



ECC-Shopmonitor

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

Juli 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 16.06.2010 statt.



Die 20 umsatzstärksten deutschen B2C-Online-Shops*

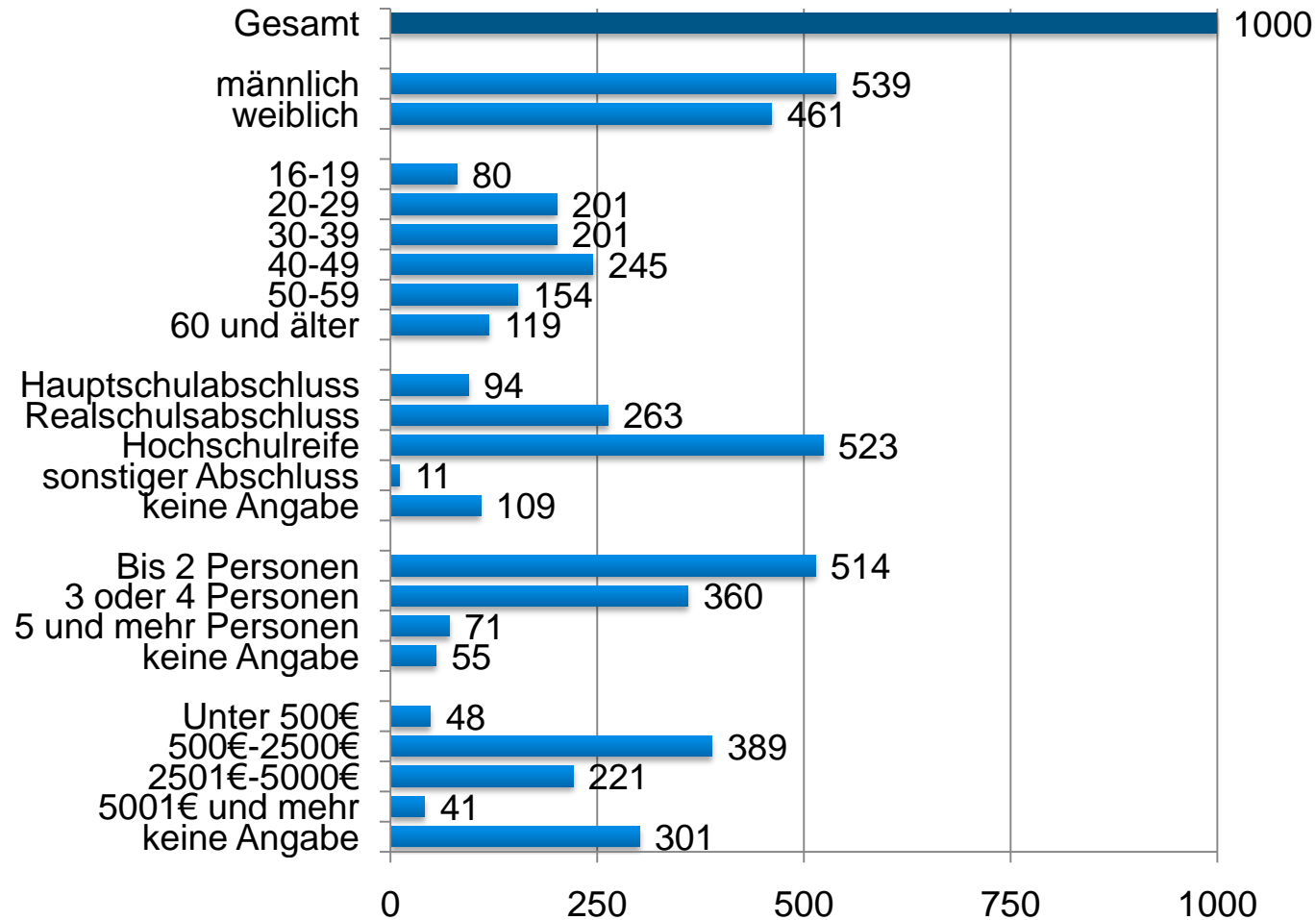


- ▶ Alternate Computerversand
- ▶ Amazon
- ▶ Baur
- ▶ Bonprix
- ▶ Conrad Electronic
- ▶ Doc Morris
- ▶ Heine
- ▶ Musikhaus Thomann
- ▶ Neckermann
- ▶ Notebooksbilliger
- ▶ Otto
- ▶ Printus
- ▶ SANICARE-Apotheke
- ▶ SportScheck
- ▶ Redcoon
- ▶ Schwab
- ▶ Tchibo
- ▶ Telekom
- ▶ Versandhaus Walz
- ▶ Weltbild

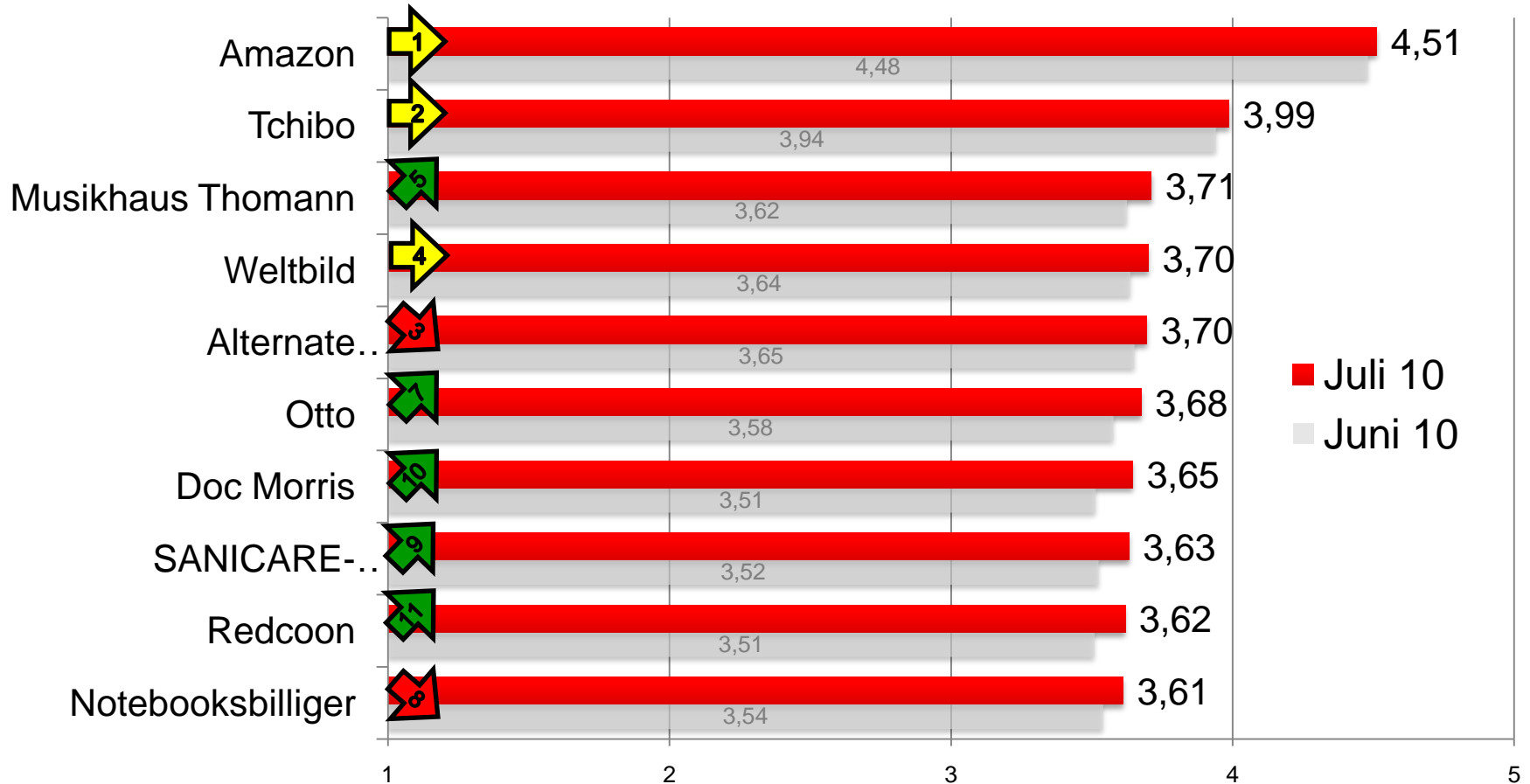
*Quelle: iBusiness-Ranking „Shopping Portale und Online-Shops 2008/2009“

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.]

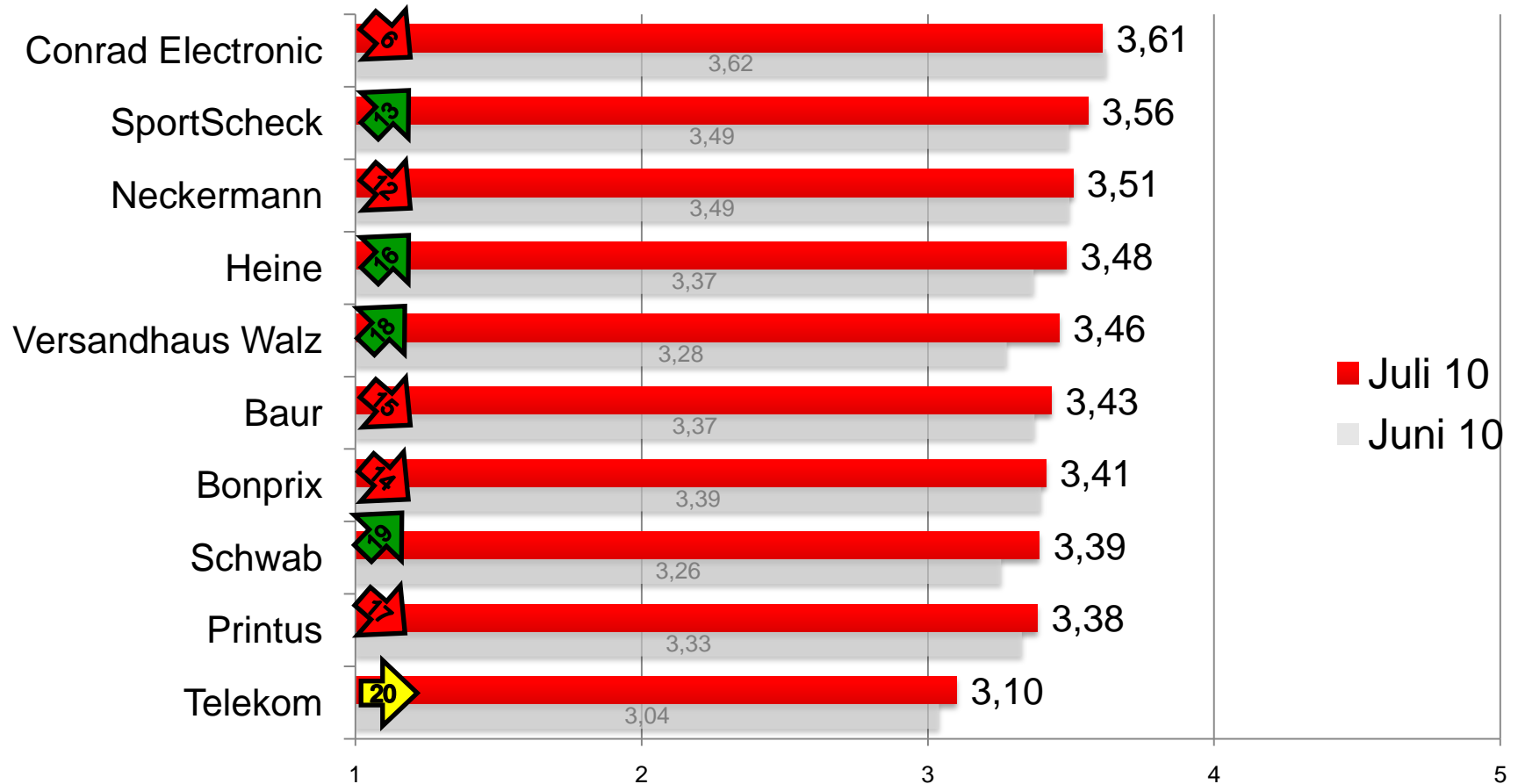


Die Top 10 im Imageranking Juli 2010



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 Juli 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



- ☺ Aufsteiger des Monats Juli 2010 sind die Online-Shops von Versandhaus Walz und Doc Morris, die beide jeweils 3 Plätze nach oben gerückt sind.
- ☺ Nachdem die Versandapotheke Doc Morris im letzten Monat 2 Plätze verloren hatte, stieg sie nun wieder um 3 Plätze auf und belegt aktuell mit dem 7. Rang des Imagerankings eine gute Position innerhalb der Top 10.
- ☺ Der Imagewert von Versandhaus Walz steigt im Juli von 3,28 auf der Skala von 1 = sehr schlecht bis 5 = sehr gut auf den Wert von 3,46. Damit belegt der Online-Shop nun den 15. Platz.



