



ECC-Shopmonitor

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

April 2010





- ▶ **Methode:** Monatliche Online-Befragung in Deutschland
- ▶ **Stichprobe:** 1.000 Befragte im Alter ab 16 Jahren (internetrepräsentativ)
- ▶ **Frage:** „Welchen Gesamteindruck haben Sie von den folgenden Online-Shops und Shopping-Portalen?“ Bewertung auf einer 5er-Skala mit „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 17.03.2010 statt.



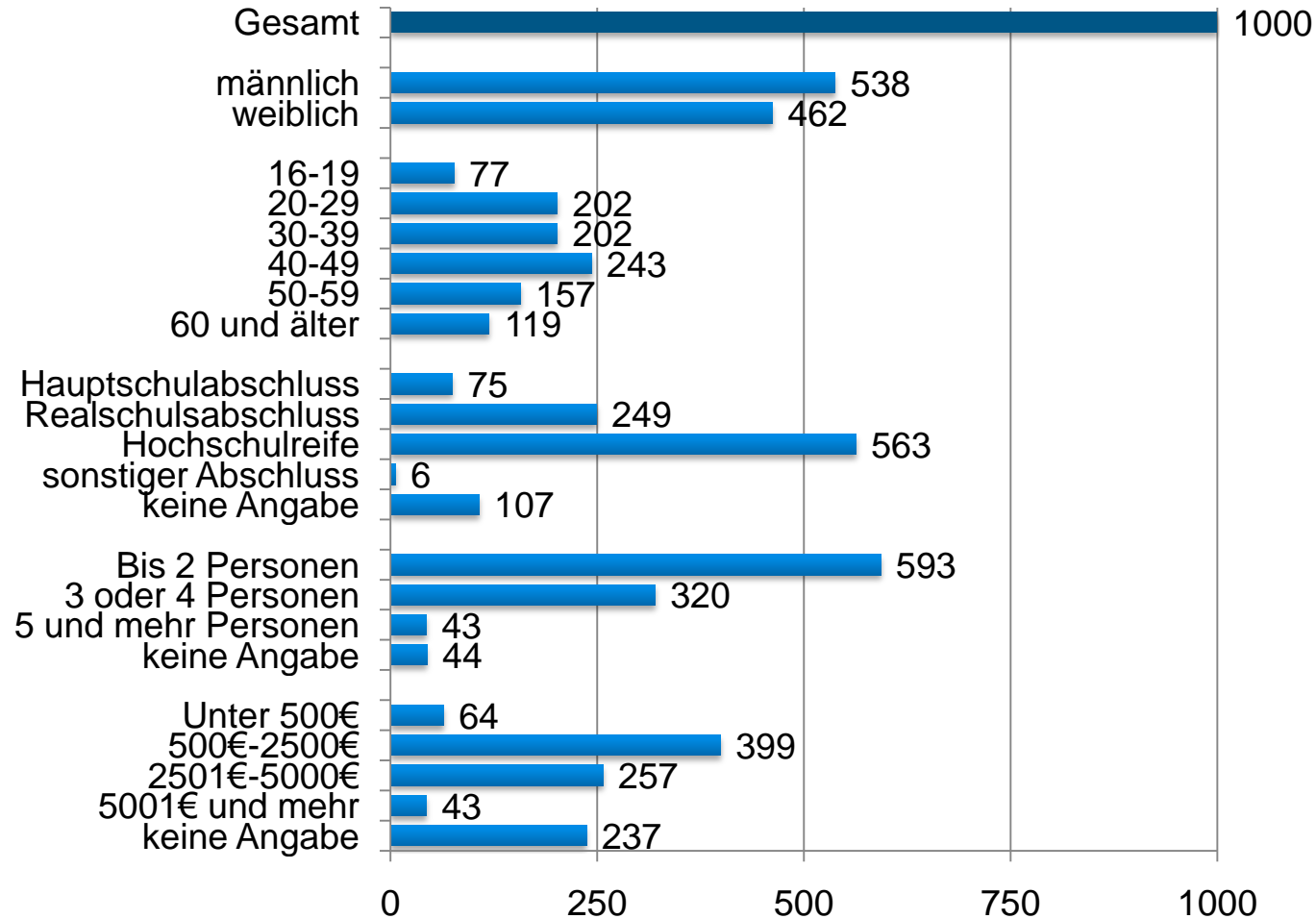
Die 20 umsatzstärksten deutschen B2C-Online-Shops*

- ▶ 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

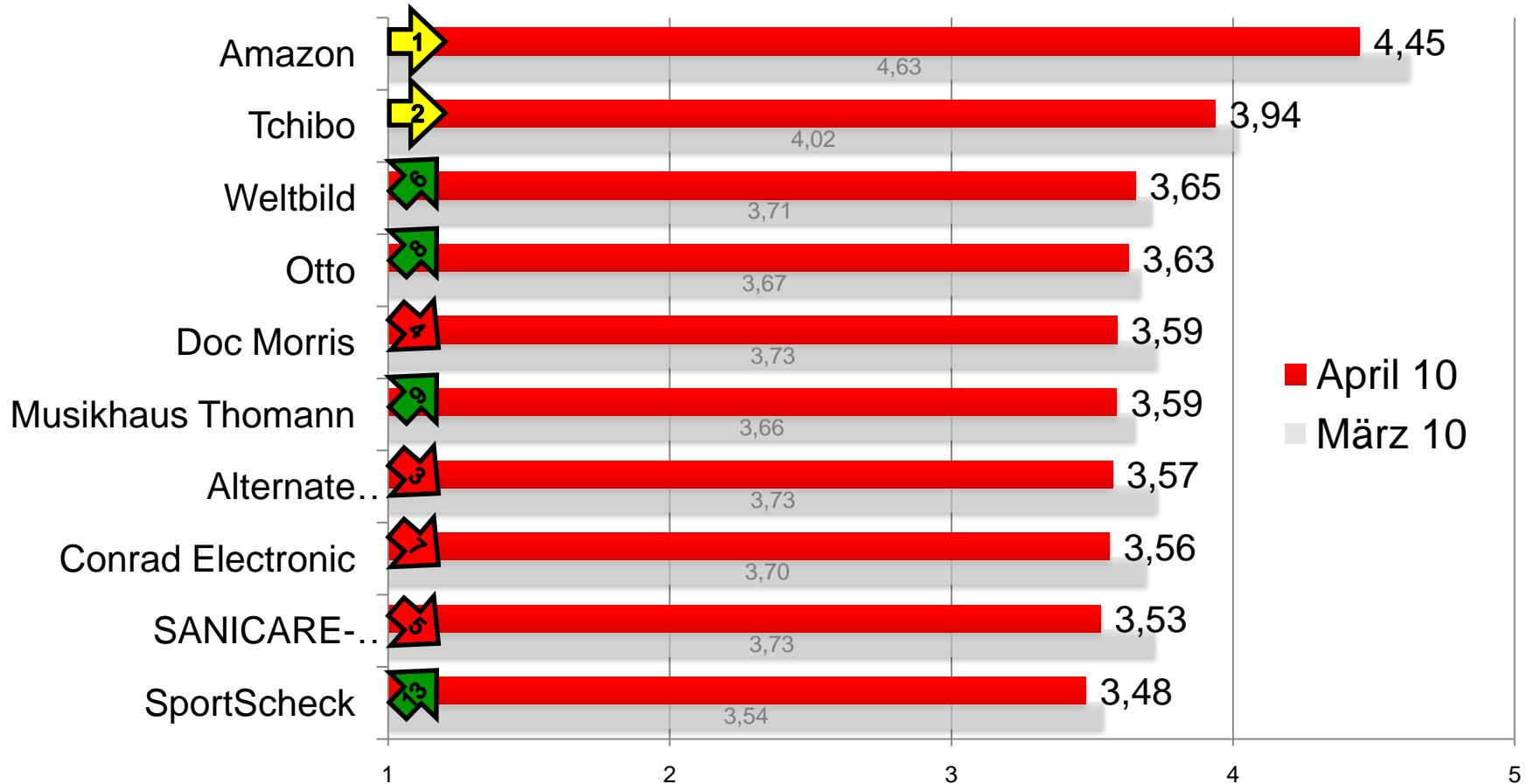
*Quelle: iBusiness-Ranking „Shopping Portale und Online-Shops 2008/2009“

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.]

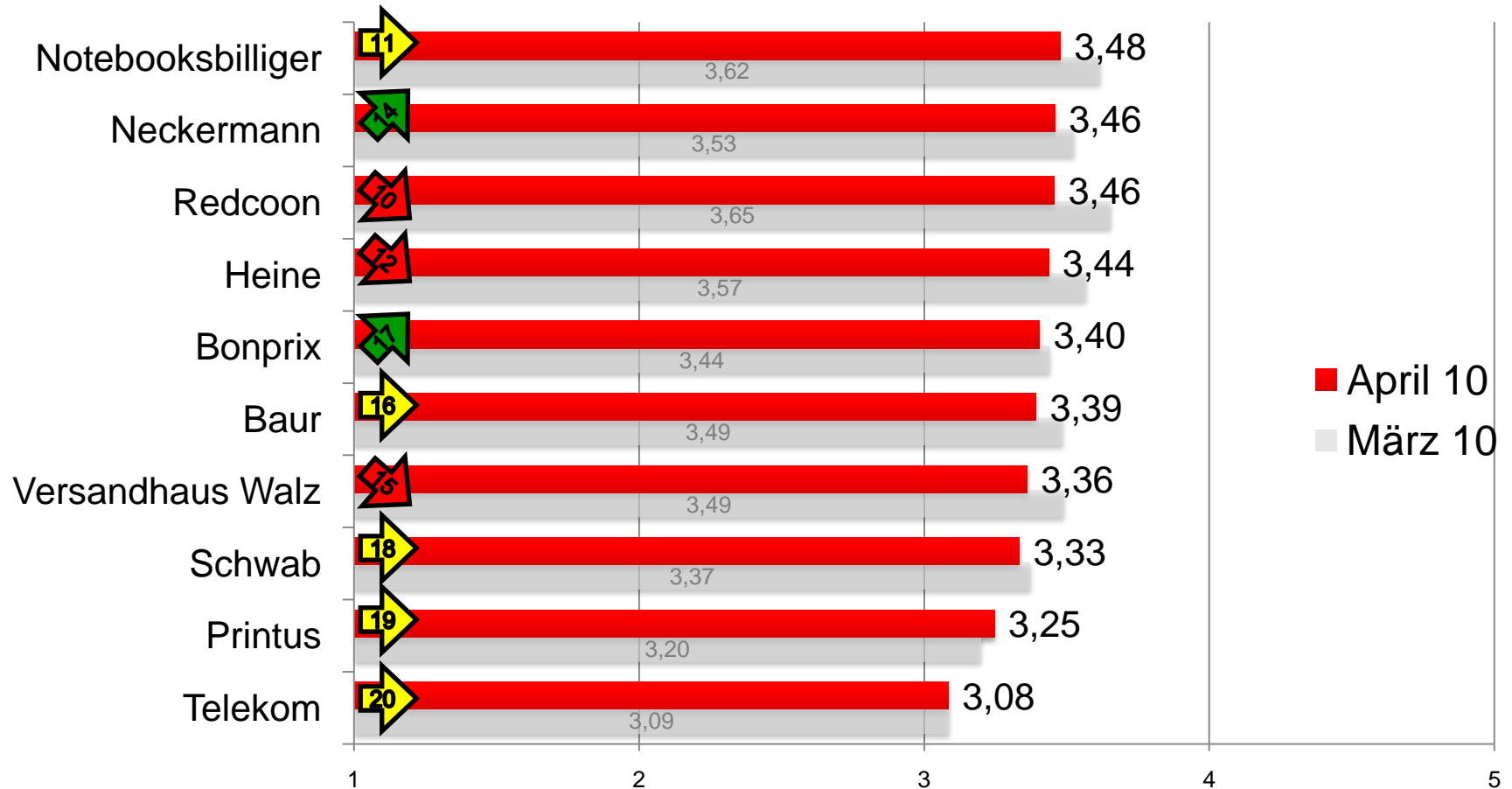


Die Top 10 im Imageranking April 2010



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 April 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 April 2010 ist der Online-Shop von Printus, der als einziges Unternehmen einen besseren Imagewert im Vergleich zum Vormonat erzielen konnte. Nichtsdestotrotz kann sich Printus im Gesamt-Imageranking nicht gegen die Konkurrenz durchsetzen und landet erneut auf dem vorletzten Rang.
- ☺ Den größten Aufstieg in Sachen Platzierungswechsel machte der Online-Shop von Otto, der sich von Rang 8 auf Rang 4 verbessern konnte. Knapp die Hälfte der Befragten (48 Prozent) haben einen sehr guten oder gute Gesamteindruck von dem Online-Shop.
- ☺ Das beste Image hat Otto erneut bei der weiblichen Zielgruppe über 60 Jahren. Einen unterdurchschnittlichen Eindruck (3,47) im Gegensatz zum Gesamtimage von 3,63 hinterlässt Otto jedoch bei den Besserverdienern mit einem monatlichen Haushalts-Nettoeinkommen von mehr als 5.000 Euro.



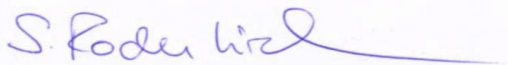
- ☹ Ein klarer Absteiger des Monats April 2010 kann erstmals nicht festgestellt werden, da fast alle Anbieter des Imagerankings einen schlechteren Gesamteindruck hinterlassen als noch im Vormonat. So kommt es, dass 19 der 20 Online-Shops innerhalb des Rankings klar in ihren Imagewerten einbüßen müssen.
- ☹ Alternate Computerversand und die SANICARE-Apotheke fallen jeweils fünf Plätze in der Rangliste nach unten und können somit als die Verlierer unter den Verlierern bezeichnet werden. Dies ist vor allem für die SANICARE-Apotheke ein schlechtes Ergebnis: So konnte sich die Versandapotheke, die erstmals im März 2010 in das Ranking eingestiegen ist, zunächst unmittelbar hinter der niederländischen Konkurrenz auf Rang 5 platzieren und wurde daher im März zum „Aufsteiger des Monats“ gekürt. Da Doc Morris aktuell jedoch nur einen Rang zum Vormonat verliert, liegt zwischen den Konkurrenten nun ein deutlich größerer Abstand.



Im April 2010 zeigt sich, dass sich der Gesamteindruck, den die Befragten von den Online-Shops und Shopping-Portalen haben, verschlechtert hat und der Imagewert bei 19 der 20 Online-Shops im Ranking teilweise deutlich sinkt. Die Stimmung im Online-Handel scheint jedoch nicht nur auf Konsumenten-seite getrübt zu sein. Auch der ECC-Konjunkturindex Handel in Zusammenarbeit mit Tradoria und Trusted Shops (e-KIX) zeigt im März ein leicht negatives Stimmungsbild auf Seiten der Online-Händler auf. Diese rechnen mit einem eher schwachen Umsatz im Monat März. Ob dies ein Resultat der sinkenden Imagewerte und der damit eventuell zusammenhängenden zurückhaltenden Kauflust der Konsumenten ist bleibt jedoch fraglich.



In welcher Form die Usability eines Online-Shops einen Einfluss auf dessen Image hat und warum Besucher einer Website den Kaufvorgang trotz Kaufabsicht abbrechen, untersucht der aktuelle ECC-Shopmonitor Spezial.

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

Sonja Rodenkirchen

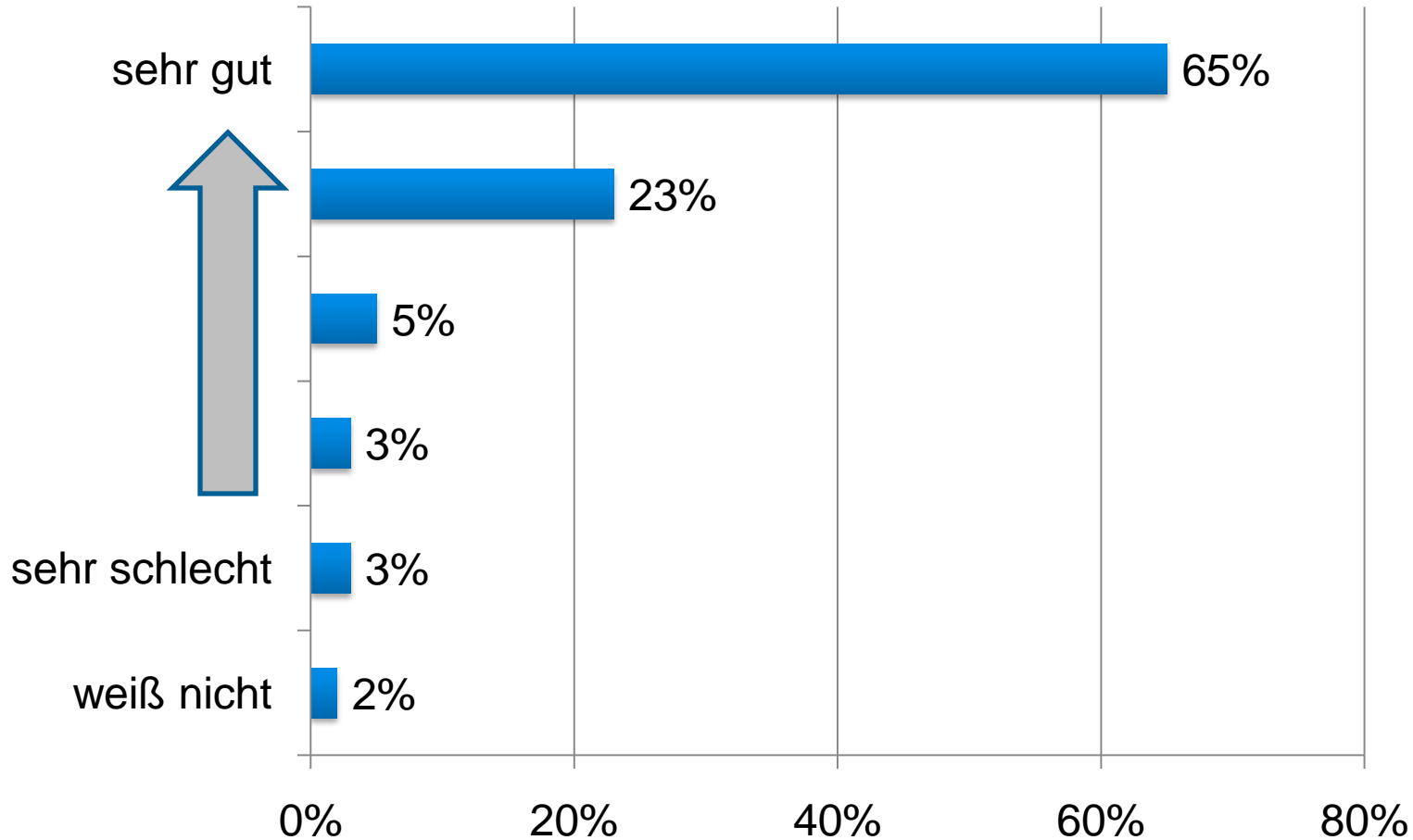


Detailanalyse der 20 Online-Shops und Shopping-Portalen

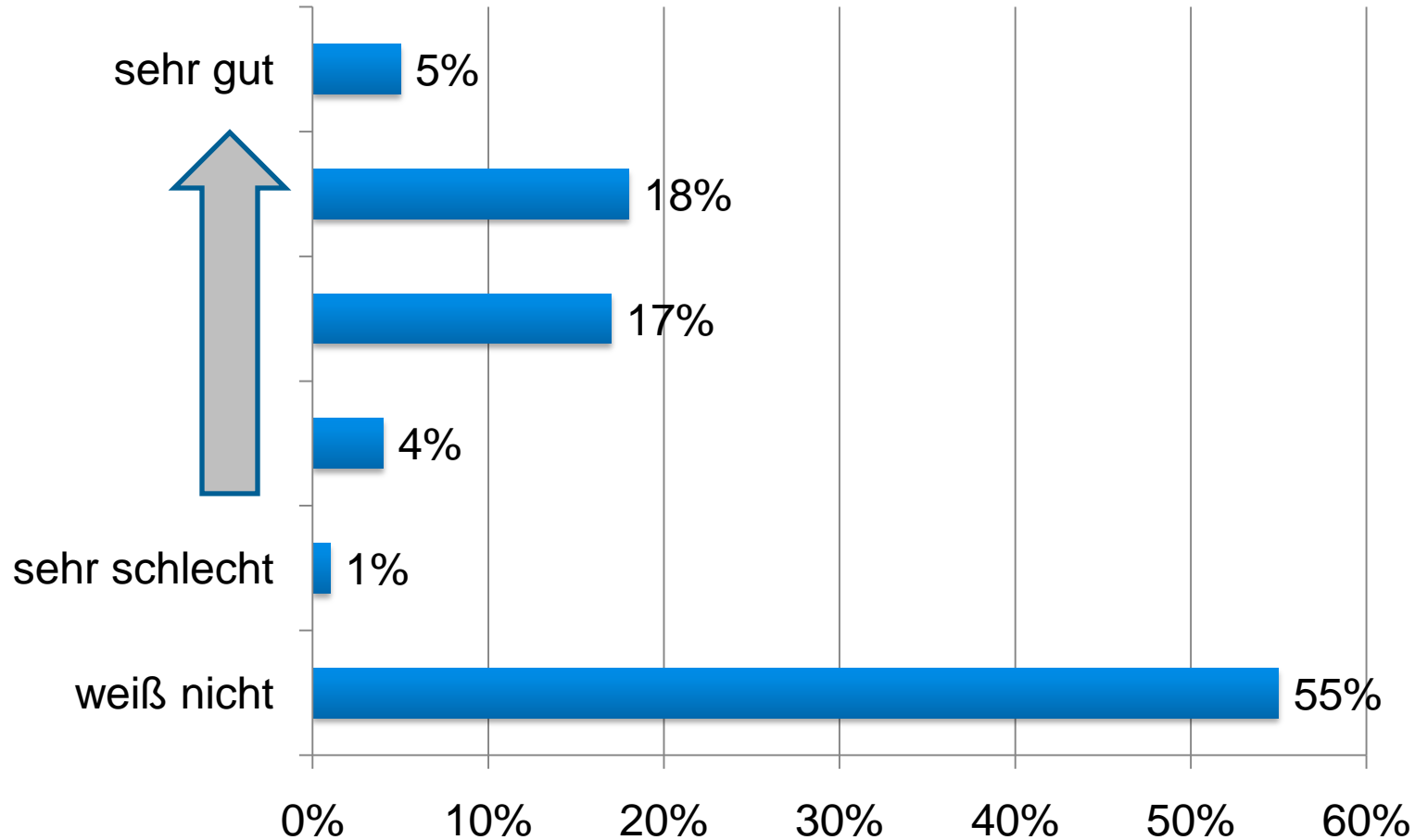


Sie haben sich für die ausführliche Version des ECC-Shopmonitors entschieden. Im Anschluss finden Sie daher eine detaillierte Analyse der 20 Online-Shops und Shopping-Portale zunächst aufgegliedert nach Häufigkeiten.

