



## ECC-Shopmonitor

---

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

März 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 B2C-Anbieter auf Basis des Rankings der umsatzstärksten deutschen Shopping-Portale und Online-Shops von iBusiness ('Shoppingportale und Onlineshops 2008/2009')
- ▶ Die Erhebung fand am 17.02.2010 statt.



# Die 20 umsatzstärksten deutschen B2C-Online-Shops\*

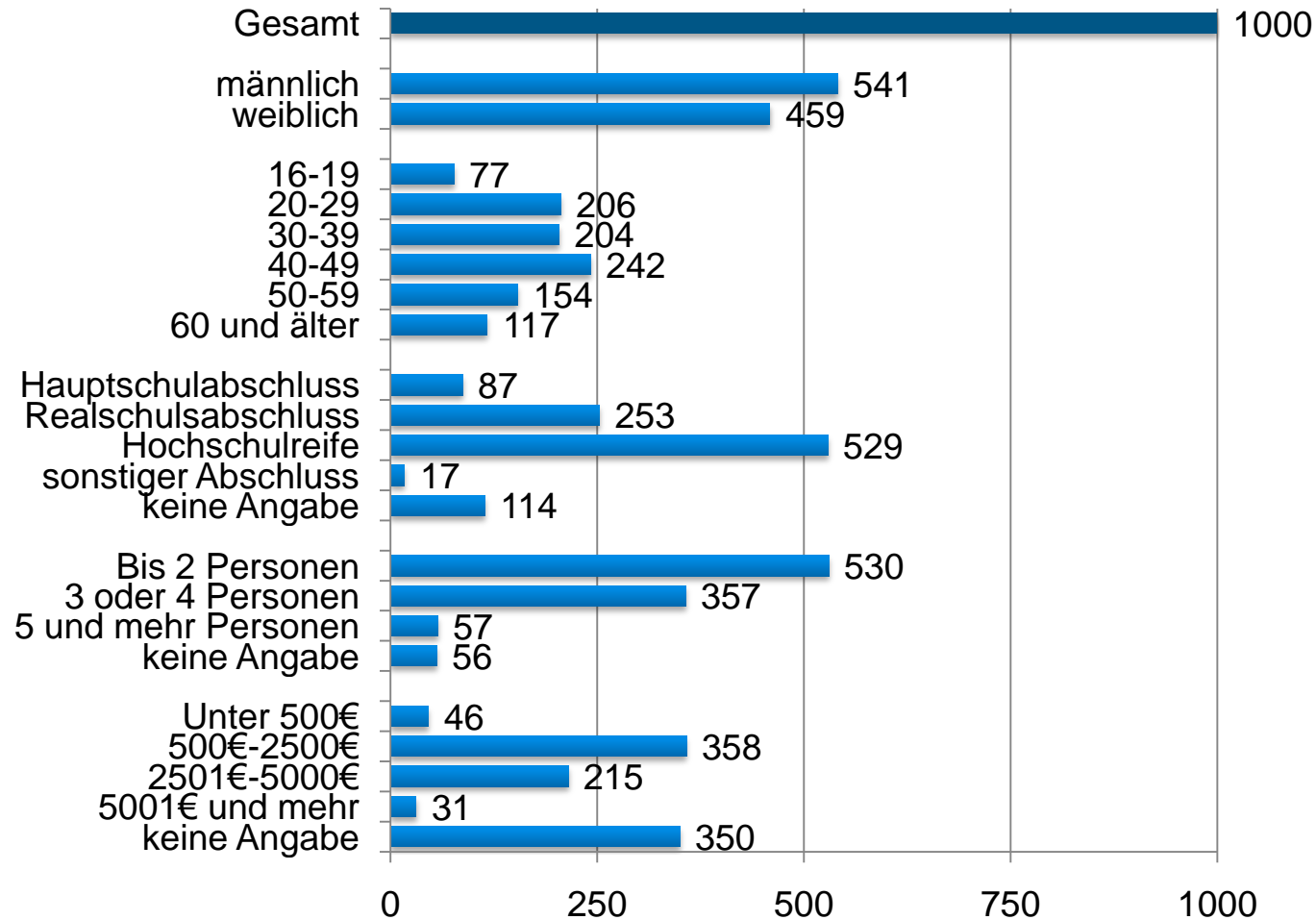


- ▶ Alternate Computerversand
- ▶ Amazon
- ▶ Baur
- ▶ Bonprix
- ▶ Conrad Electronic
- ▶ Doc Morris
- ▶ Heine
- ▶ Musikhaus Thomann
- ▶ Neckermann
- ▶ Notebooksbilliger
- ▶ Otto
- ▶ Printus
- ▶ SANICARE-Apotheke
- ▶ SportScheck
- ▶ Redcoon
- ▶ Schwab
- ▶ Tchibo
- ▶ Telekom
- ▶ Versandhaus Walz
- ▶ Weltbild

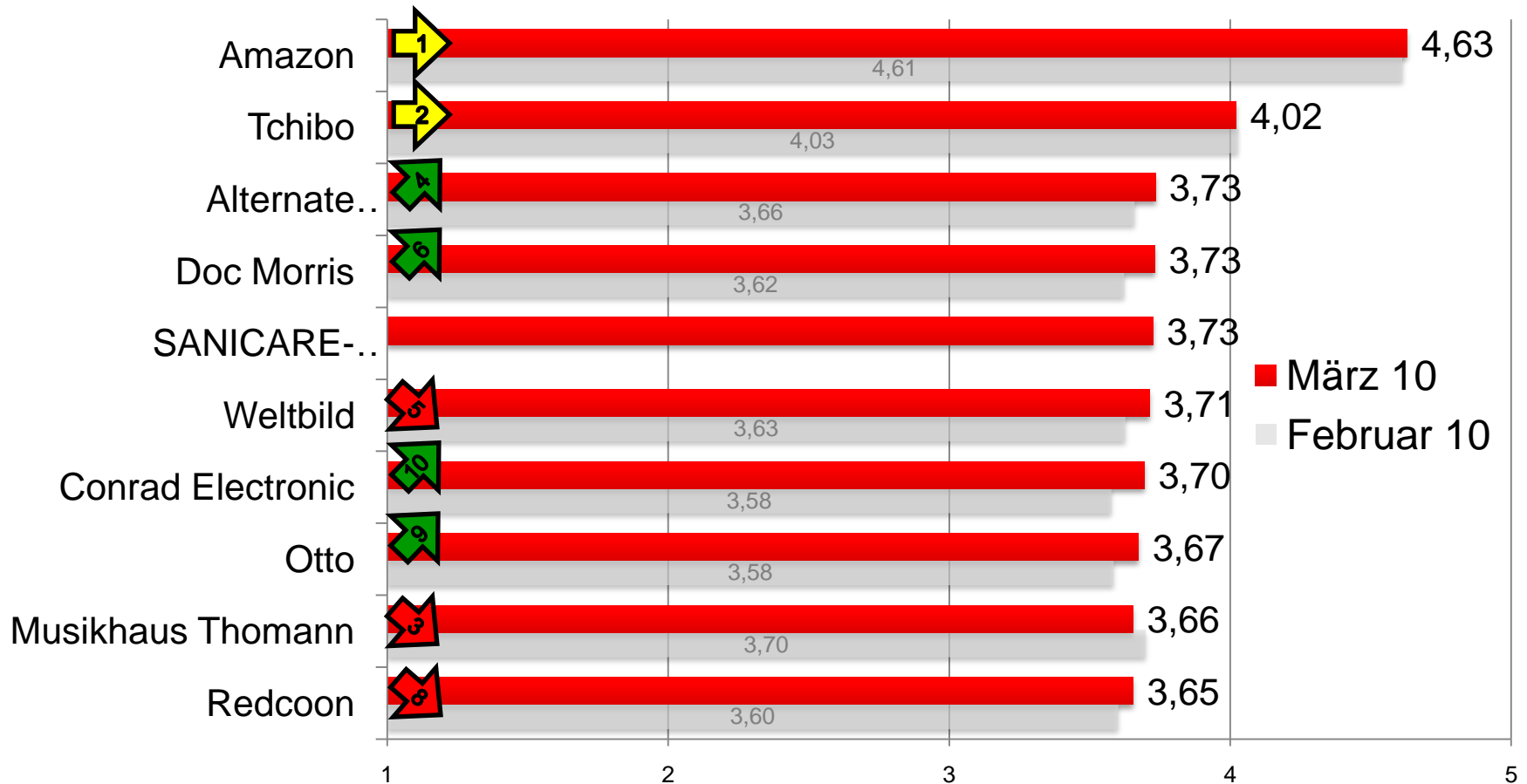
\*Quelle: iBusiness-Ranking „Shopping Portale und Online-Shops 2008/2009“

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

[Der insolvente Online-Shop von Quelle wurde im Januar 2010 ersetzt.]

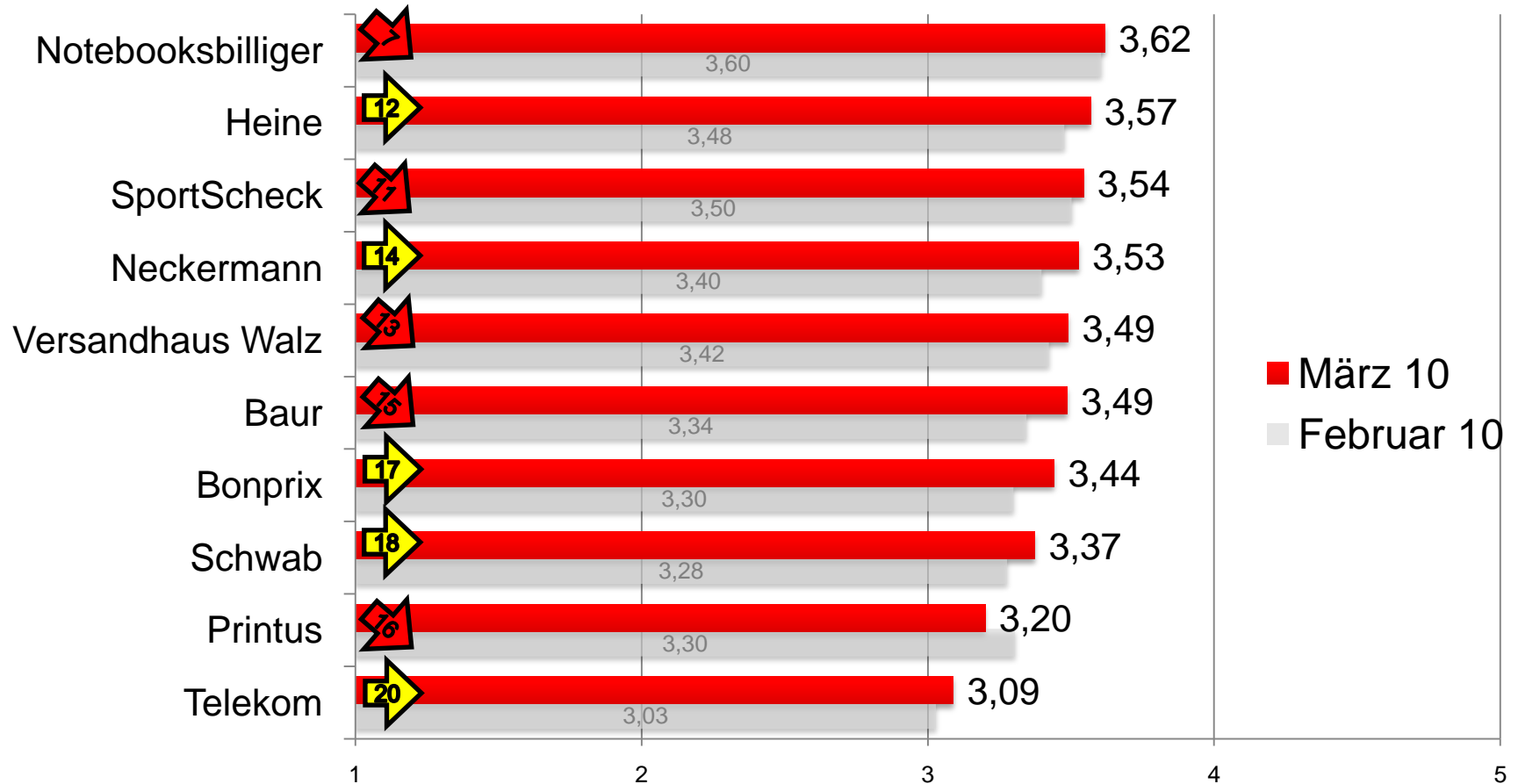


# Die Top 10 im Imageranking März 2010



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 März 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 März 2010 ist die Versandapotheke SANICARE. Diese steigt erstmals im März 2010 unmittelbar auf Platz 5 in das Imageranking ein.
- ☺ Mit einem Imagewert von 3,73 sind die beiden Versandapotheken innerhalb des Imagerankings gleichauf. Die Konkurrenz aus den Niederlanden Doc Morris kann sich in der Ansicht der Befragten jedoch noch gerade vor Deutschlands größter Versandapotheke SANICARE platzieren.
- ☺ In der Bewertung der Stiftung Warentest musste sich Doc Morris jedoch geschlagen geben – hier erlangte die Versandapotheke SANICARE bereits in den Jahren 2005 und 2007 die Bestnote 1,9.
- ☺ Ein besonders gutes Image kann SANICARE bei denjenigen Befragten erreichen, die ein monatliches Haushalts-Nettoeinkommen von mehr als 5.000 Euro haben. Hier liegt der Imagewert sogar bei 4,14.




- ☹ Absteiger des Monats März 2010 ist der Online-Shop von Printus, der somit auf den vorletzten Platz abrutscht.
- ☹ Printus verliert 0,1 Punkte auf der Skala von 1 = Sehr schlecht bis 5 = Sehr gut und liegt im März 2010 bei einem Imagewert von 3,20.
- ☹ Nur 2 Prozent bewerten den Gesamteindruck von Printus als „Sehr gut“, weitere 5 Prozent empfinden ihn als „Gut“. Die Mehrheit der Teilnehmer kann sich jedoch nicht für eine klare Bewertung entscheiden. Dieses Ergebnis unterstützt auch der ECC-Shopmonitor Spezial von Februar 2010: Nur 3,6 Prozent der Befragten haben bereits im Online-Shop von Printus eingekauft.
- ☹ Das Musikhaus Thomann kann seine Platzierung in den Top 3 der ersten beiden Monate im Jahr 2010 nicht halten und rutscht von Rang 3 auf Rang 9 ab.



Im März 2010 zeigt sich ein verzerrtes Bild zwischen Veränderungen der Imagewerte und den Platzierungswechseln. Während fast alle Online-Shops und Shopping-Portale steigende Imagewerte verzeichnen können, sinken viele von ihnen gleichzeitig in der Rangliste ab. Insbesondere bei den Plätzen 11 bis 20 kann kein Online-Shop seine Platzierung zum Vormonat verbessern. Dies ist vor allem dem Anstieg einiger weniger Anbieter sowie dem Neueinstieg der SANICARE-Apotheke zuzuschreiben. Die Versandapotheke steigt erstmals im März 2010 auf Platz 5 in das Imageranking ein und verschiebt somit das sowieso eng beieinander liegende Mittelfeld.



Nachdem Bechtle direkt als einziger reiner B2B-Anbieter innerhalb des Rankings bei den Befragten eine sehr geringe Bekanntheit verzeichnete, hat sich das ECC Handel dazu entschlossen, das Ranking ausschließlich für B2C-Anbieter durchzuführen. Somit rückt nun die SANICARE-Apotheke aufgrund der Platzierung im iBusiness-Ranking der umsatzstärksten Online-Shops und Shopping-Portale nach.

A handwritten signature in blue ink, which appears to read 'S. Rodenkirchen'.

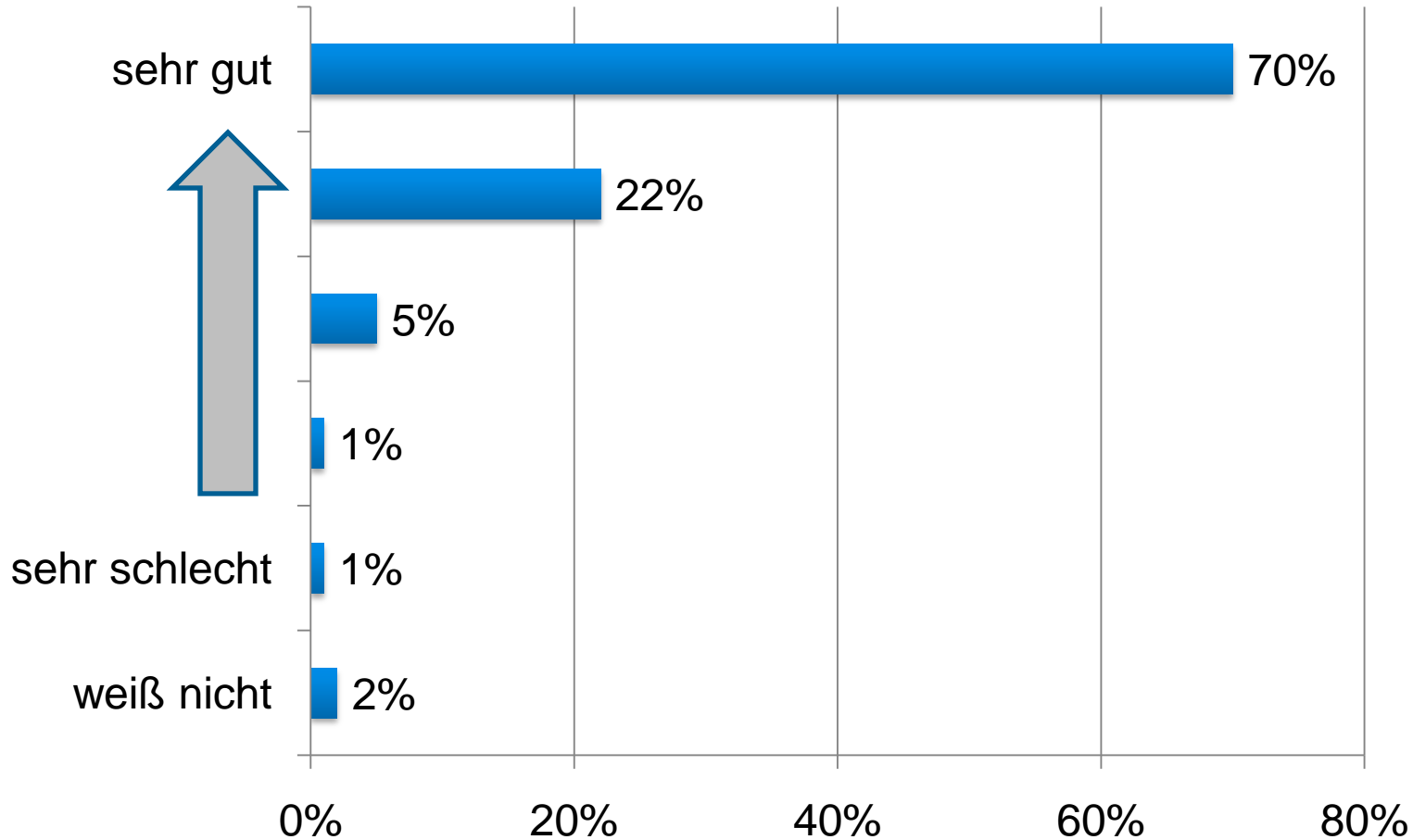
Sonja Rodenkirchen



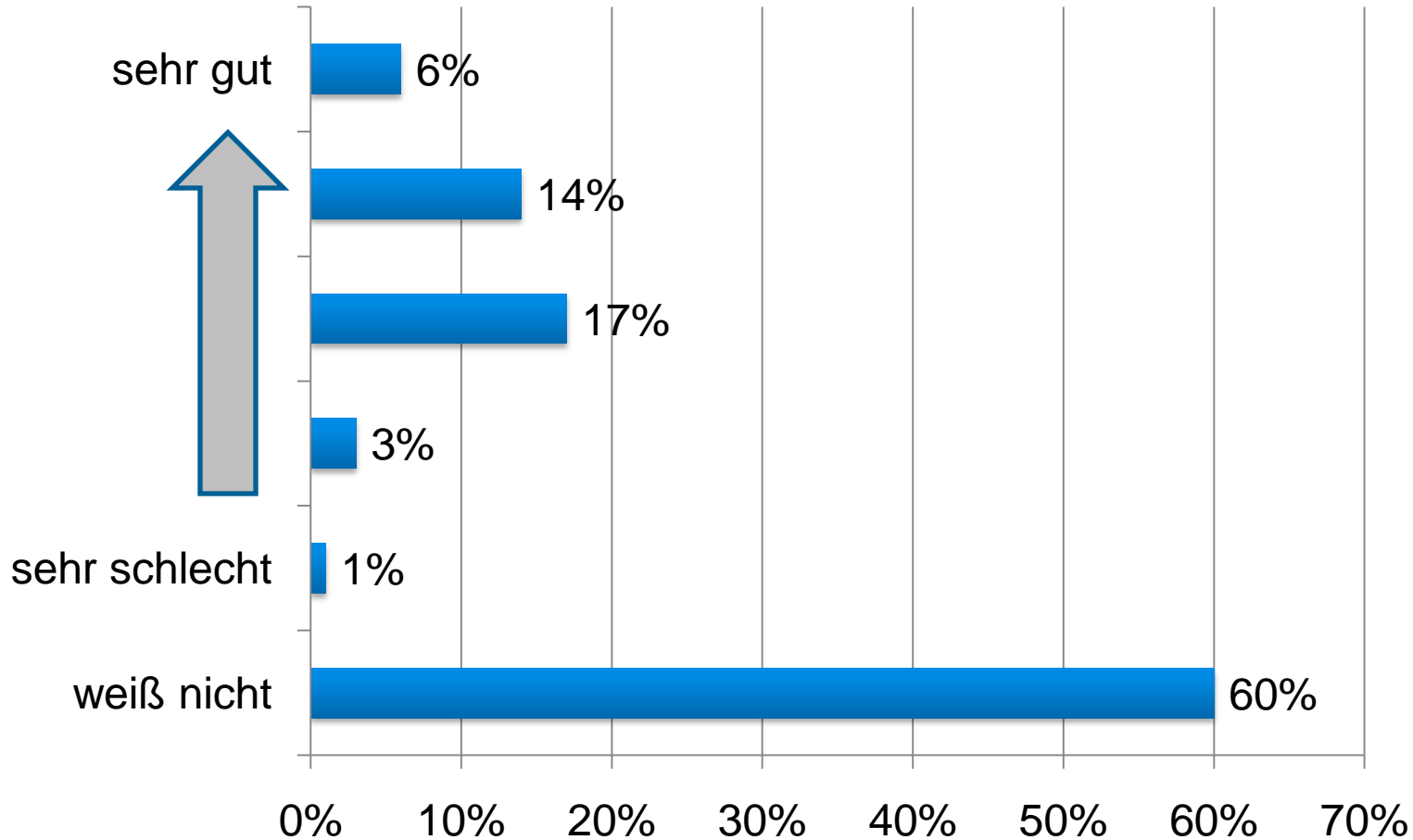
# Detailanalyse der 20 Online-Shops und Shopping-Portalen

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.