Absteiger des Monats



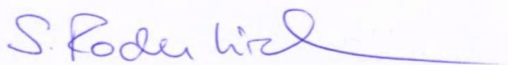
- ⊖ Absteiger des Monats Juli 2010 ist der Online-Shop des Elektronik- und Technik-Händlers Conrad Electronic. Conrad Electronic verliert ganze 5 Plätze und landet damit auf Rang 11. Noch im Vormonat belegte der Elektronik-Shop den 6. Platz im Ranking.
- ⊖ Conrad Electronic liegt mit einem Imagewert von 3,61 Punkten im Monat Juli gleichauf mit dem Online-Shop notebooksbilliger.de.
- ⊖ Immerhin bewerten noch 13 Prozent der Befragten das Image von Conrad Electronic mit „sehr gut“.



Der Monat Juli bringt wieder einige Verschiebungen bei den Platzierung im Image-Ranking mit sich. Auffällig ist, dass nahezu alle Online-Shops ihre Image-Werte weiter steigern konnten. Selbst Amazon, die unangefochtene Nummer Eins des Rankings, aber auch das letztplatzierte Online-Portal konnten ihre Image-Werte verbessern.



So wirkt sich der Image-Verlust beim Elektronik- und Technik-Händler Conrad Electronic denn auch besonders deutlich aus: Von einem guten 6. Platz im Vormonat mit einem Imagewert von 3,62 verliert der Elektronik-Shop seinen Platz unter den Top 10 und findet sich auf Rang 11 mit dem Wert von 3,61 (auf der Skala von 1 = sehr schlecht bis 5 = sehr gut) wieder.

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

Sonja Rodenkirchen

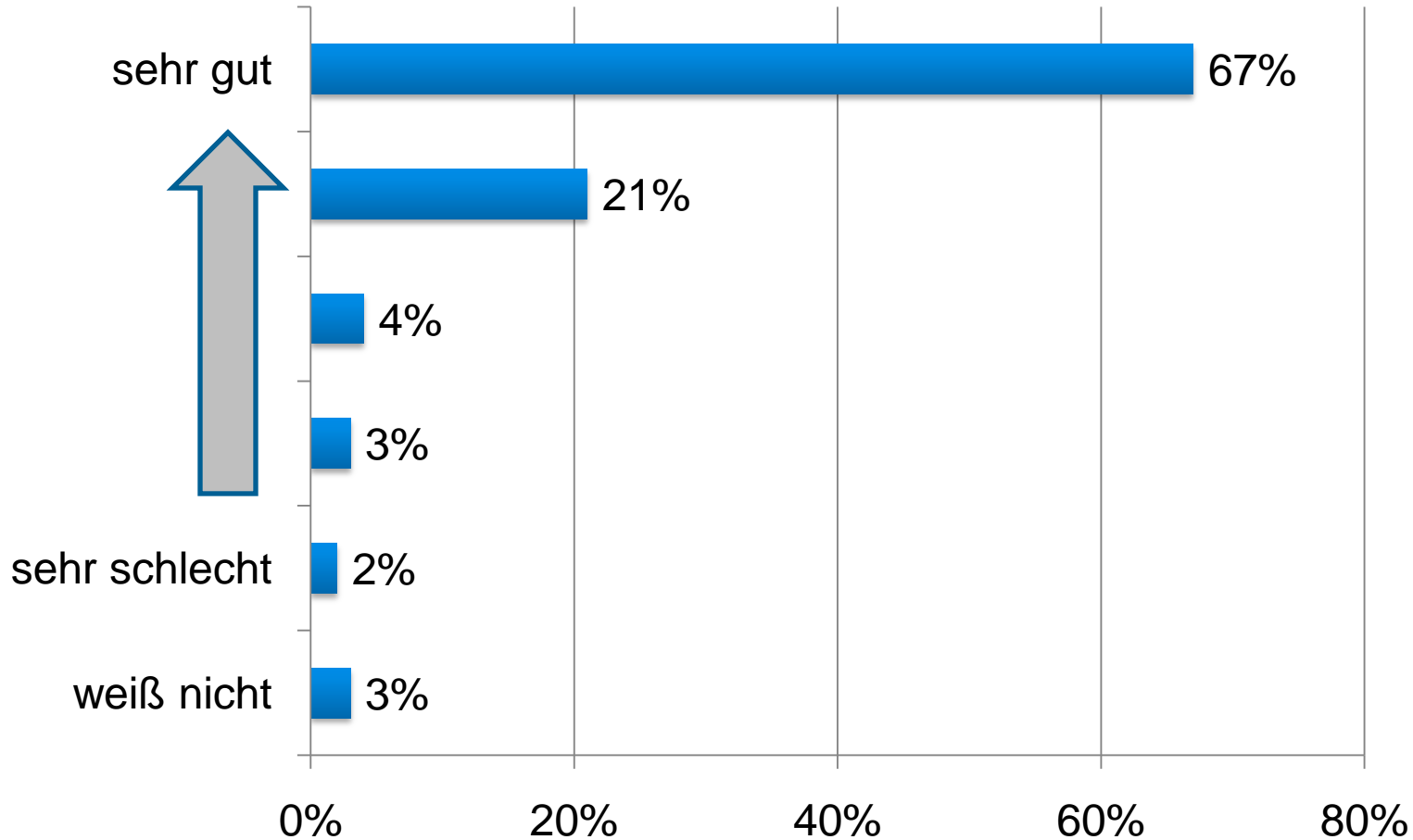


Detailanalyse der 20 Online-Shops und Shopping-Portalen

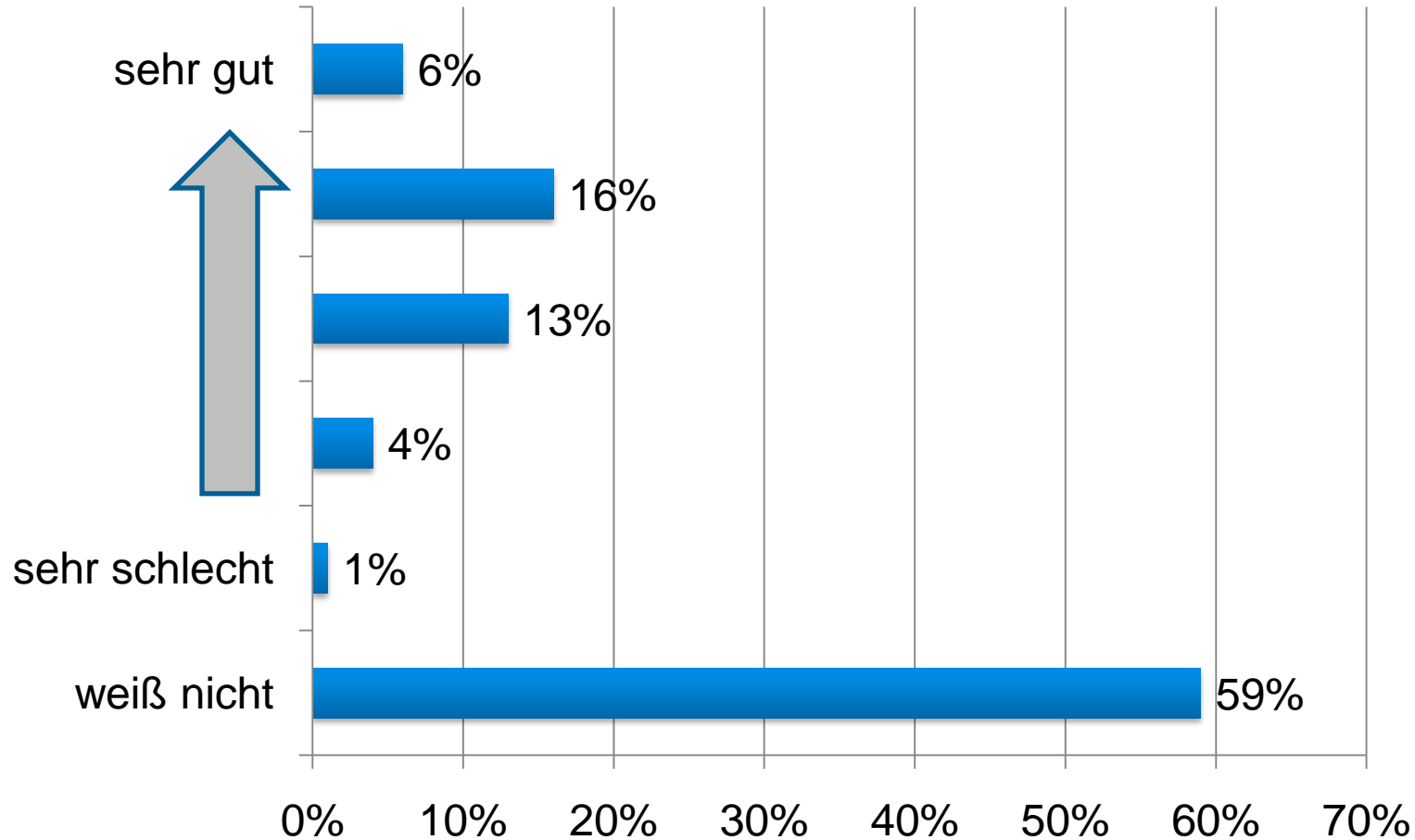


Sie haben sich für die ausführliche Version des ECC-Shopmonitors entschieden. Im Anschluss finden Sie daher eine detaillierte Analyse der 20 Online-Shops und Shopping-Portale zunächst aufgegliedert nach Häufigkeiten.