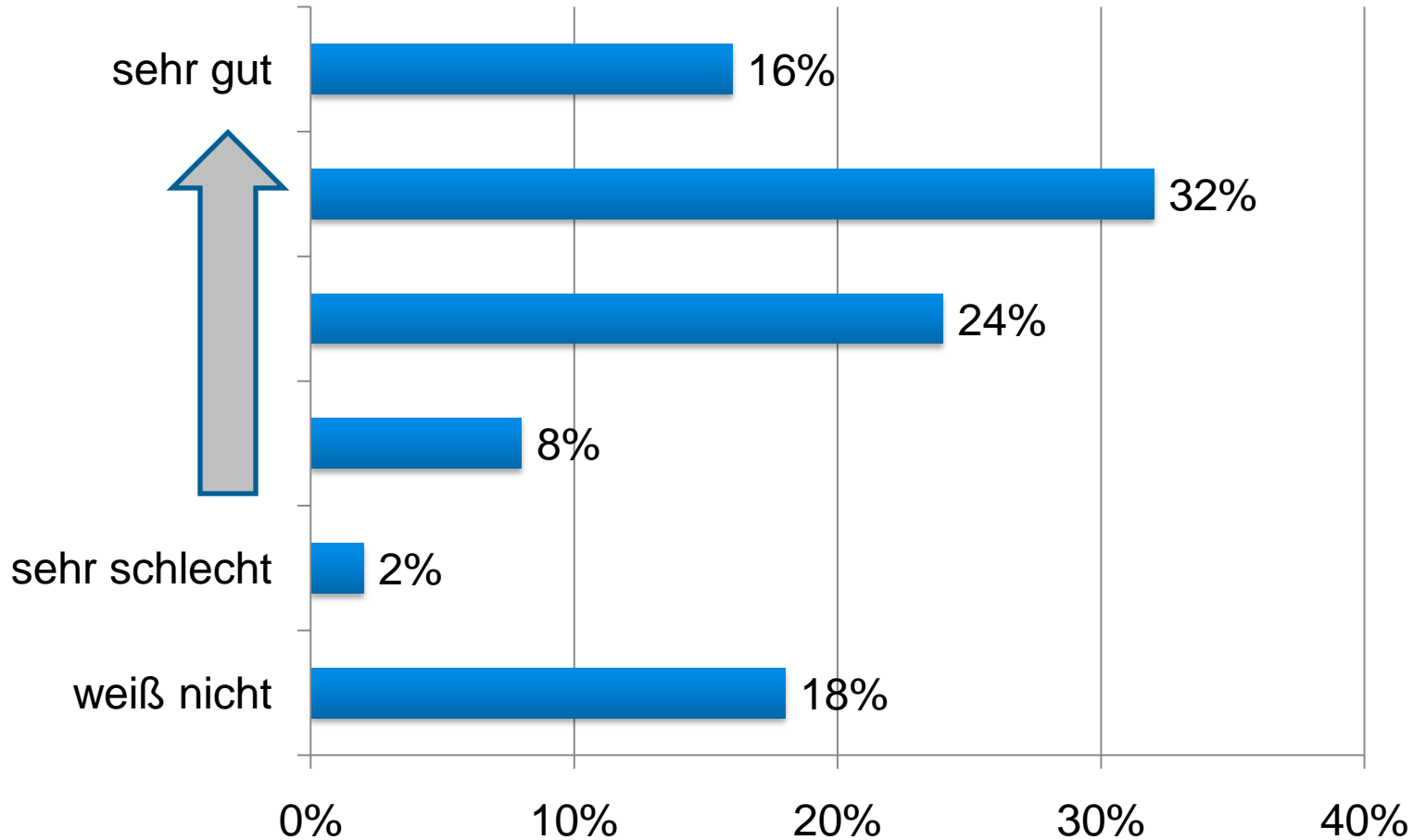
Im Anschluss erfolgt eine Detailanalyse nach soziodemografischen Merkmalen.