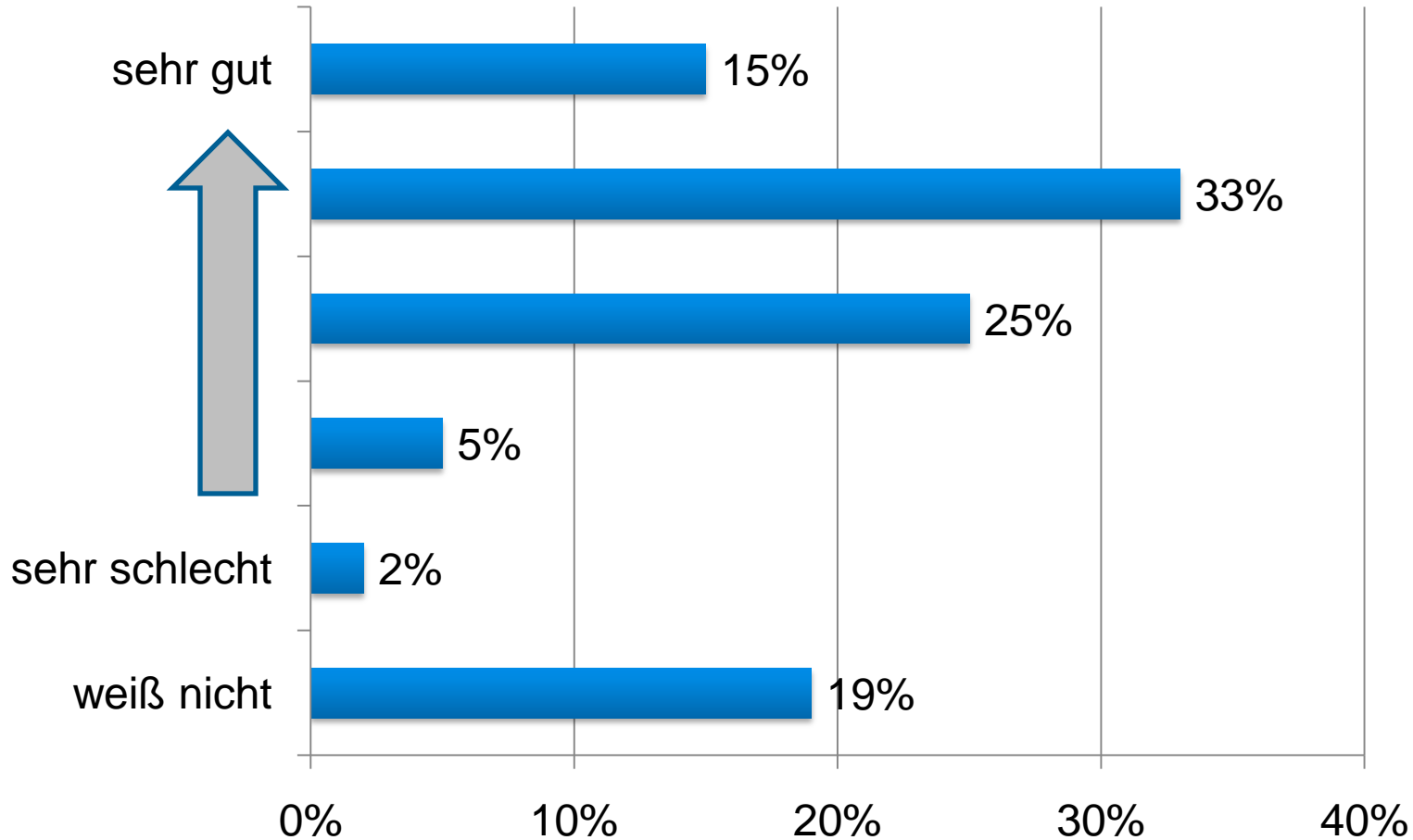
Im Anschluss erfolgt eine Detailanalyse nach soziodemografischen Merkmalen.