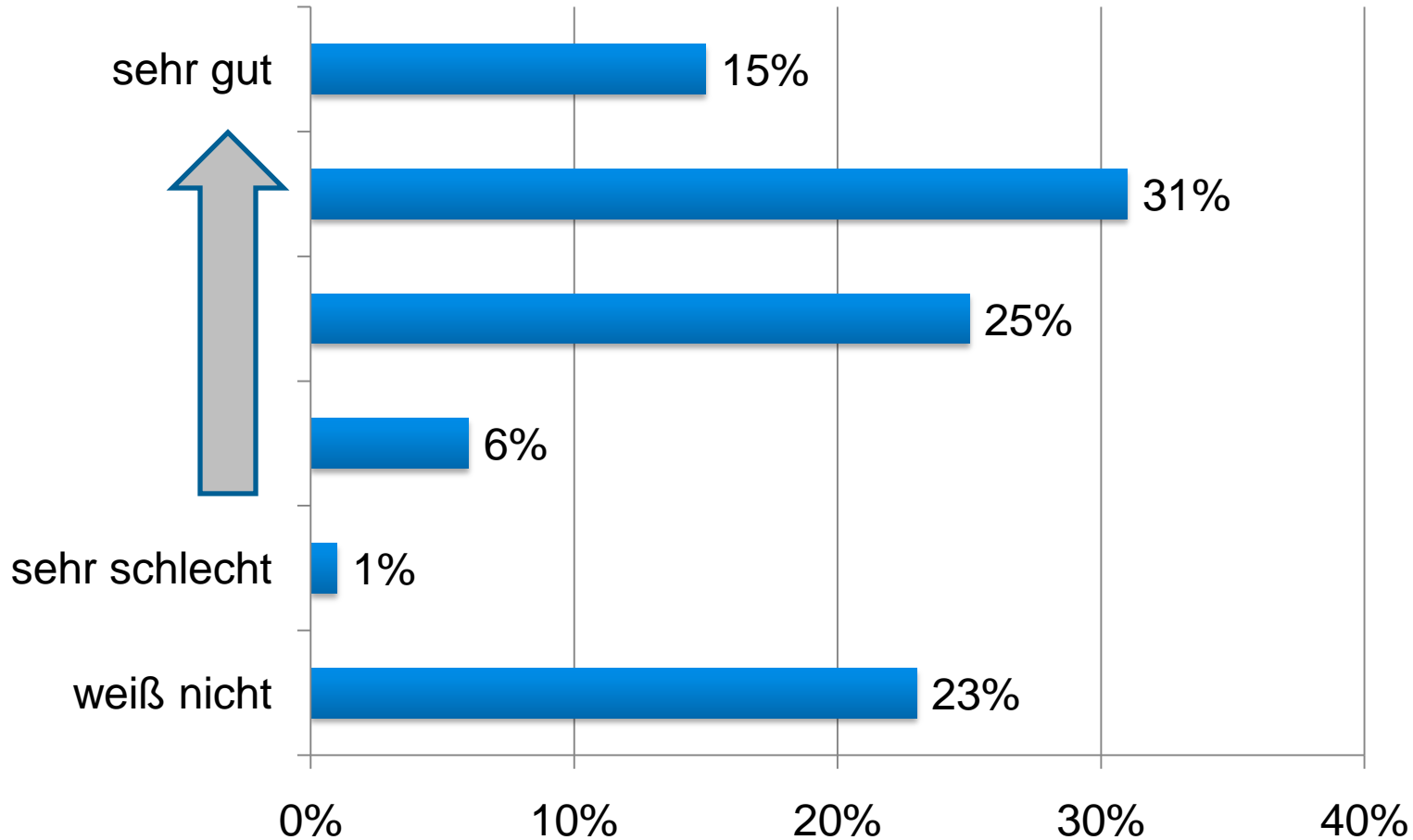
Im Anschluss erfolgt eine Detailanalyse nach soziodemografischen Merkmalen.