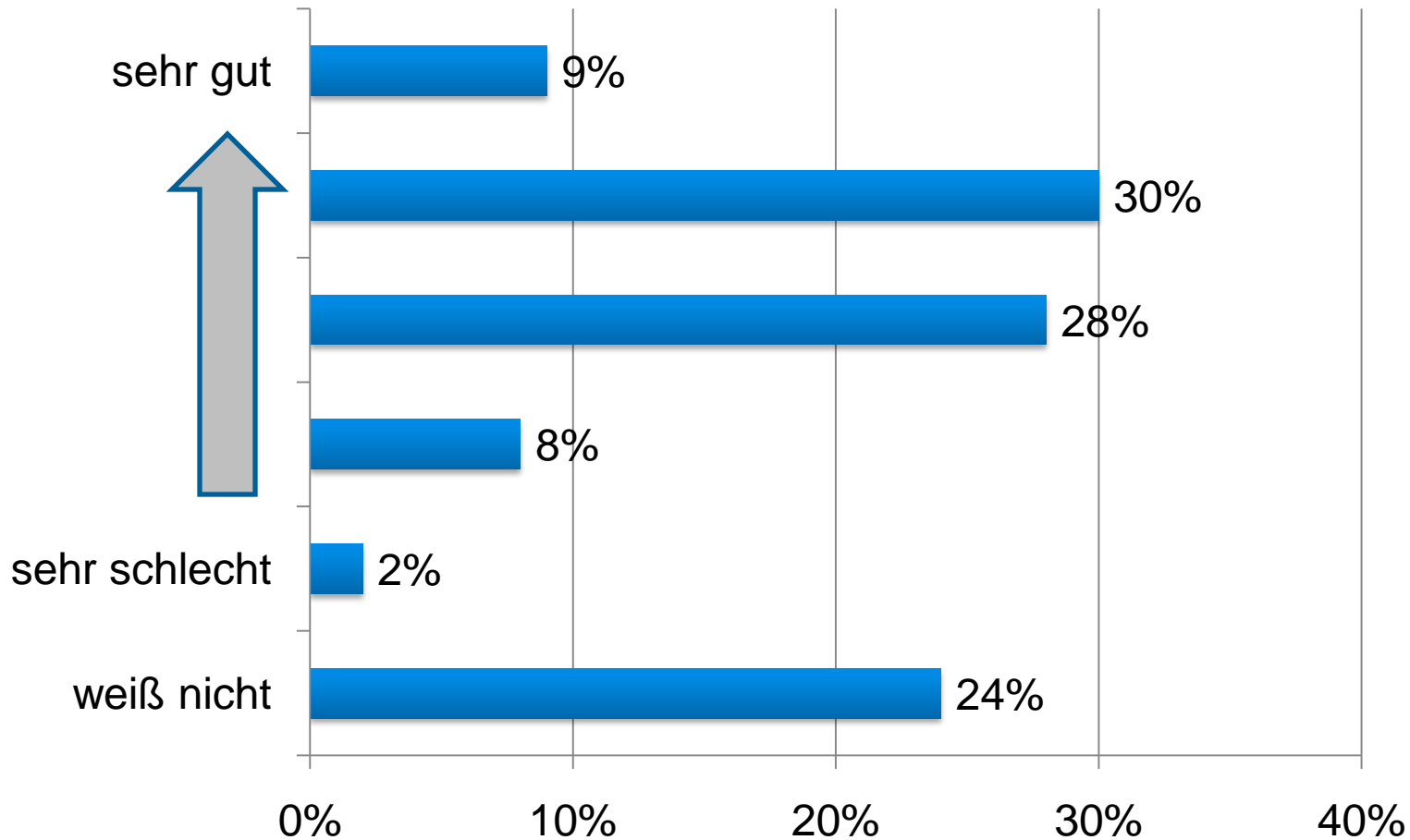
Basis: n = 1000



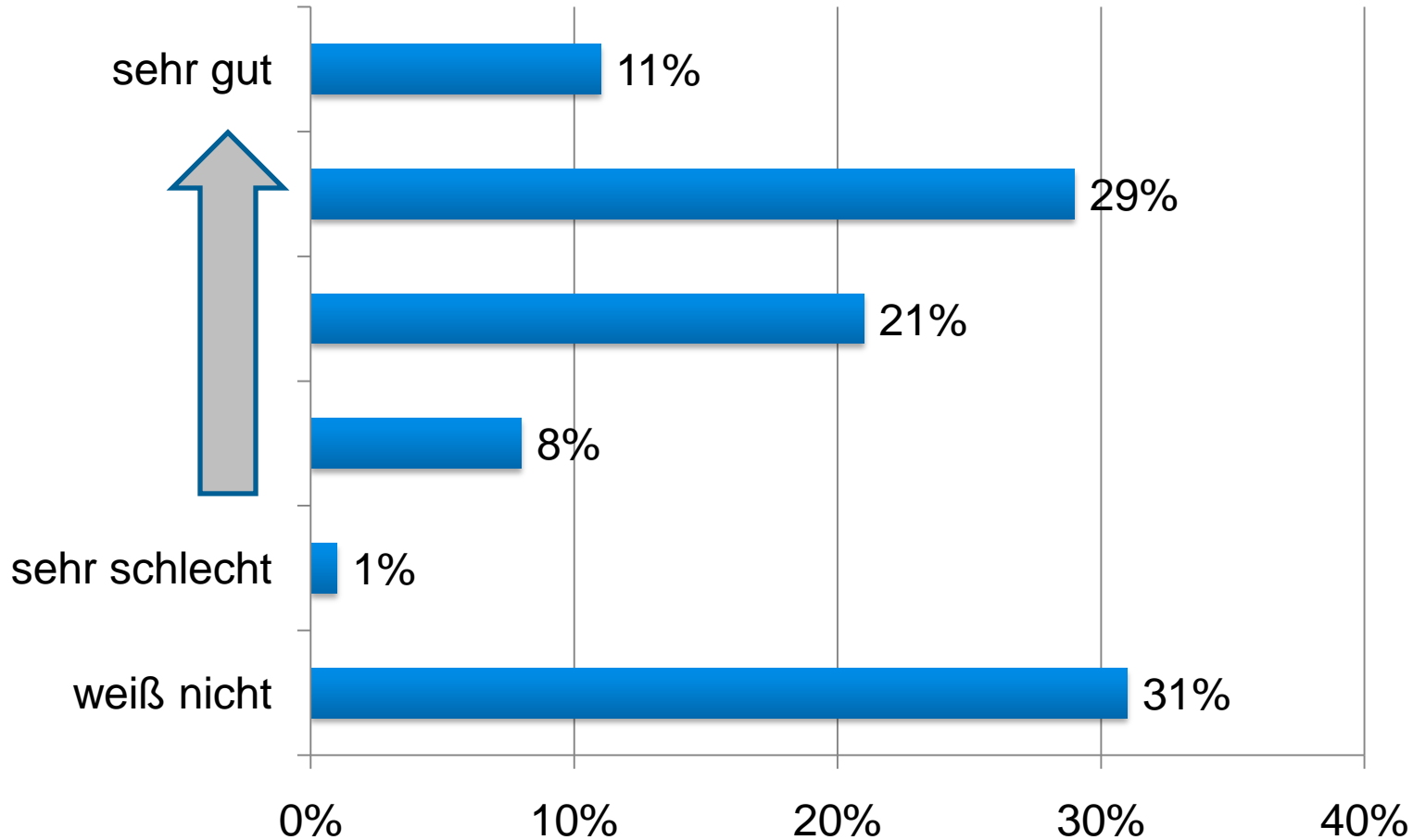
Basis: n = 1000



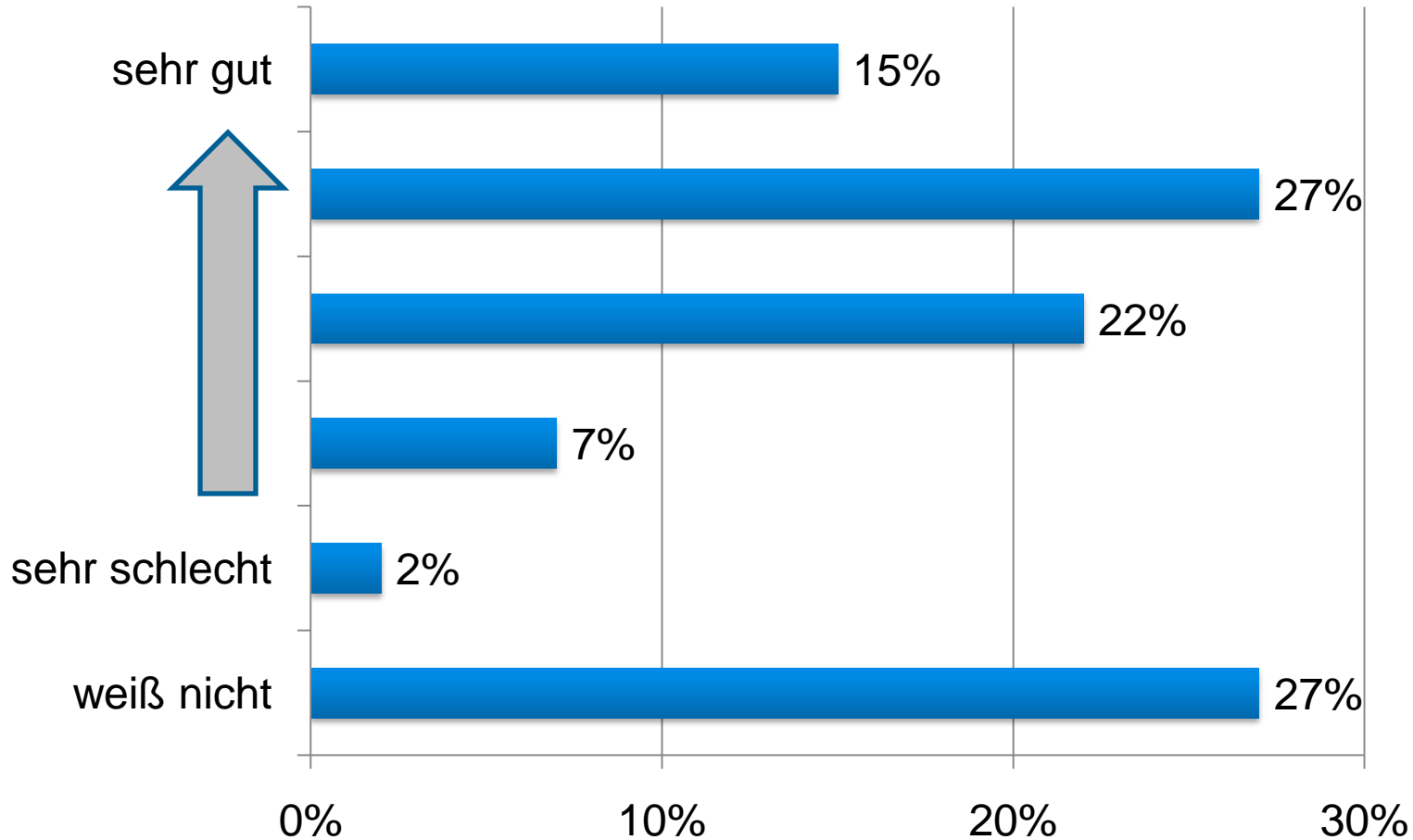
Basis: n = 1000



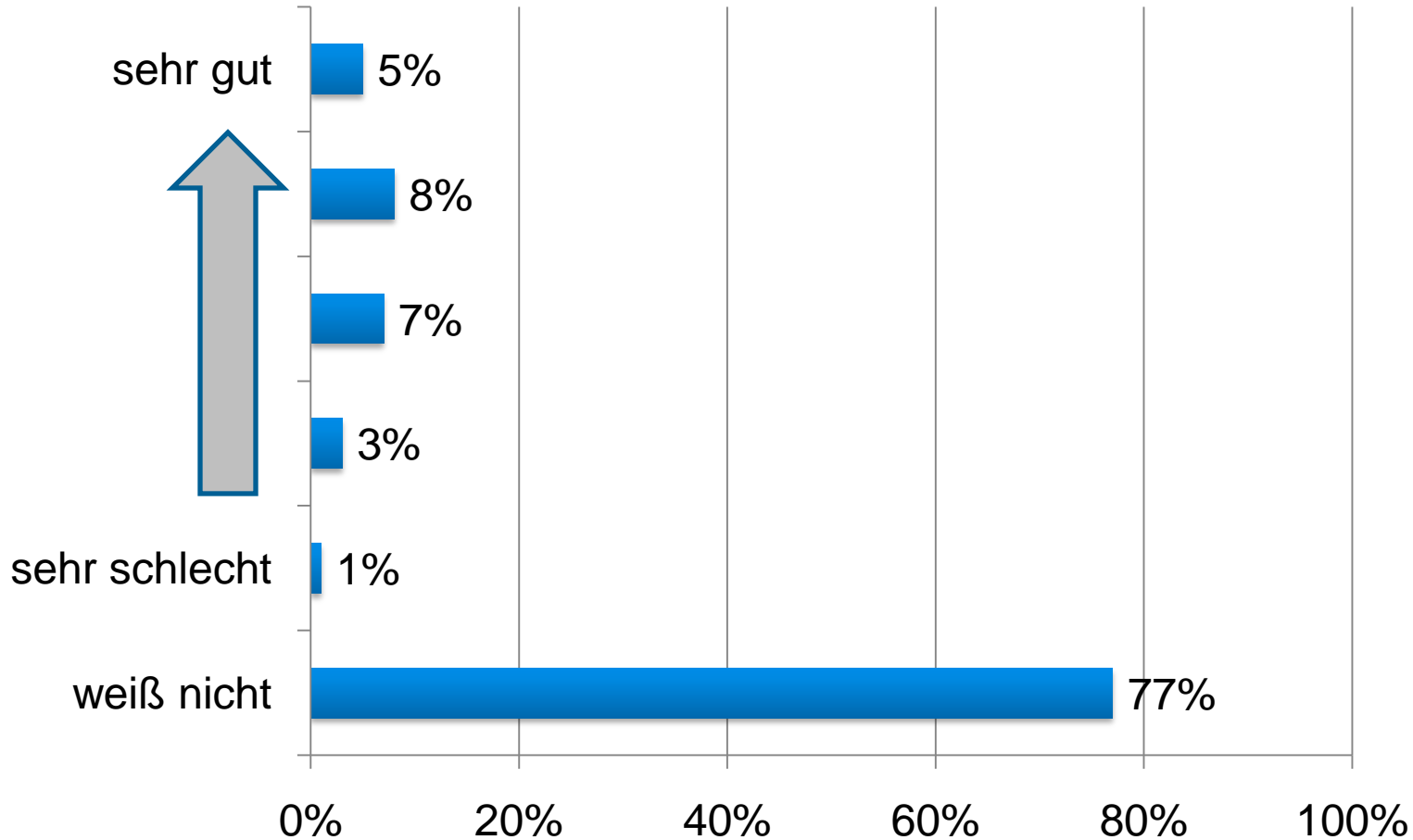
Basis: n = 1000



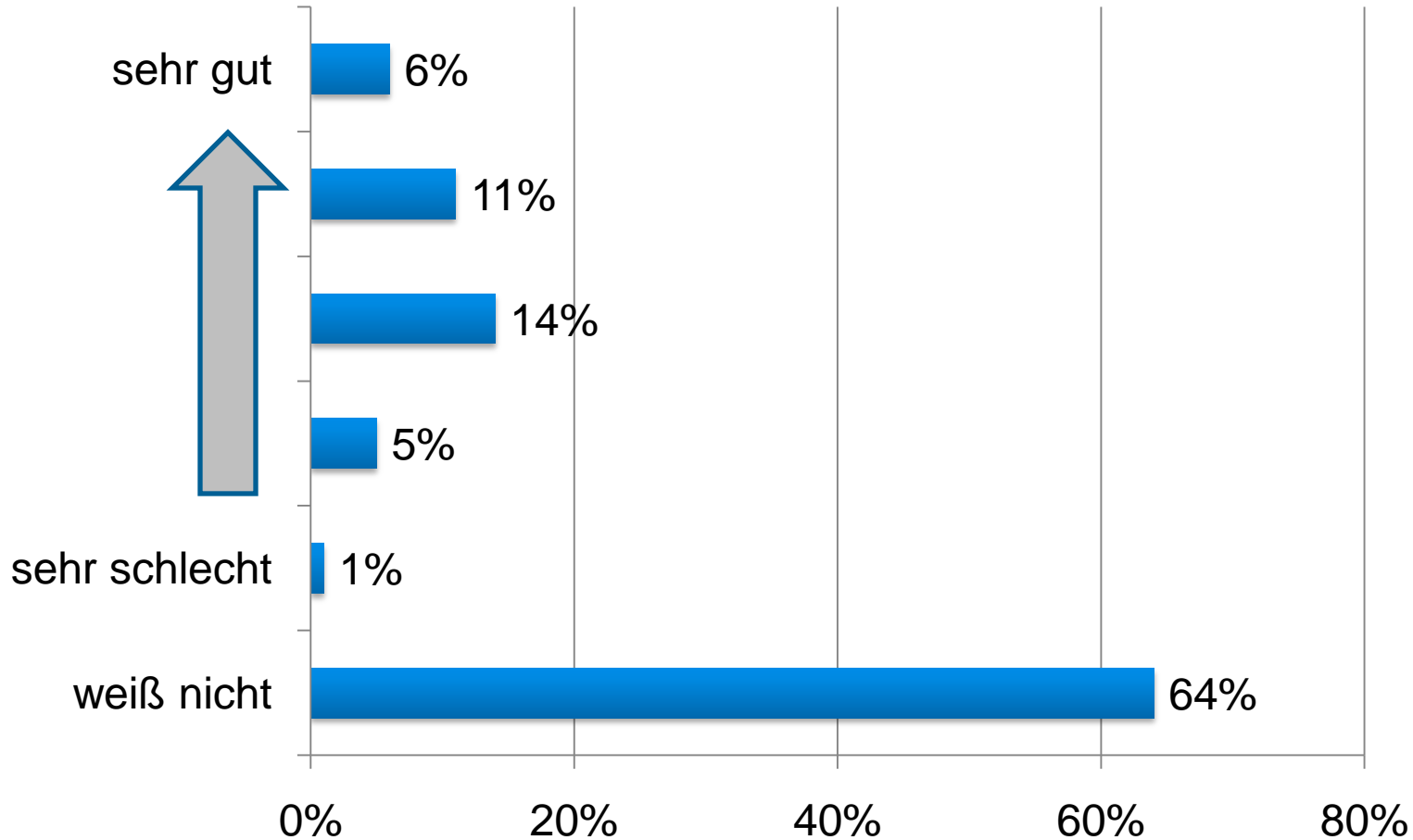
Basis: n = 1000



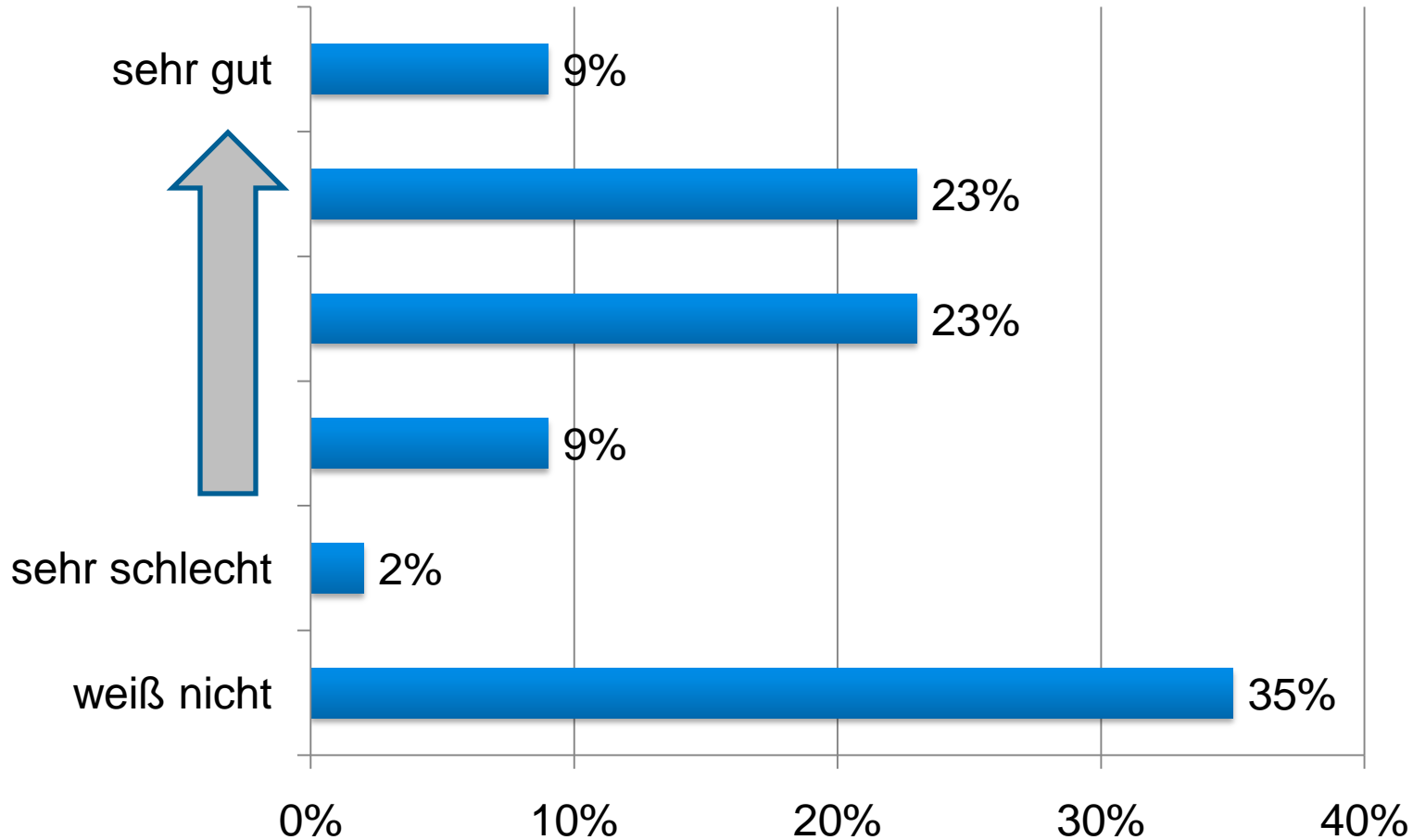
Basis: n = 1000



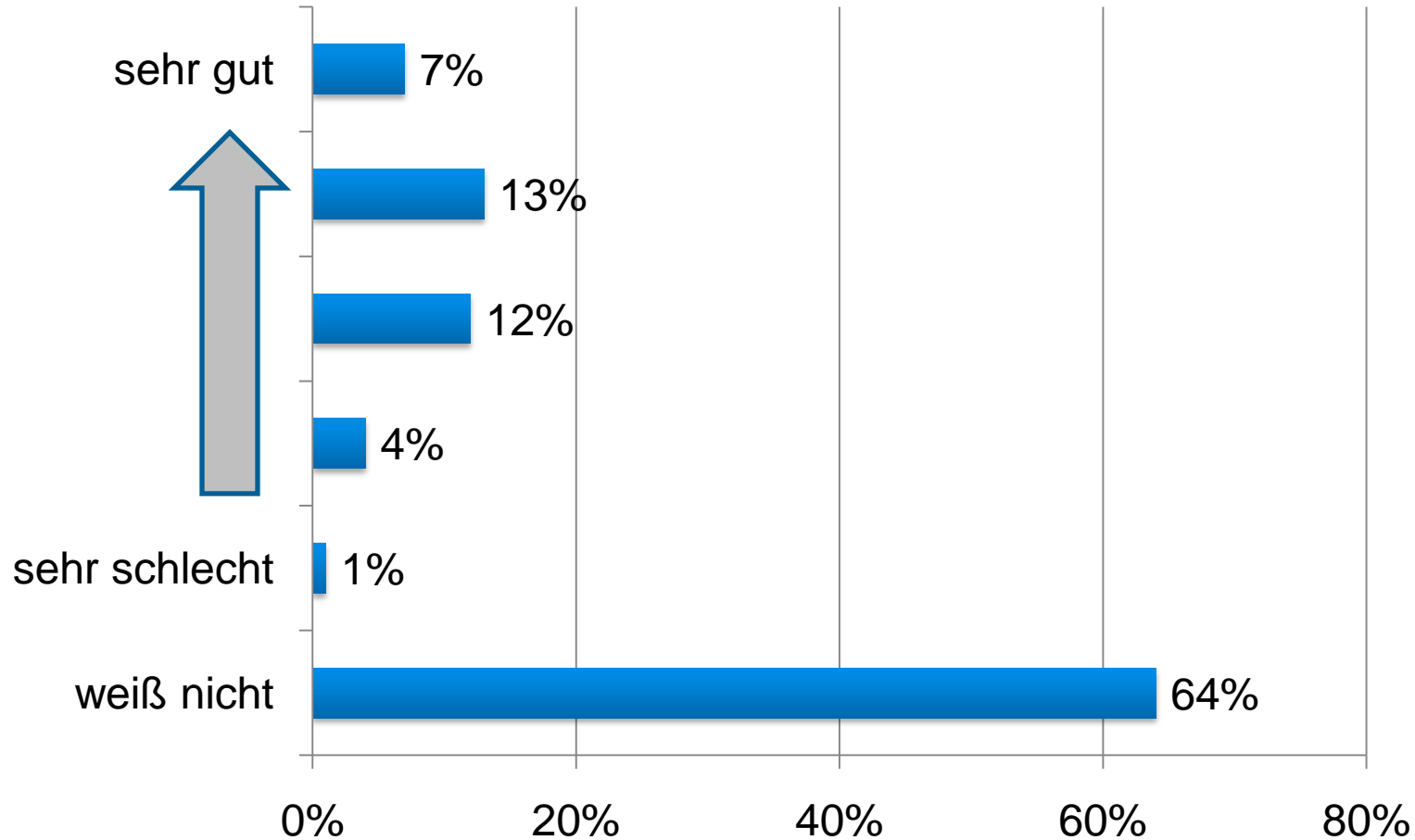
Basis: n = 1000



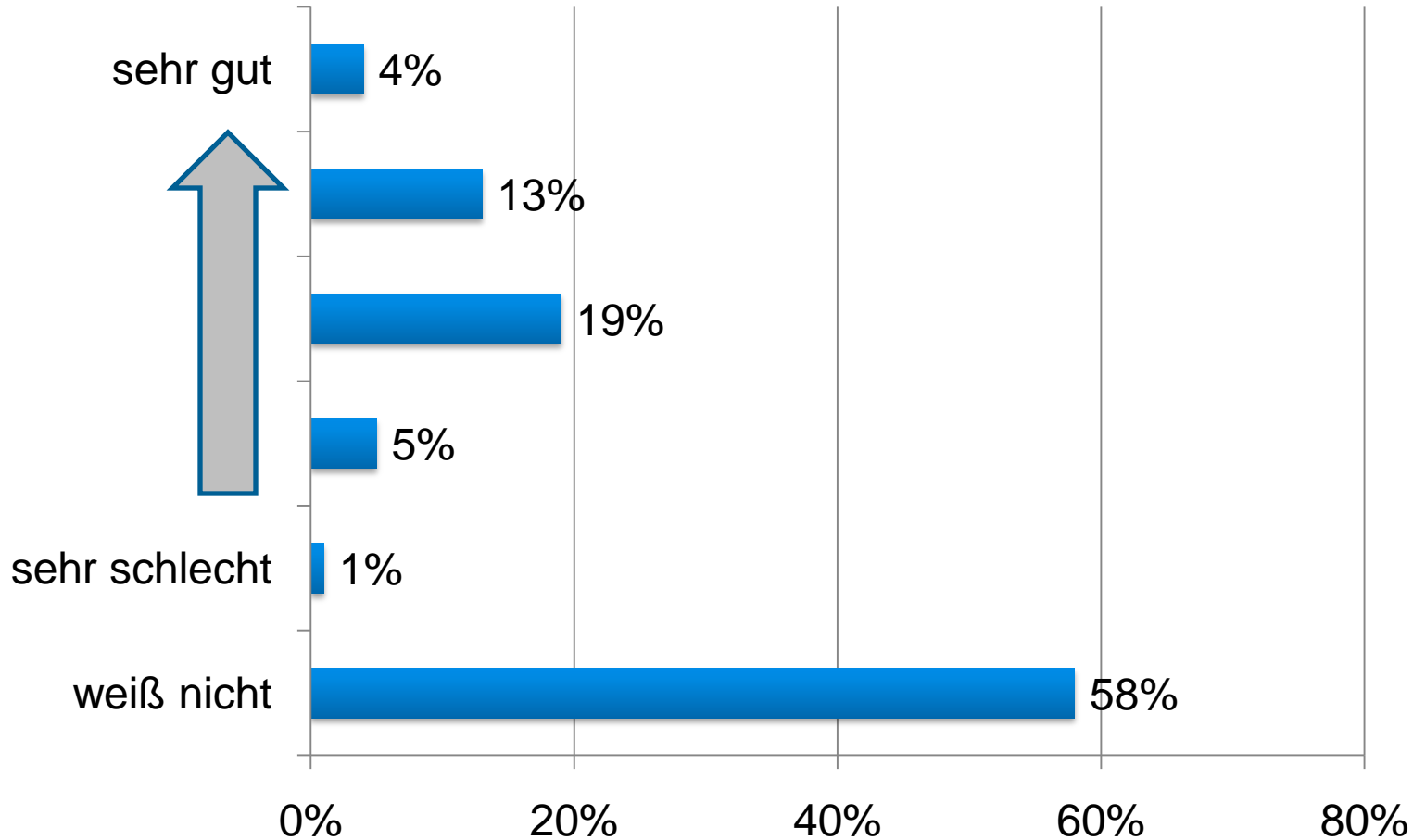
Basis: n = 1000



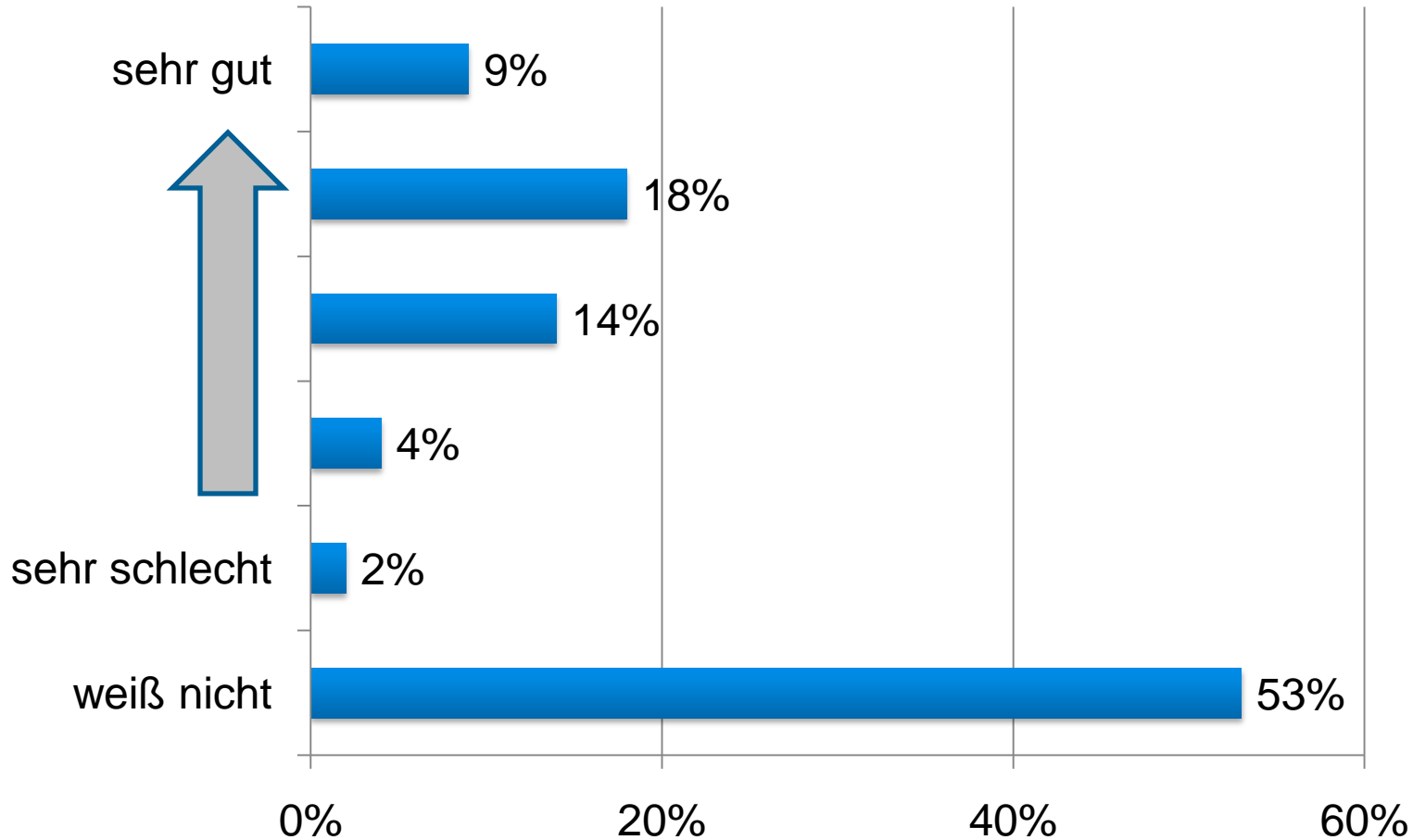