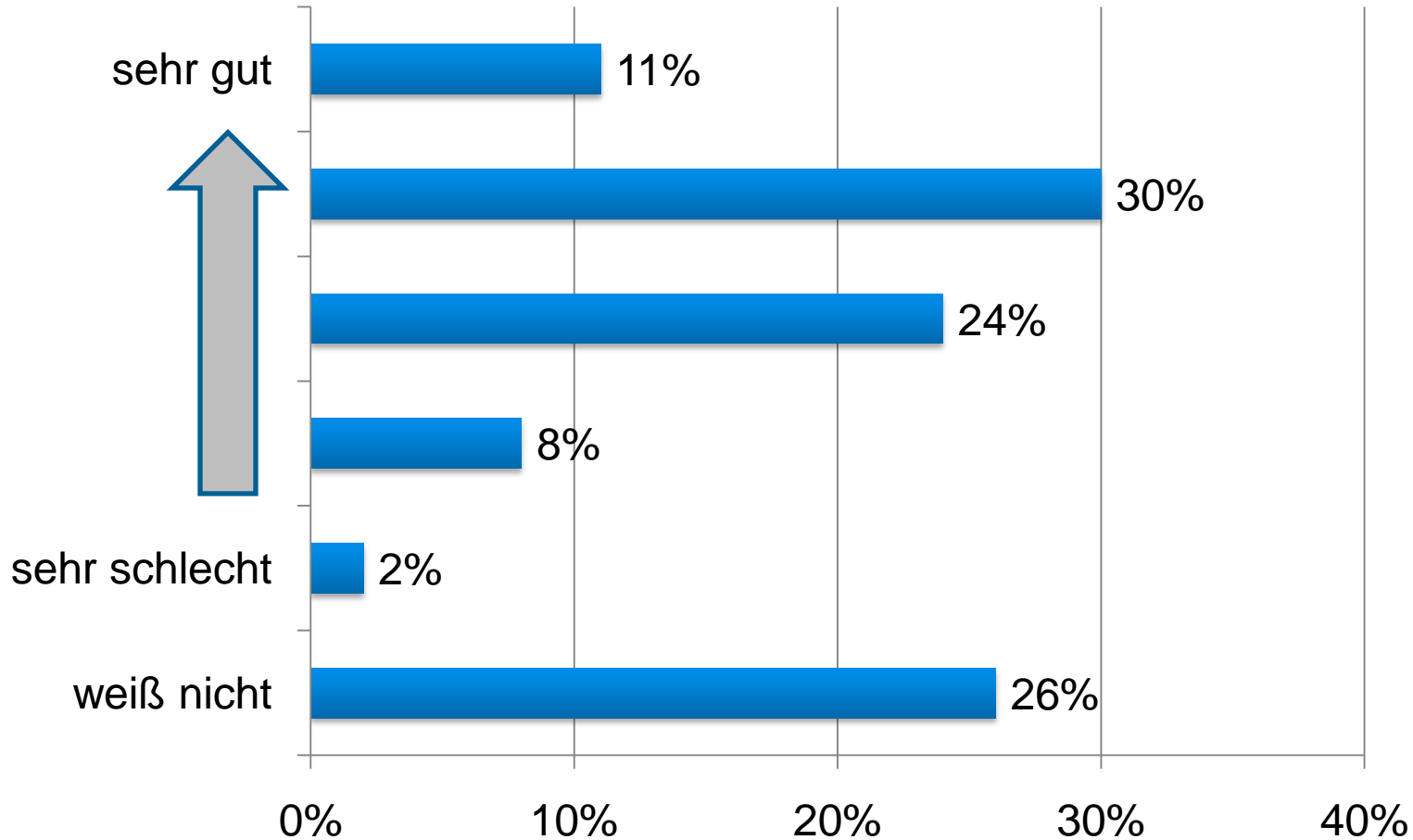
Basis: n = 1000



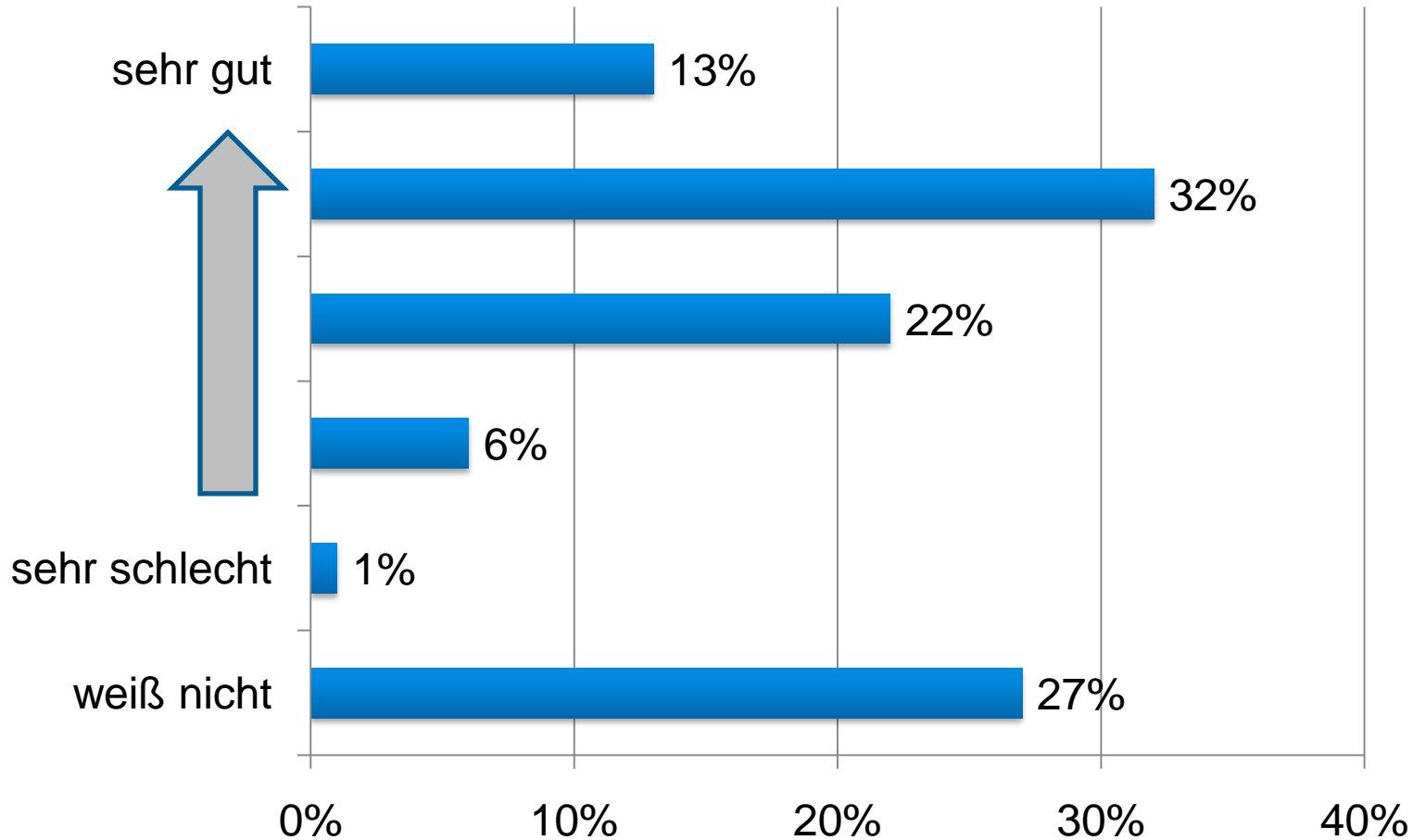
Basis: n = 1000



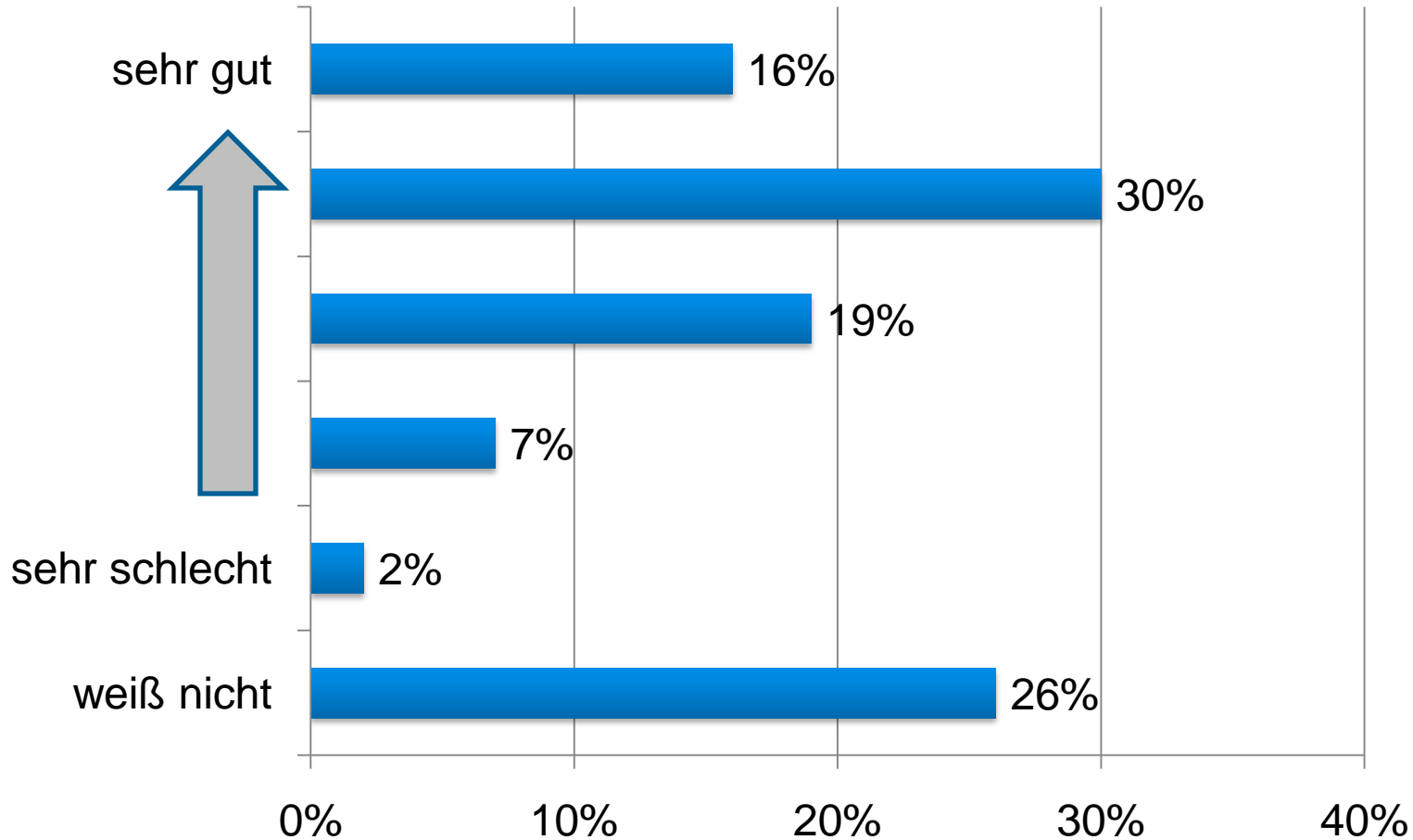
Basis: n = 1000



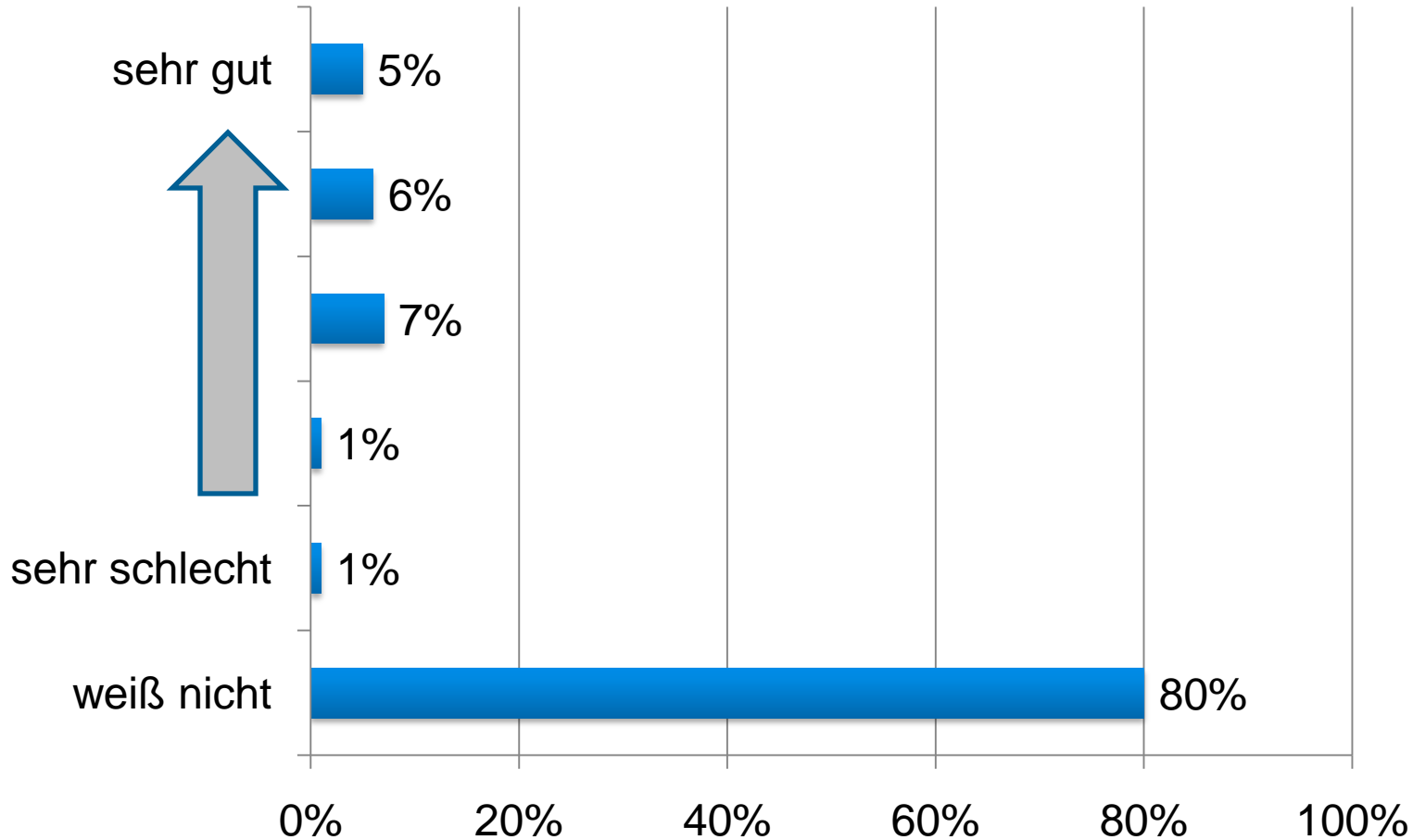
Basis: n = 1000



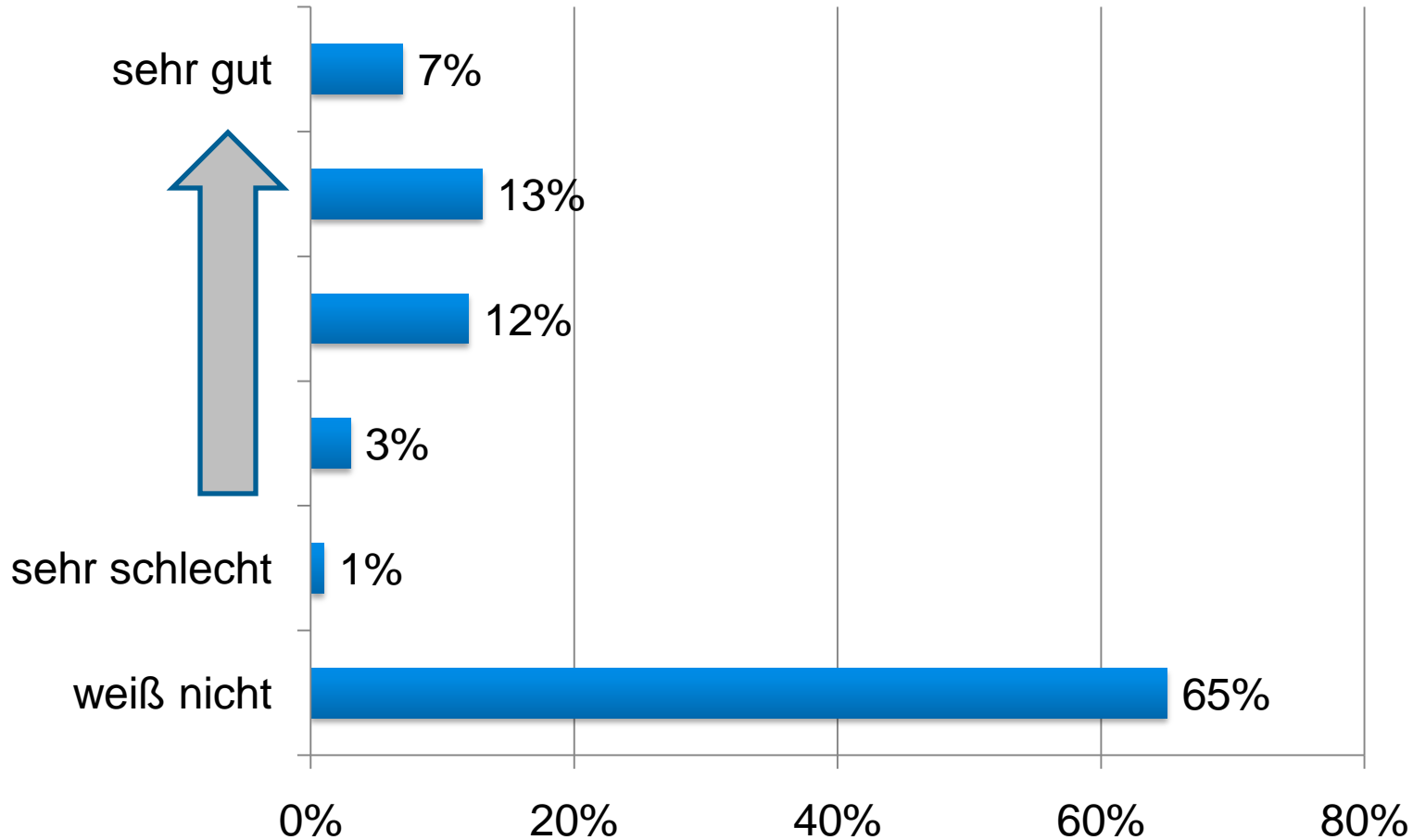
Basis: n = 1000



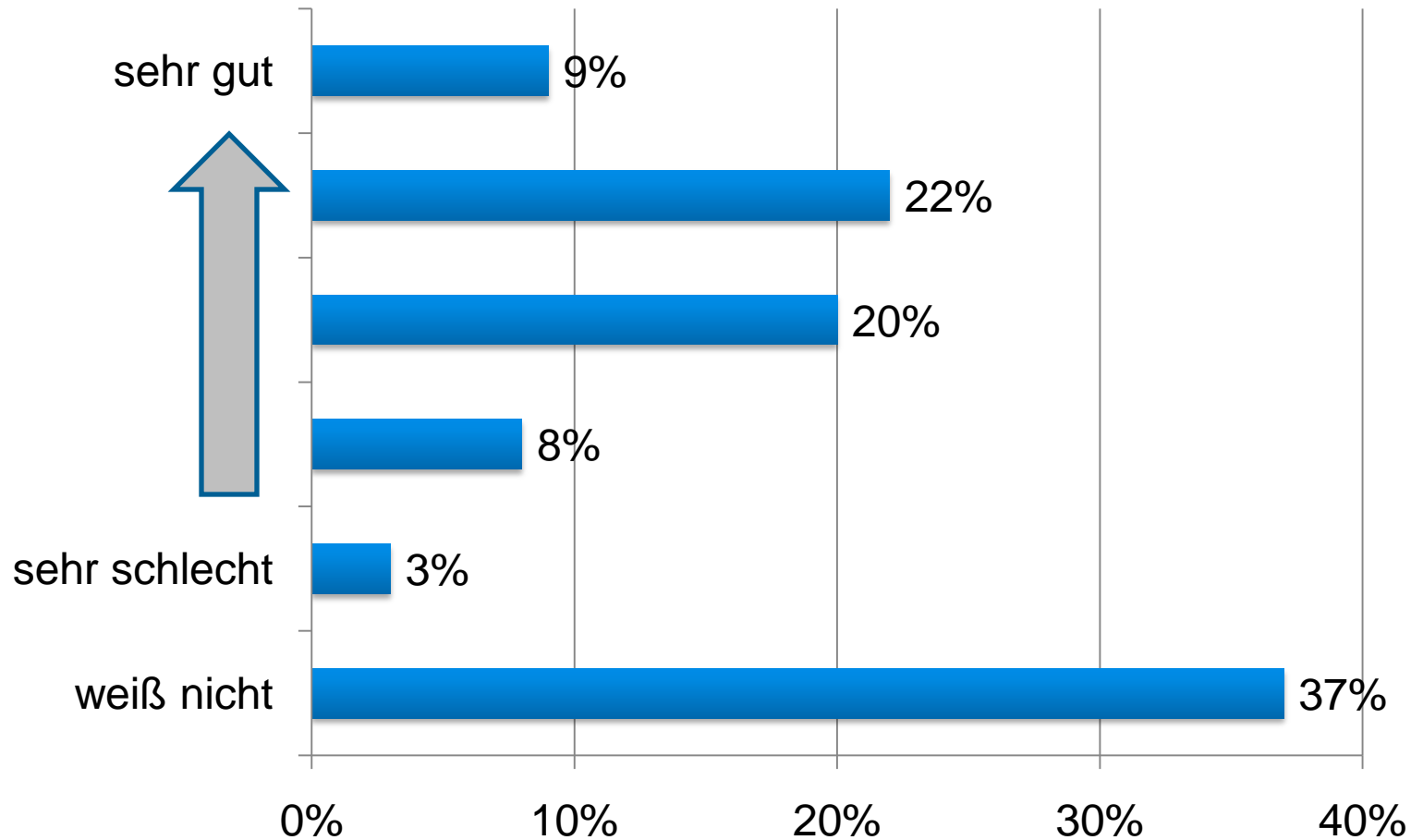
Basis: n = 1000



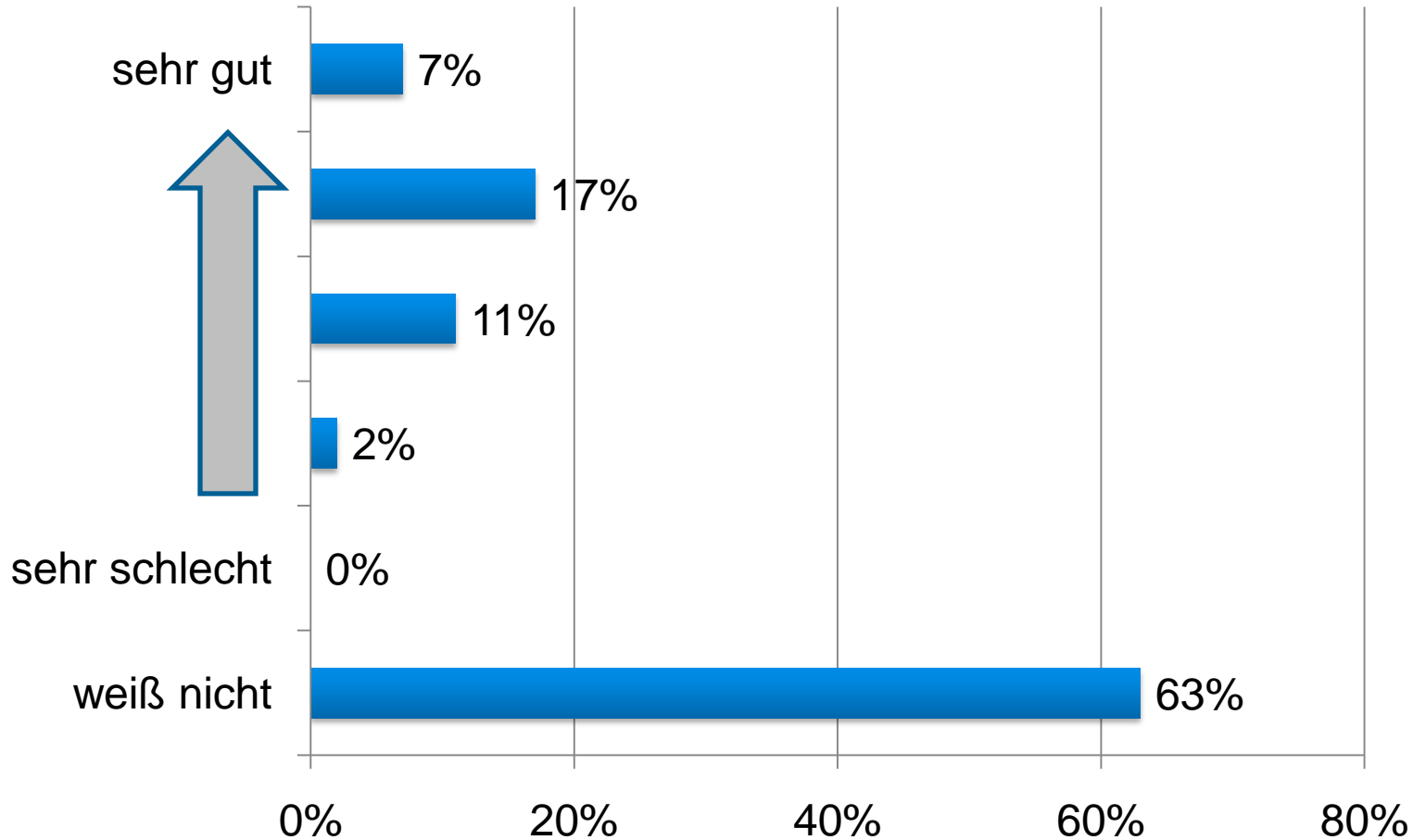
Basis: n = 1000



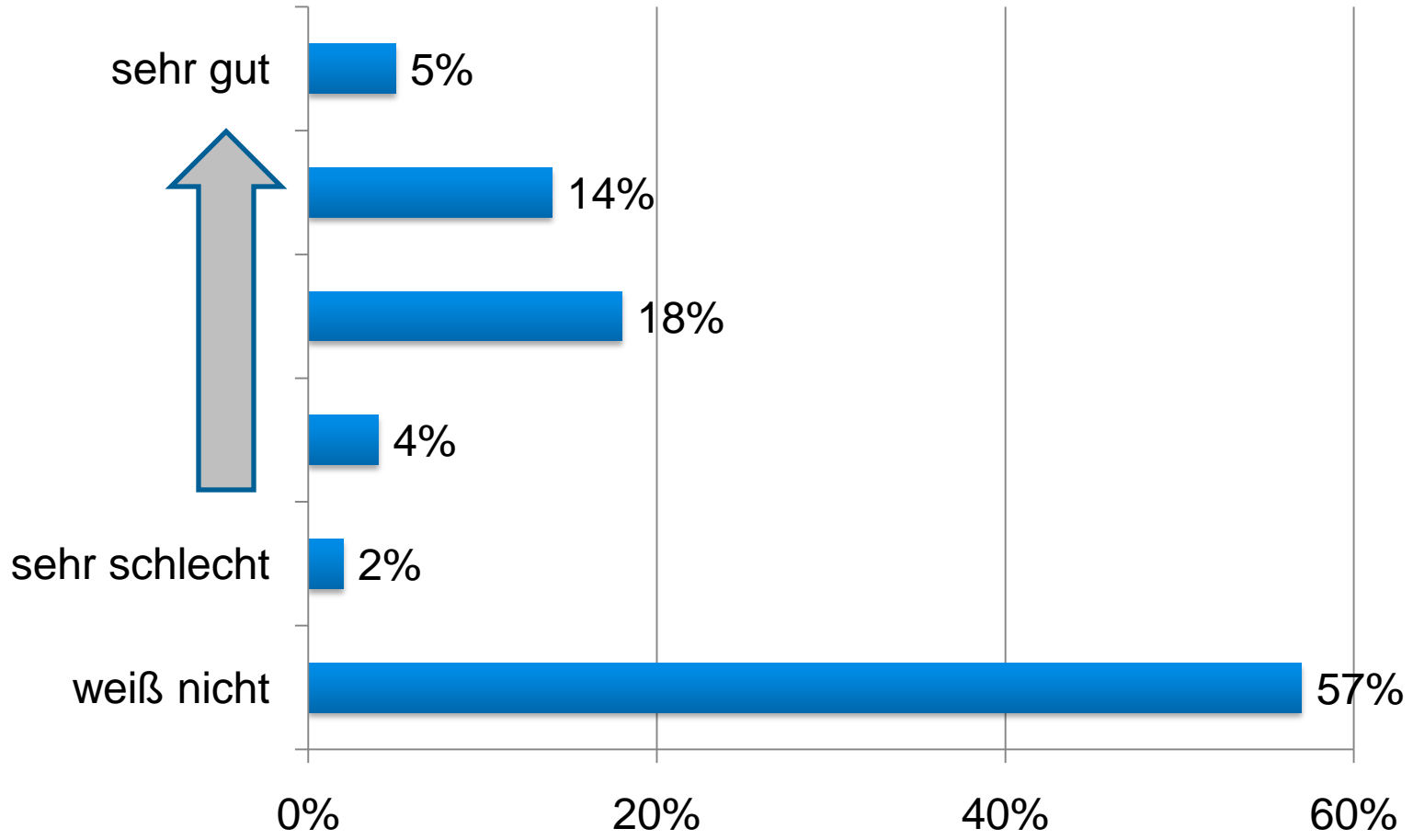
Basis: n = 1000



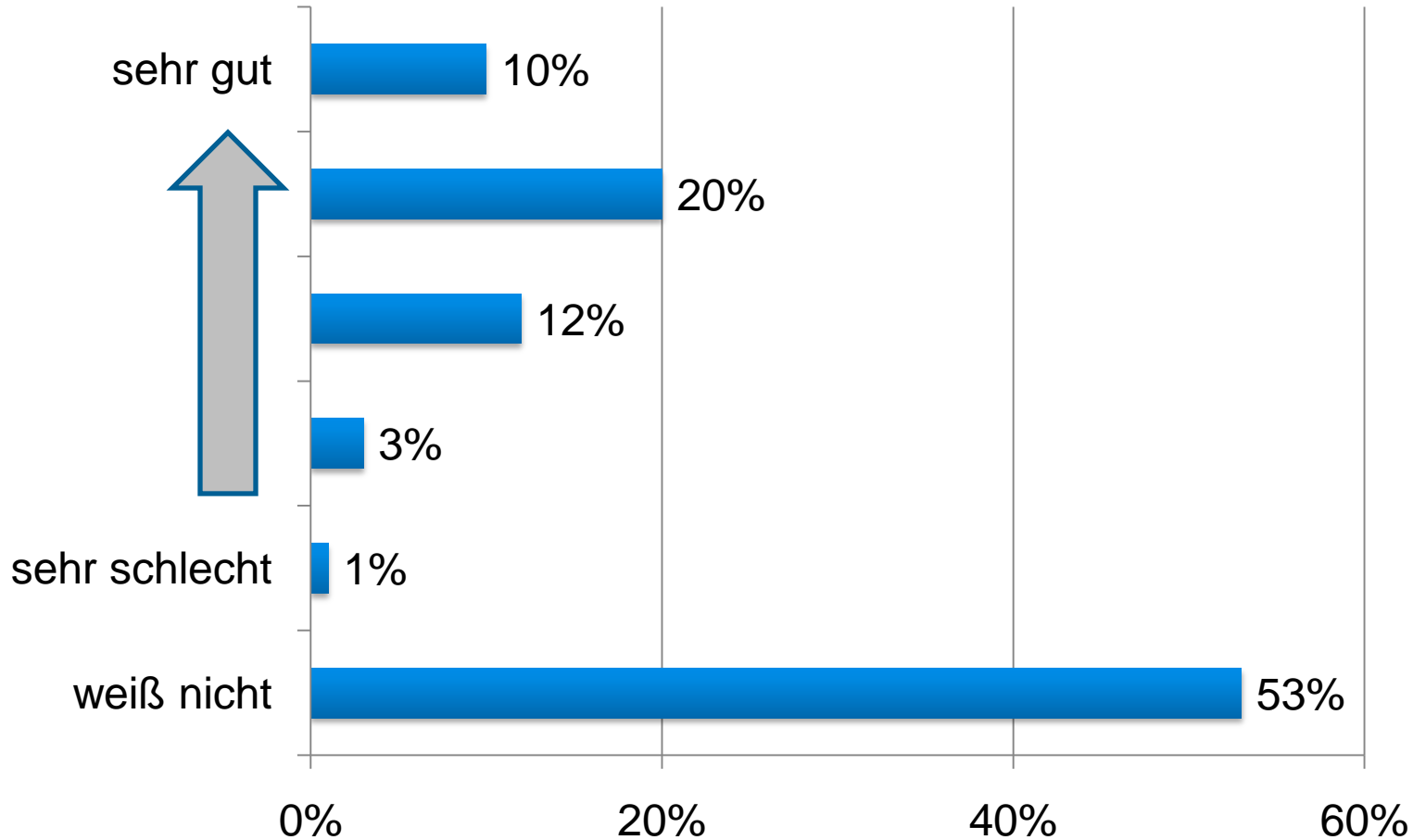