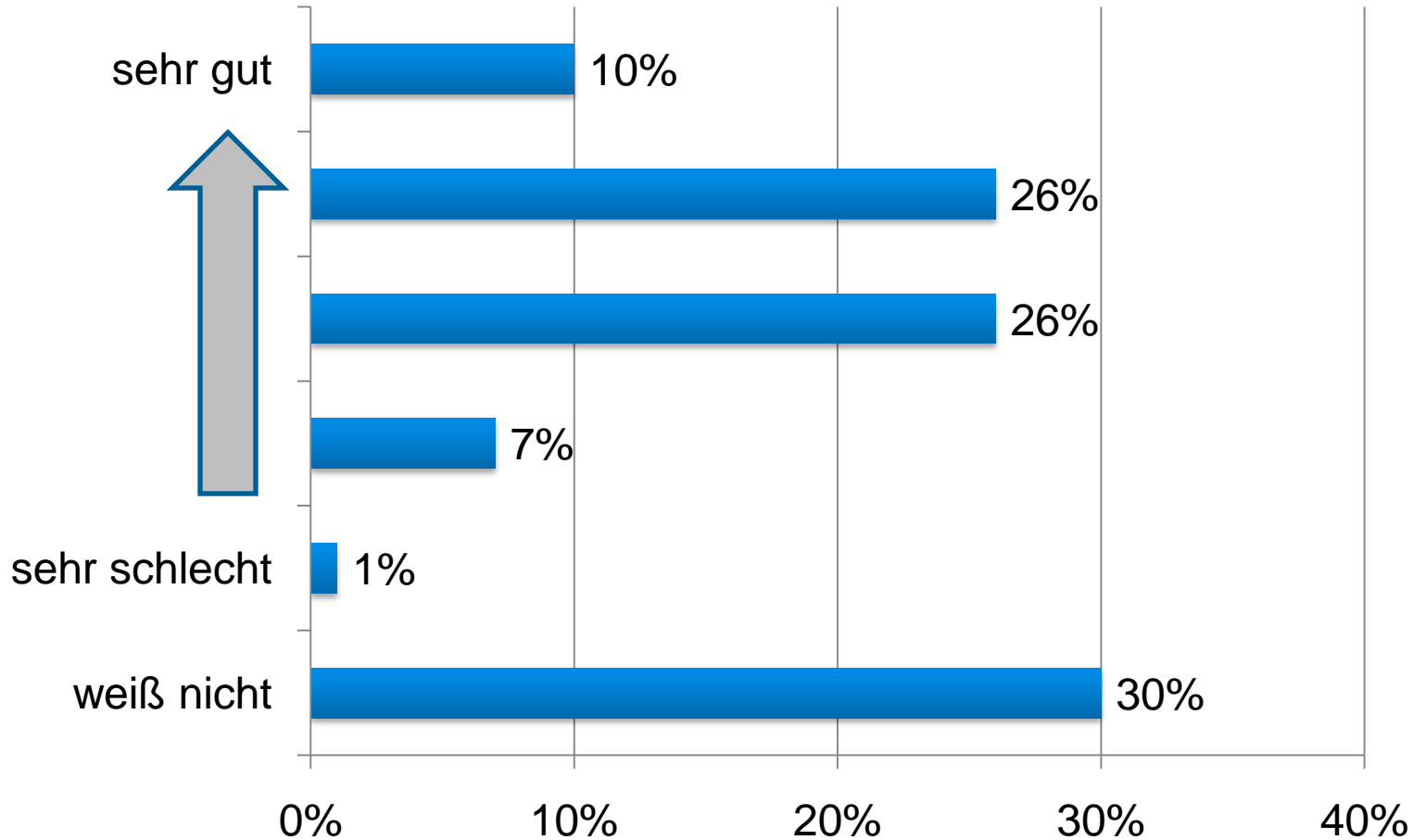
Basis: n = 1000



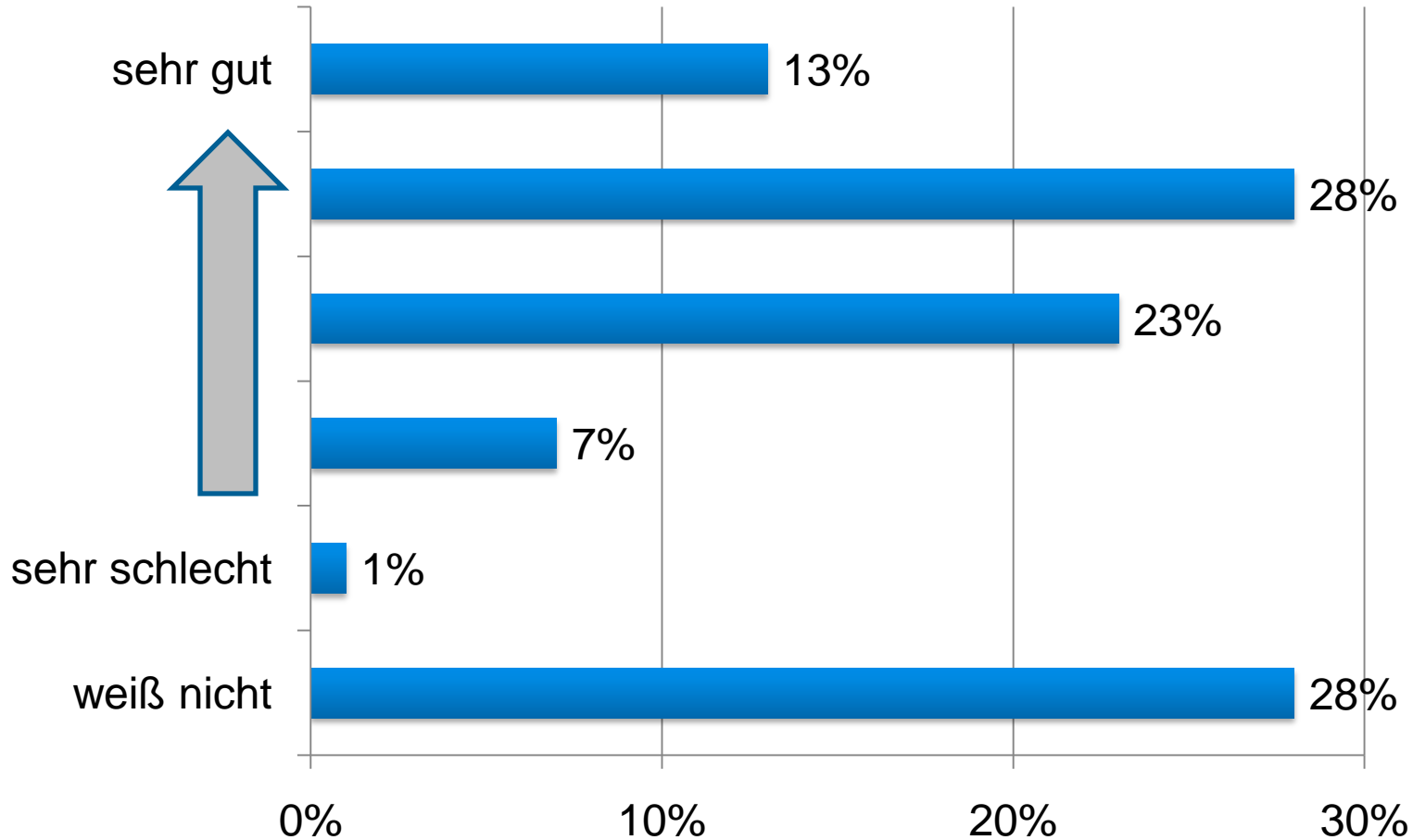
Basis: n = 1000



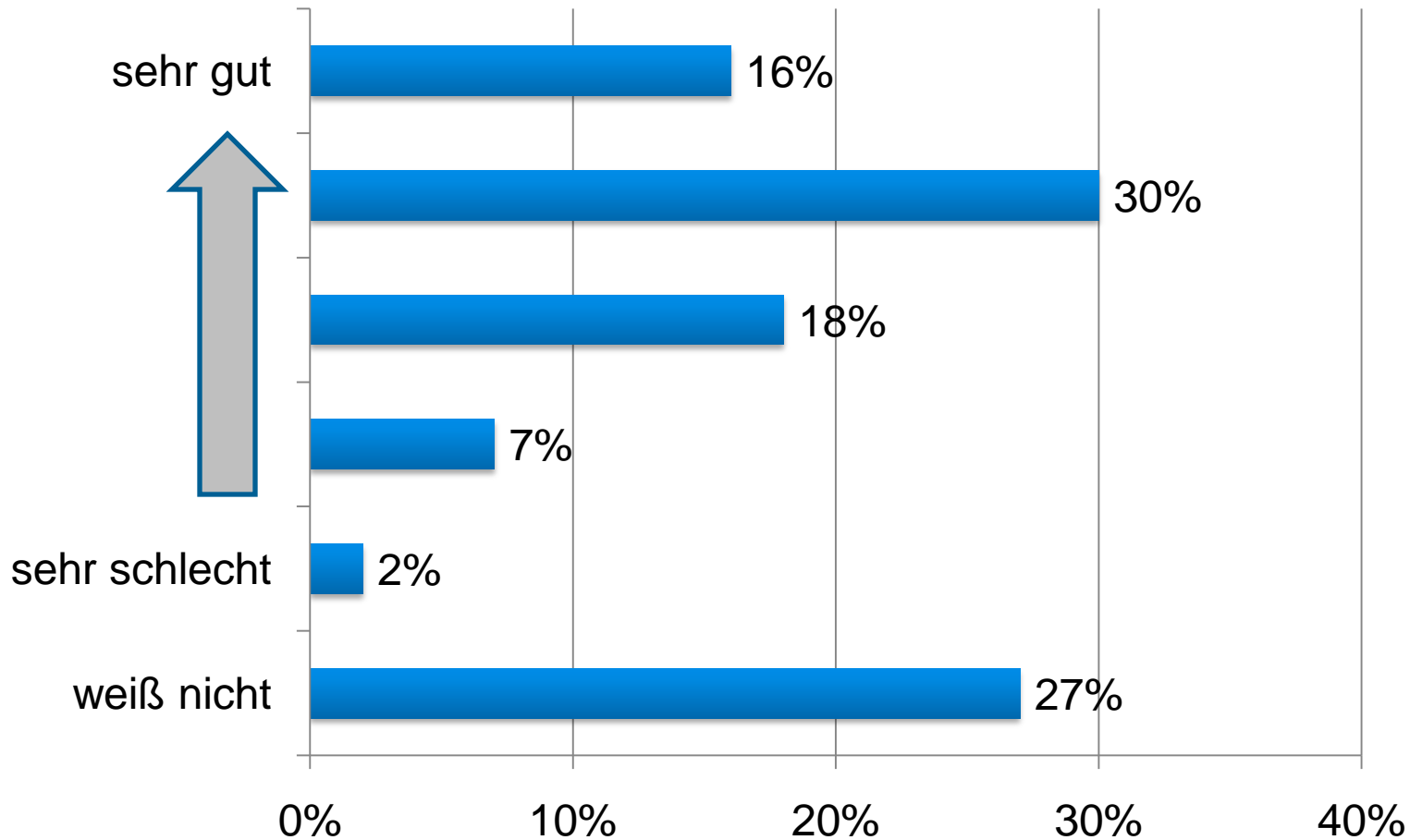
Basis: n = 1000



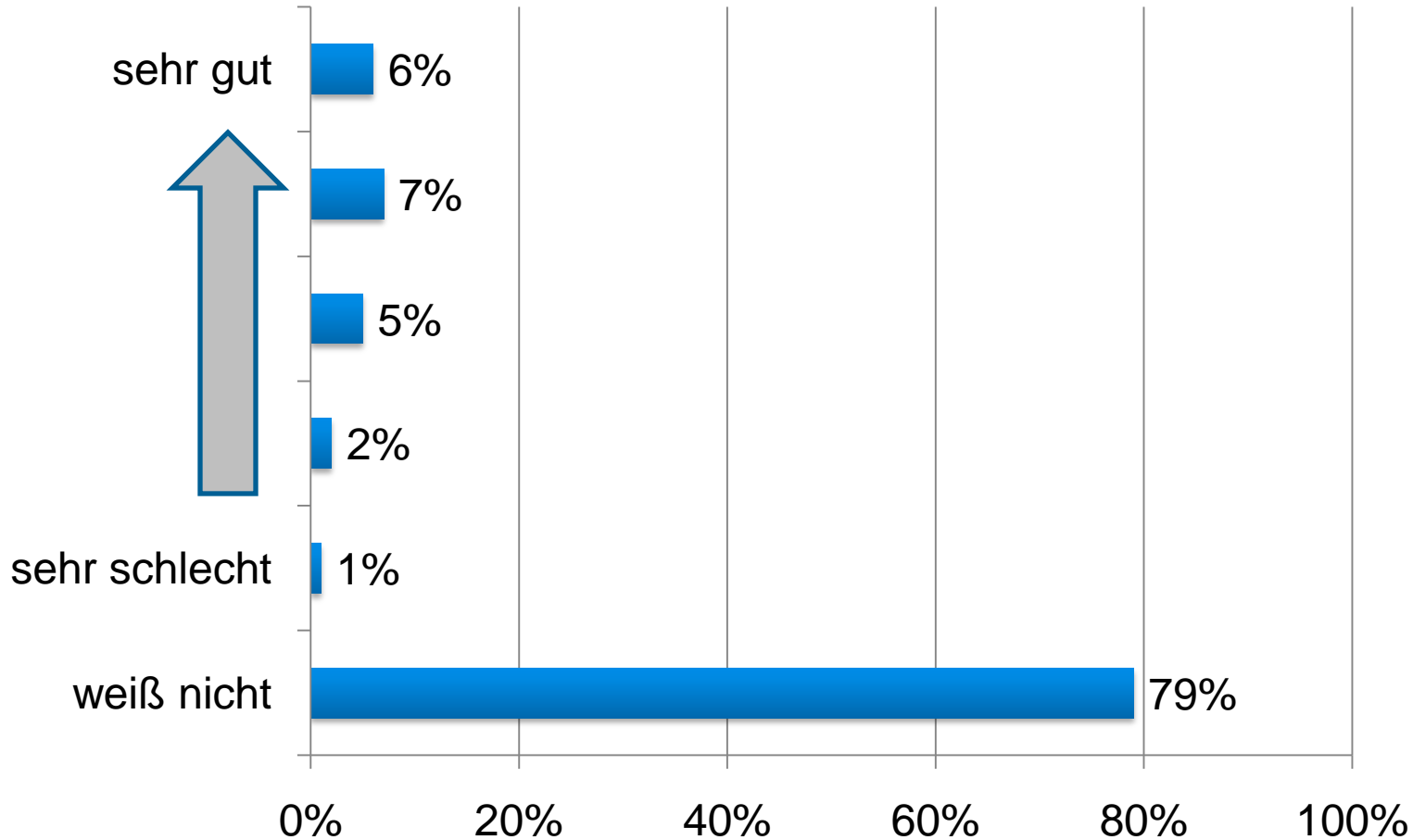
Basis: n = 1000