Basis: n = 1000



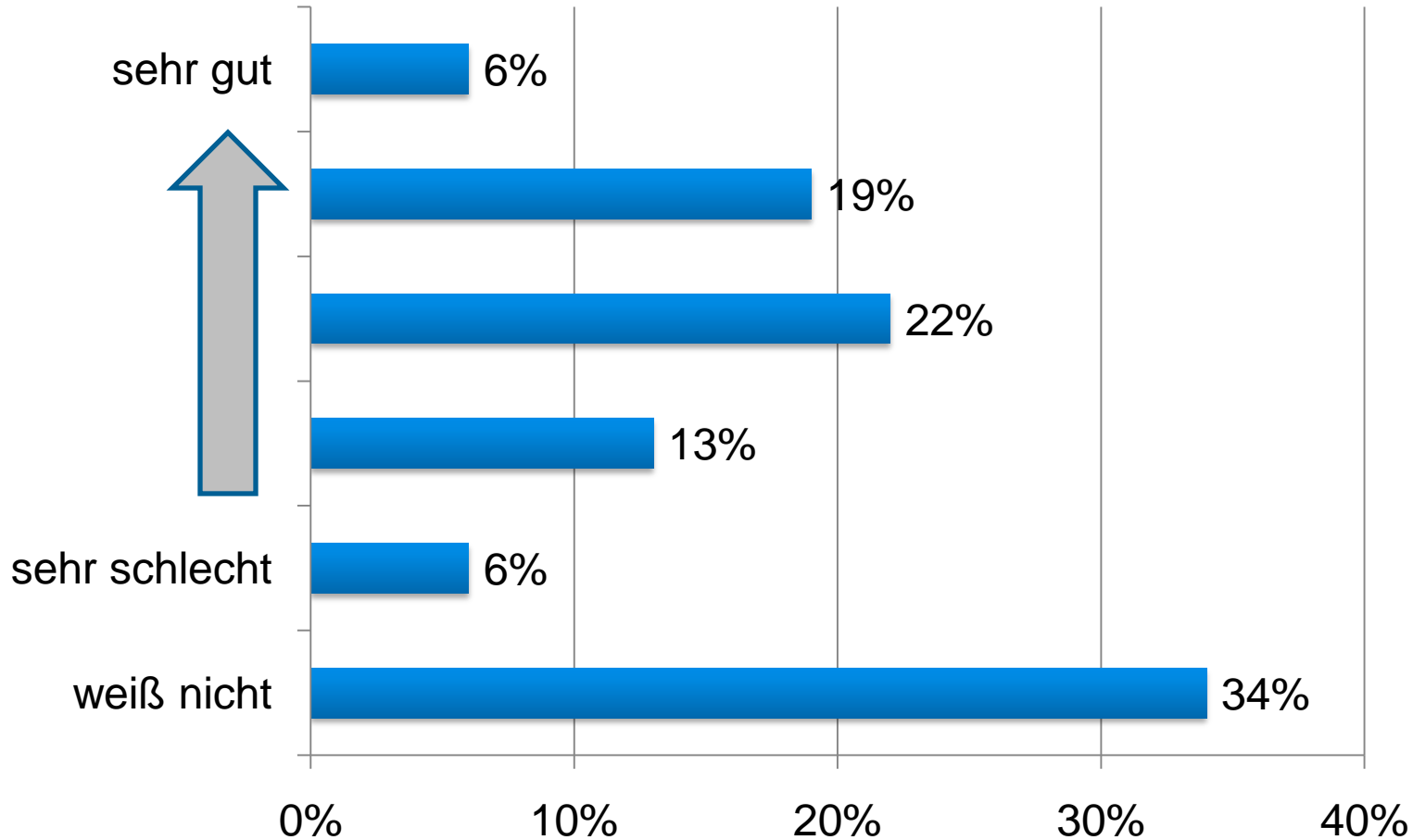
Basis: n = 1000



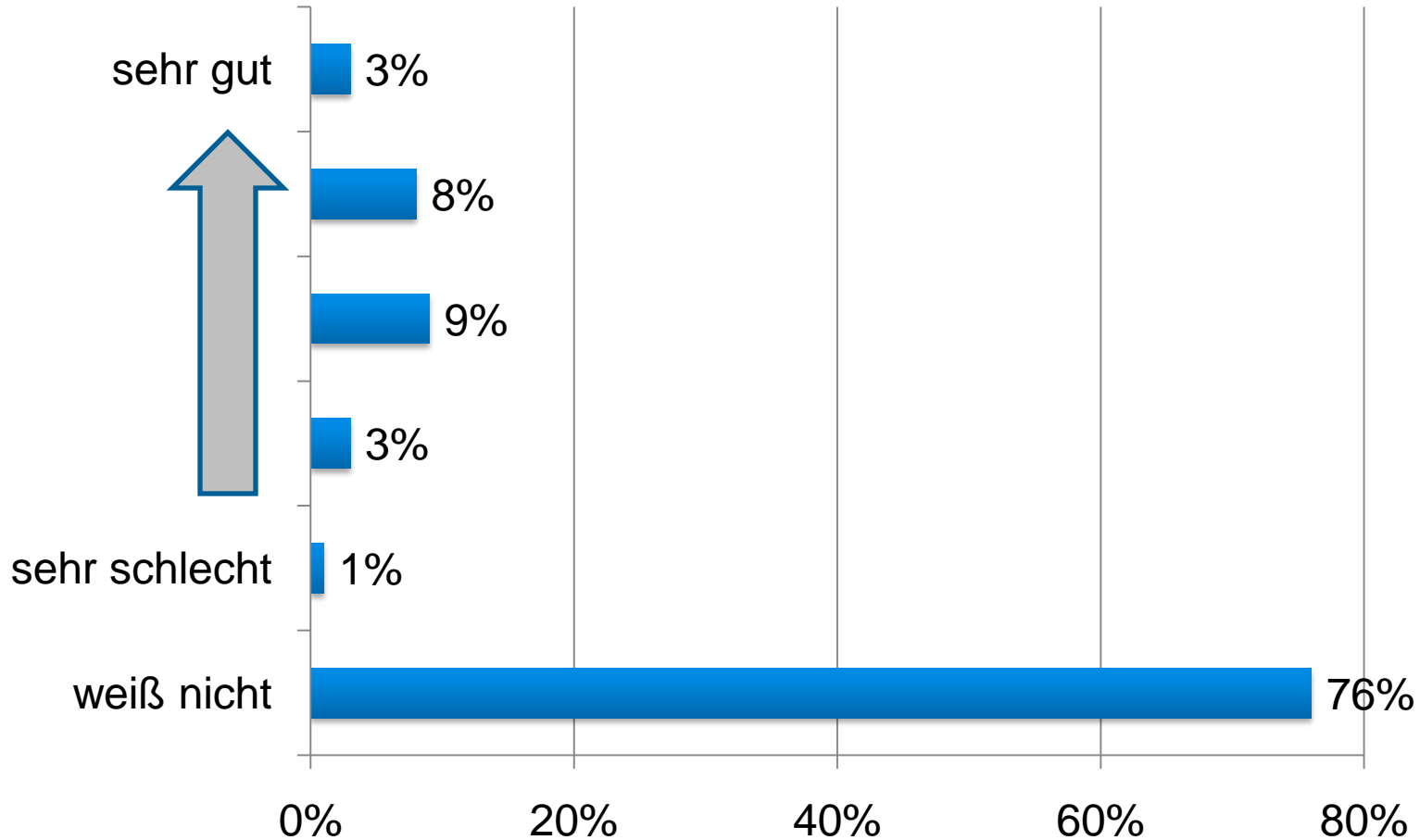
Basis: n = 1000



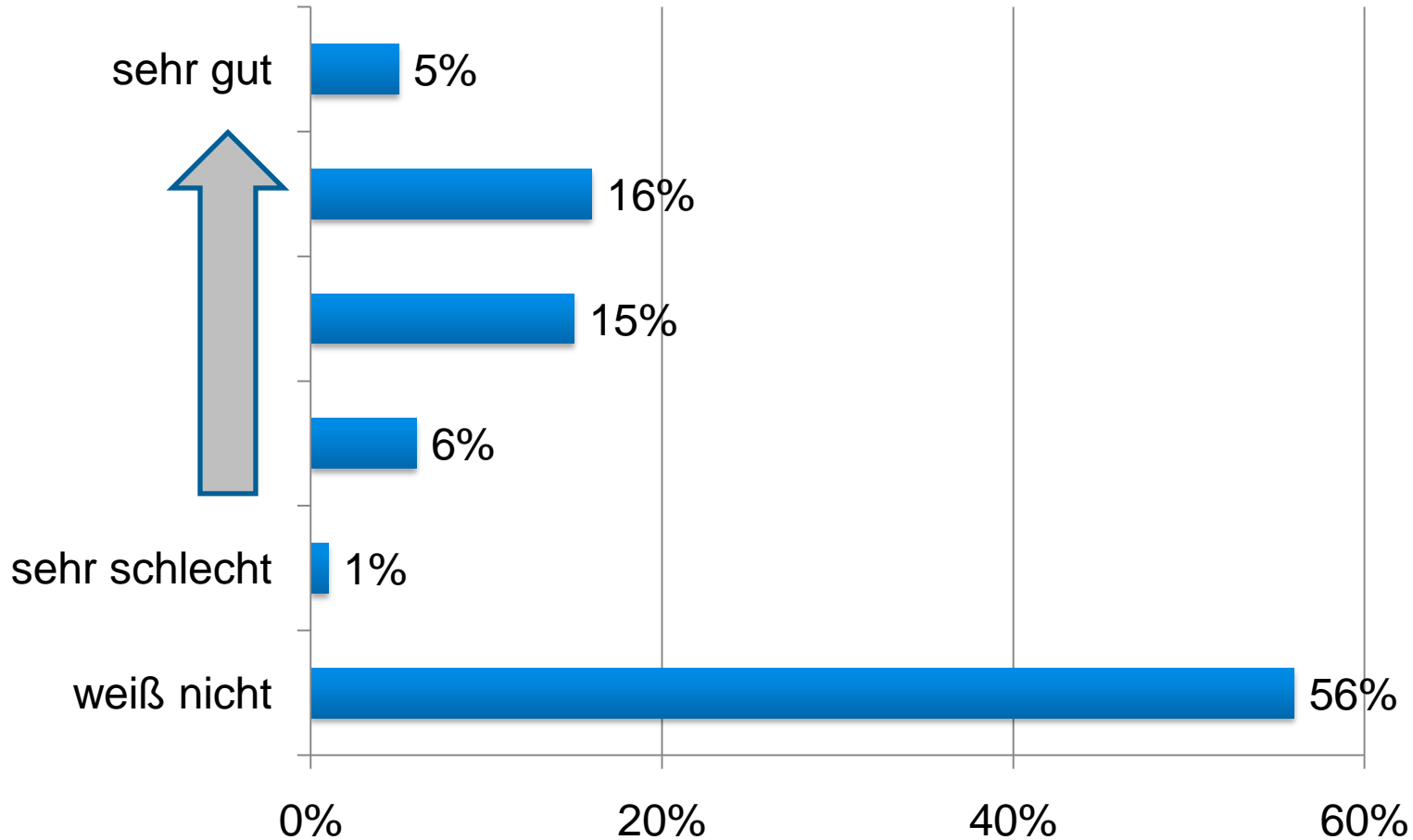
Basis: n = 1000



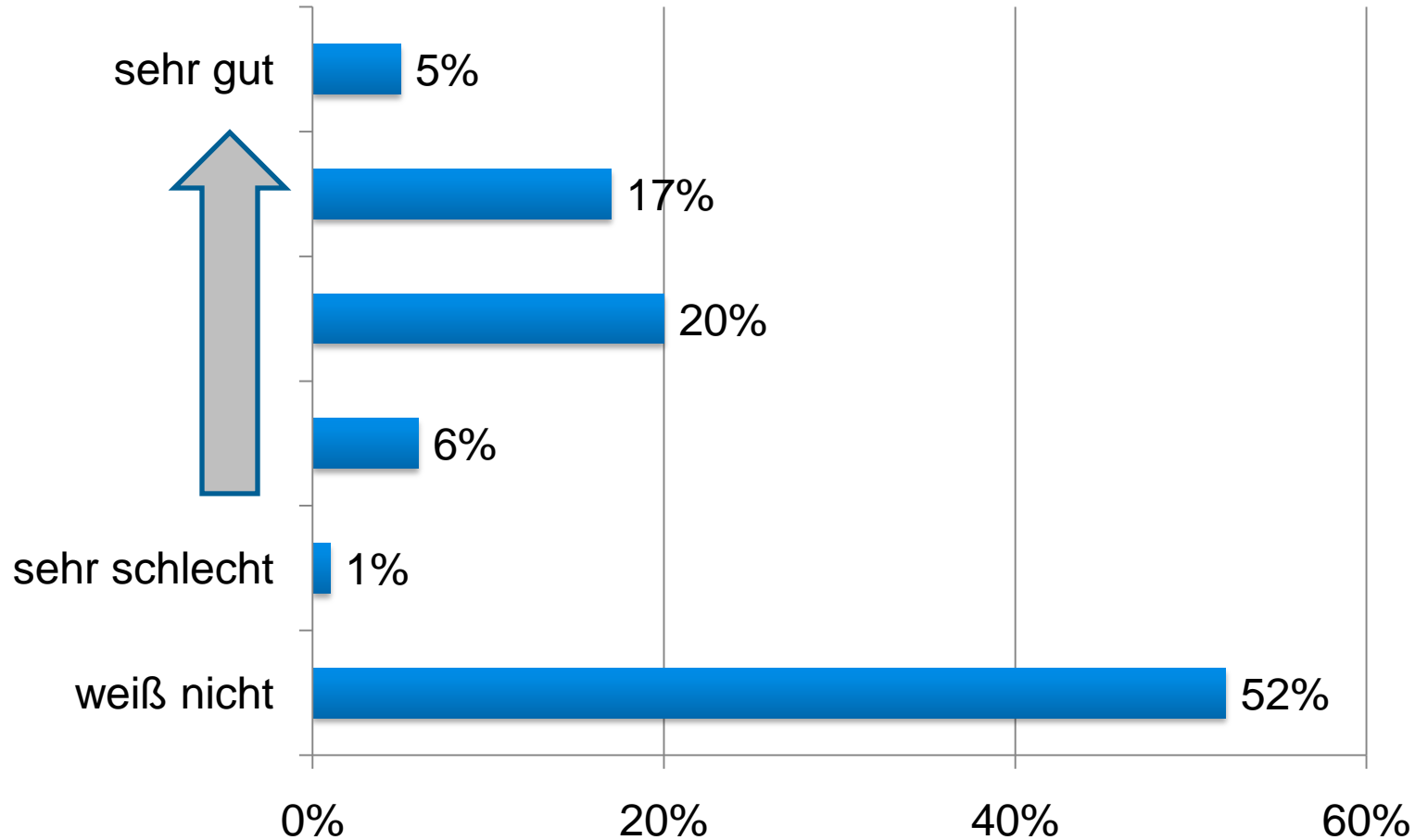
Basis: n = 1000



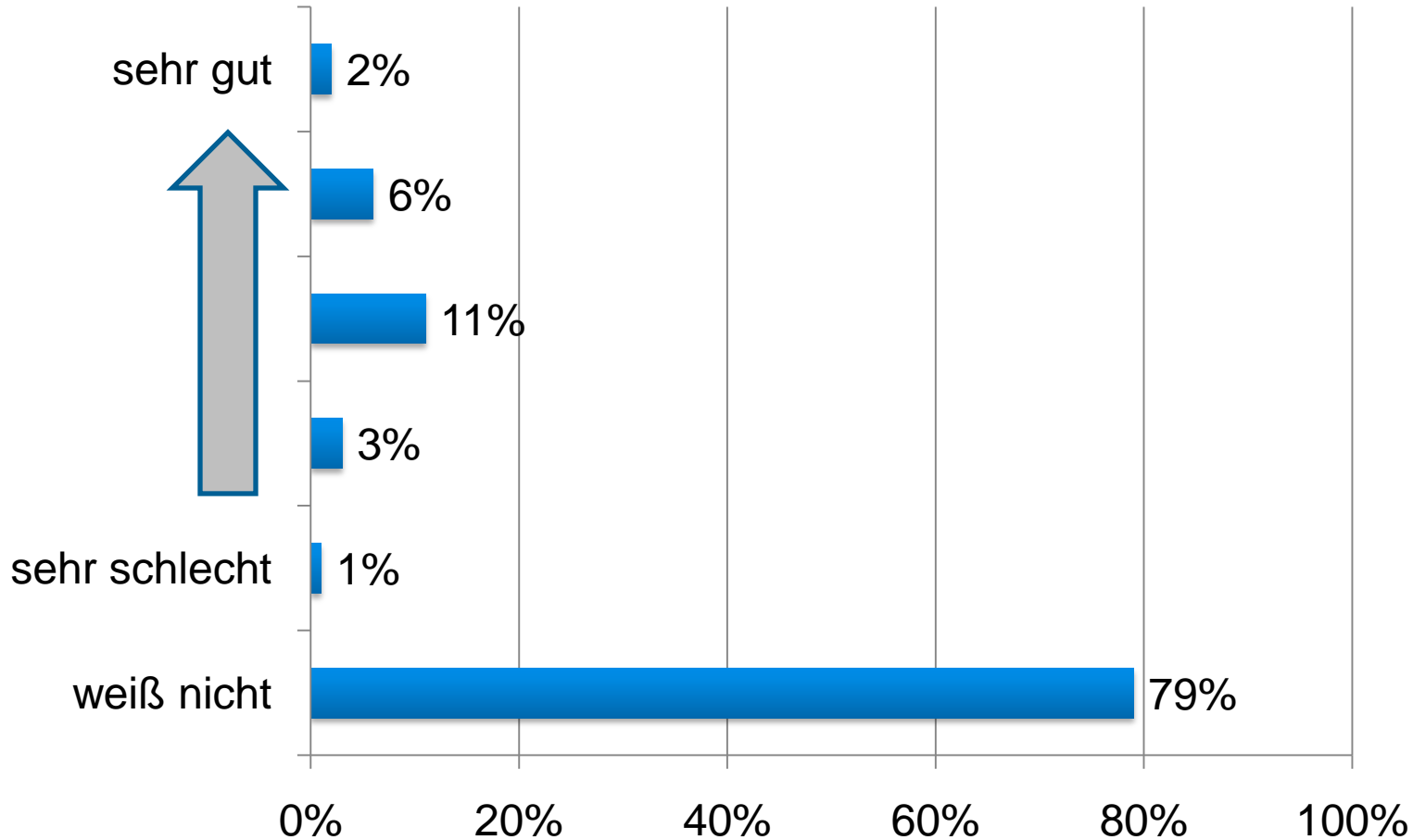
Basis: n = 1000



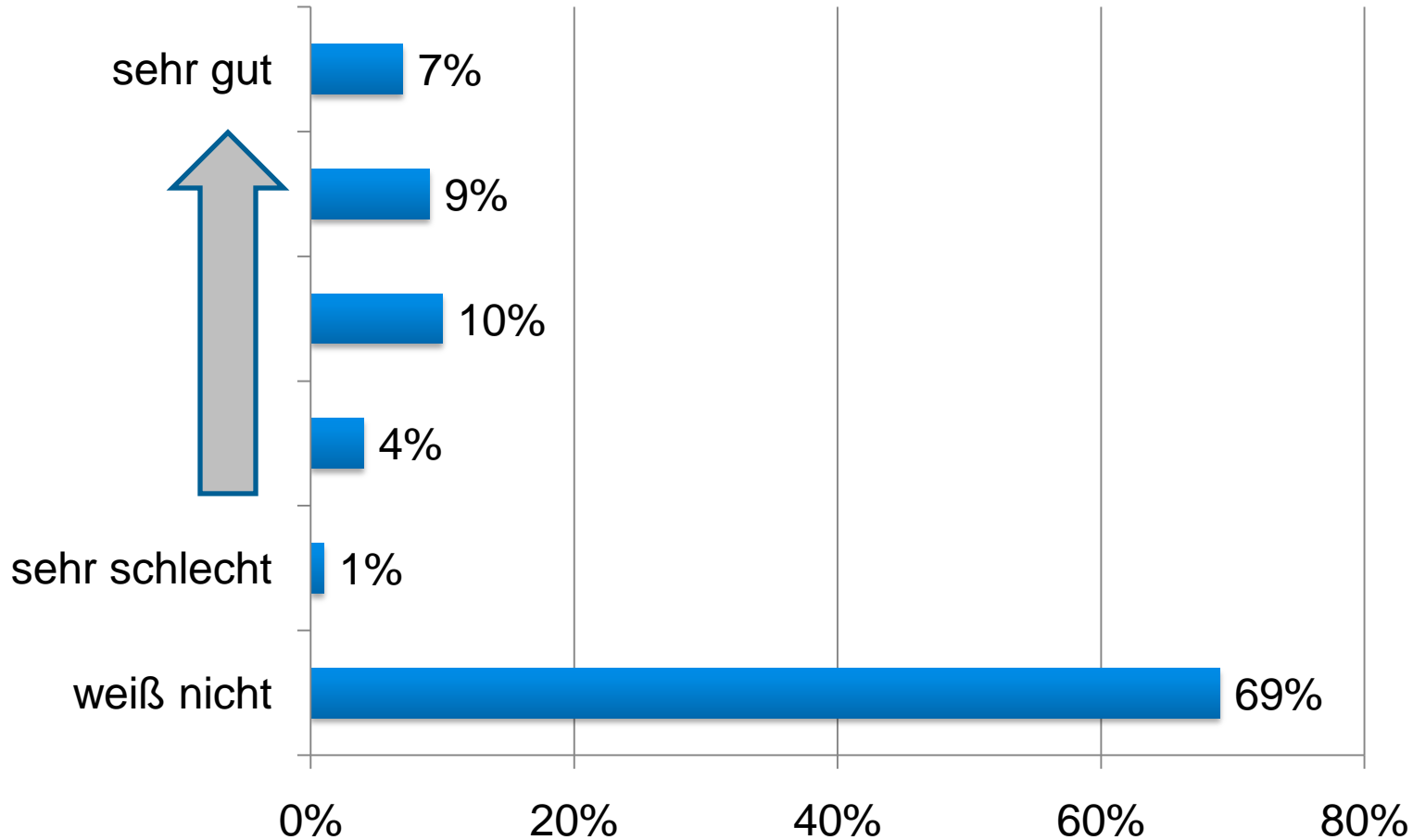
Basis: n = 1000



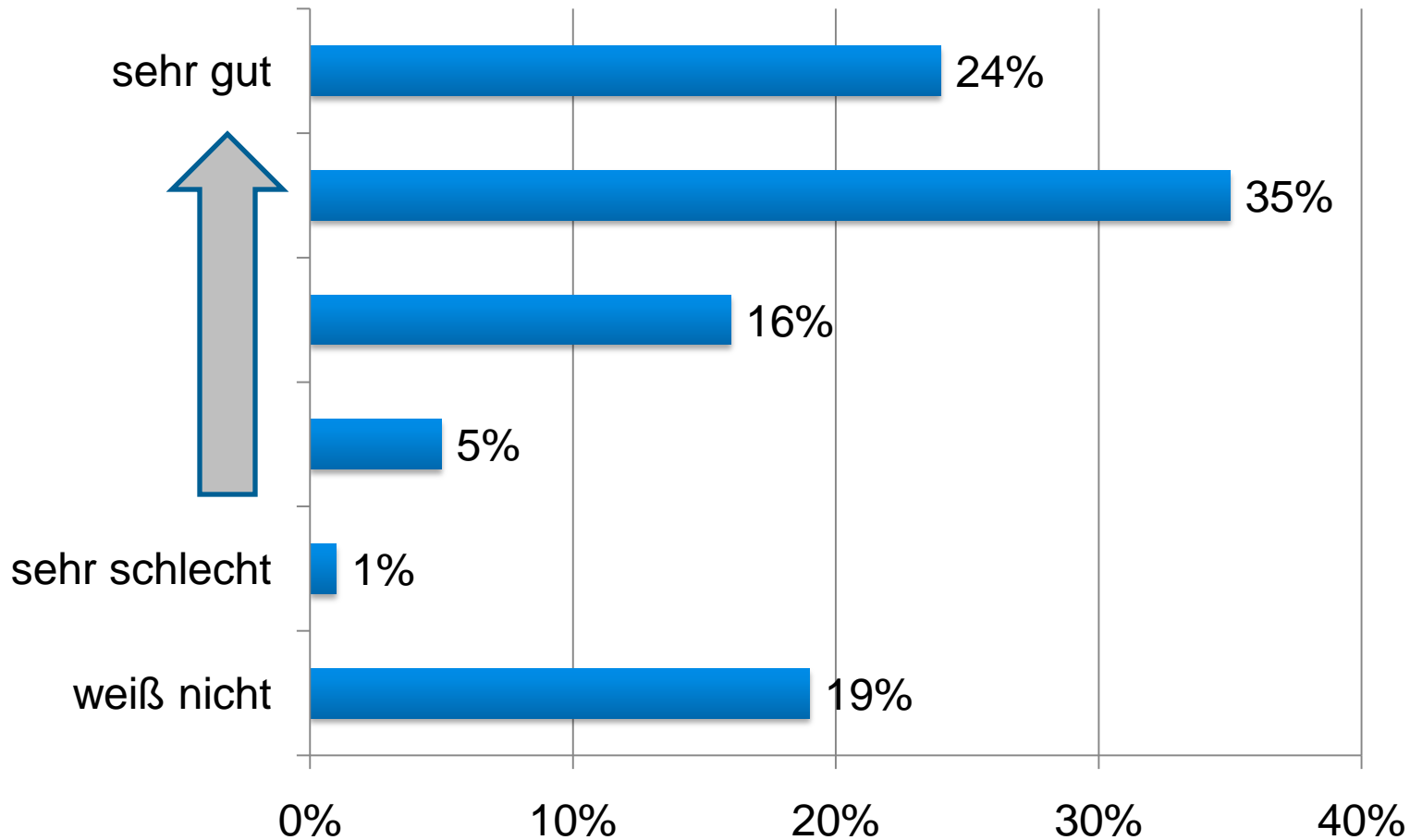
Basis: n = 1000



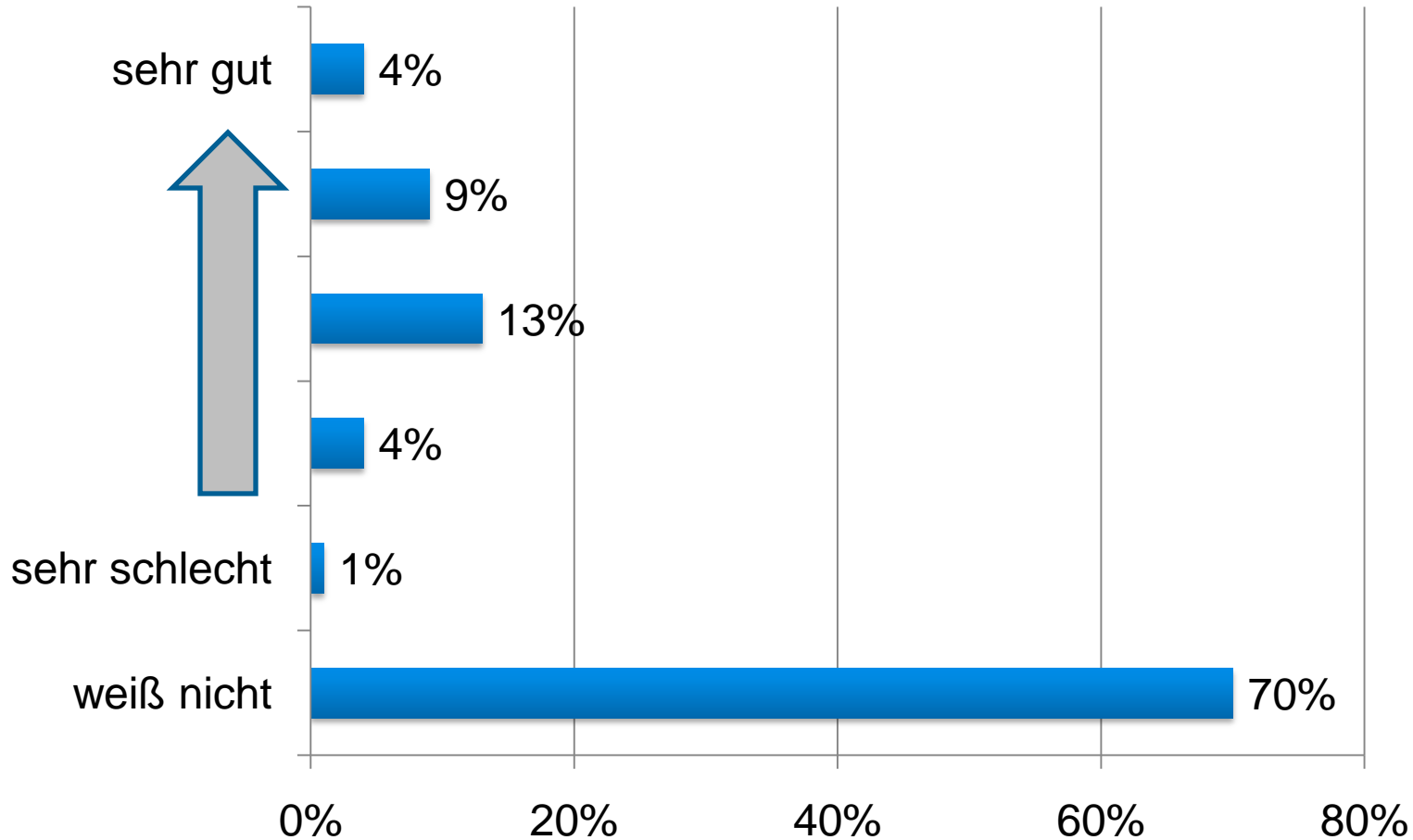
Basis: n = 1000