Basis: n = 1000



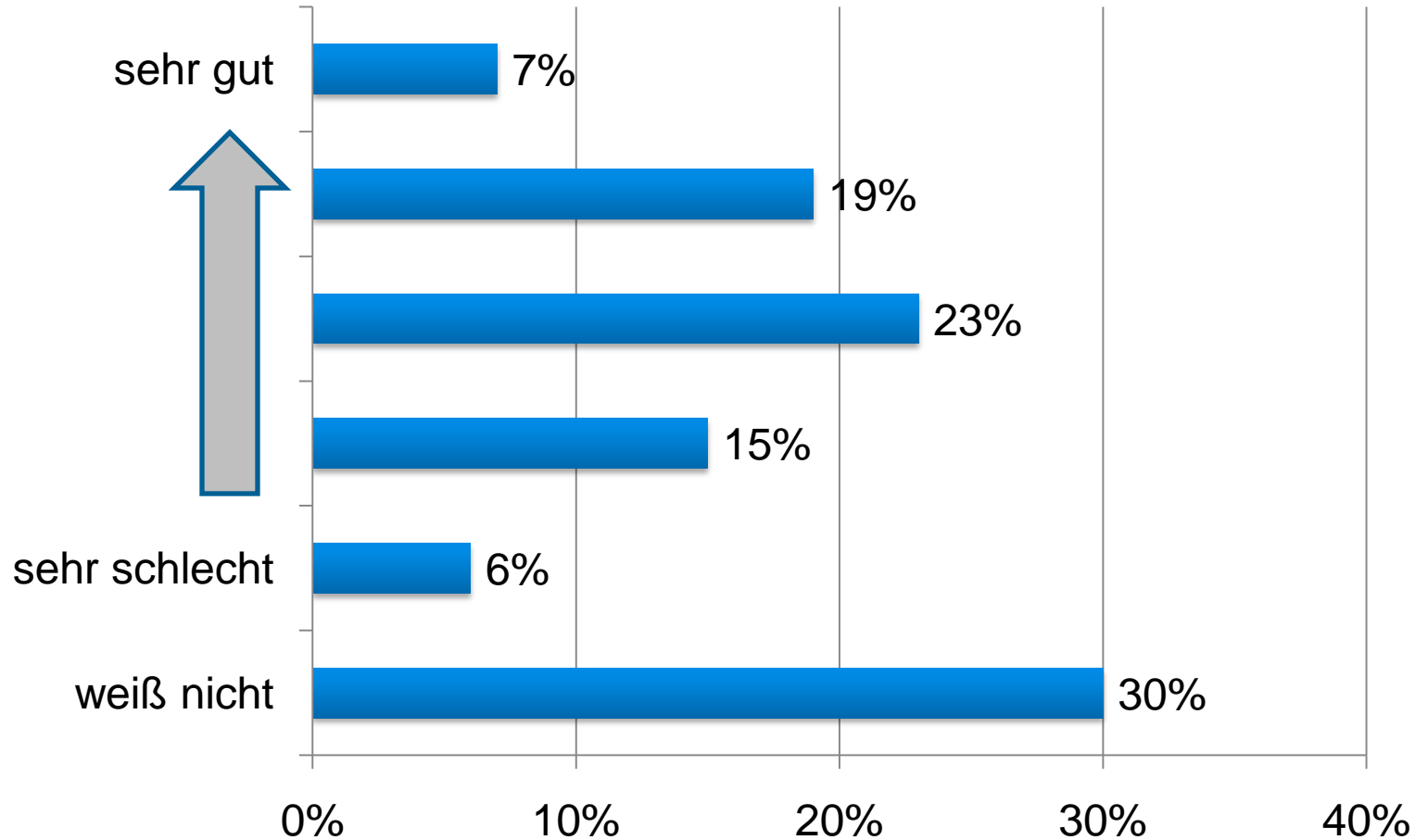
Basis: n = 1000



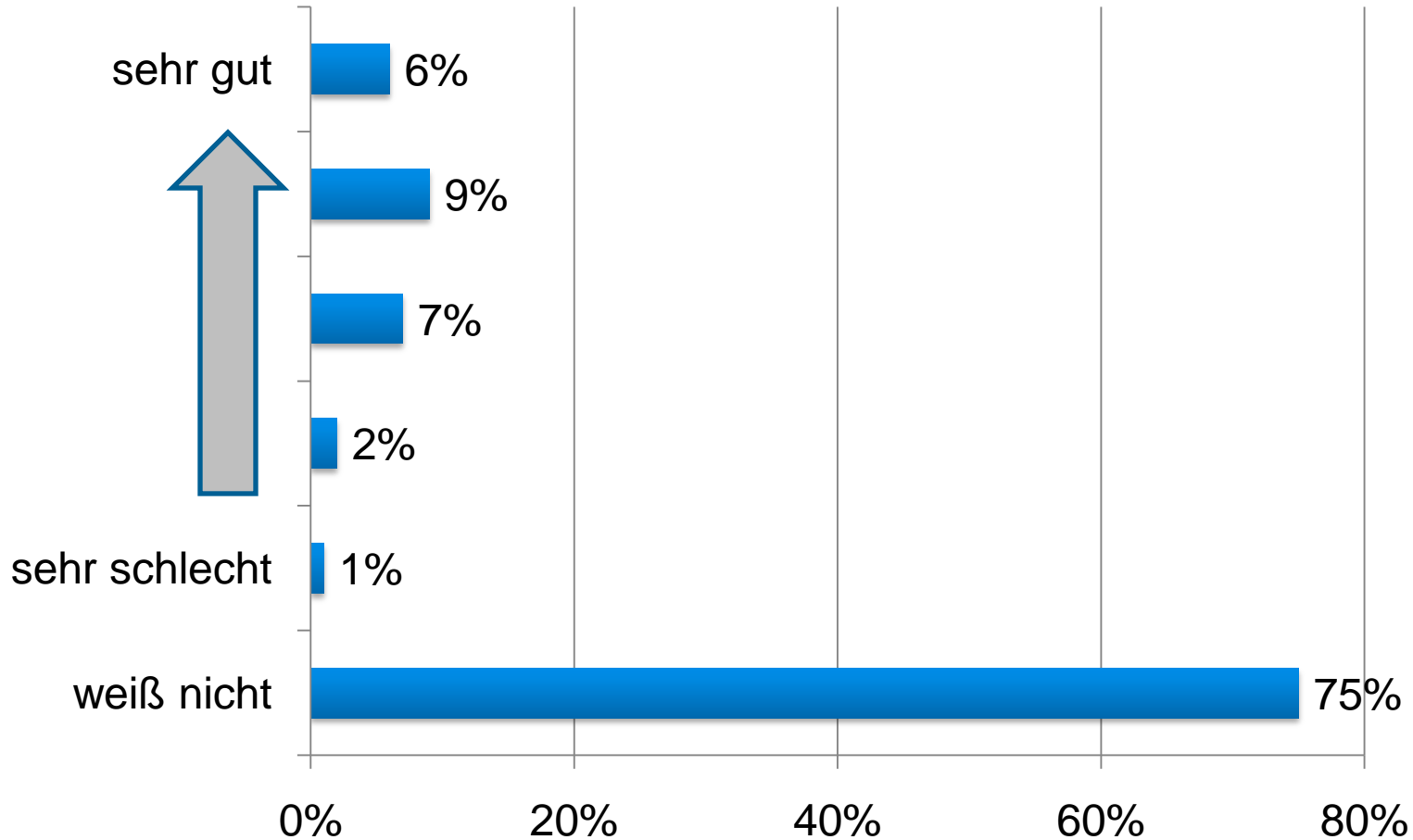
Basis: n = 1000



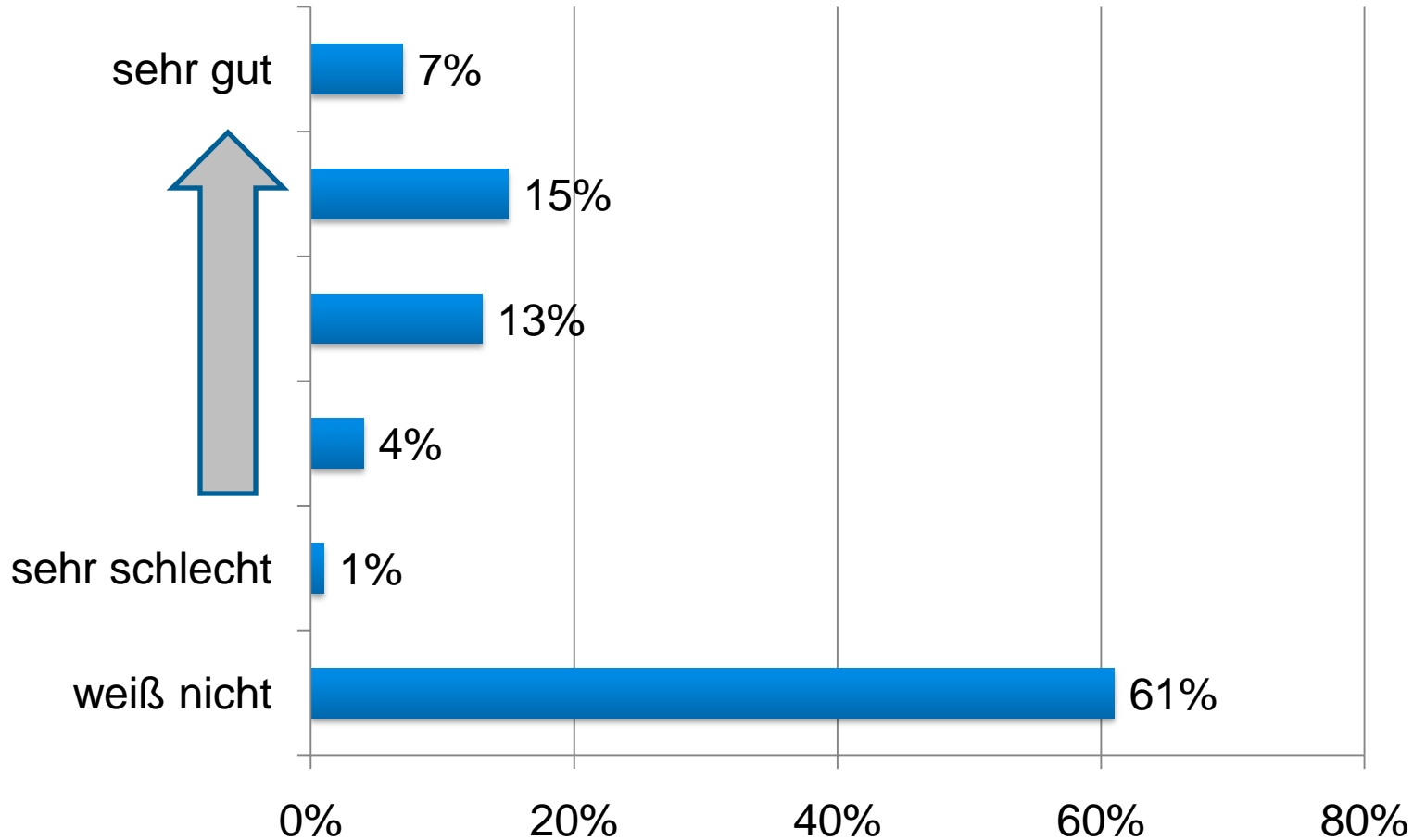
Basis: n = 1000



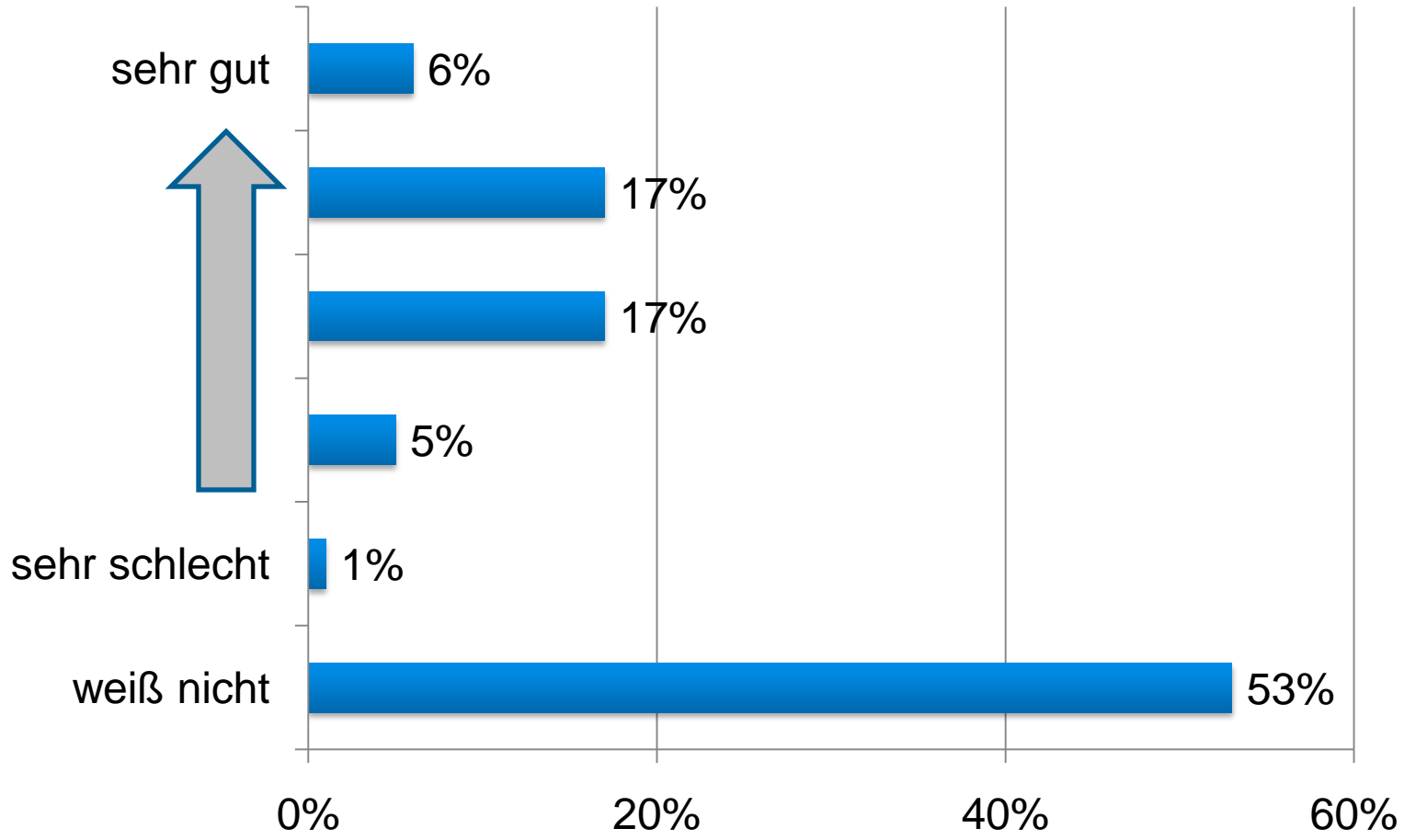
Basis: n = 1000



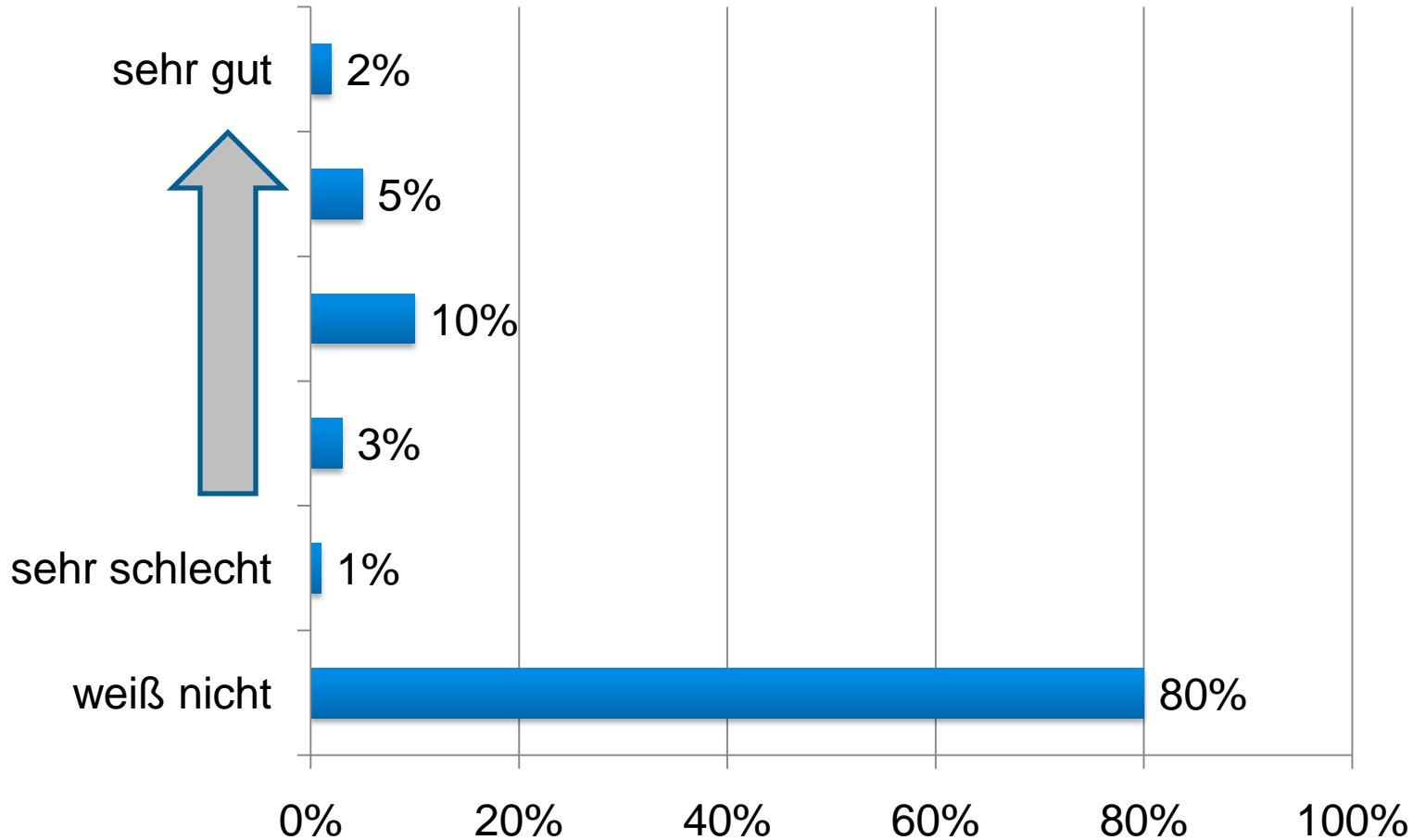
Basis: n = 1000



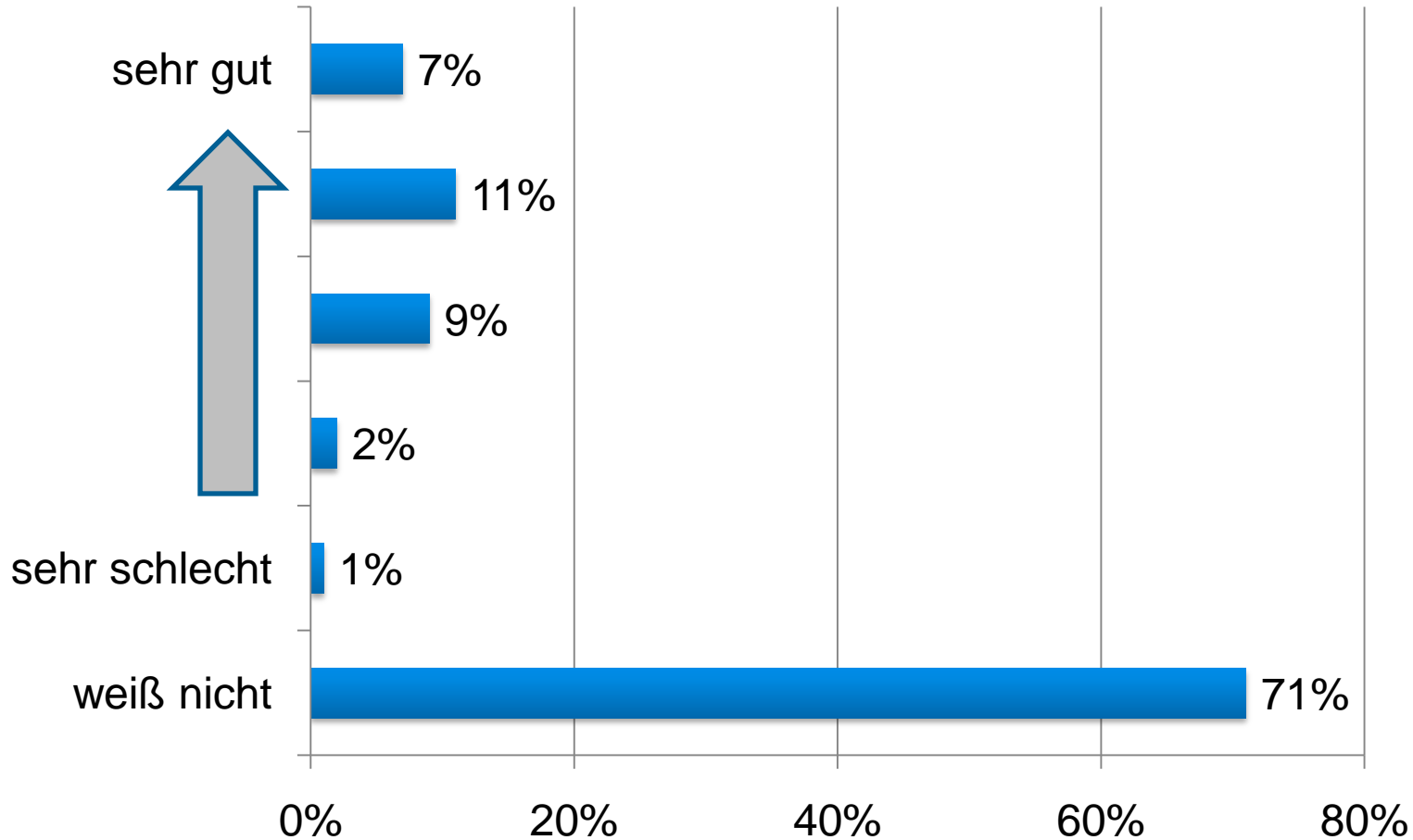
Basis: n = 1000



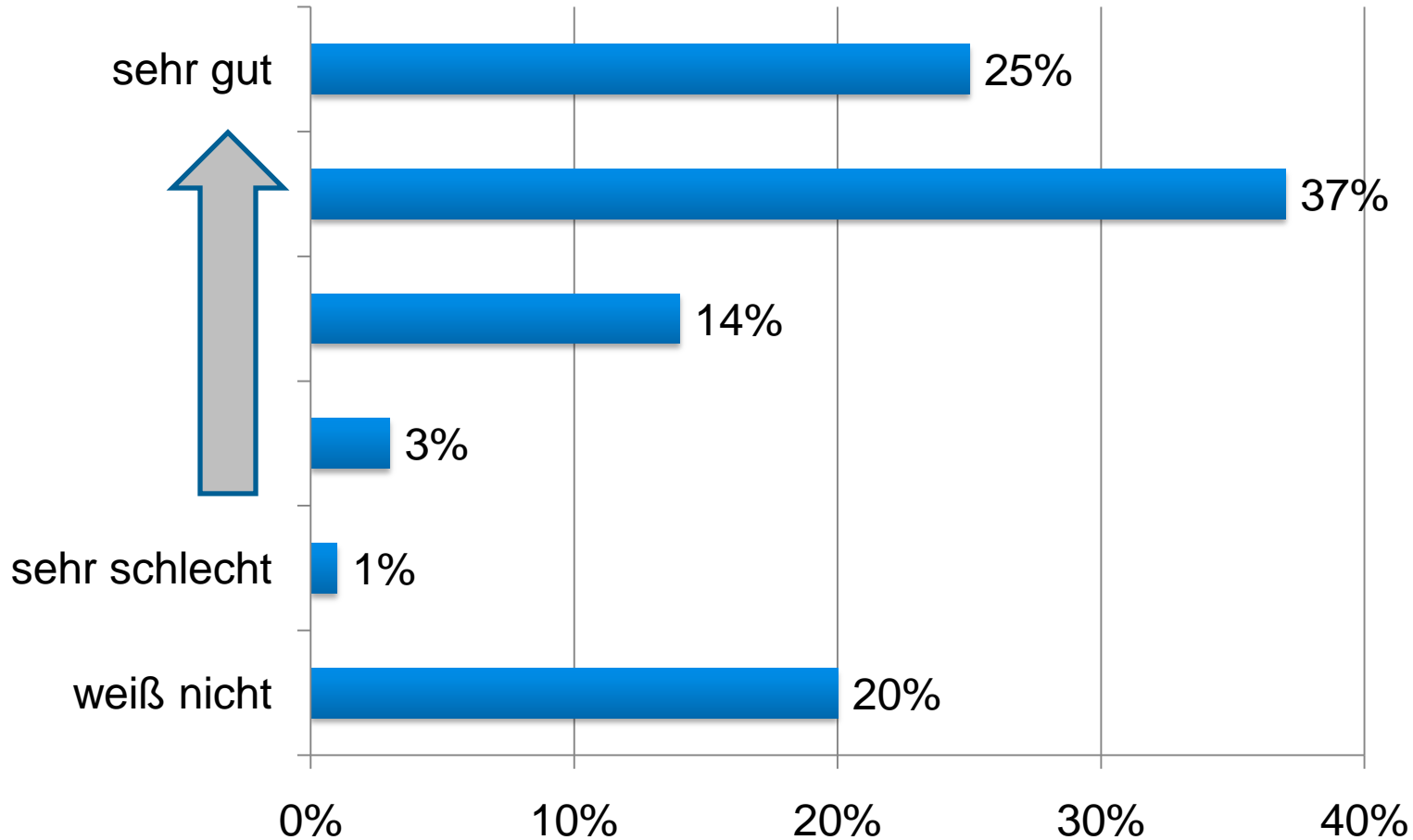
Basis: n = 1000



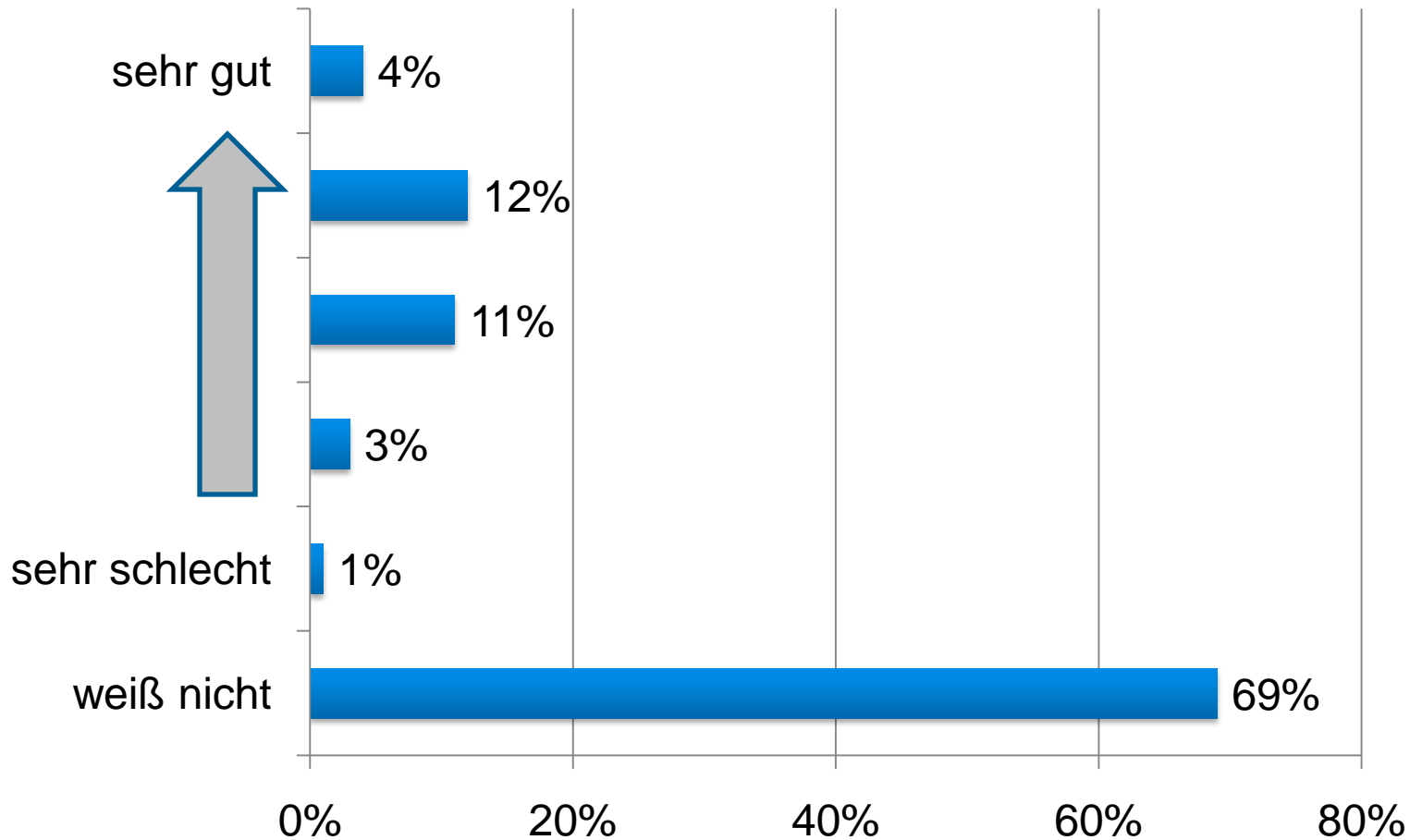
Basis: n = 1000