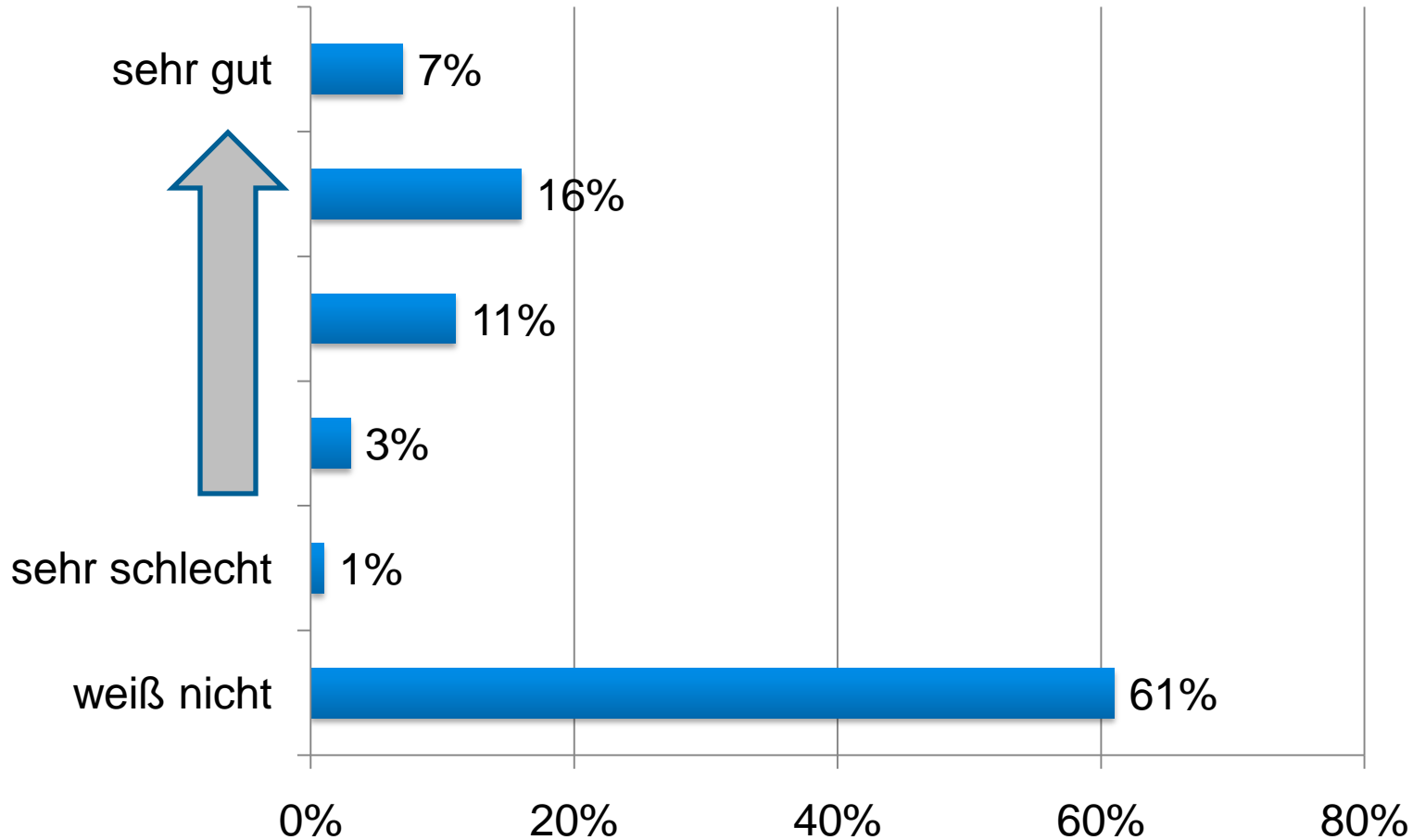
Basis: n = 1000



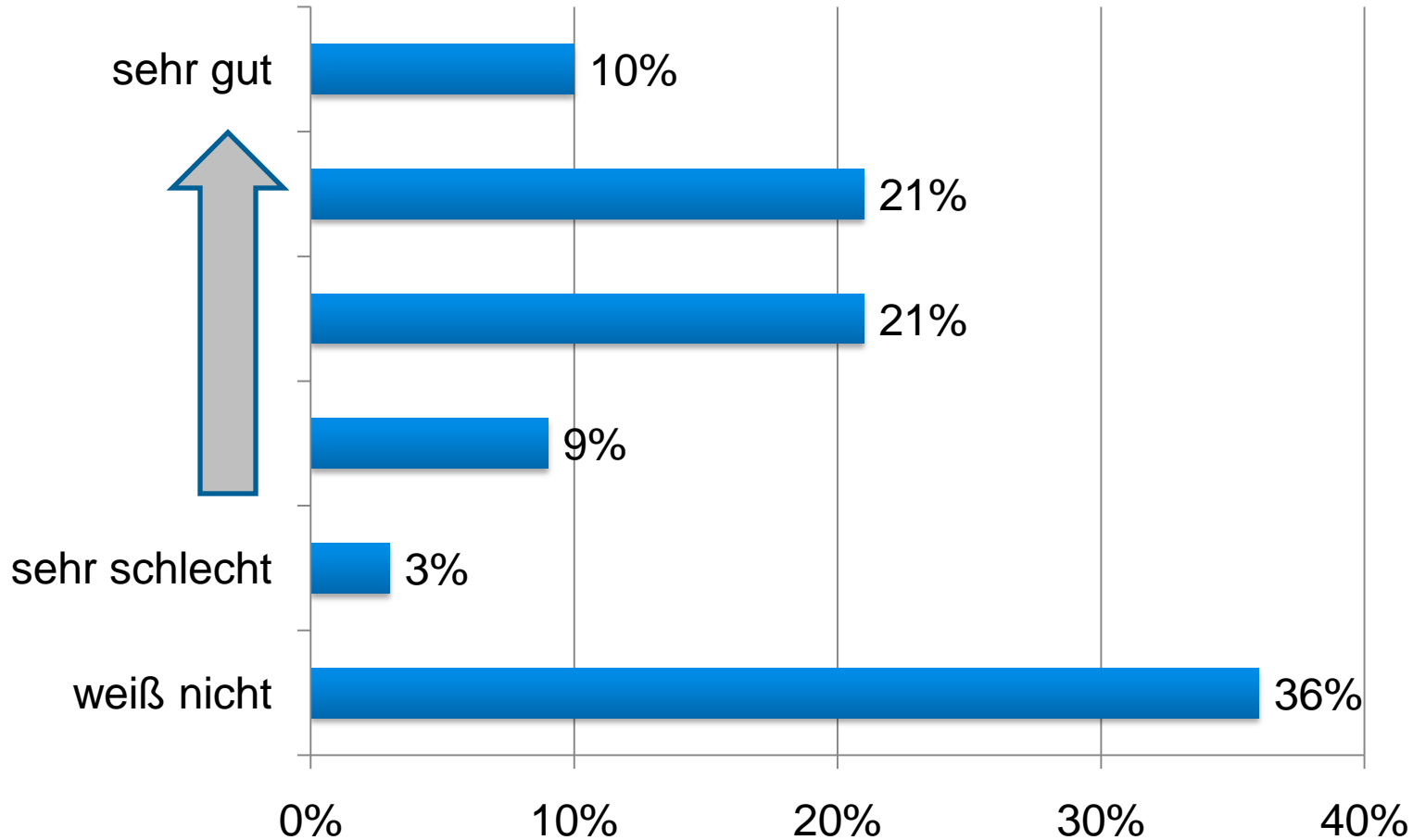
Basis: n = 1000



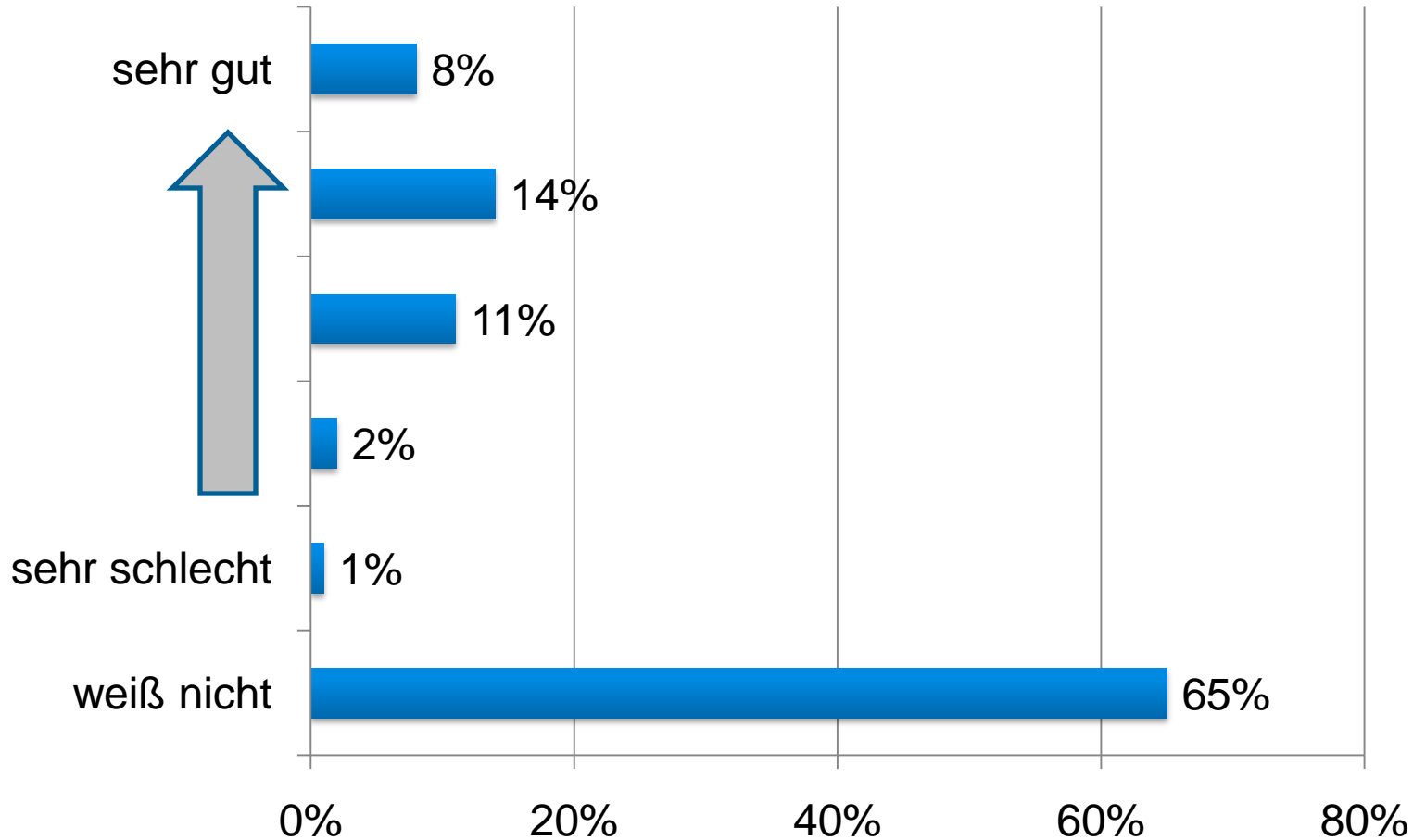
Basis: n = 1000



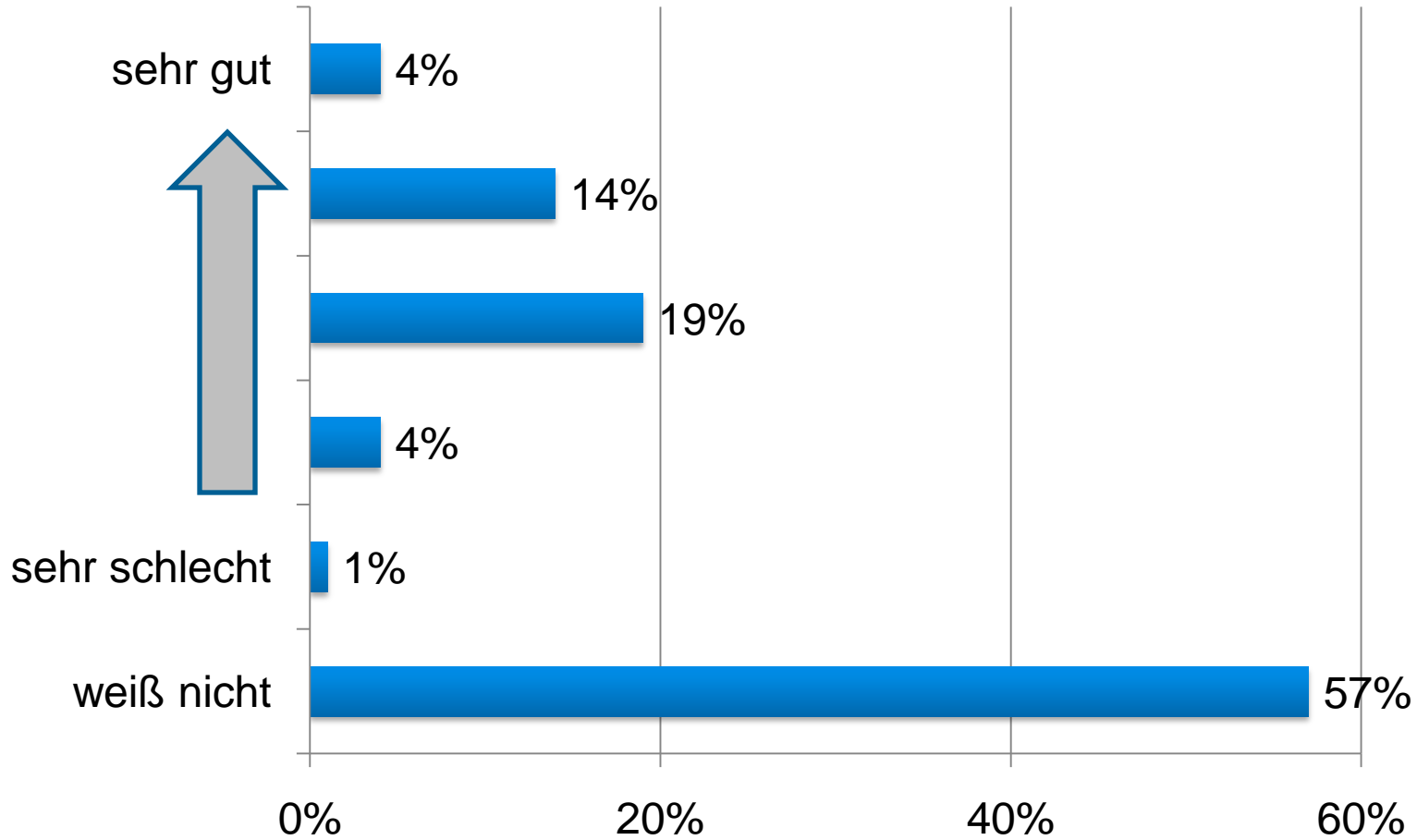