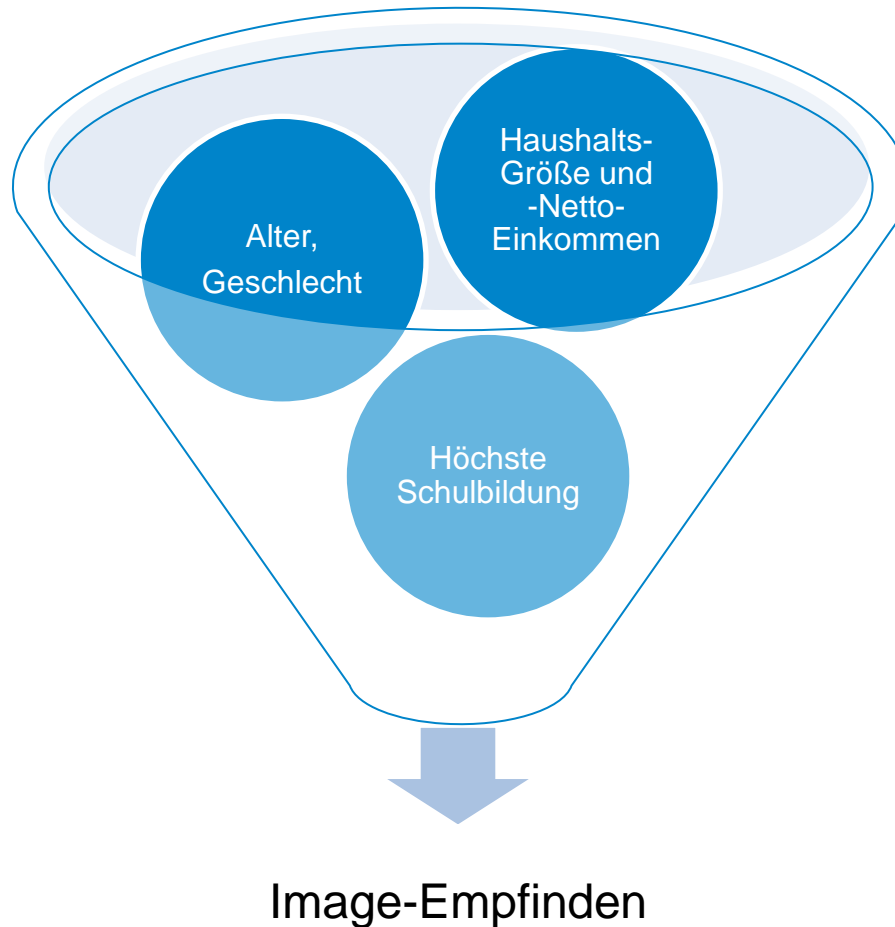
Basis: n = 1000



Basis: n = 1000



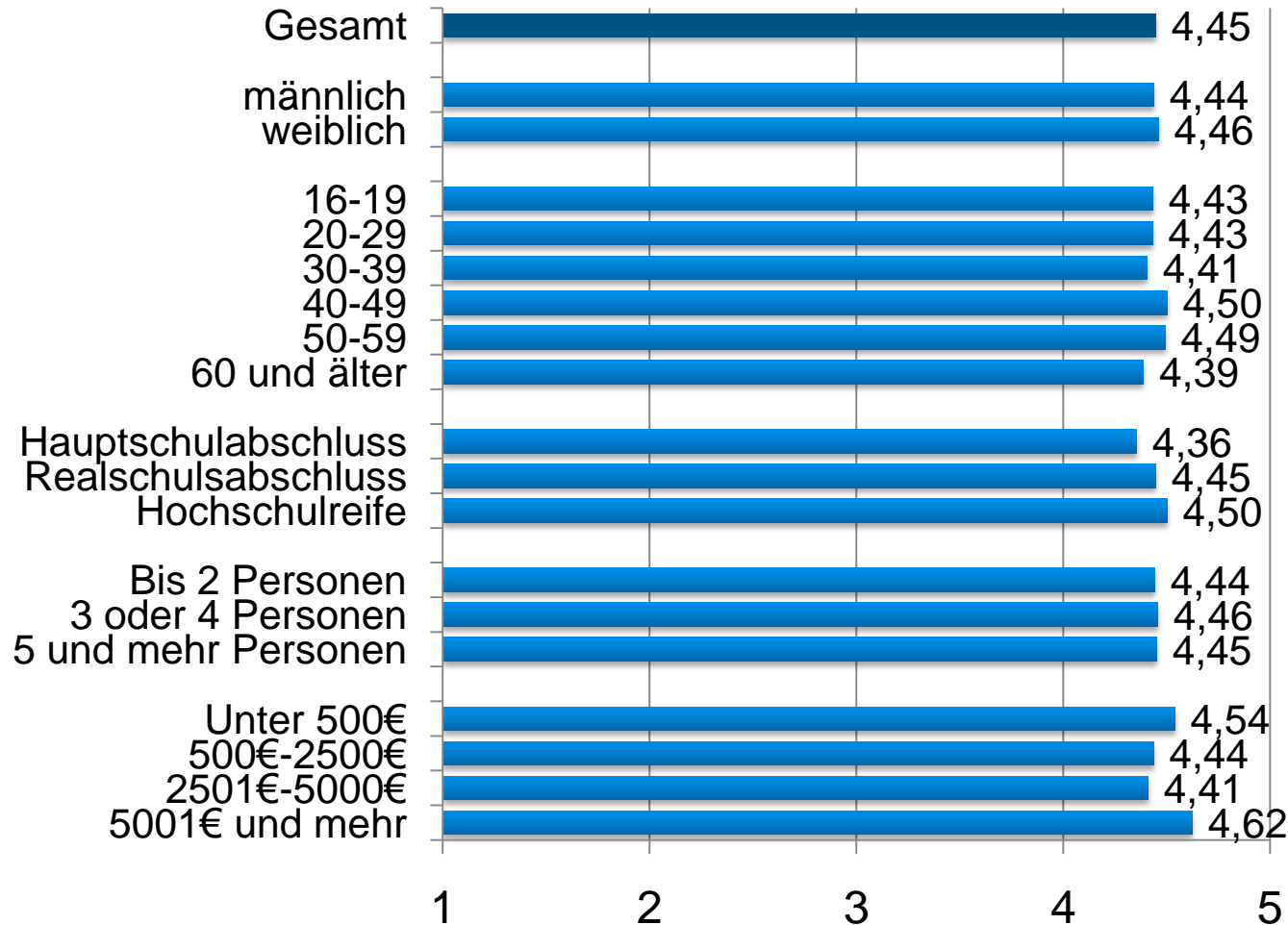
Basis: n = 1000



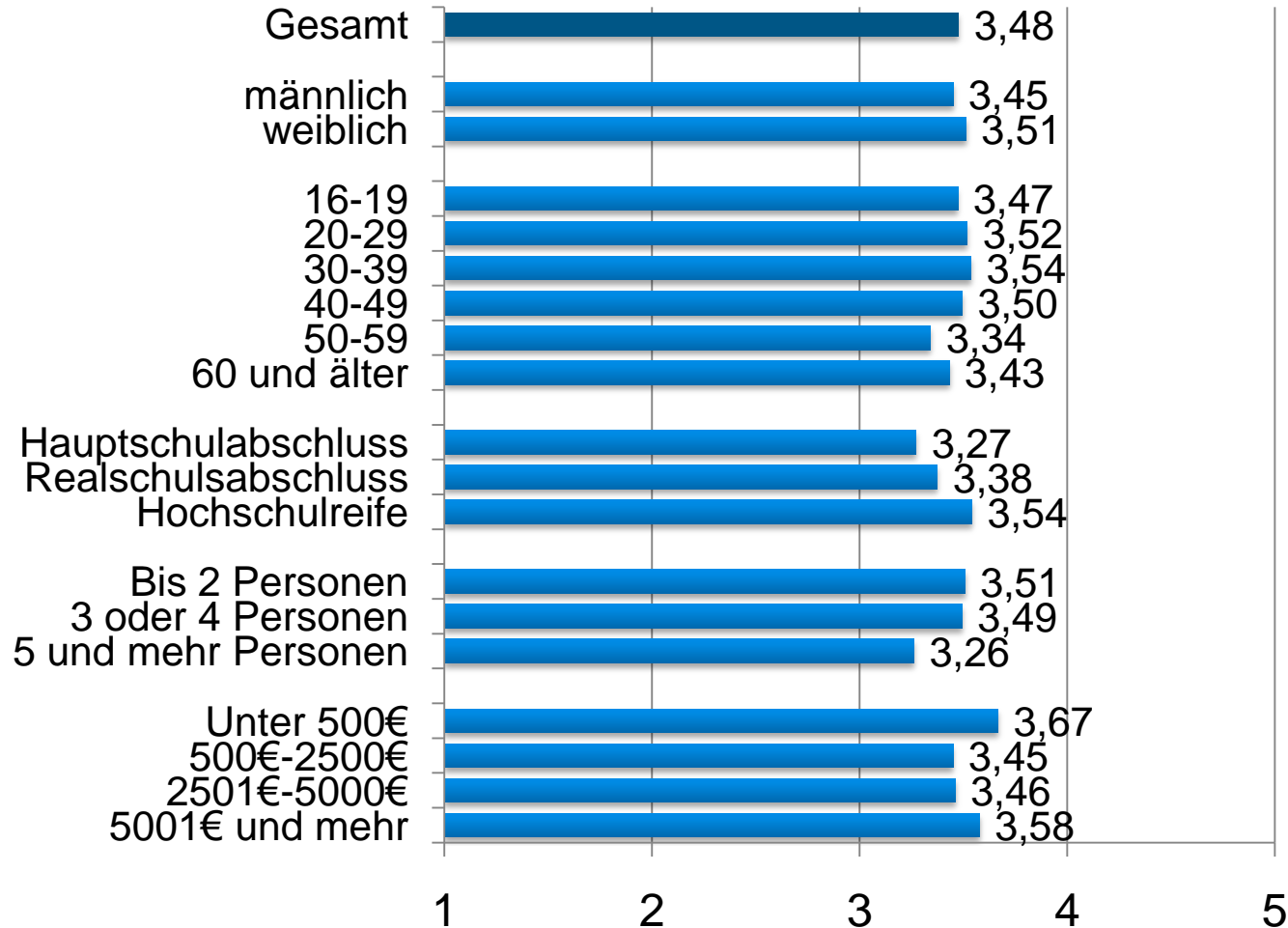


- ▶ Unterscheidung nach
 - ▶ Geschlecht
 - ▶ Alter
 - ▶ Höchster Schulabschluss
 - ▶ Haushaltsgröße
 - ▶ Monatlichen Haushalts-Nettoeinkommen

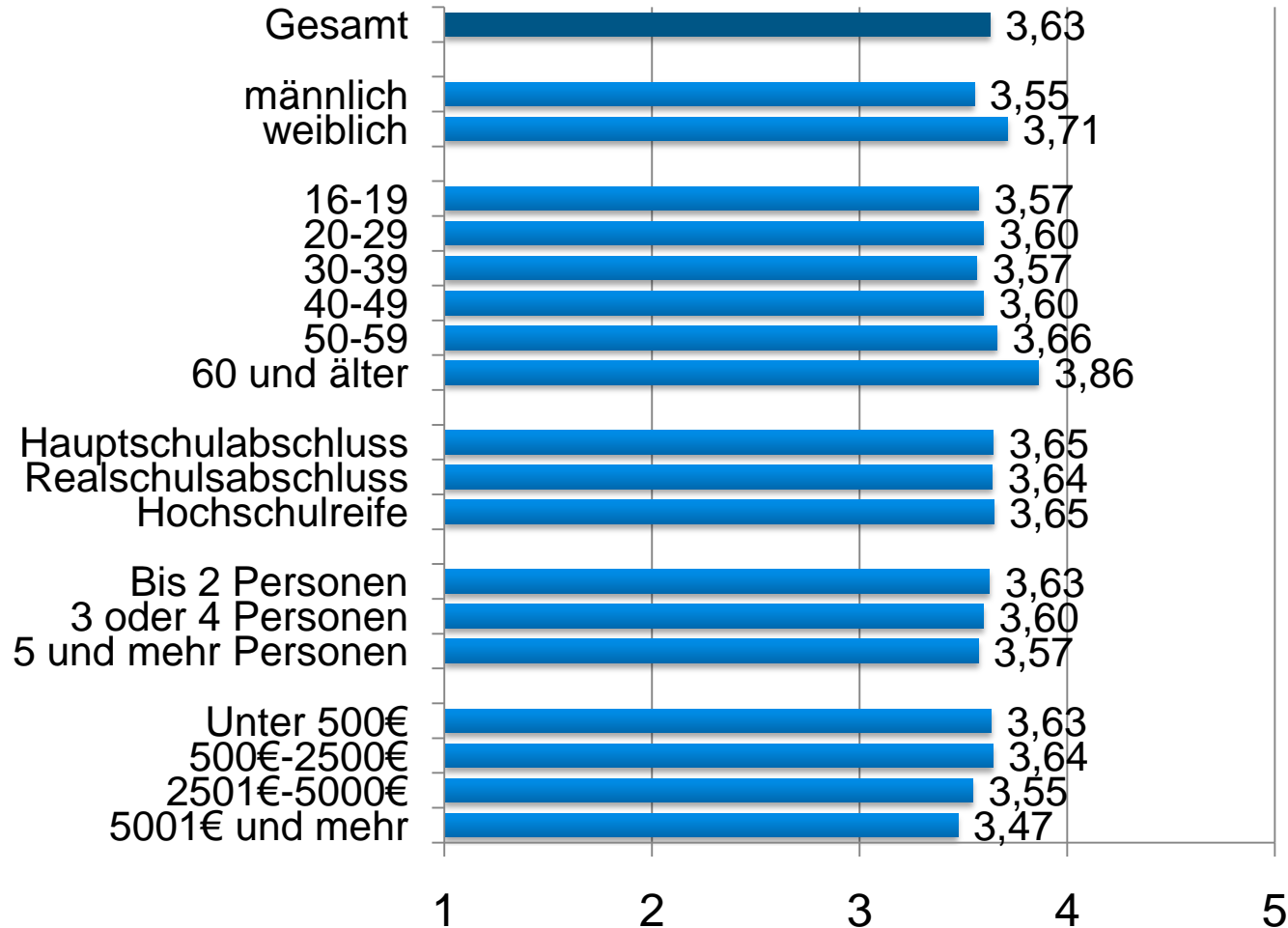
- ▶ Personen, die zu Einkommen, Haushaltsgröße oder Schulabschluss keine Angaben getätigt haben, werden in den folgenden Darstellungen nicht ausgewiesen.