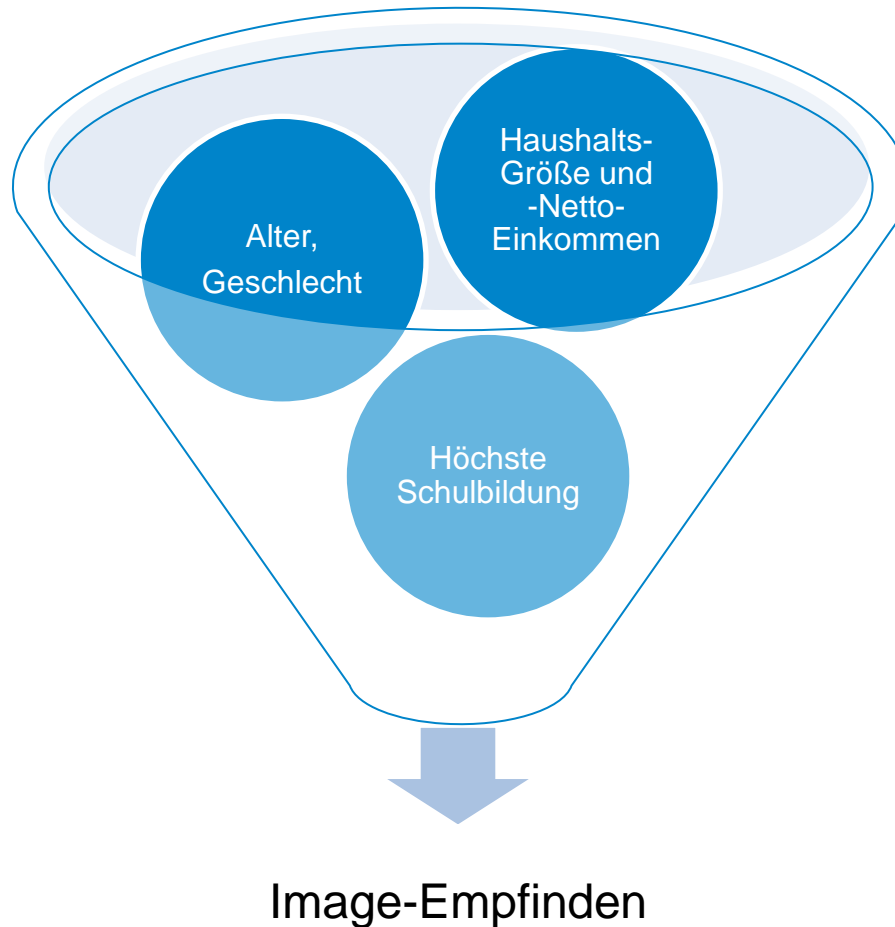
Basis: n = 1000



Basis: n = 1000

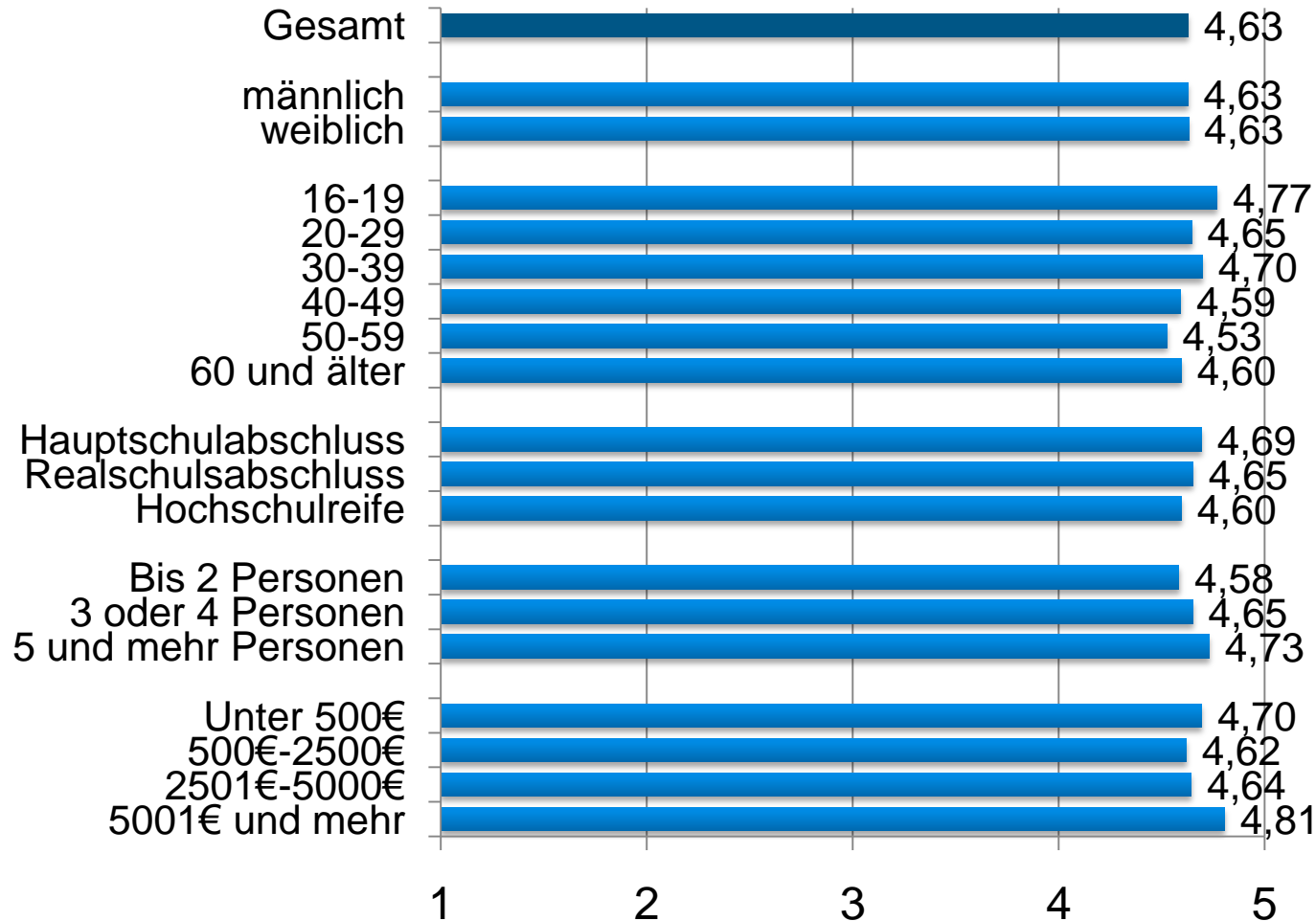


Basis: n = 1000

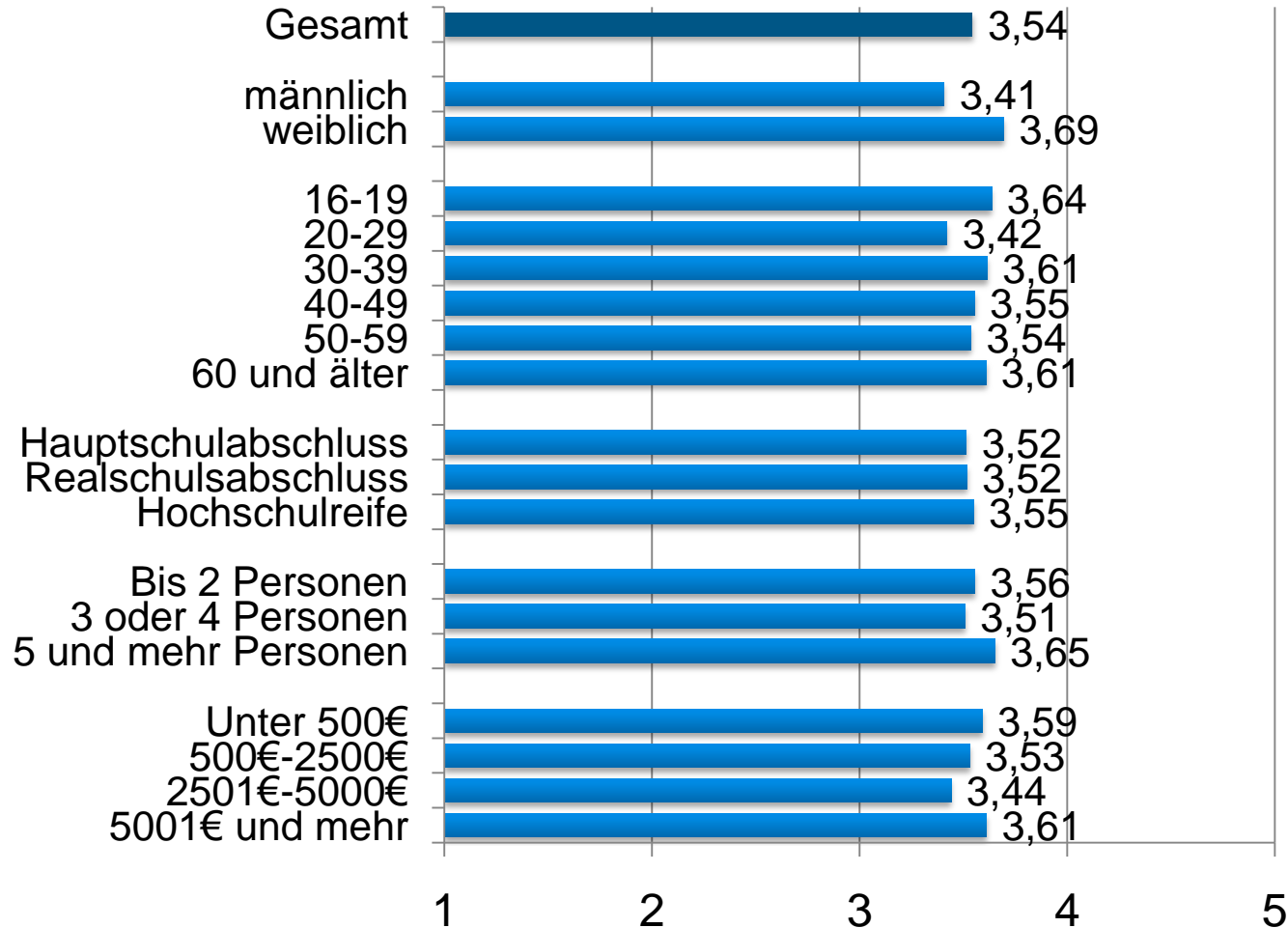




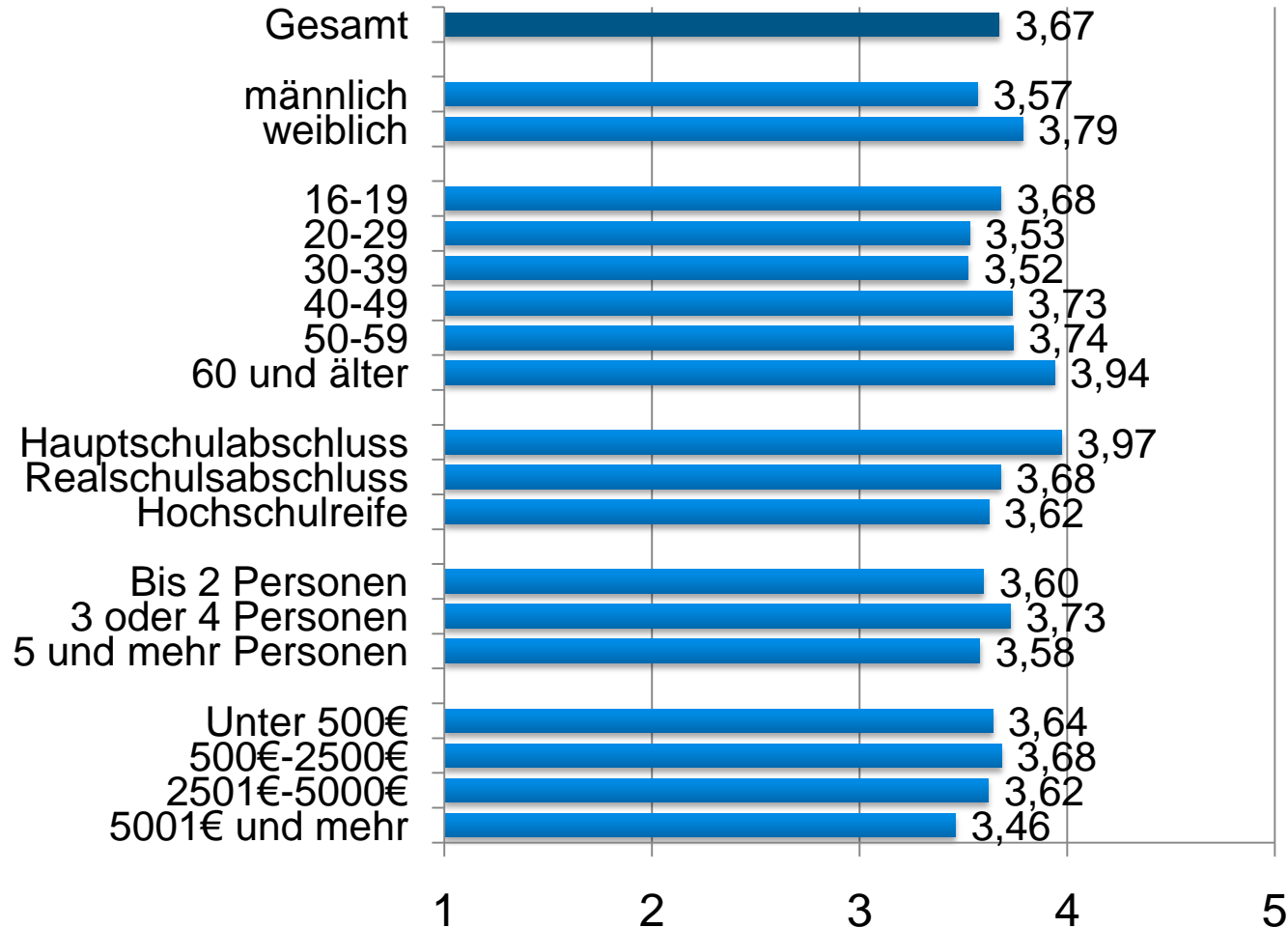
- ▶ Unterscheidung nach
  - ▶ Geschlecht
  - ▶ Alter
  - ▶ Höchster Schulabschluss
  - ▶ Haushaltsgröße
  - ▶ Monatlichen Haushalts-Nettoeinkommen
  
- ▶ Personen, die zu Einkommen, Haushaltsgröße oder Schulabschluss keine Angaben getätigt haben, werden in den folgenden Darstellungen nicht ausgewiesen.