Basis: n = 1000



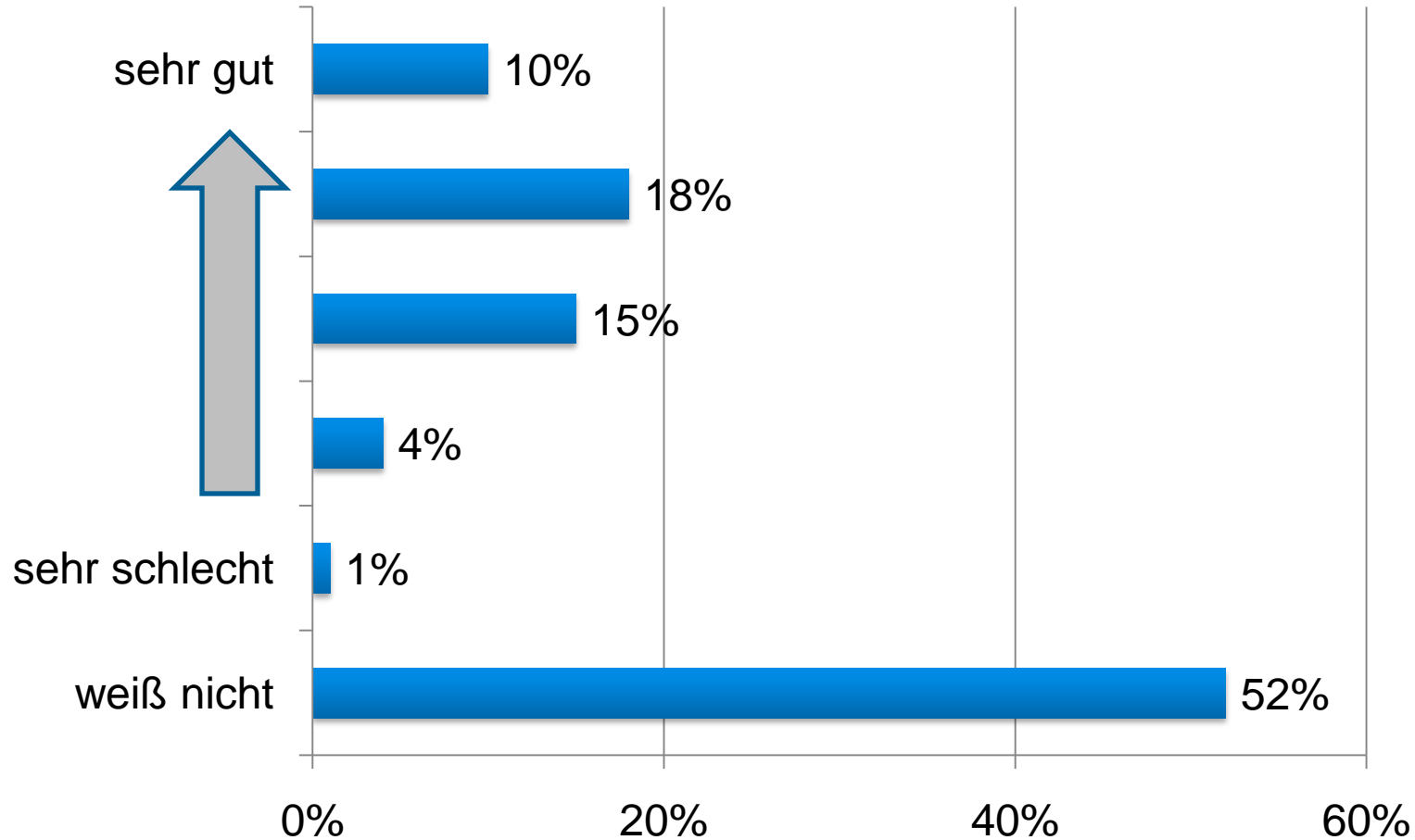
Basis: n = 1000



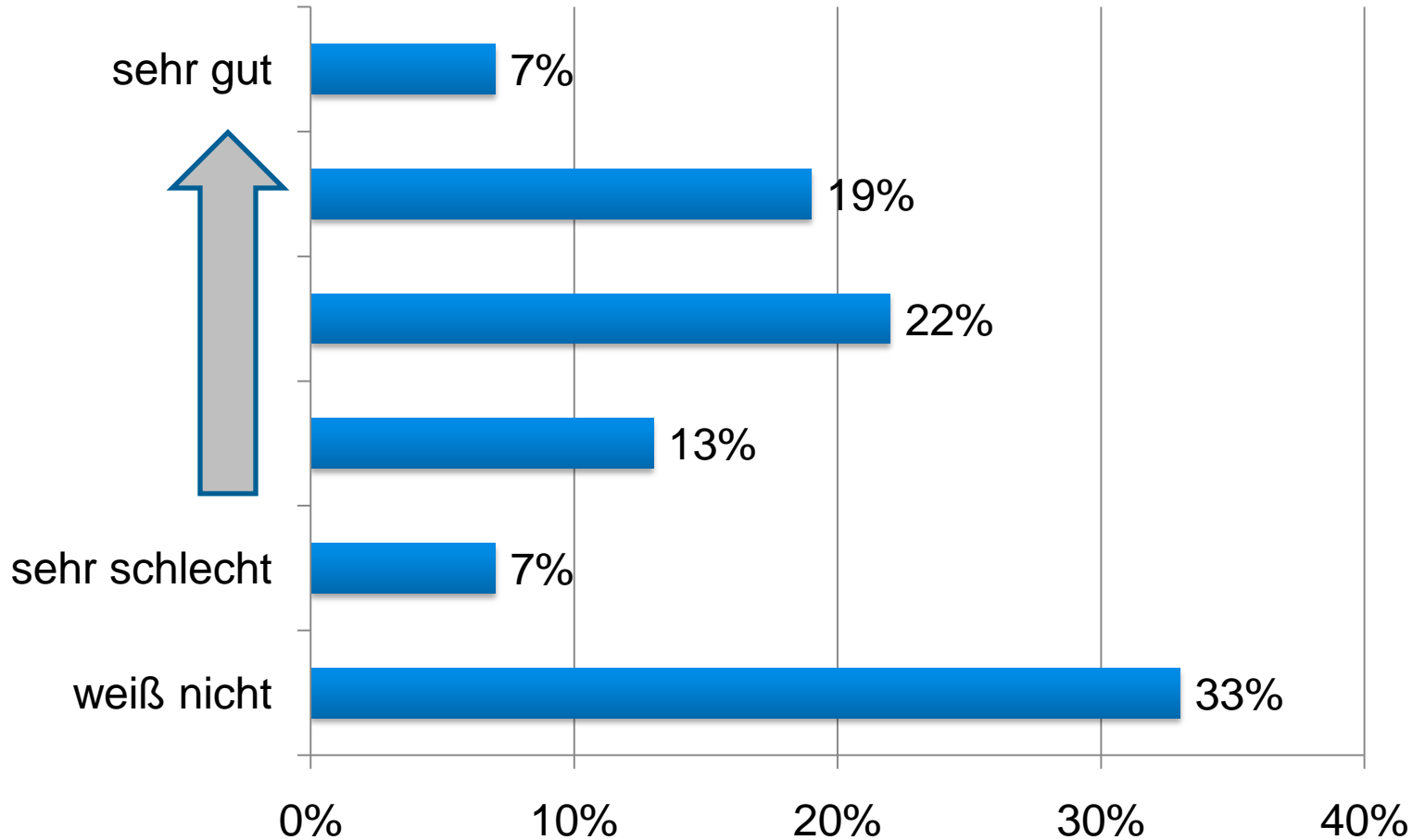
Basis: n = 1000



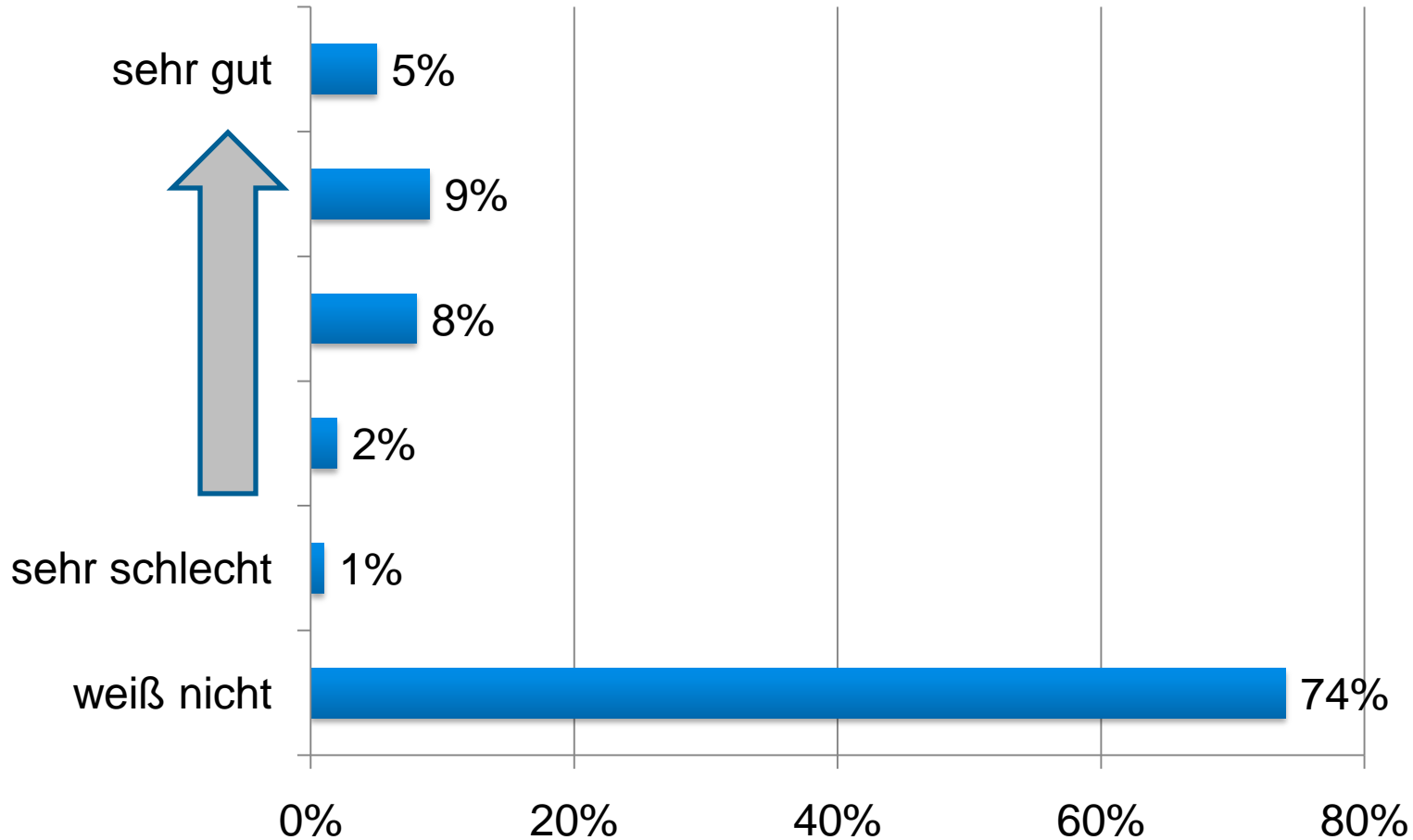
Basis: n = 1000



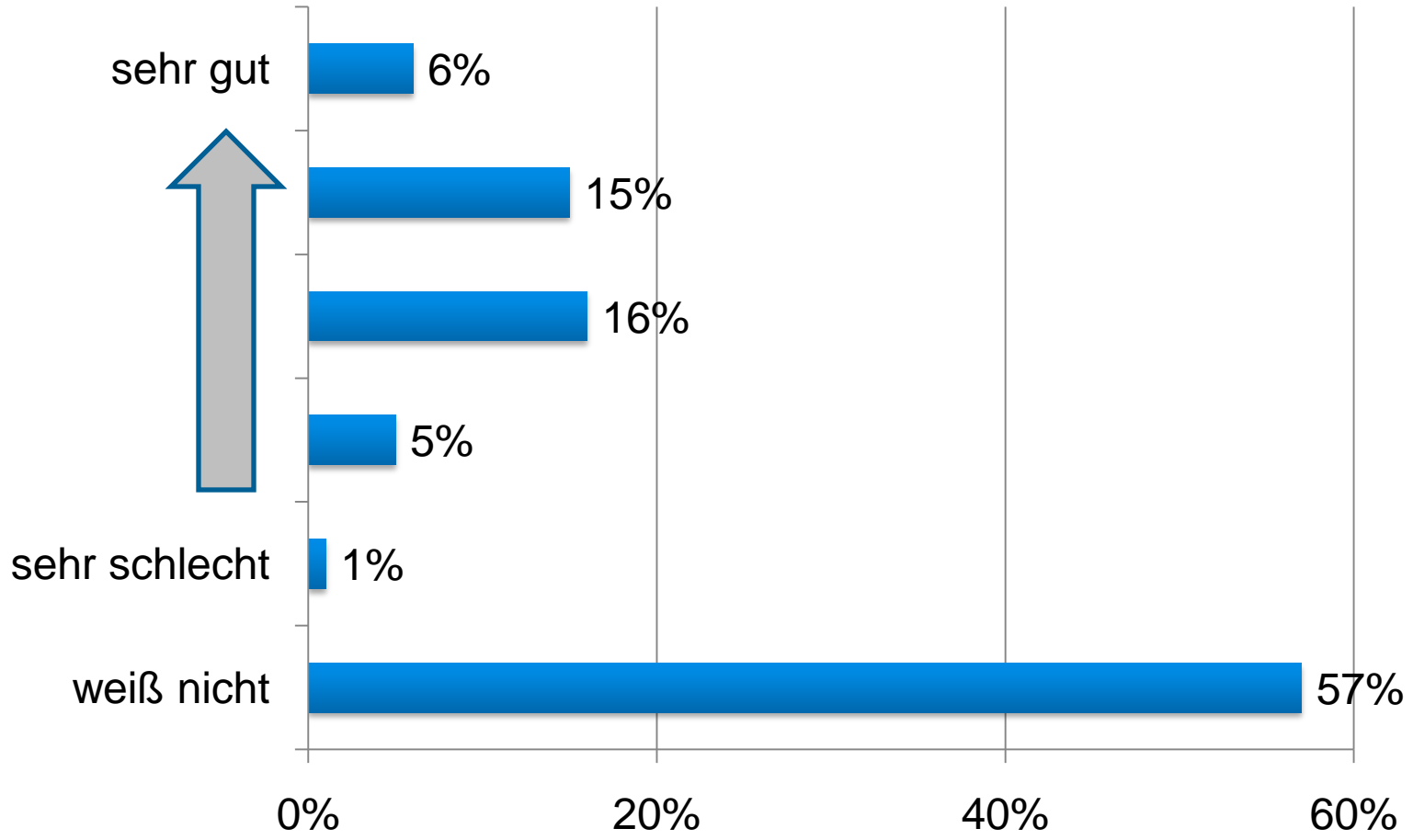