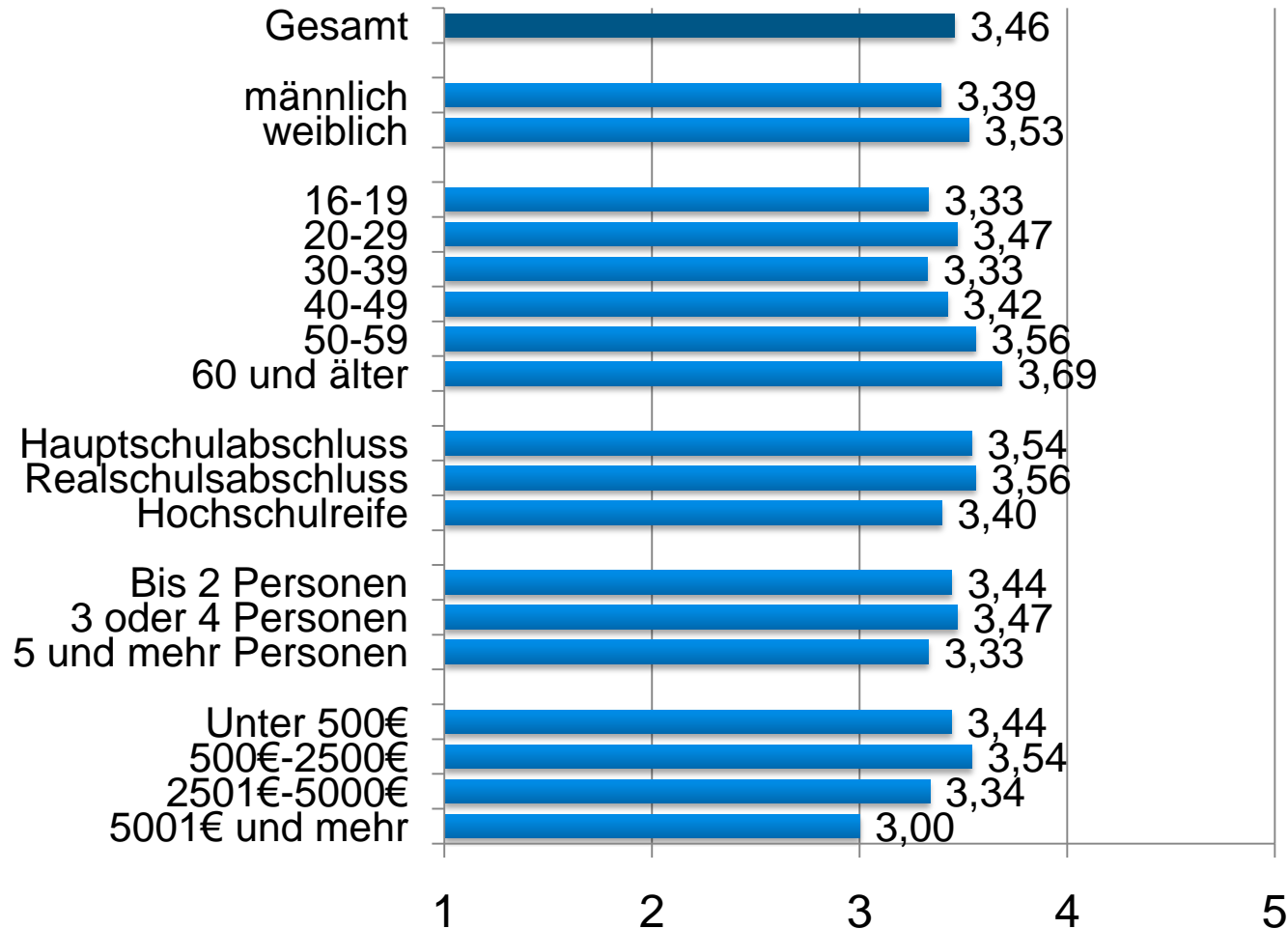
Basis: n = 1000 | Skalierung: 1 = sehr schlecht; 5 = sehr gut



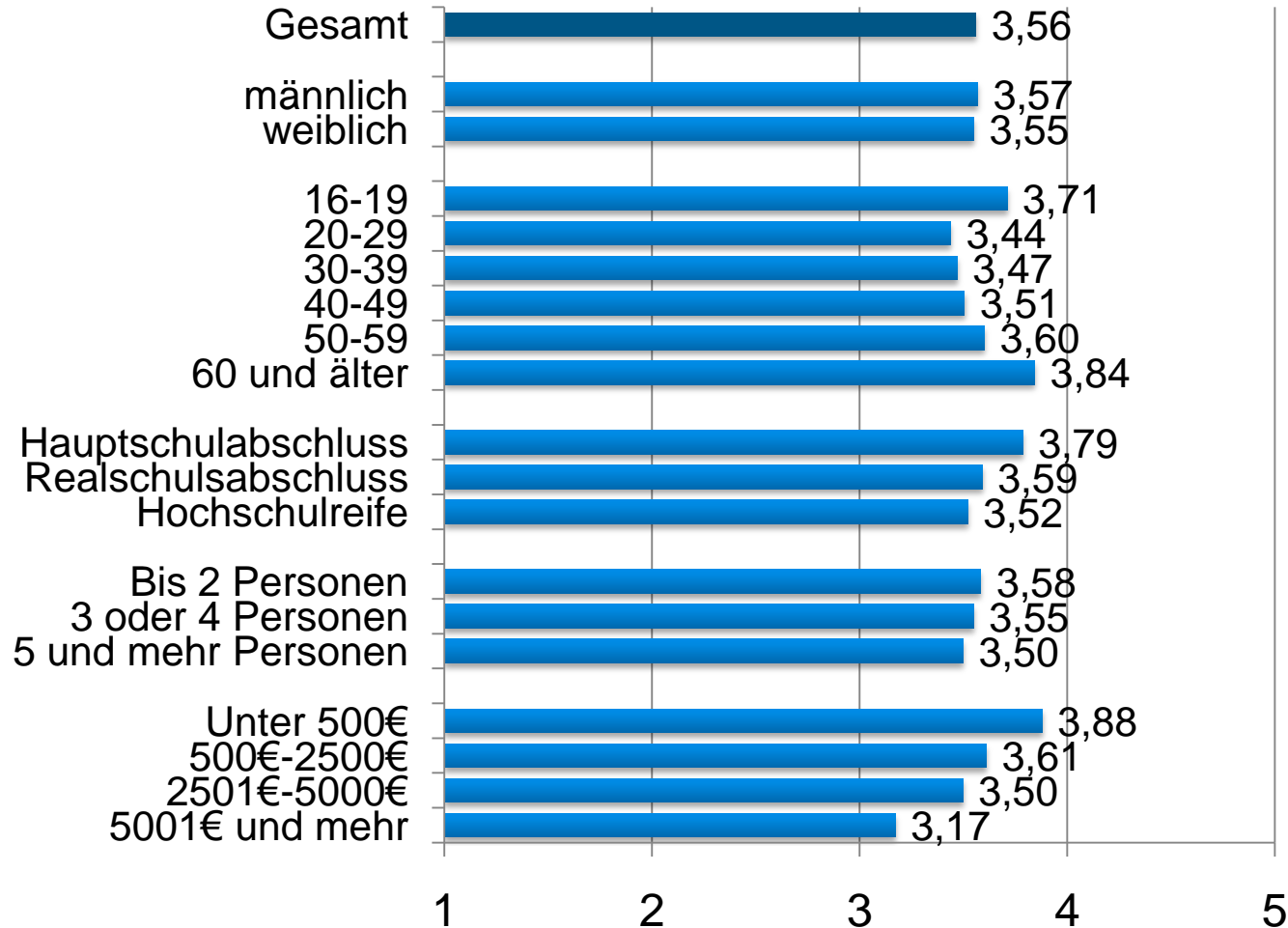
Basis: n = 1000 | Skalierung: 1 = sehr schlecht; 5 = sehr gut



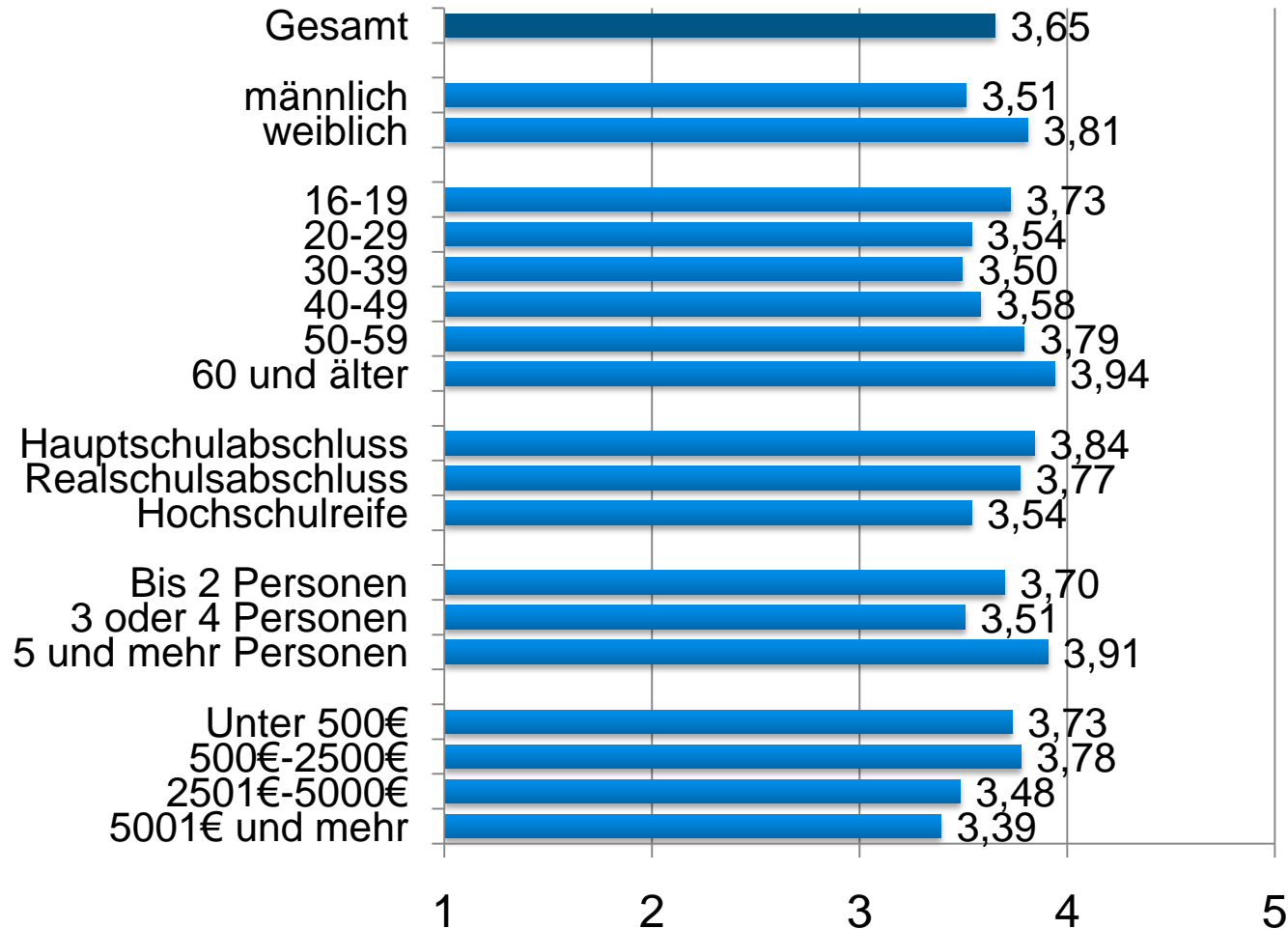
Basis: n = 1000 | Skalierung: 1 = sehr schlecht; 5 = sehr gut



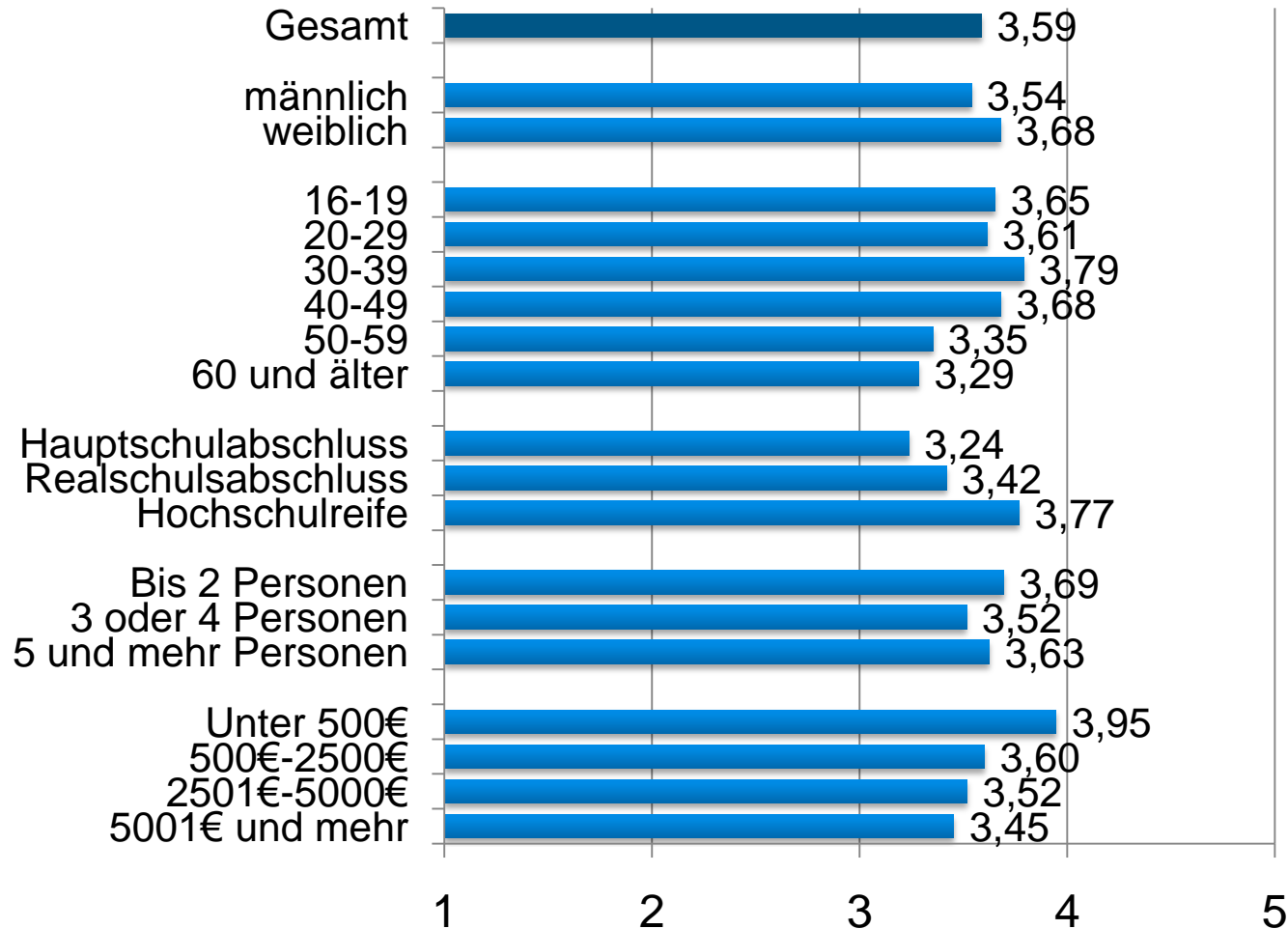
Basis: n = 1000 | Skalierung: 1 = sehr schlecht; 5 = sehr gut



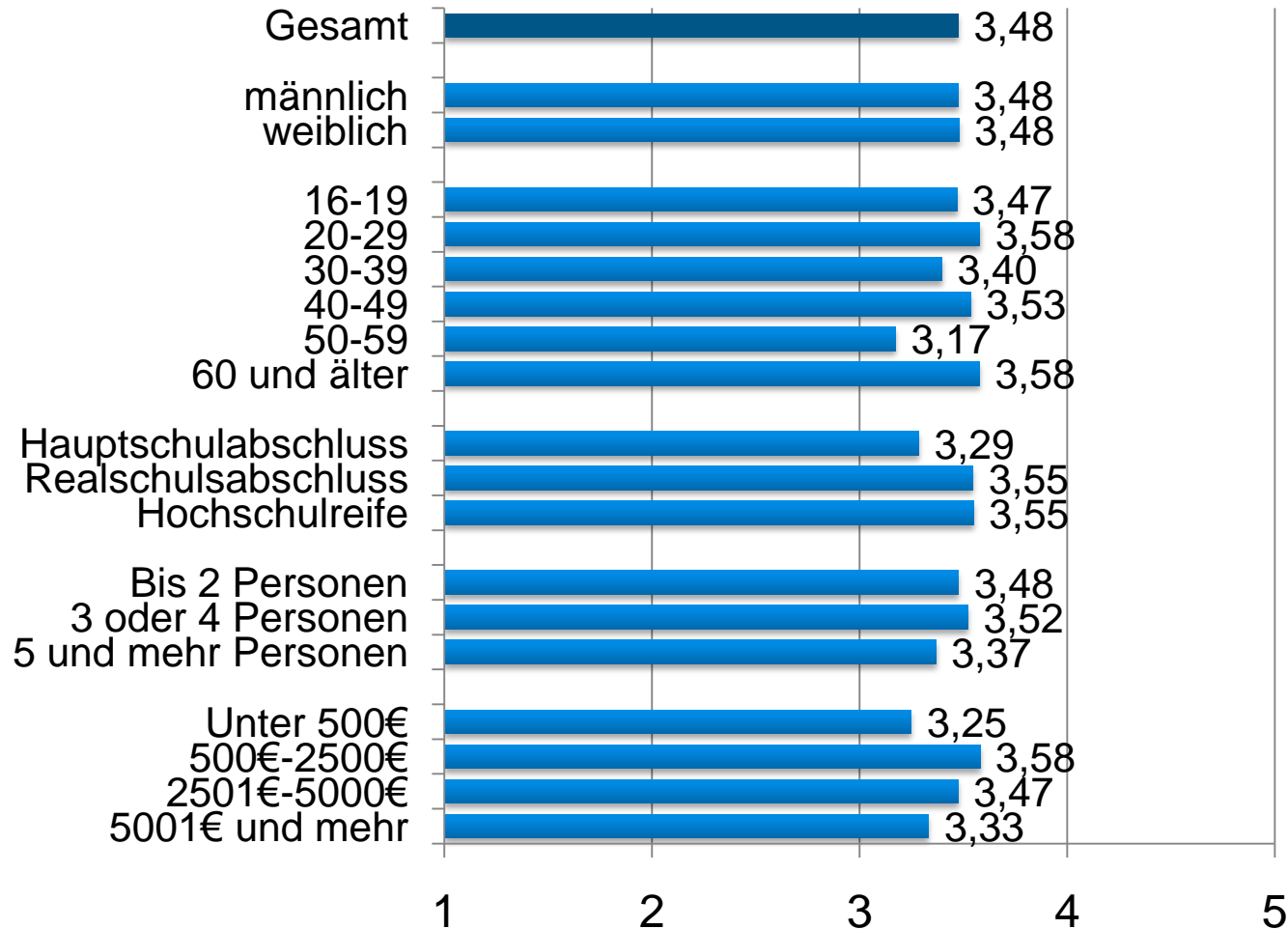
Basis: n = 1000 | Skalierung: 1 = sehr schlecht; 5 = sehr gut



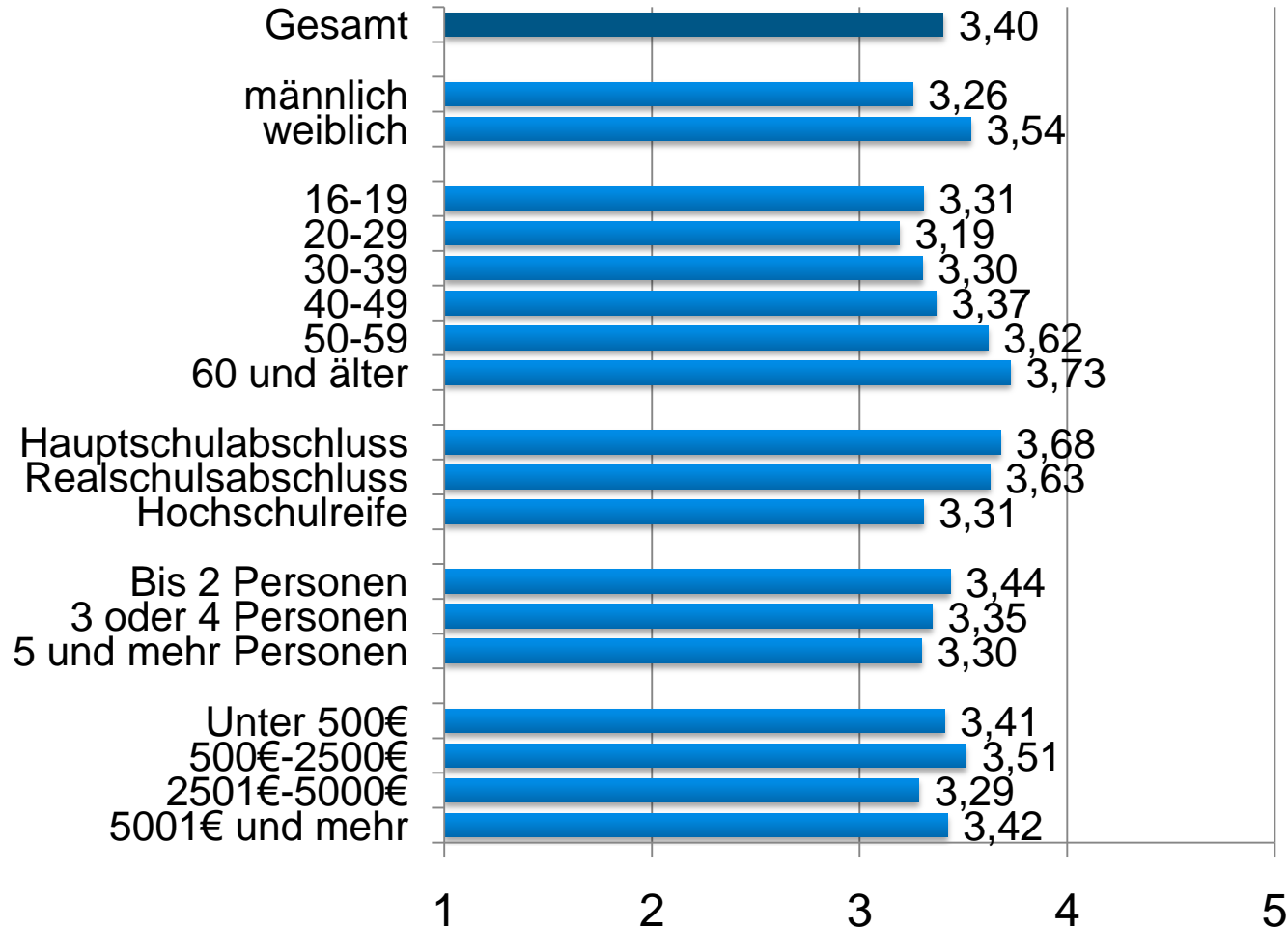
Basis: n = 1000 | Skalierung: 1 = sehr schlecht; 5 = sehr gut