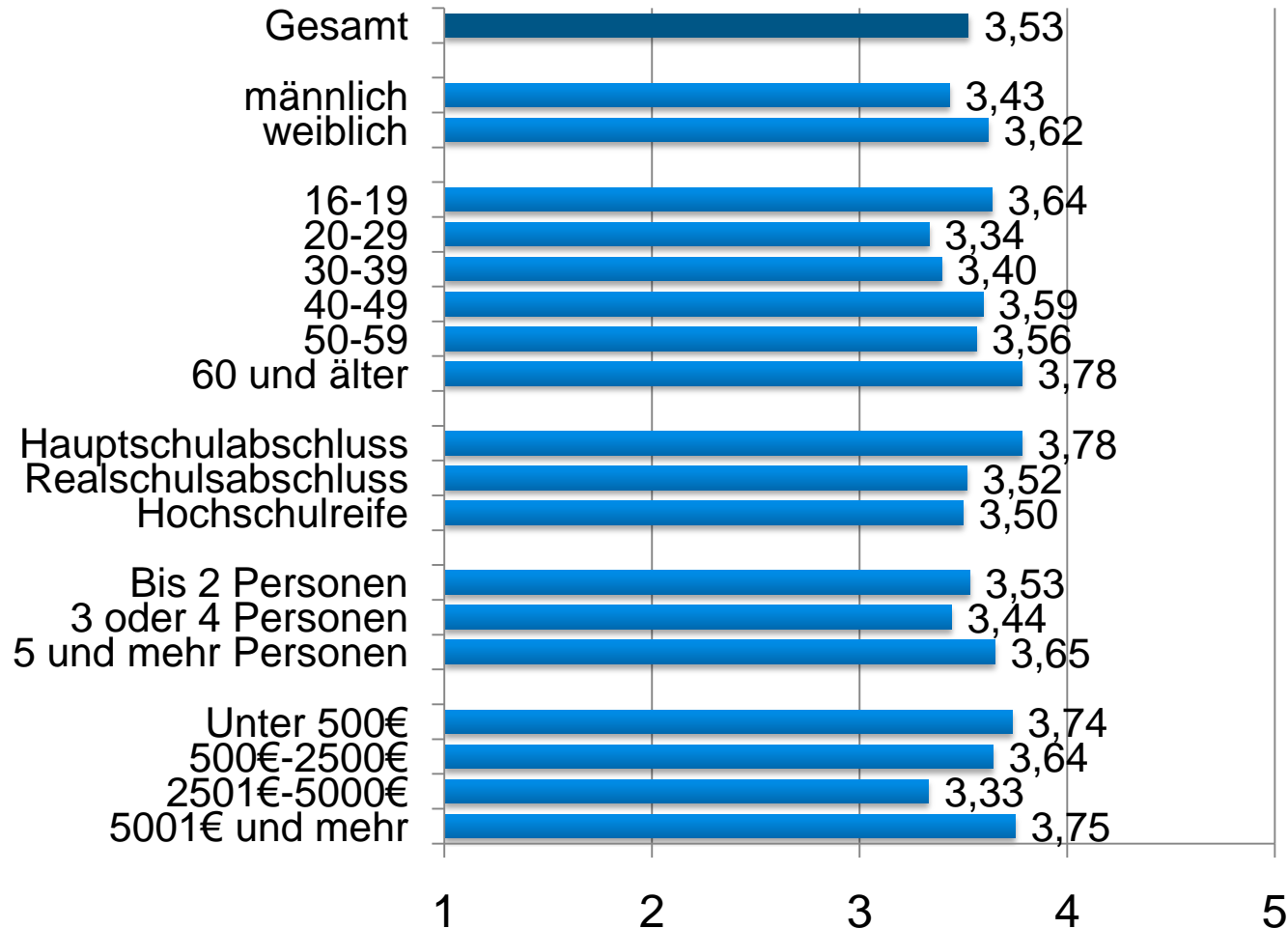
Basis: n = 1000 | Skalierung: 1 = sehr schlecht; 5 = sehr gut



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

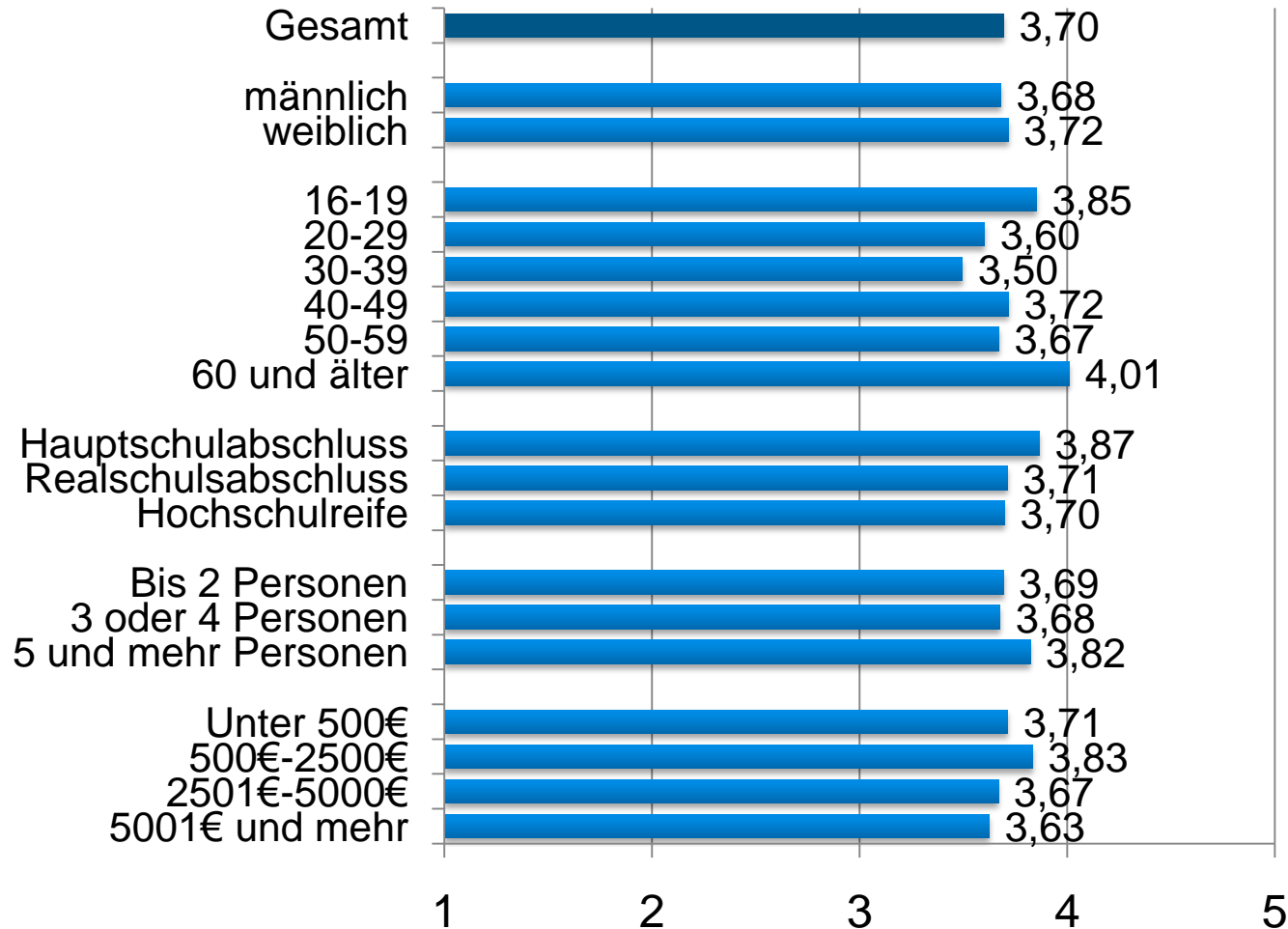


Basis: n = 1000 | Skalierung: 1 = sehr schlecht; 5 = sehr gut

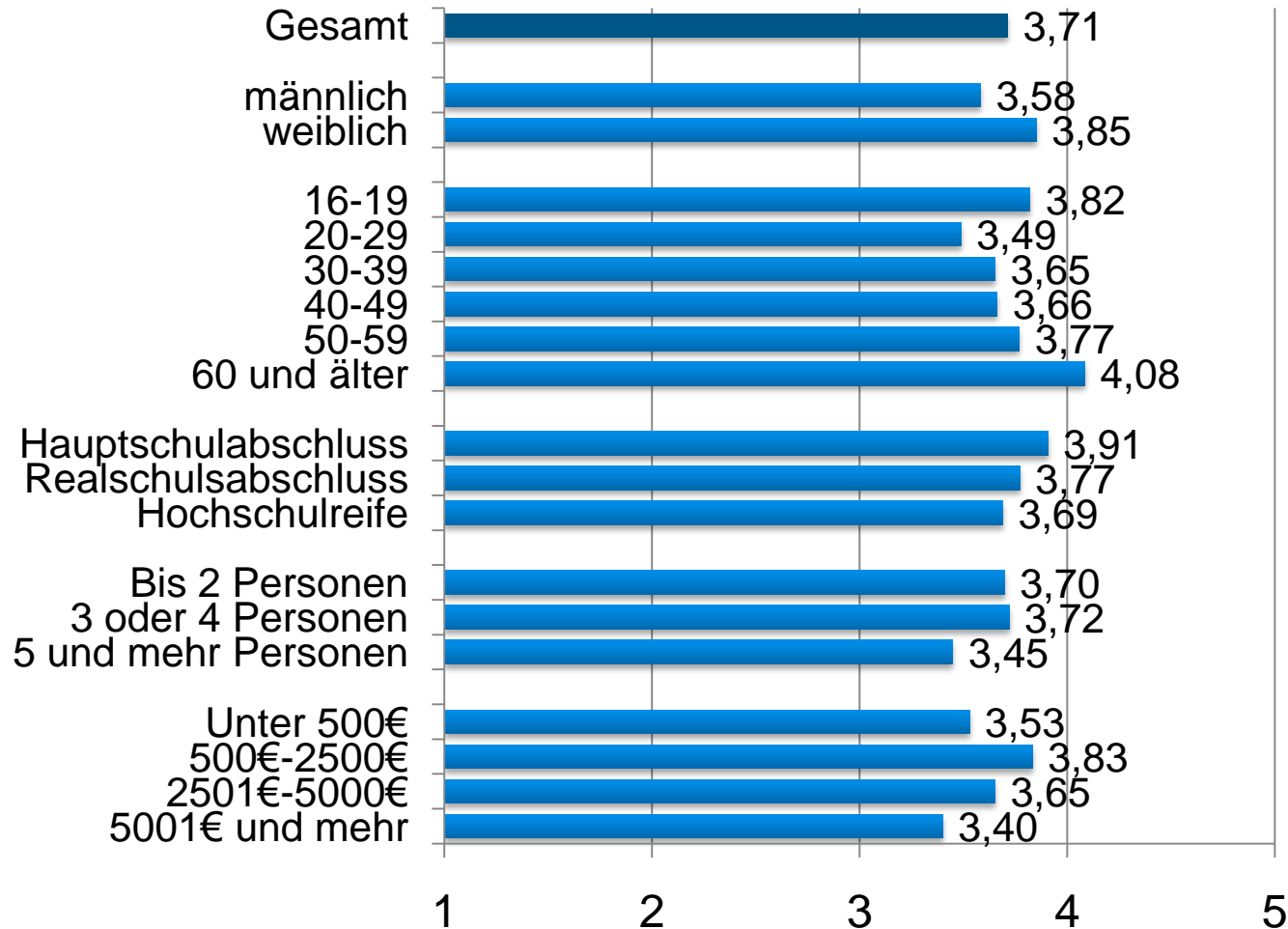


Basis: n = 1000 | Skalierung: 1 = sehr schlecht; 5 = sehr gut

# Detailanalyse: Image von *Conrad Electronic*

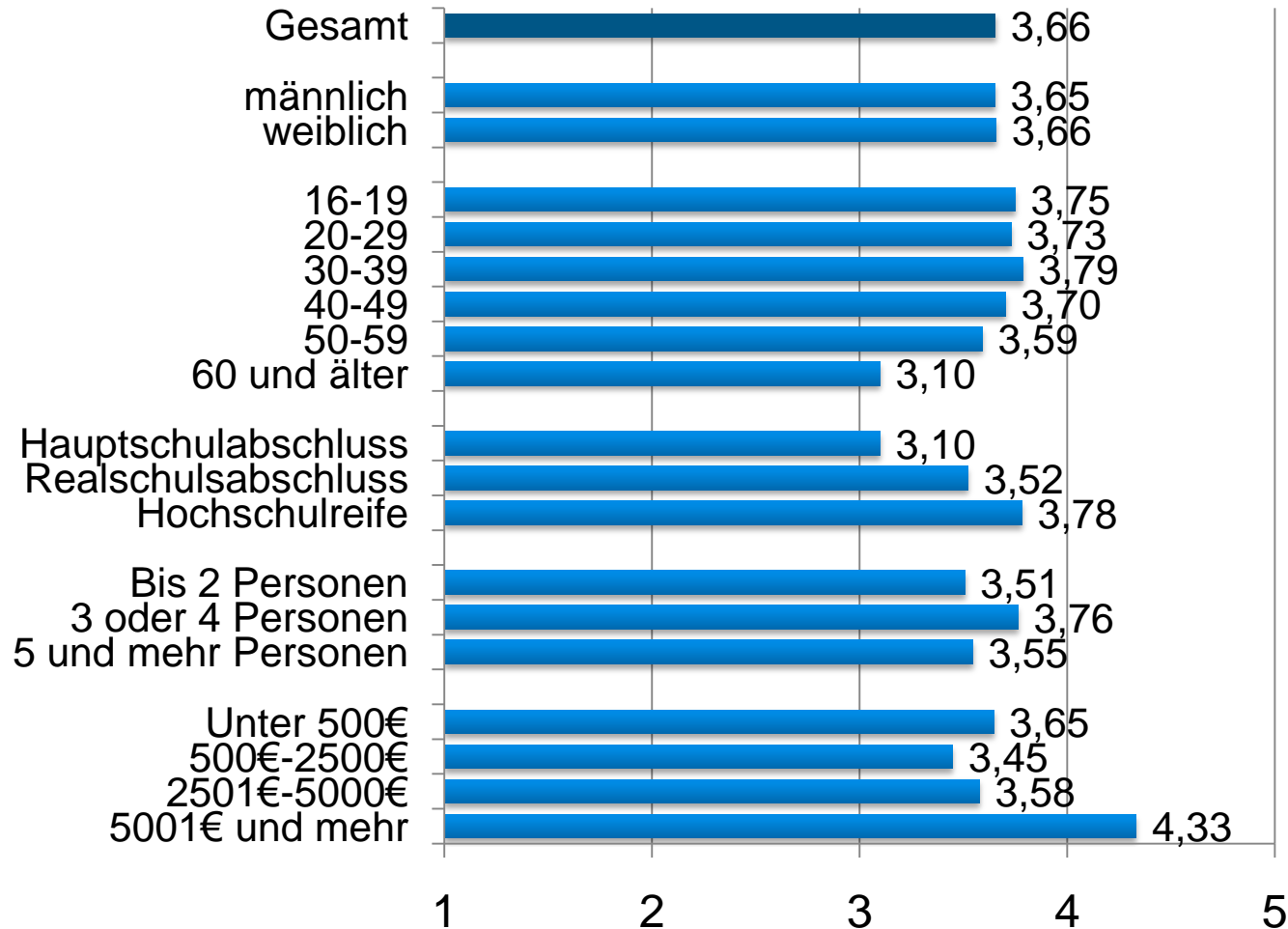


Basis: n = 1000 | Skalierung: 1 = sehr schlecht; 5 = sehr gut

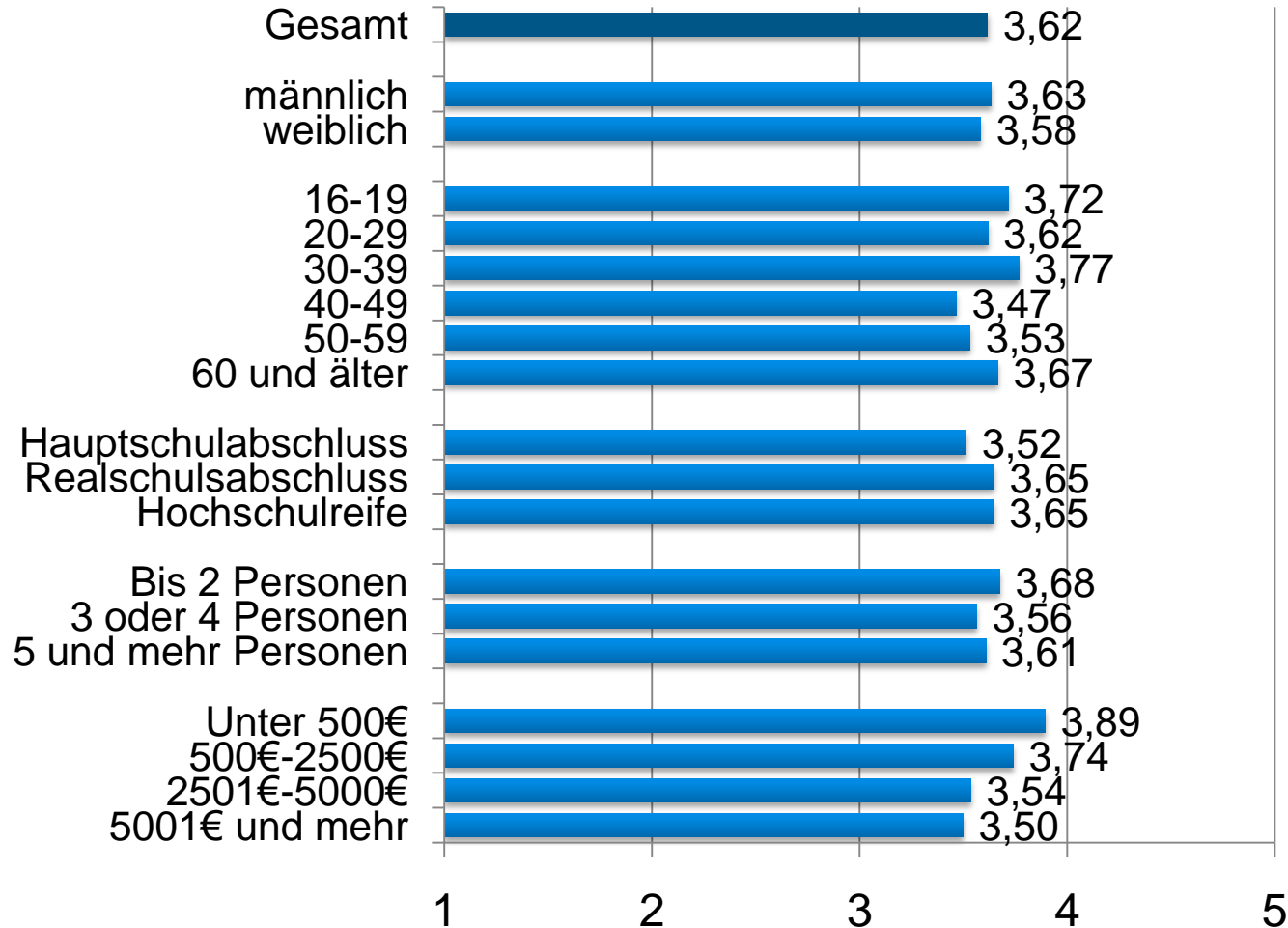


Basis: n = 1000 | Skalierung: 1 = sehr schlecht; 5 = sehr gut

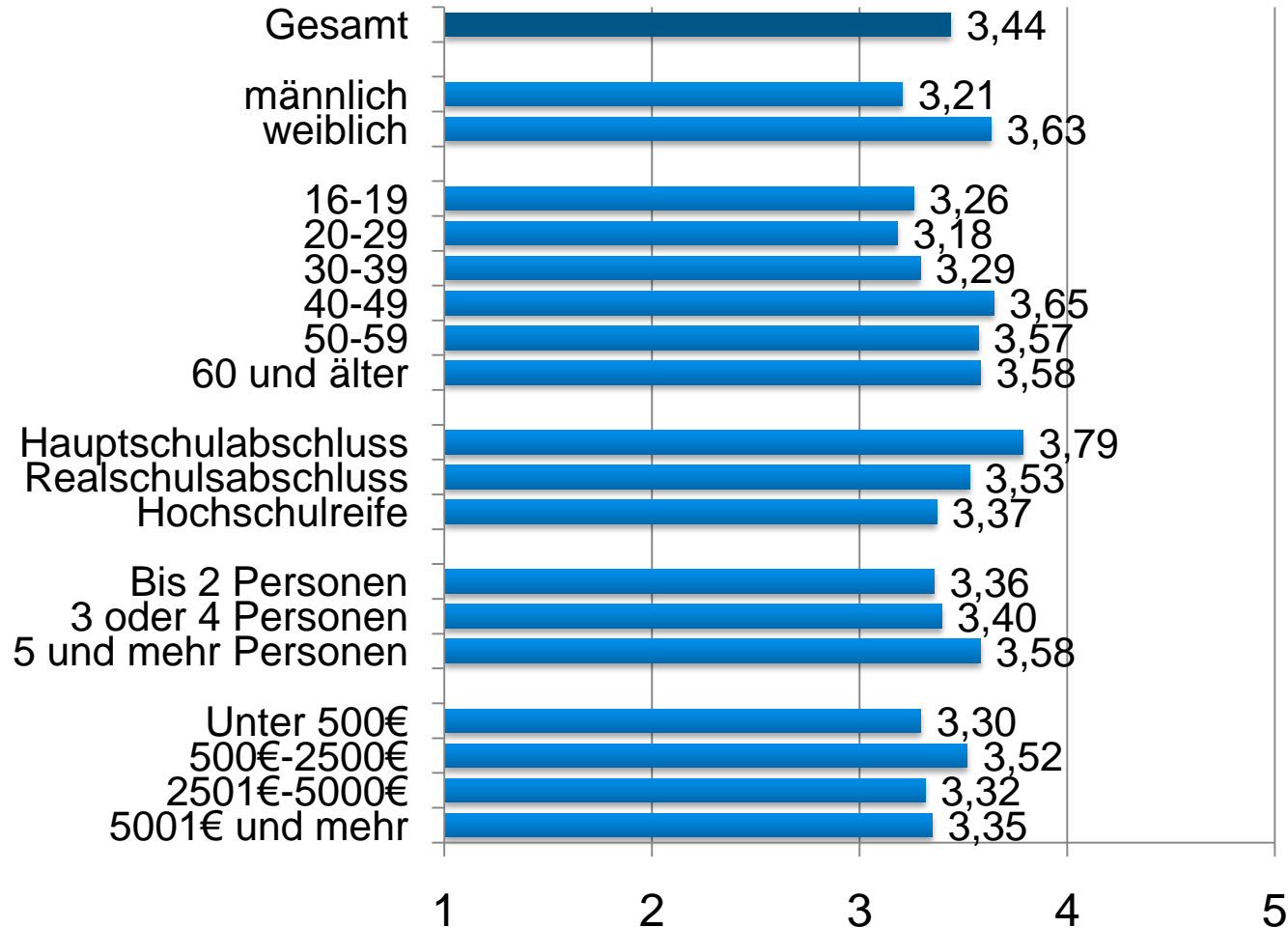
# Detailanalyse: Image von *Musikhaus Thomann*