Basis: n = 1000



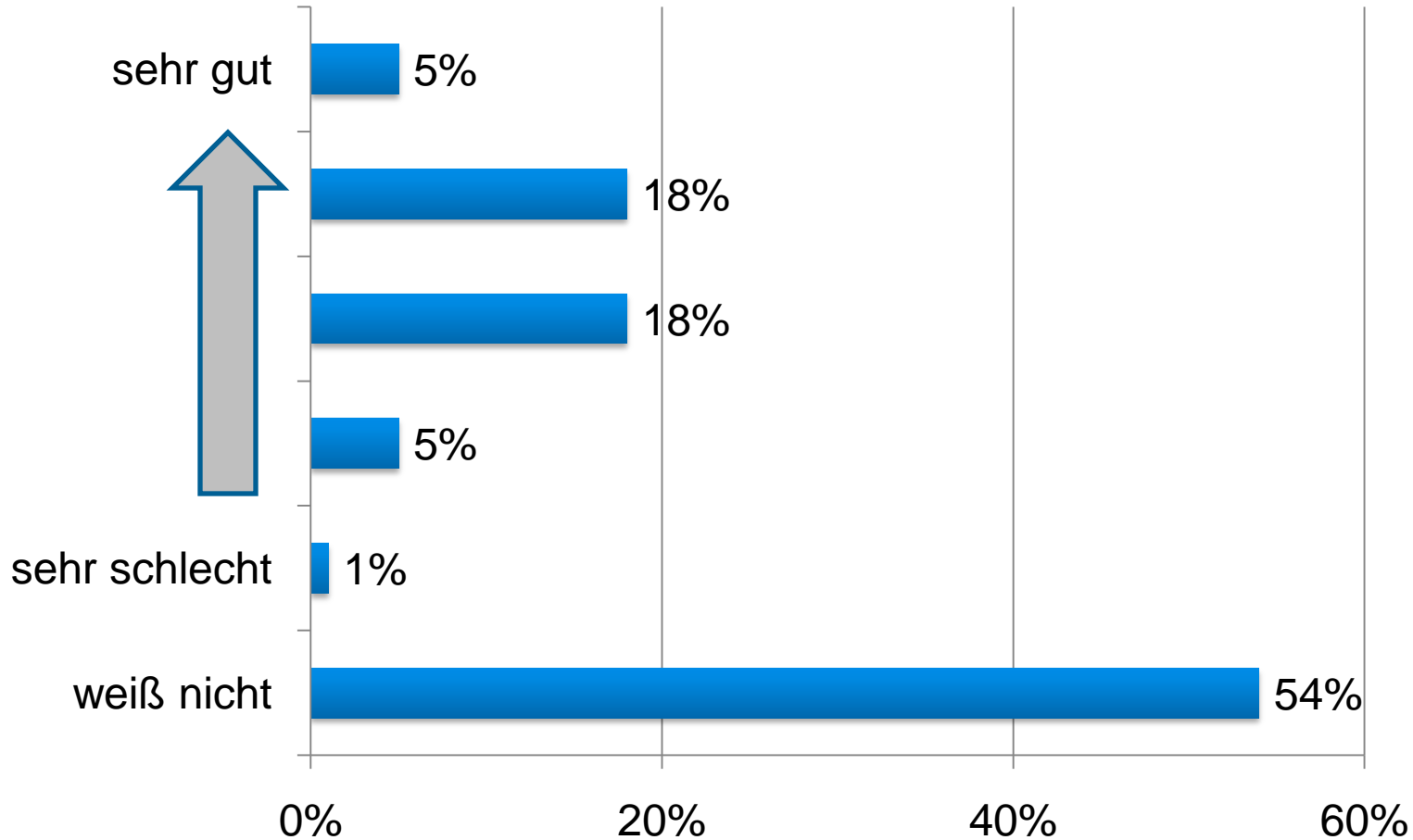
Basis: n = 1000



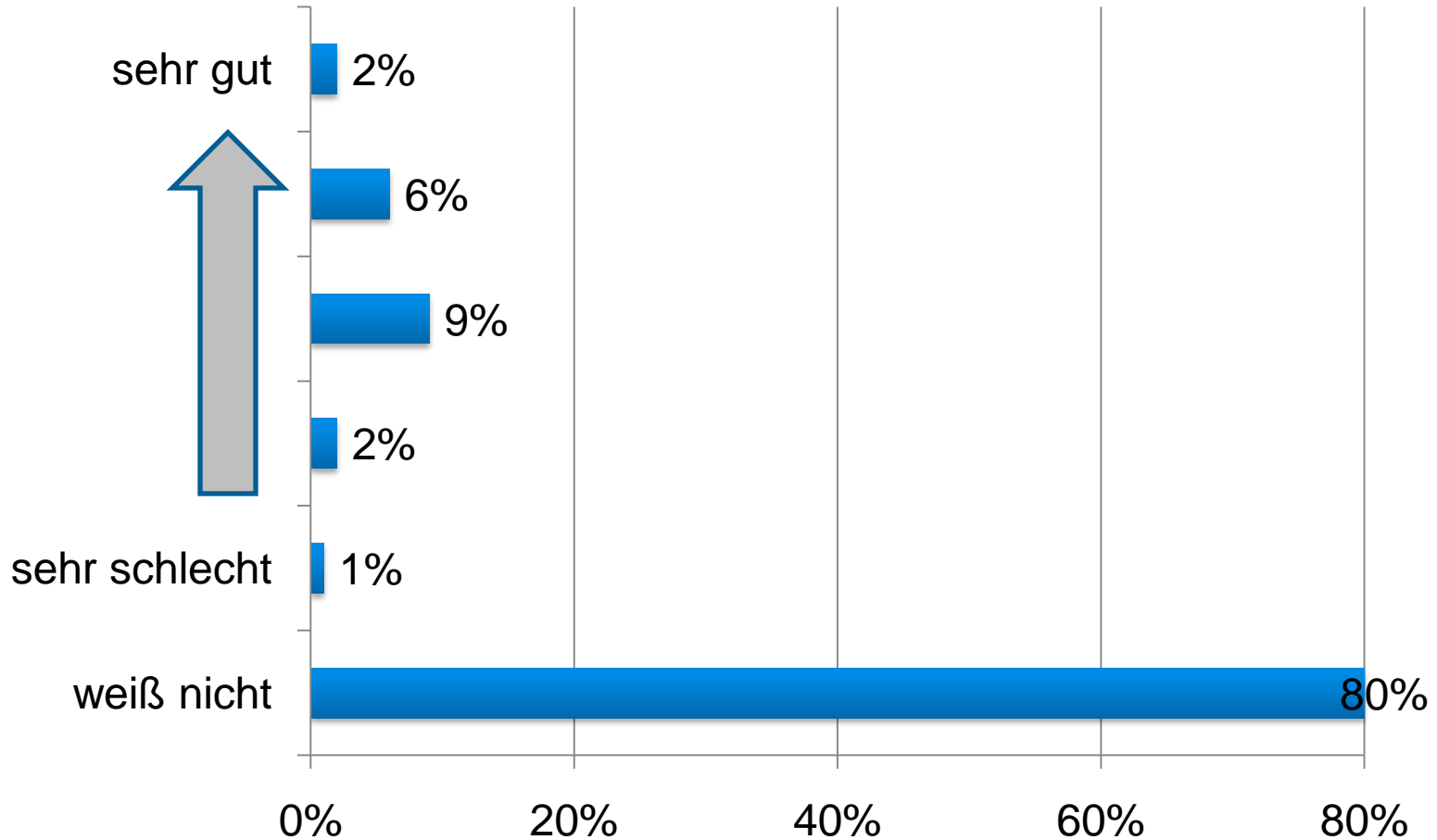
Basis: n = 1000



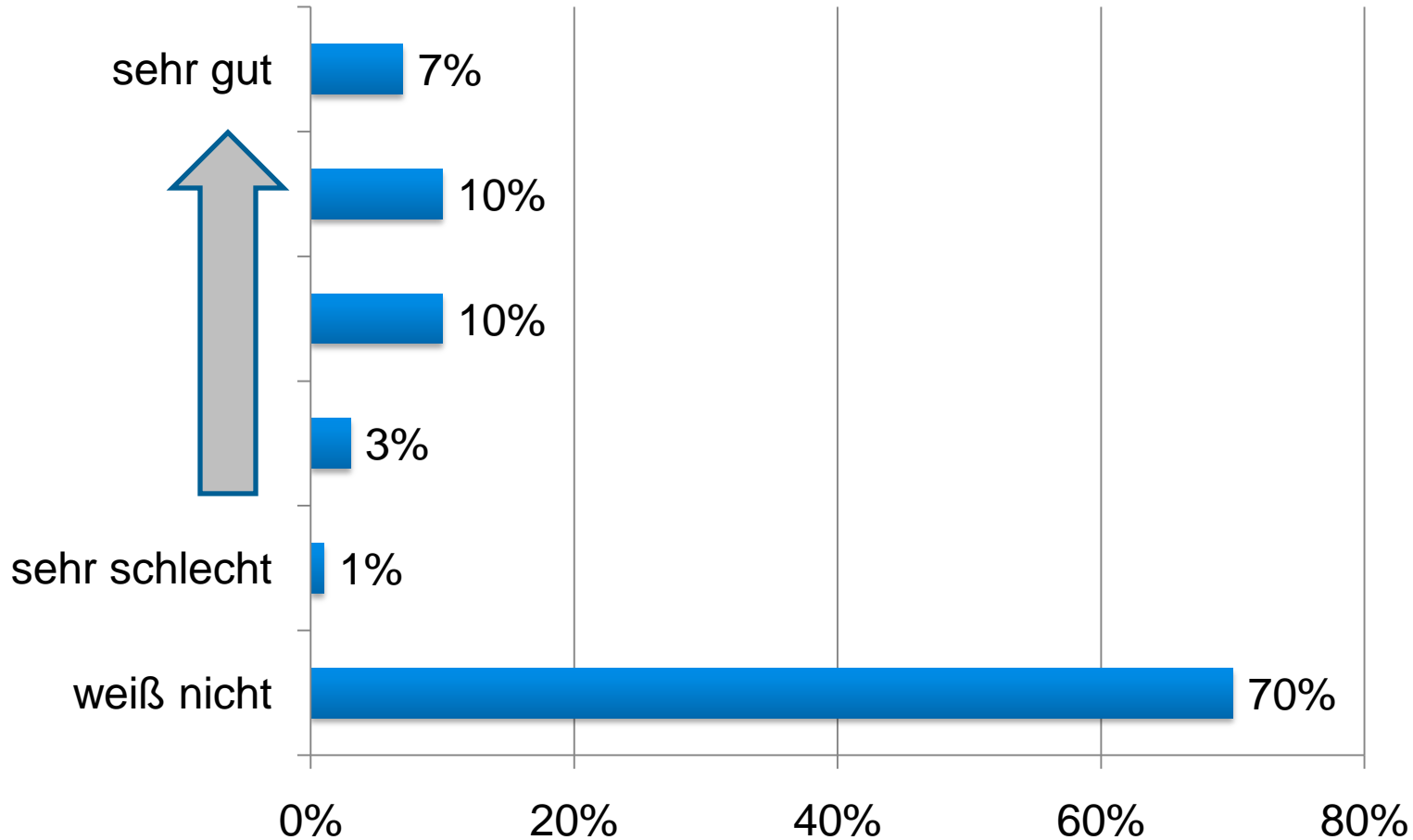
Basis: n = 1000



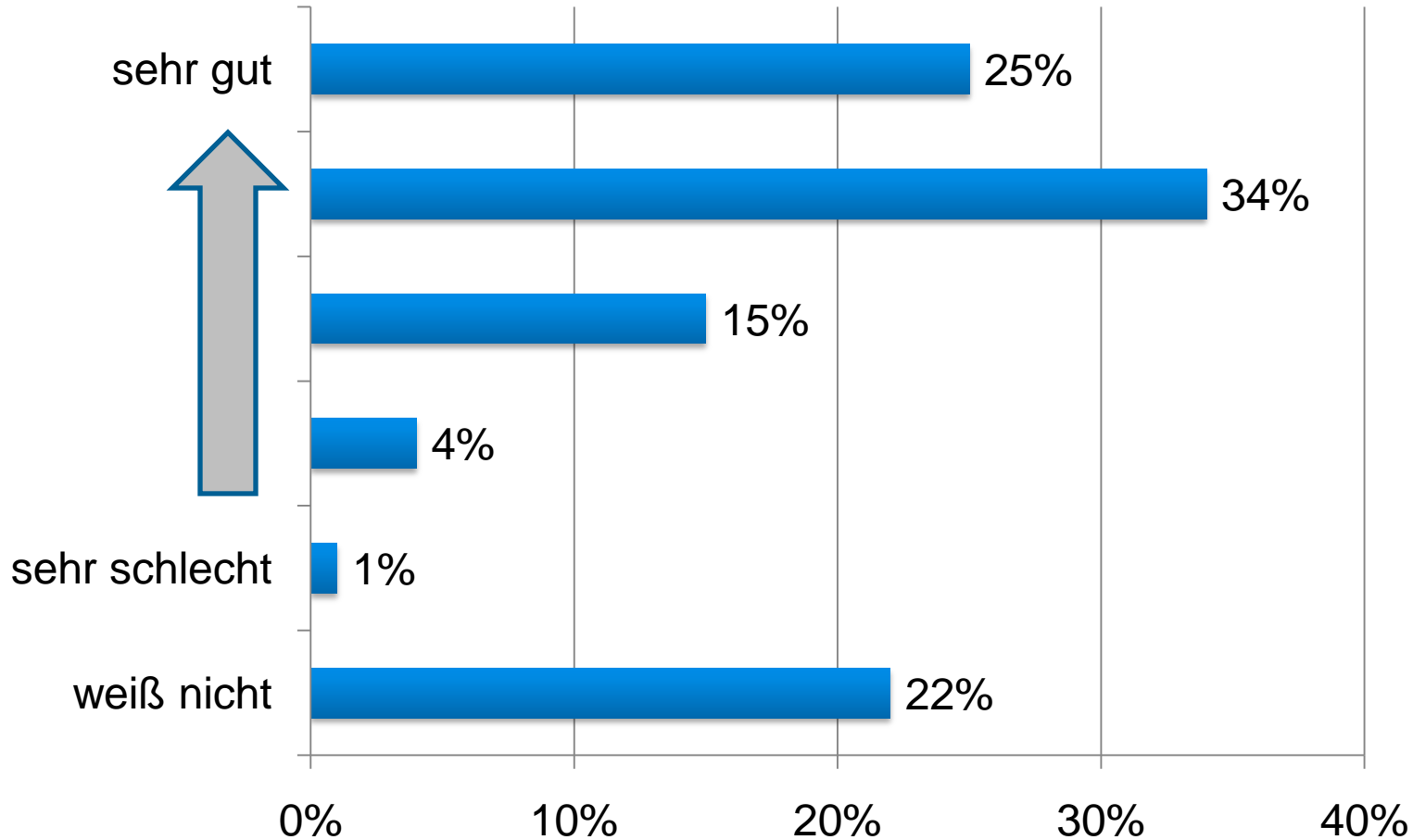