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

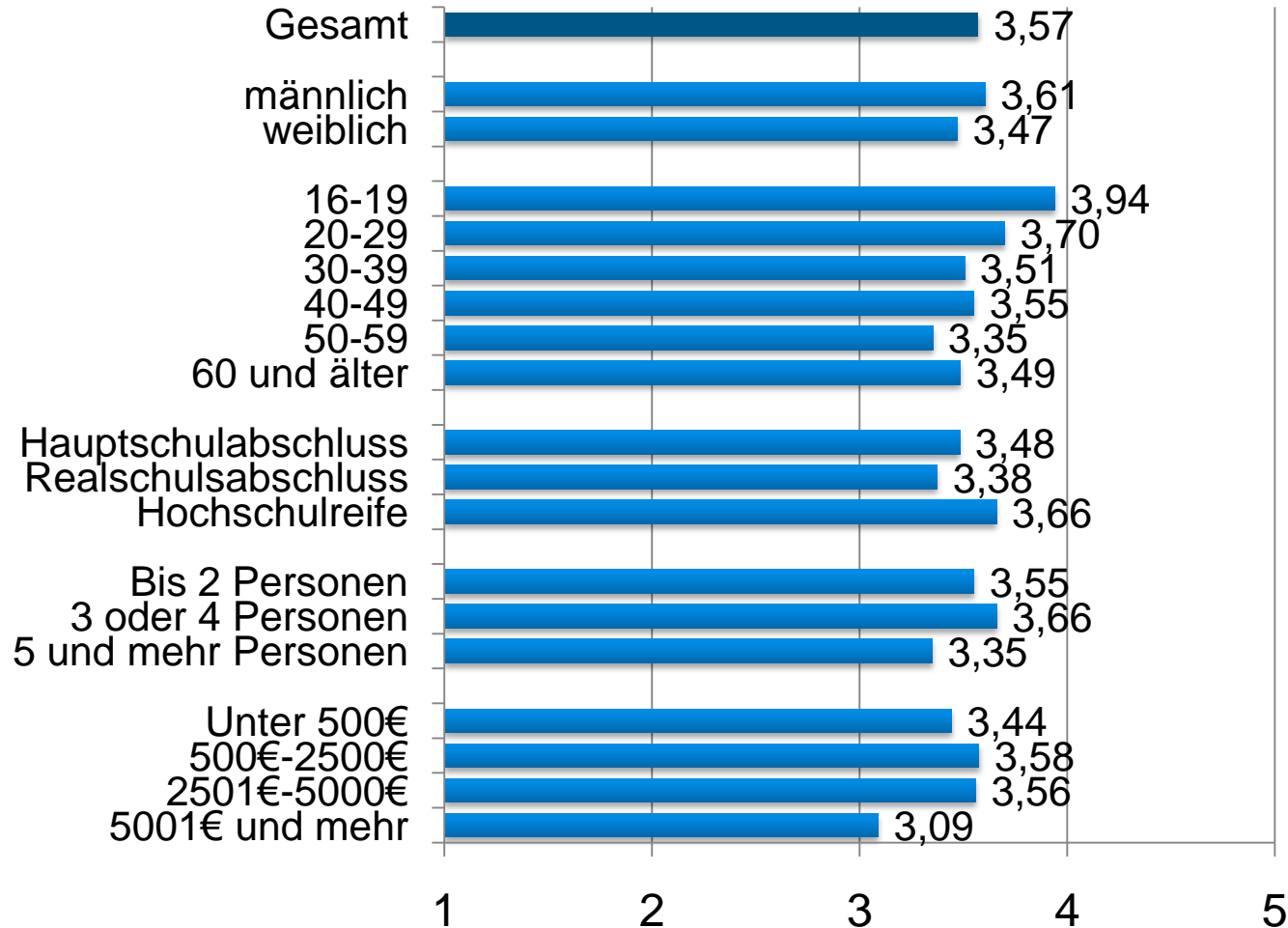


Basis: n = 1000 | Skalierung: 1 = sehr schlecht; 5 = sehr gut

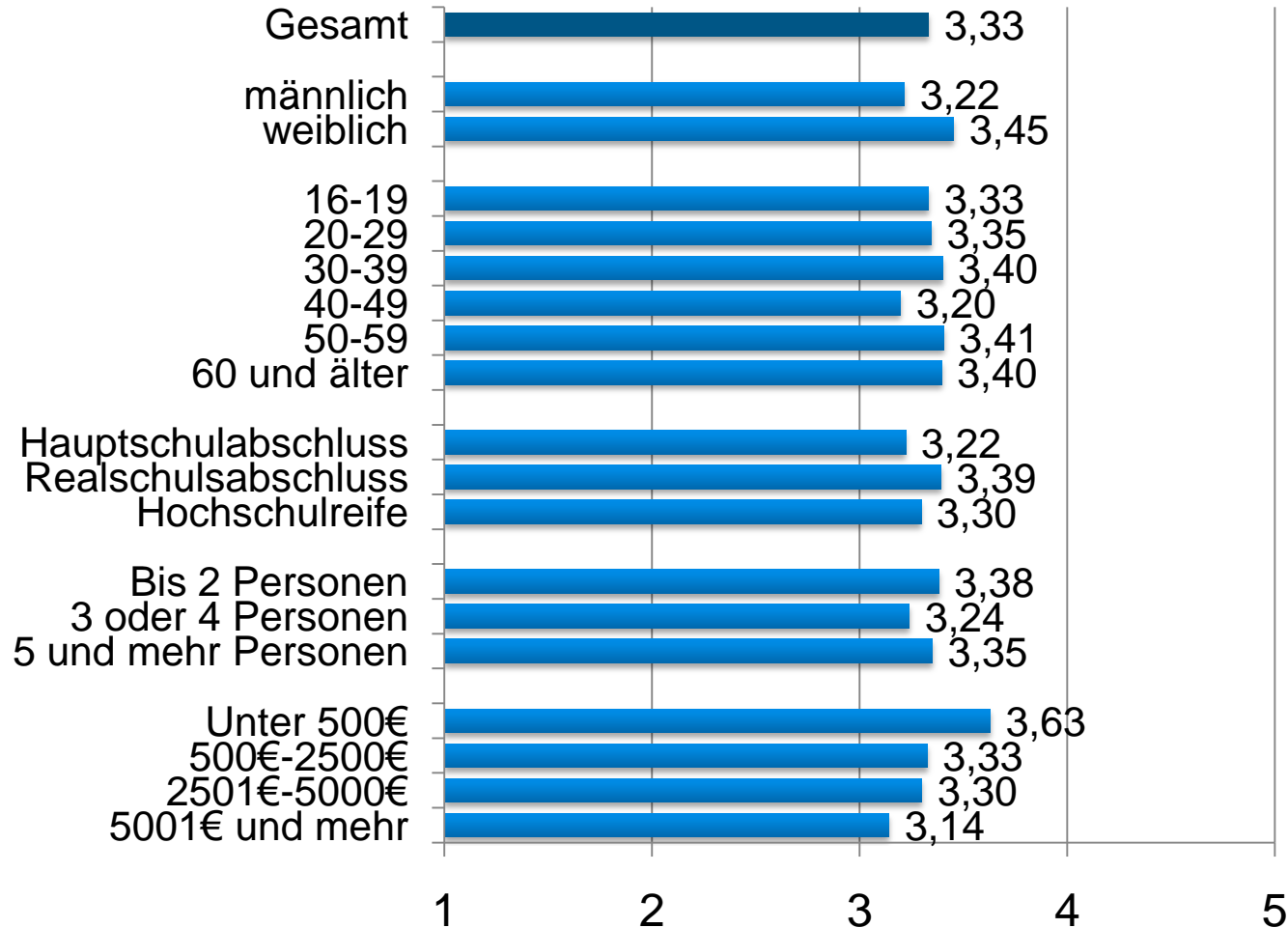


Basis: n = 1000 | Skalierung: 1 = sehr schlecht; 5 = sehr gut

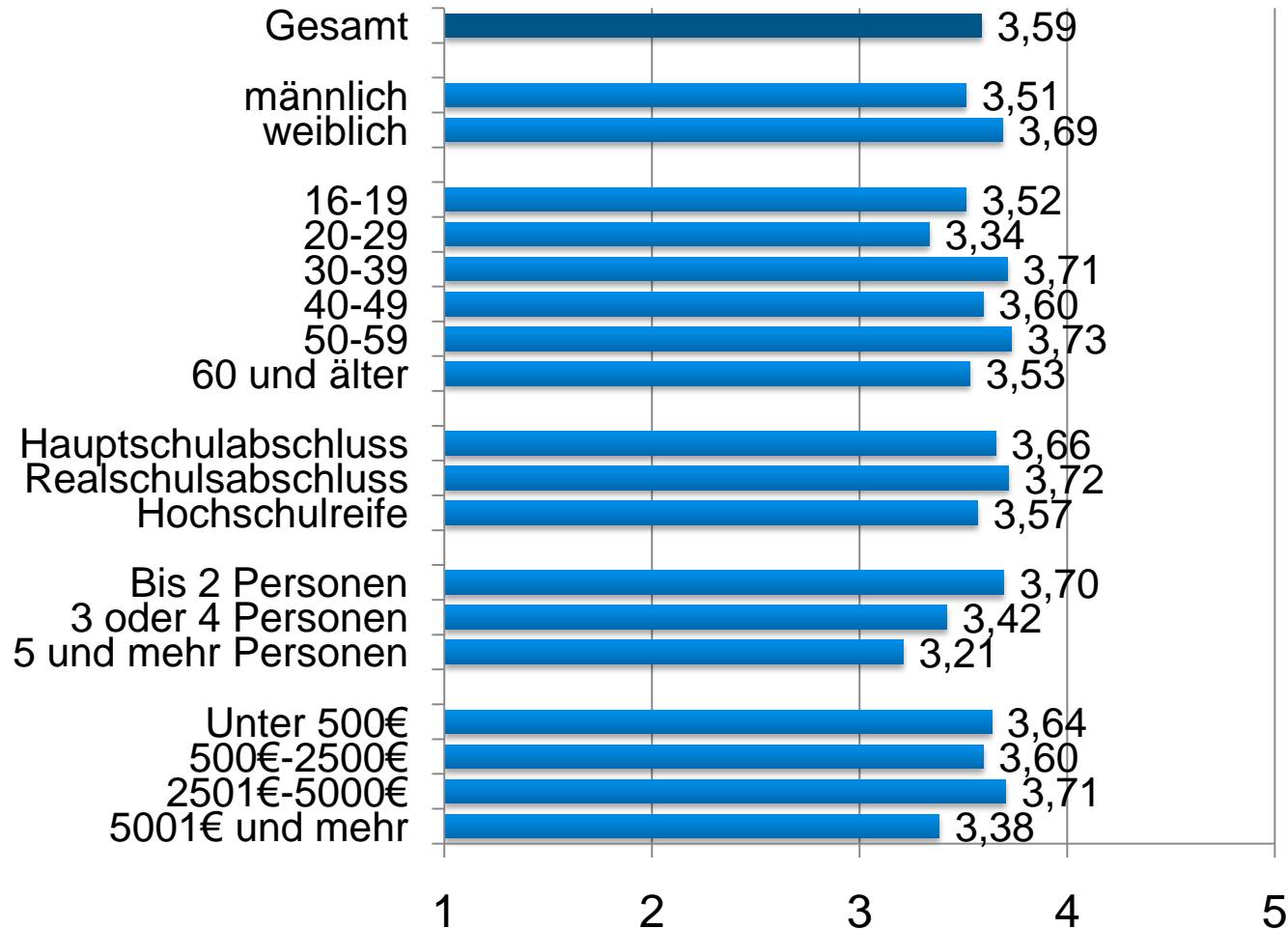
Detailanalyse: Image von *Alternate Computerversand*



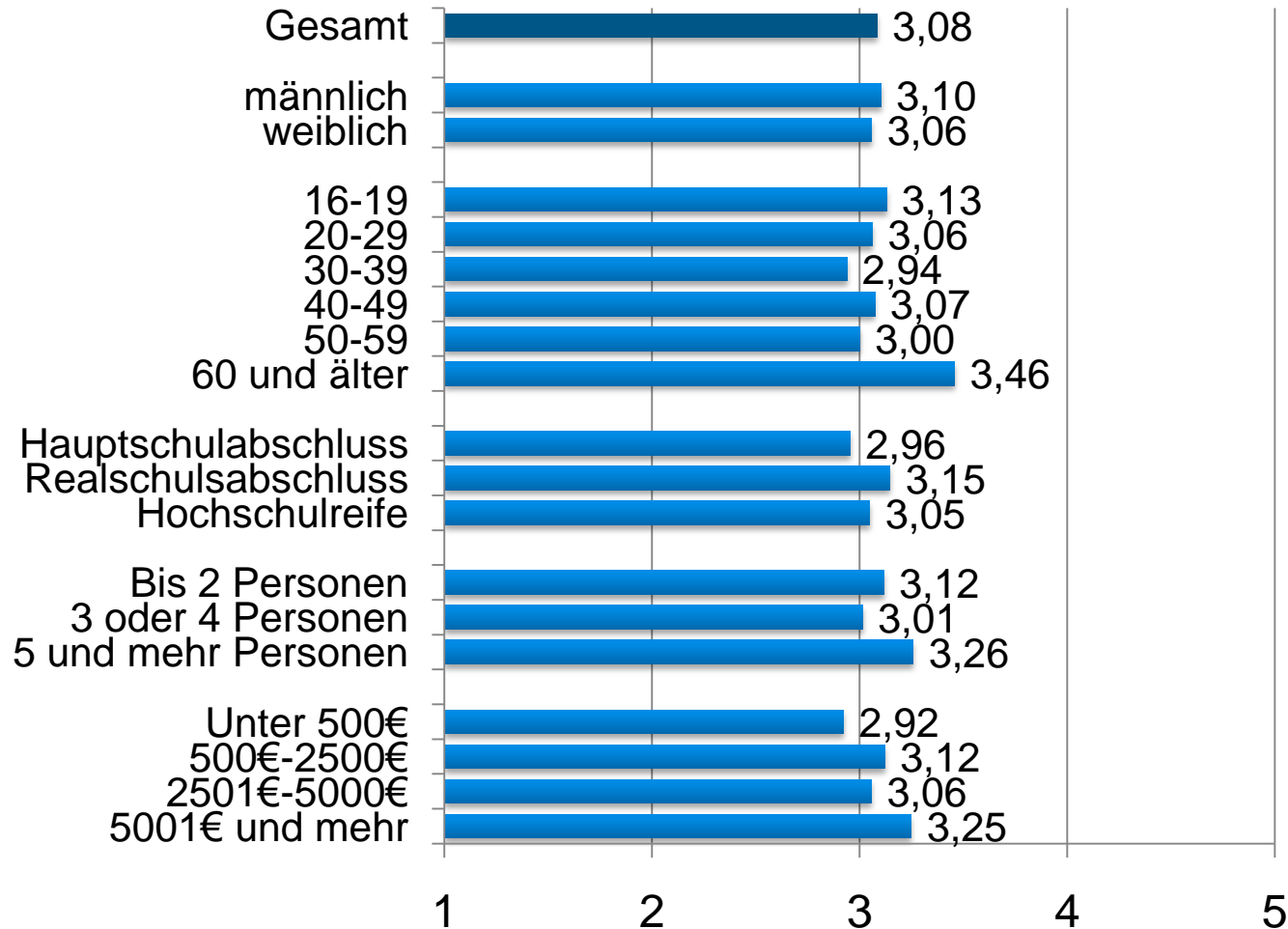
Basis: n = 1000 | Skalierung: 1 = sehr schlecht; 5 = sehr gut



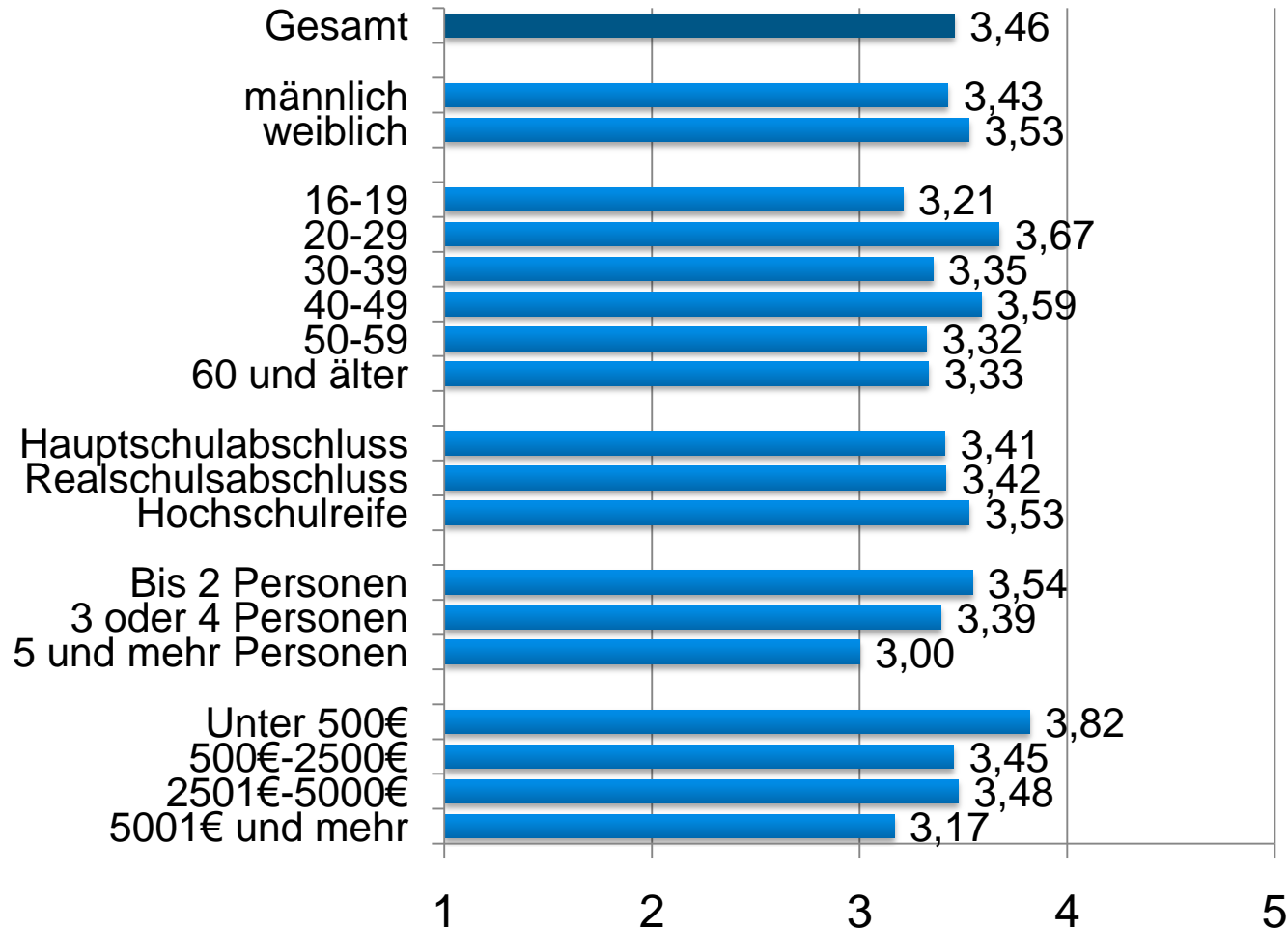
Basis: n = 1000 | Skalierung: 1 = sehr schlecht; 5 = sehr gut



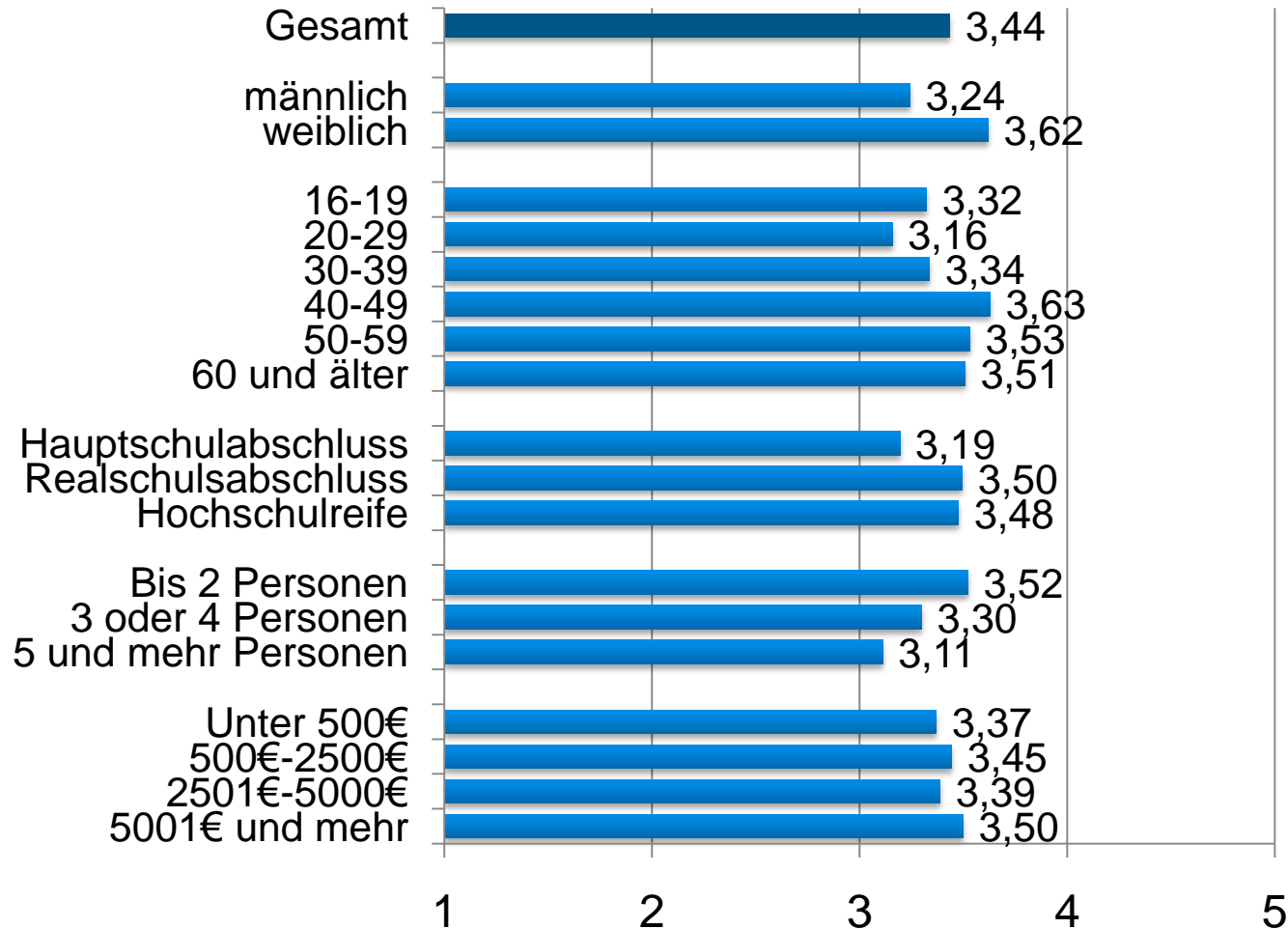
Basis: n = 1000 | Skalierung: 1 = sehr schlecht; 5 = sehr gut