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

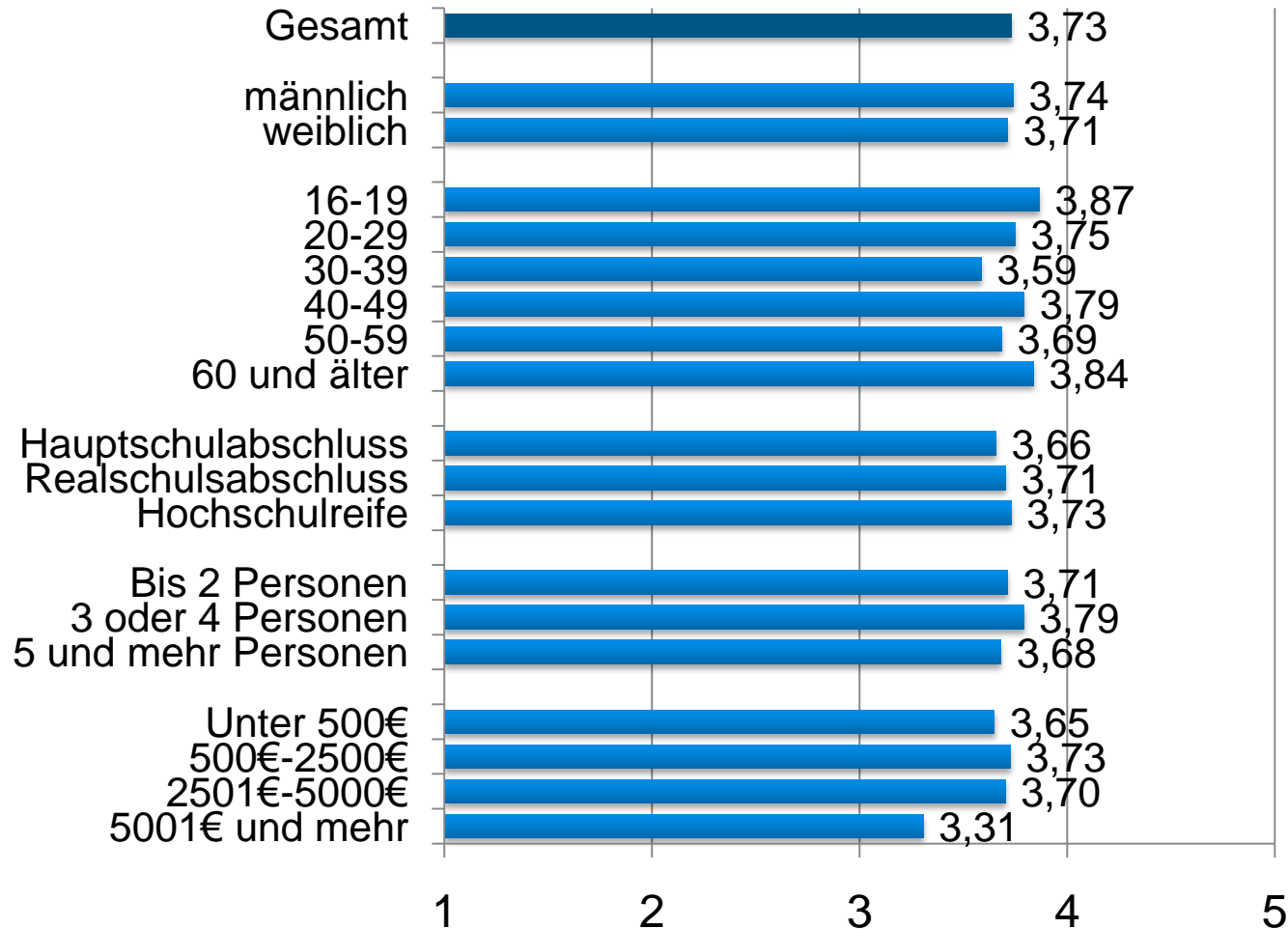


Basis: n = 1000 | Skalierung: 1 = sehr schlecht; 5 = sehr gut

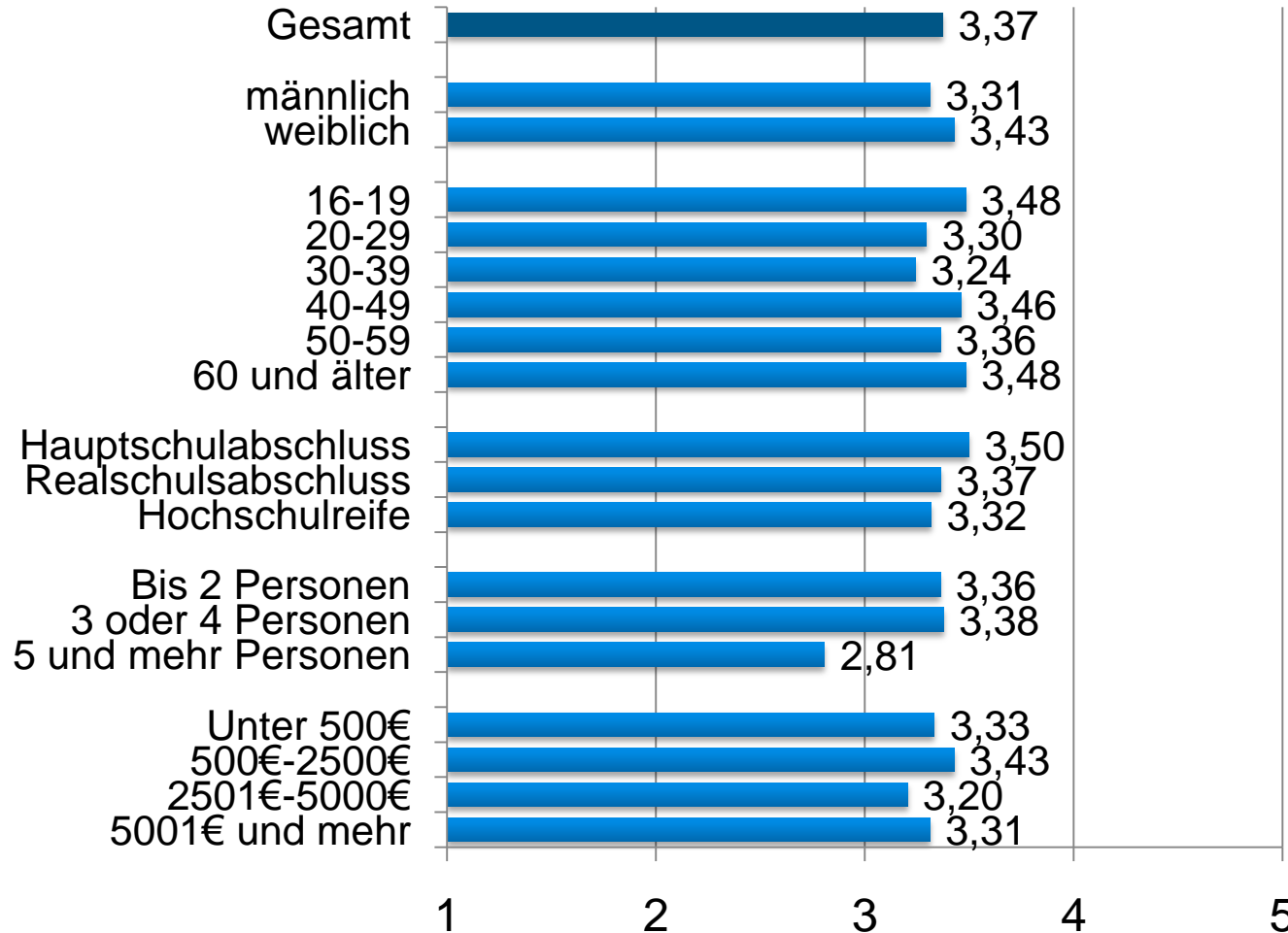


Basis: n = 1000 | Skalierung: 1 = sehr schlecht; 5 = sehr gut

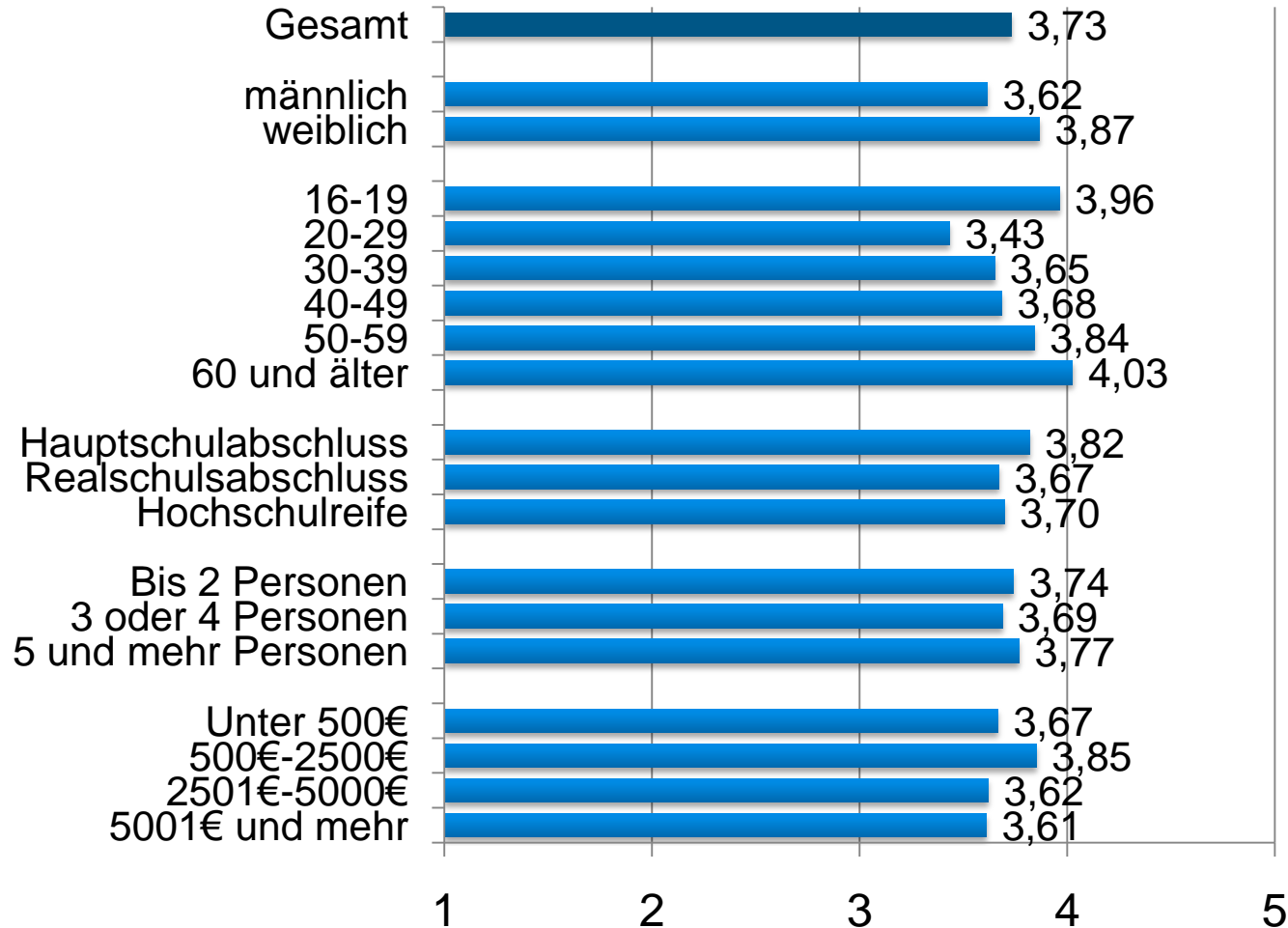
# Detailanalyse: Image von *Alternate Computerversand*



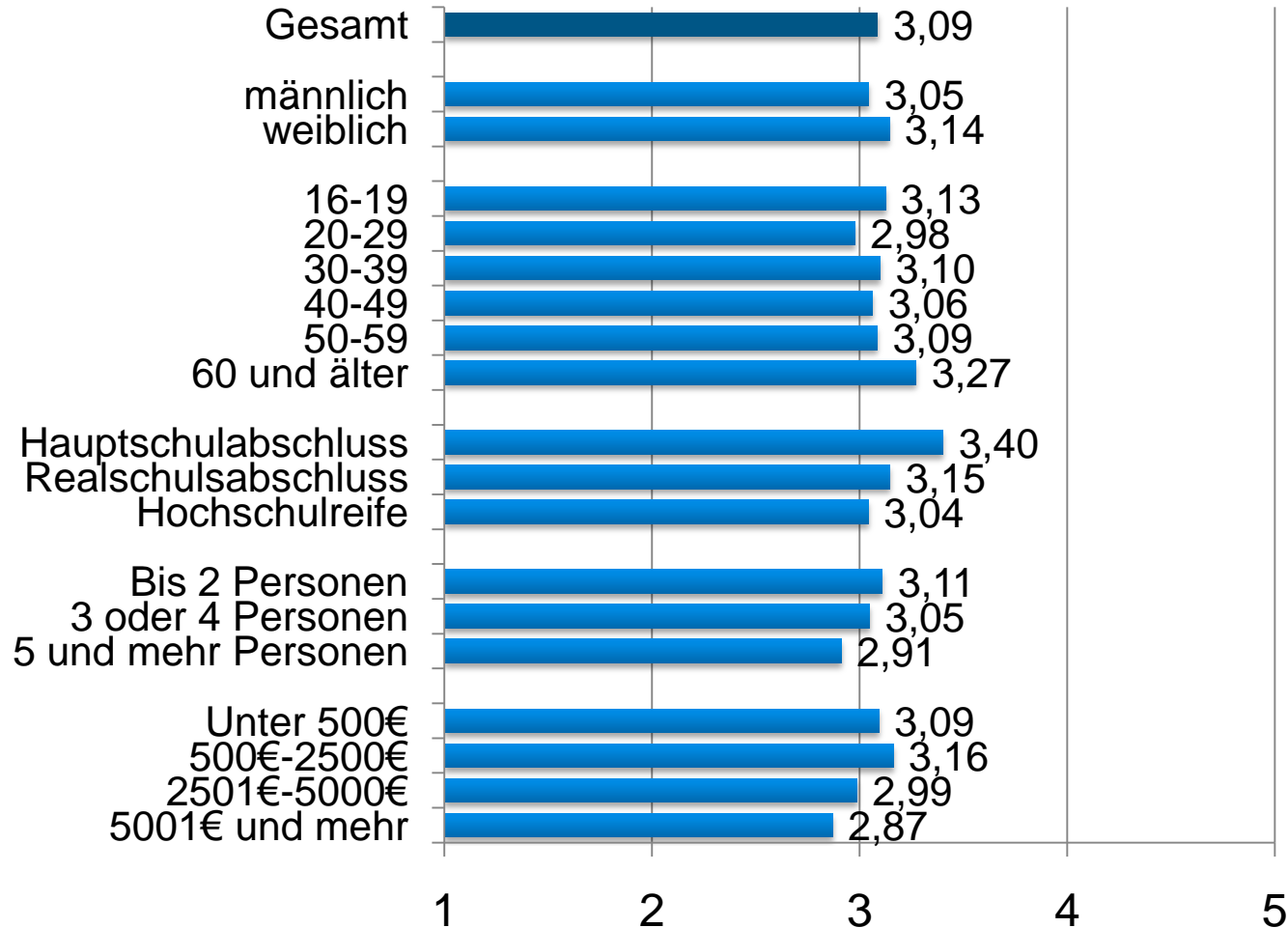
Basis: n = 1000 | Skalierung: 1 = sehr schlecht; 5 = sehr gut



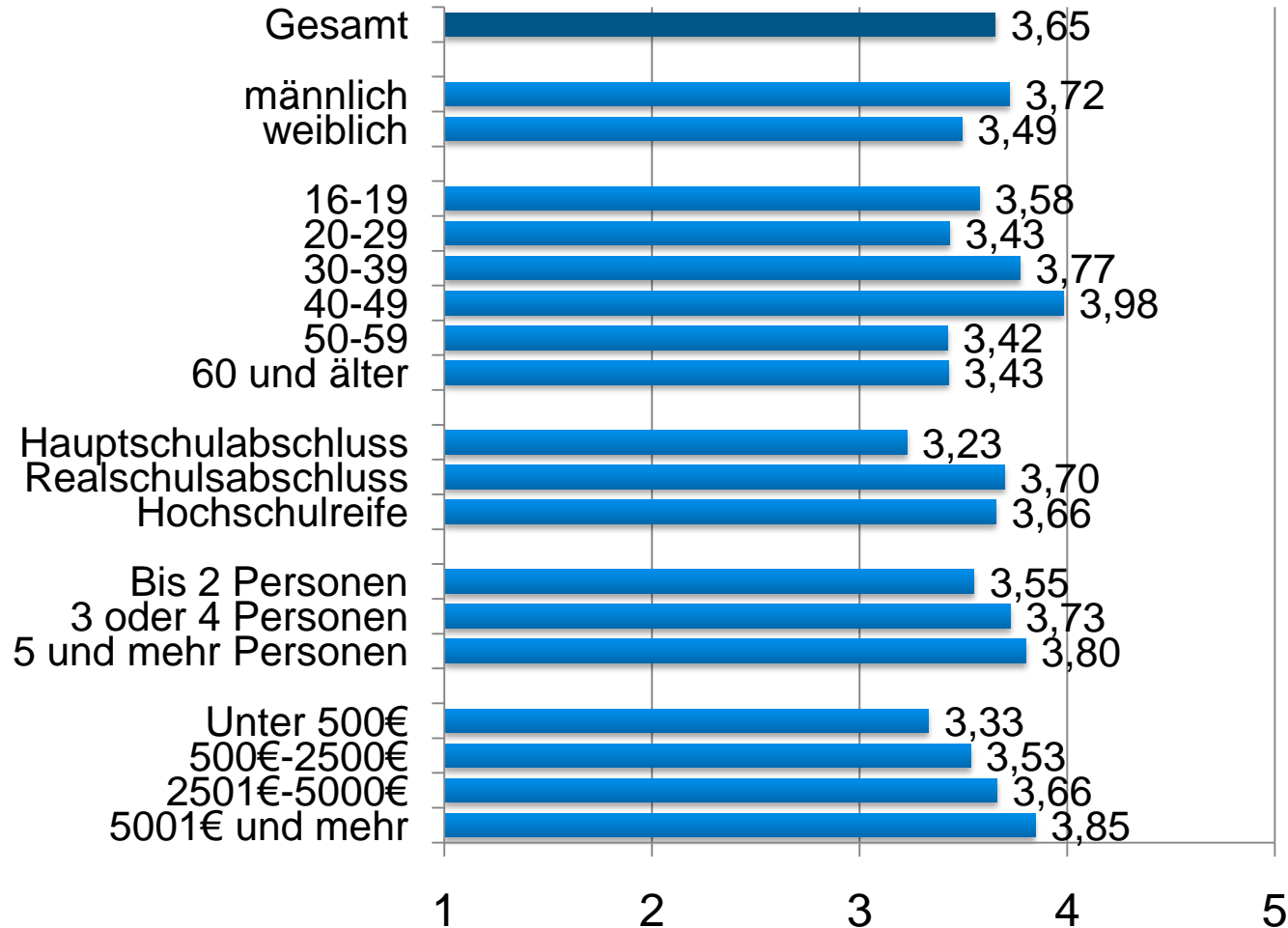
Basis: n = 1000 | Skalierung: 1 = sehr schlecht; 5 = sehr gut



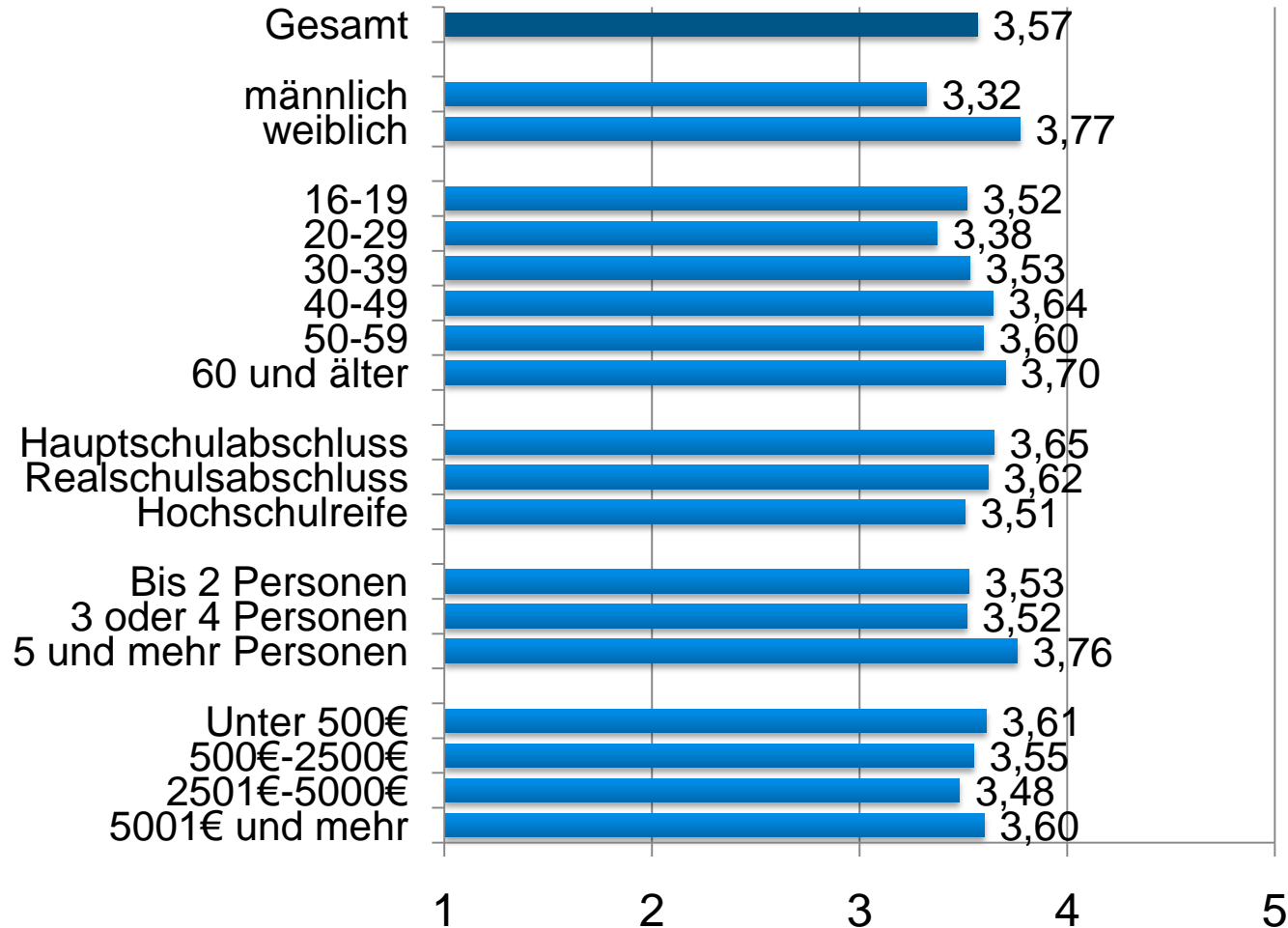
Basis: n = 1000 | Skalierung: 1 = sehr schlecht; 5 = sehr gut



