 = sehr gut

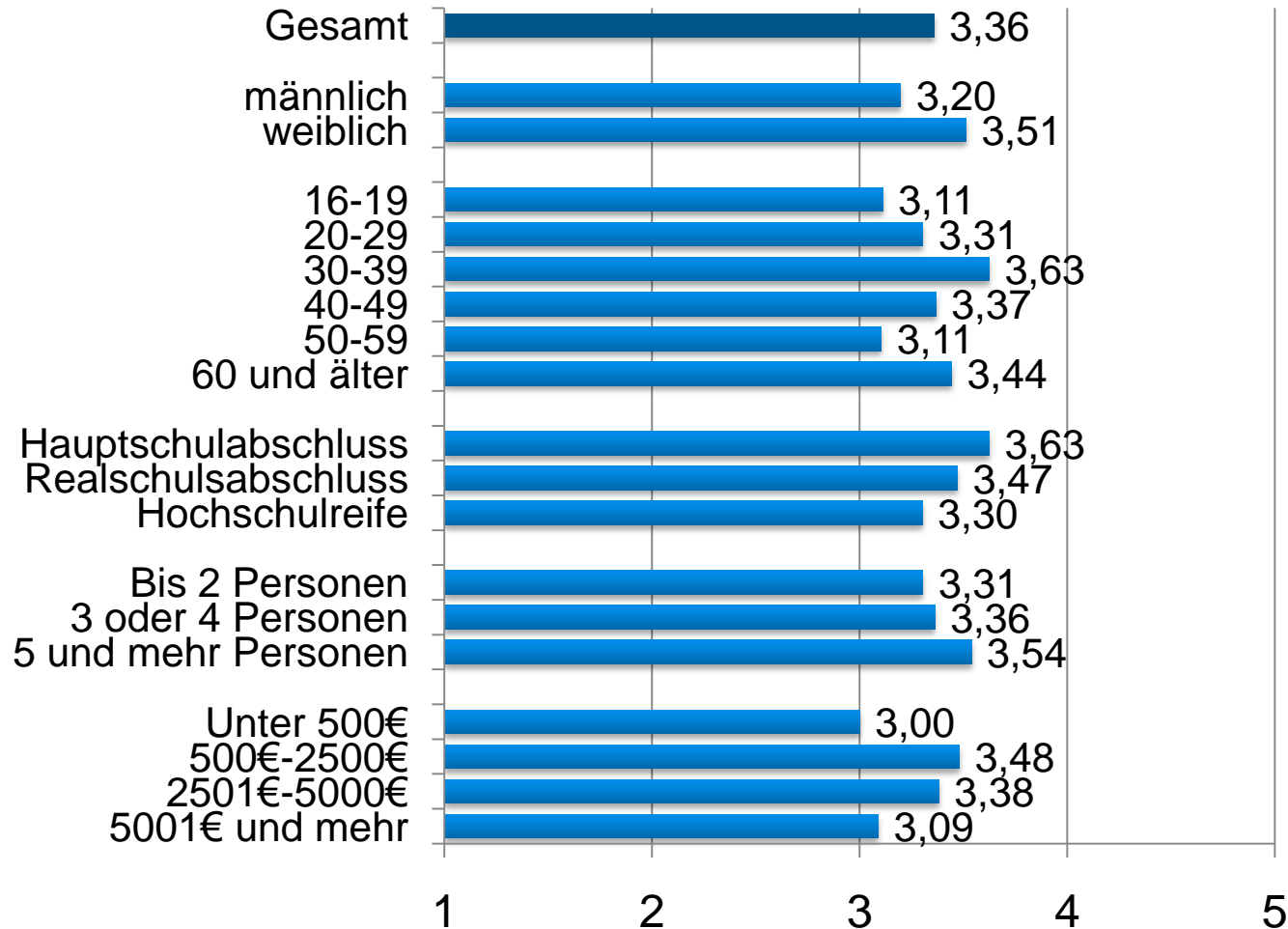


Basis: n = 1000 | Skalierung: 1 = sehr schlecht; 5 = sehr gut



Basis: n = 1000 | Skalierung: 1 = sehr schlecht; 5 = sehr gut

Detailanalyse: Image von *Versandhaus Walz*



Basis: n = 1000 | Skalierung: 1 = sehr schlecht; 5 = sehr gut



Kontakt



IfH

ECC
E-Commerce-Center Handel

Dipl.-Kff. Sonja Rodenkirchen

ECC Handel
am Institut für Handelsforschung
c/o IfH Gesellschaft für Markt- und
Unternehmensanalysen mbH
Dürener Straße 401 b
50858 Köln

Tel.: 0221 / 94 36 07 70
Fax: 0221 / 94 36 07 59
s.rodenkirchen@ecc-handel.de
www.ecc-handel.de
www.ifhkoeln.de