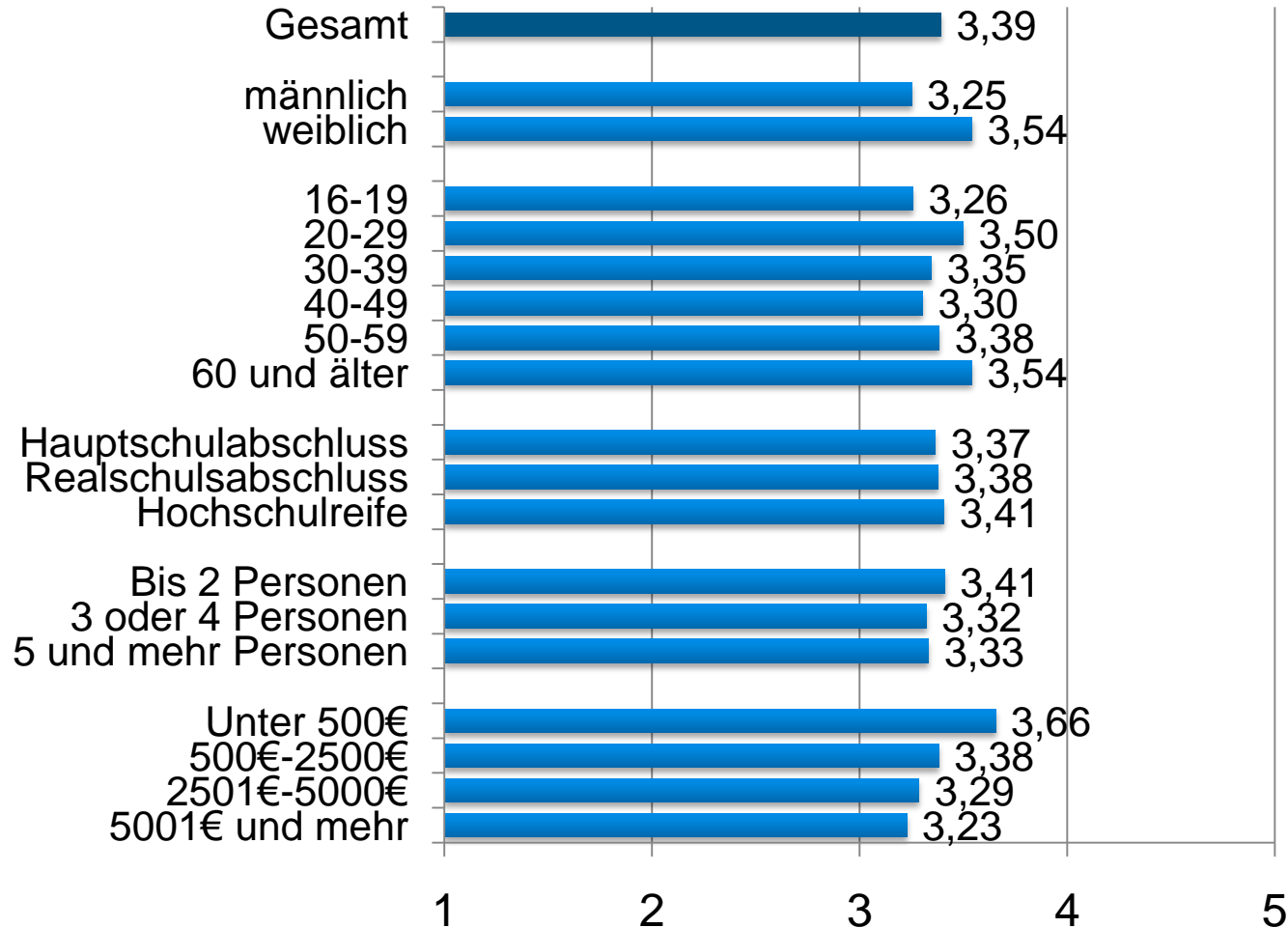
Basis: n = 1000 | Skalierung: 1 = sehr schlecht; 5 = sehr gut



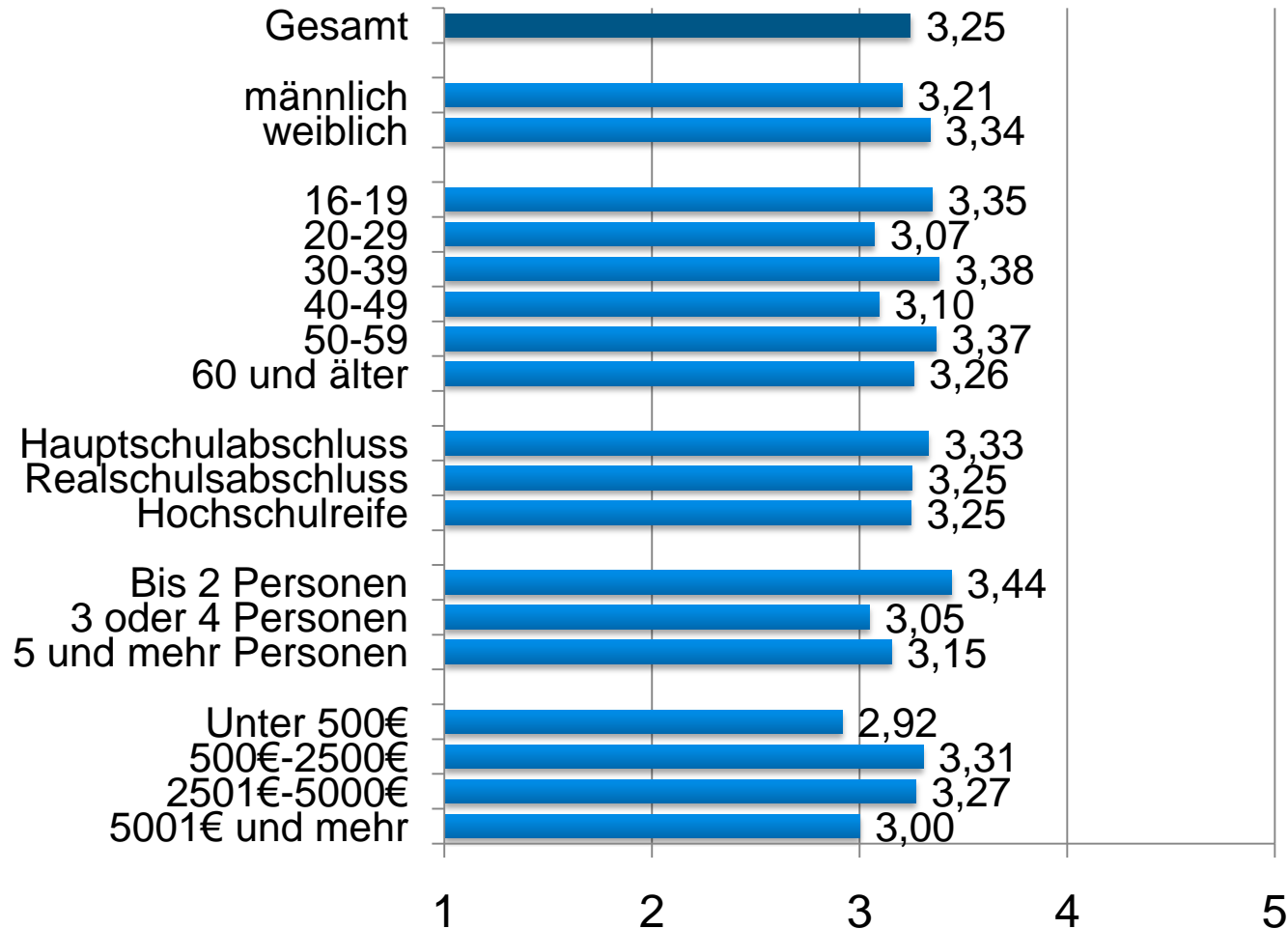
Basis: n = 1000 | Skalierung: 1 = sehr schlecht; 5 = sehr gut



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

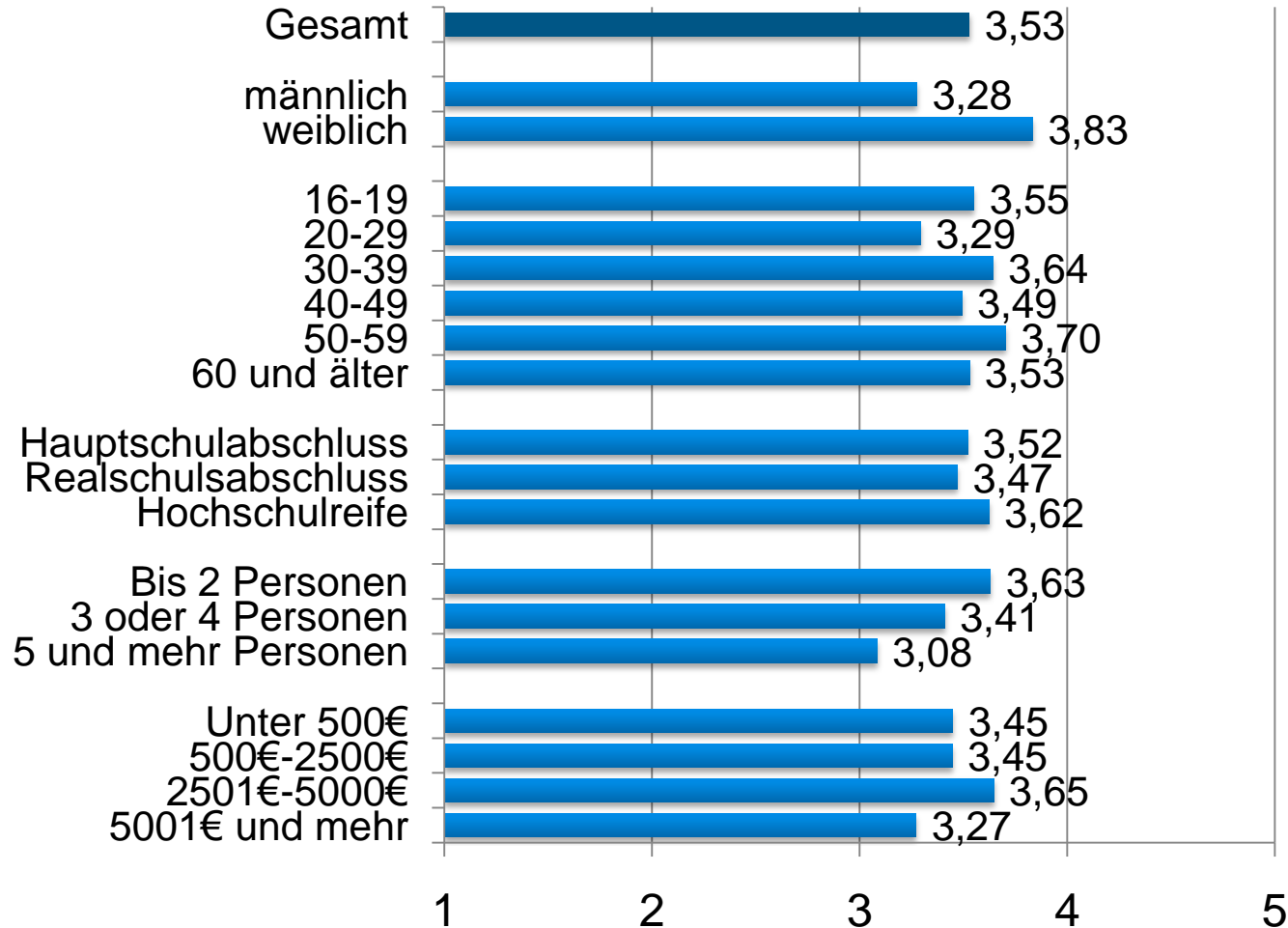


Basis: n = 1000 | Skalierung: 1 = sehr schlecht; 5 = sehr gut

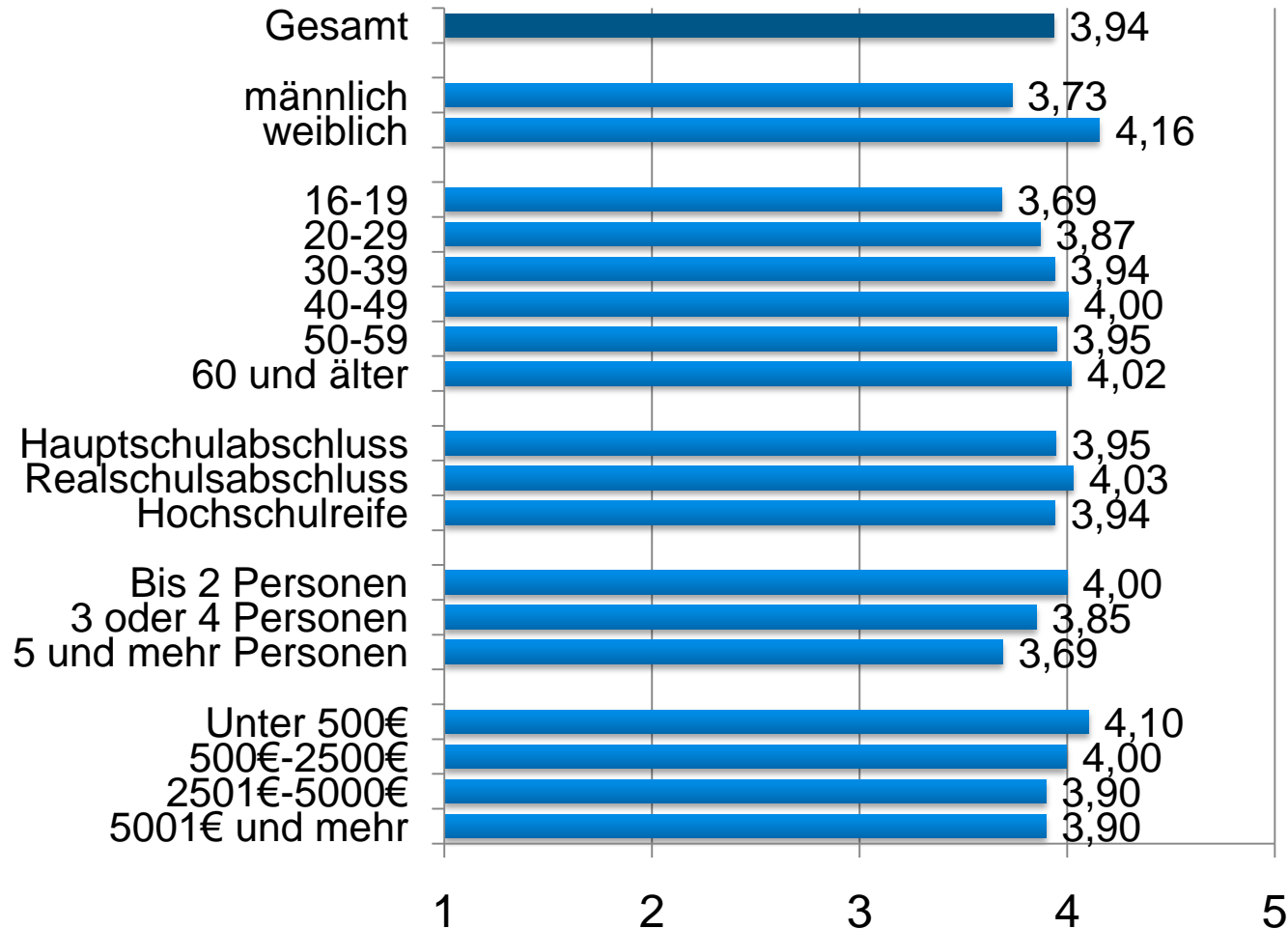


Basis: n = 1000 | Skalierung: 1 = sehr schlecht; 5 = sehr gut

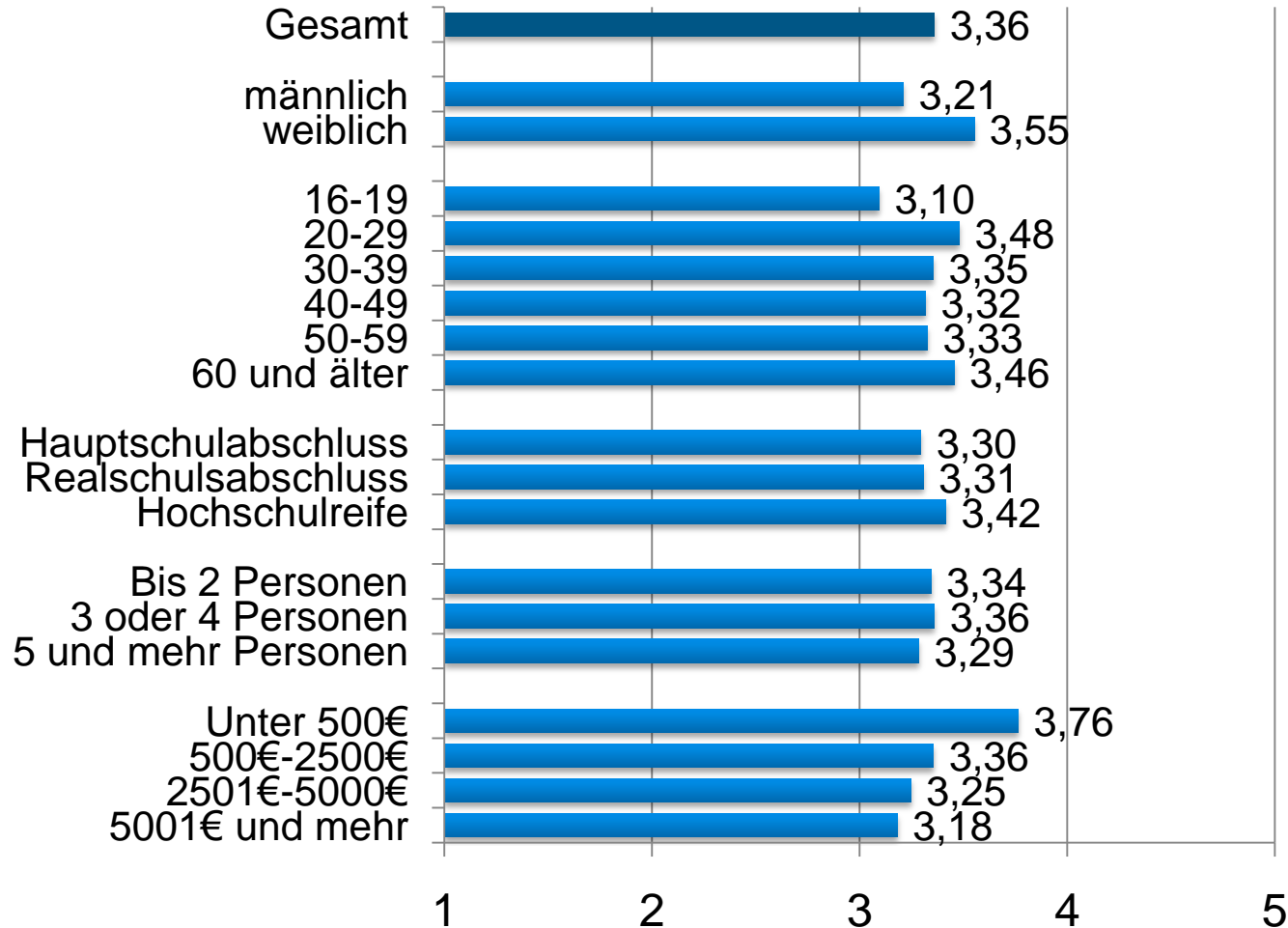
Detailanalyse: Image von *SANICARE-Apotheke*



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



Kontakt



IfH



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
www.ecc-handel.de
www.ifhkoeln.de