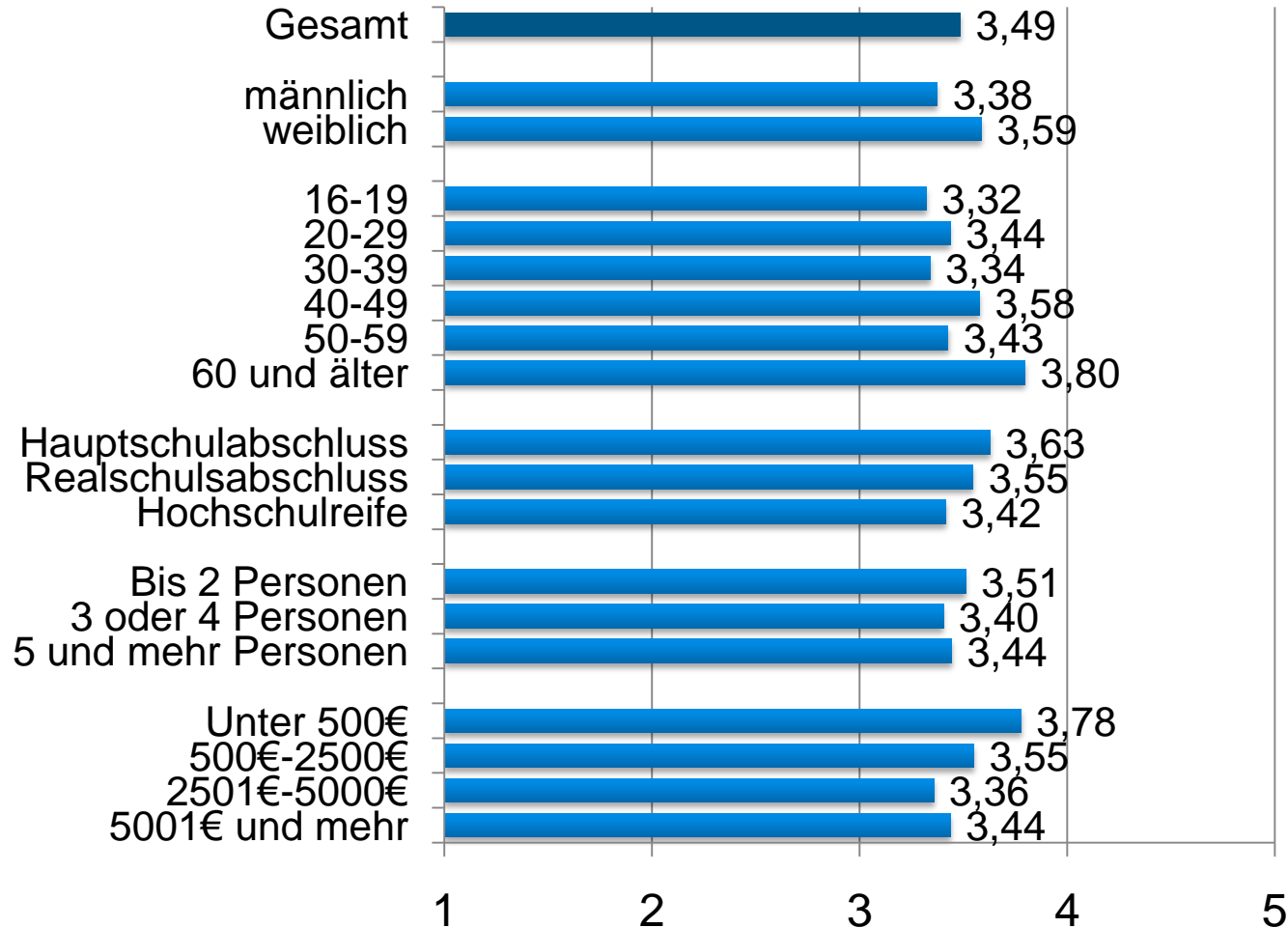
Basis: n = 1000 | Skalierung: 1 = sehr schlecht; 5 = sehr gut



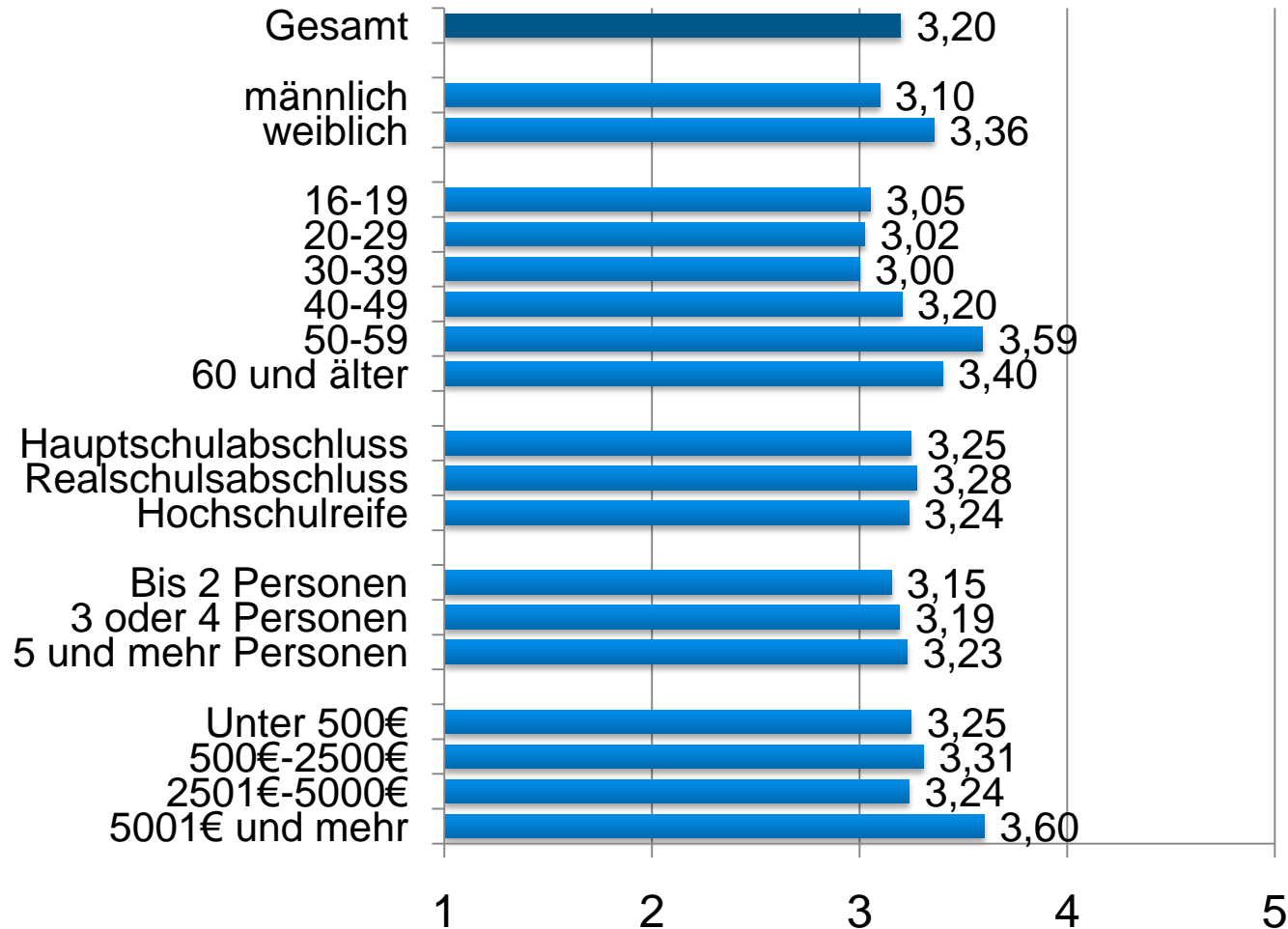
Basis: n = 1000 | Skalierung: 1 = sehr schlecht; 5 = sehr gut



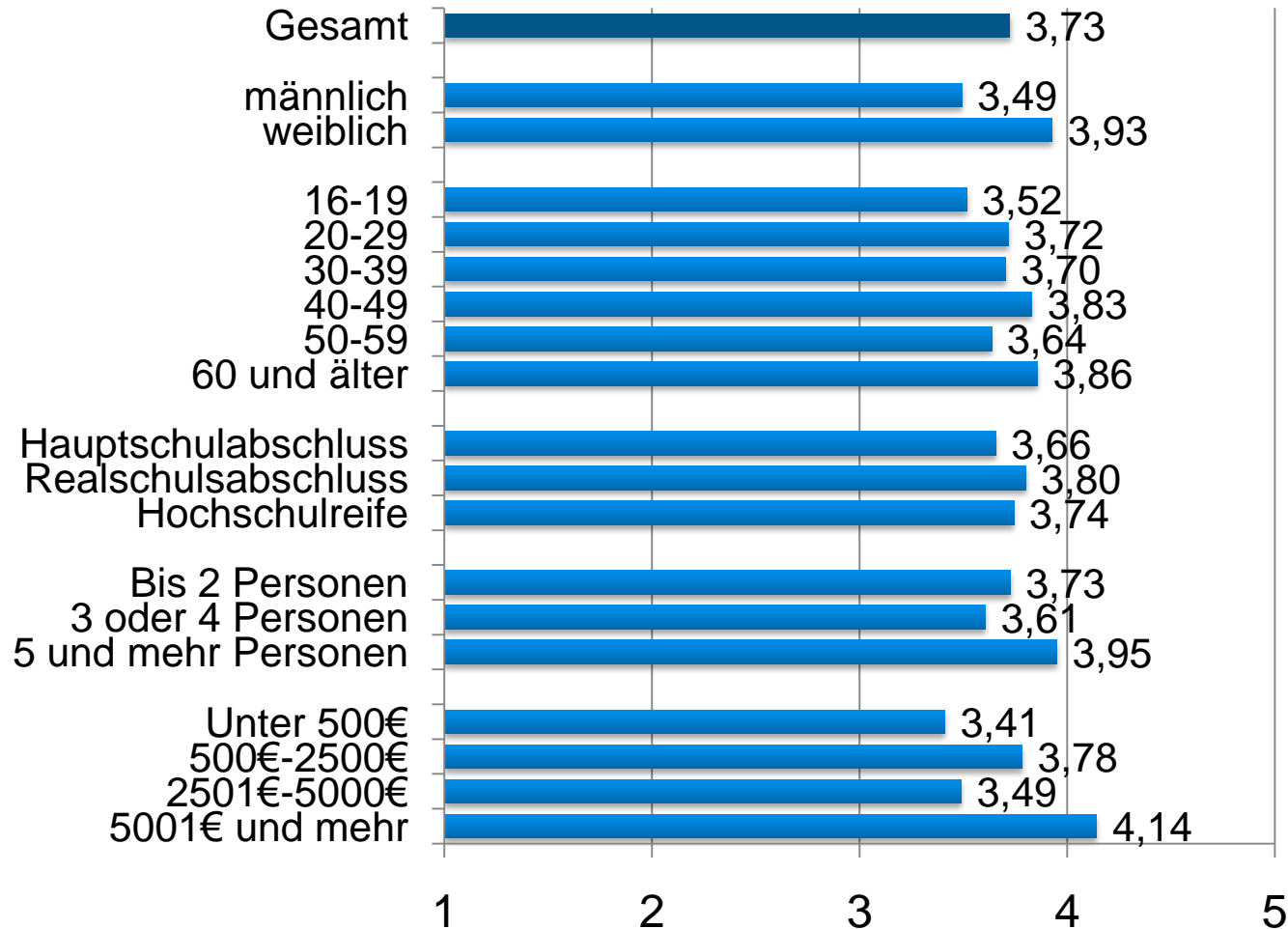
Basis: n = 1000 | Skalierung: 1 = sehr schlecht; 5 = sehr gut



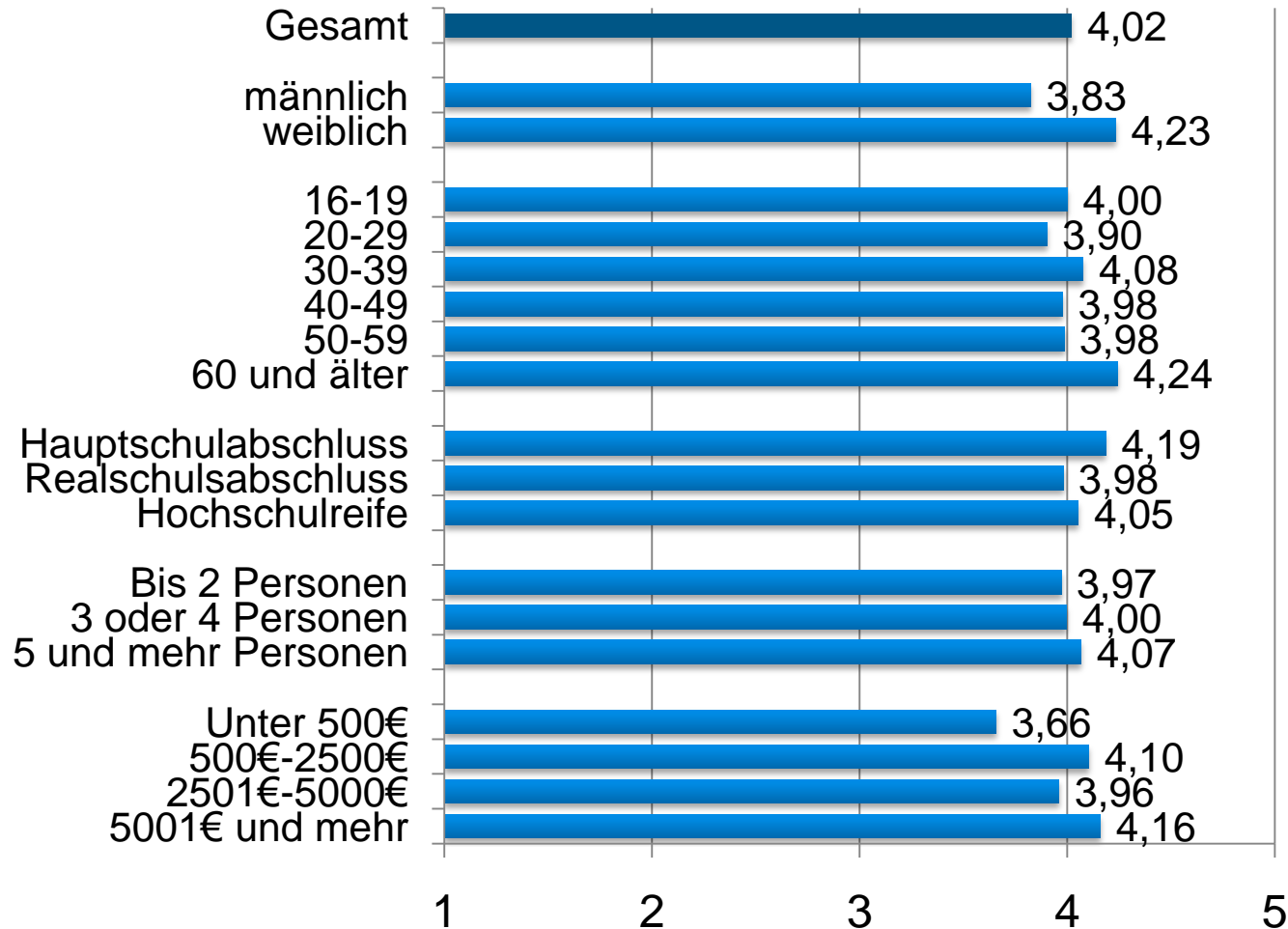
Basis: n = 1000 | Skalierung: 1 = sehr schlecht; 5 = sehr gut



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

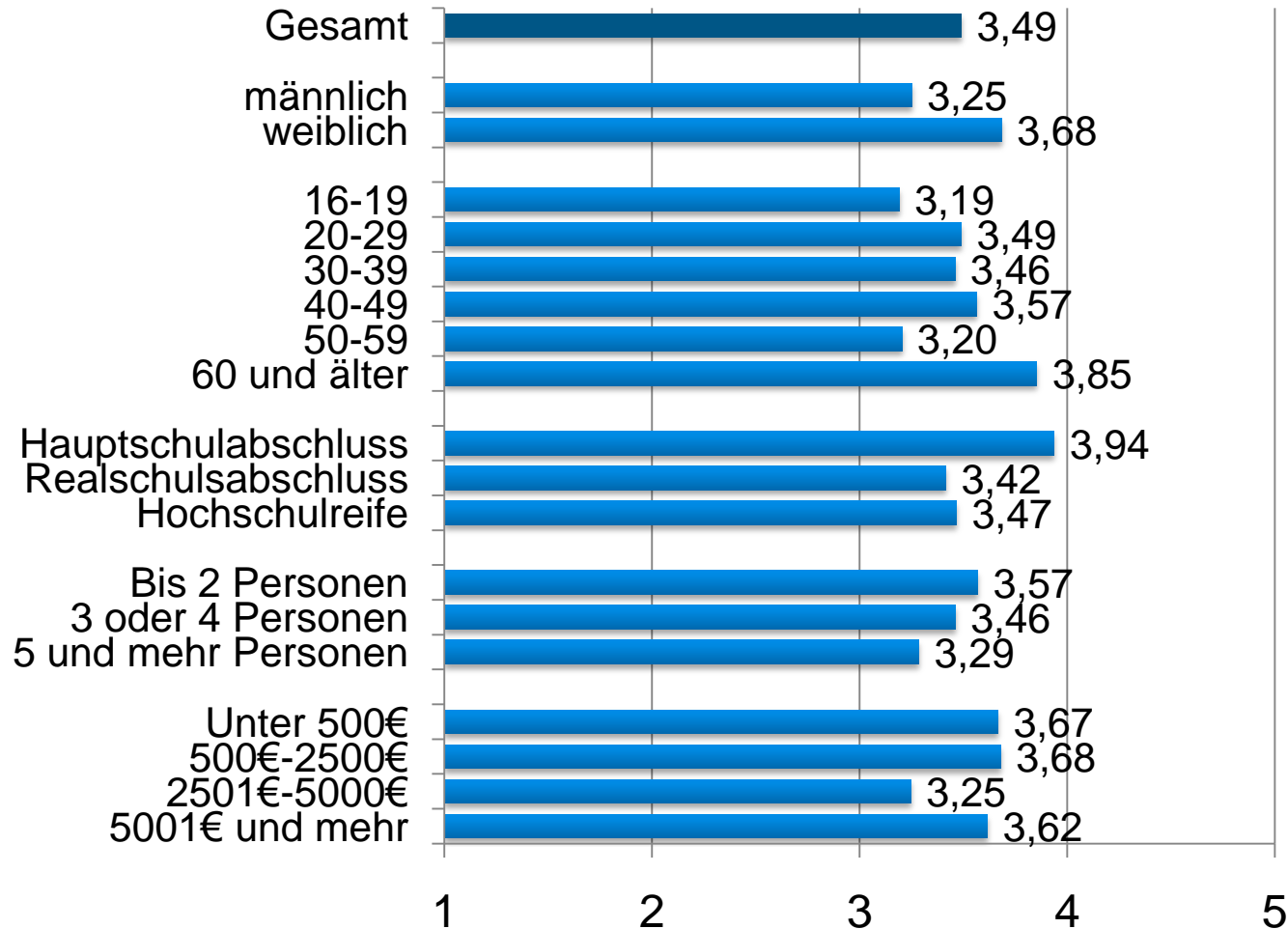


Basis: n = 1000 | Skalierung: 1 = sehr schlecht; 5 = sehr gut



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  
c/o Institut für Handelsforschung GmbH  
Dürener Straße 401 b  
50858 Köln

Tel.: 0221 / 94 36 07 70  
Fax: 0221 / 94 36 07 59  
[s.rodenkirchen@ecc-handel.de](mailto:s.rodenkirchen@ecc-handel.de)  
[www.ecc-handel.de](http://www.ecc-handel.de)  
[www.ifhkoeln.de](http://www.ifhkoeln.de)