Basis: n = 1000



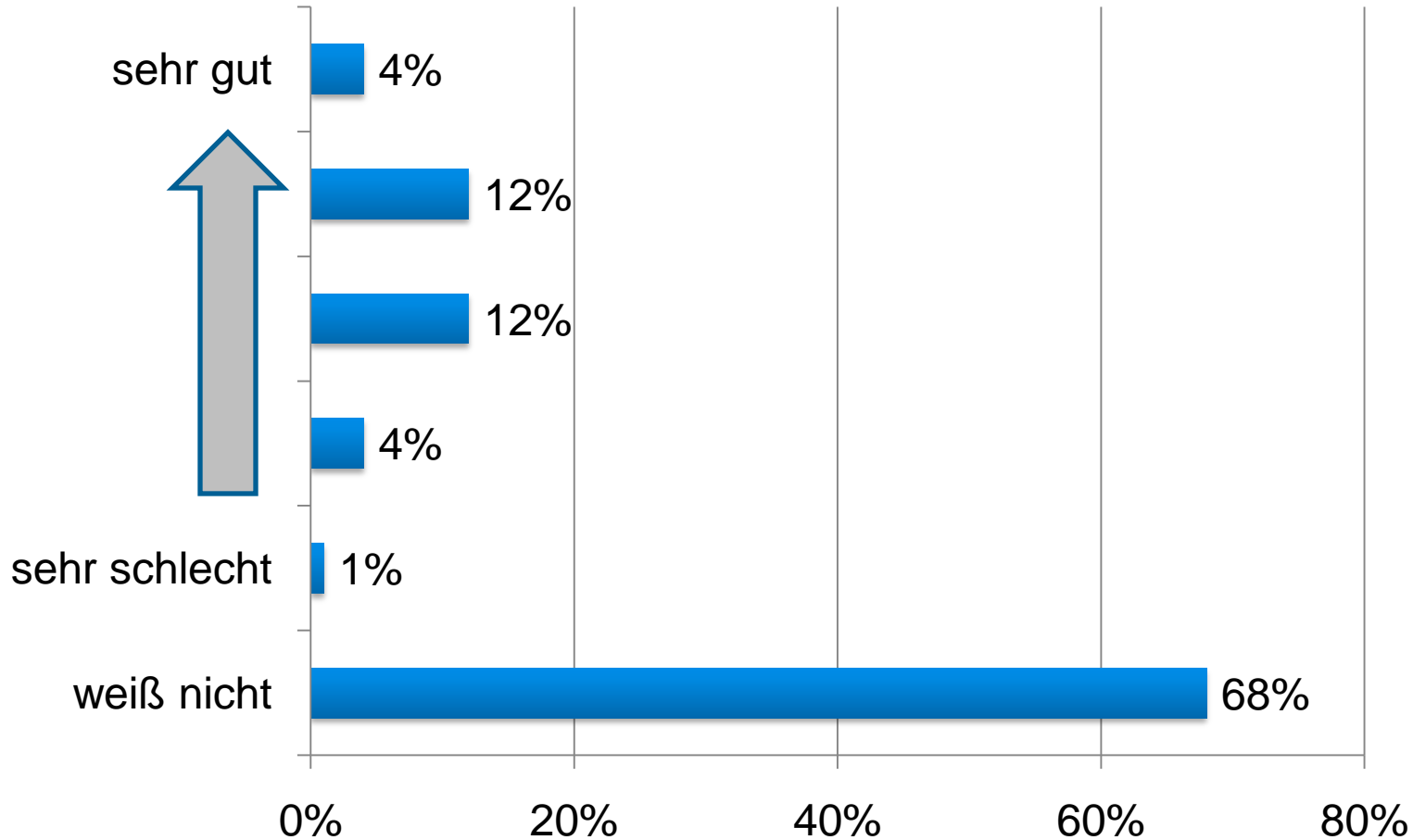
Basis: n = 1000



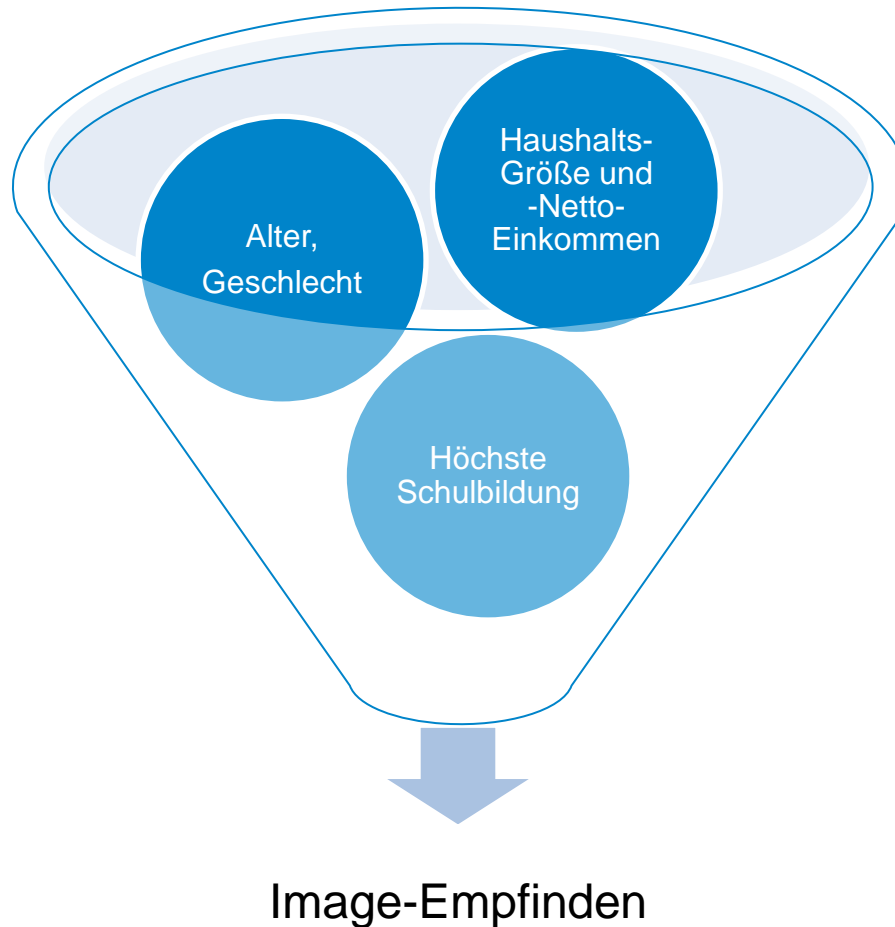
Basis: n = 1000



Basis: n = 1000



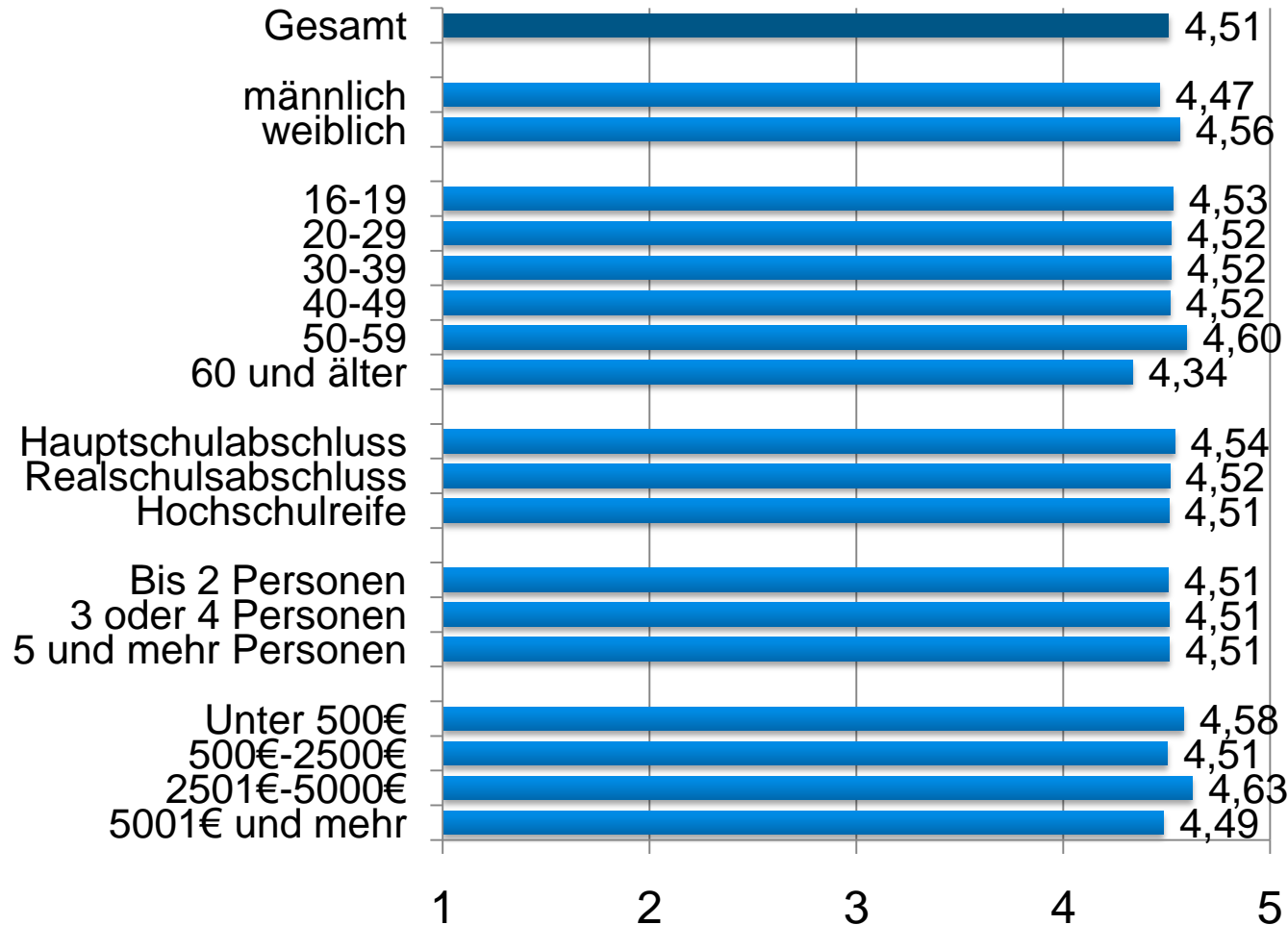
Basis: n = 1000



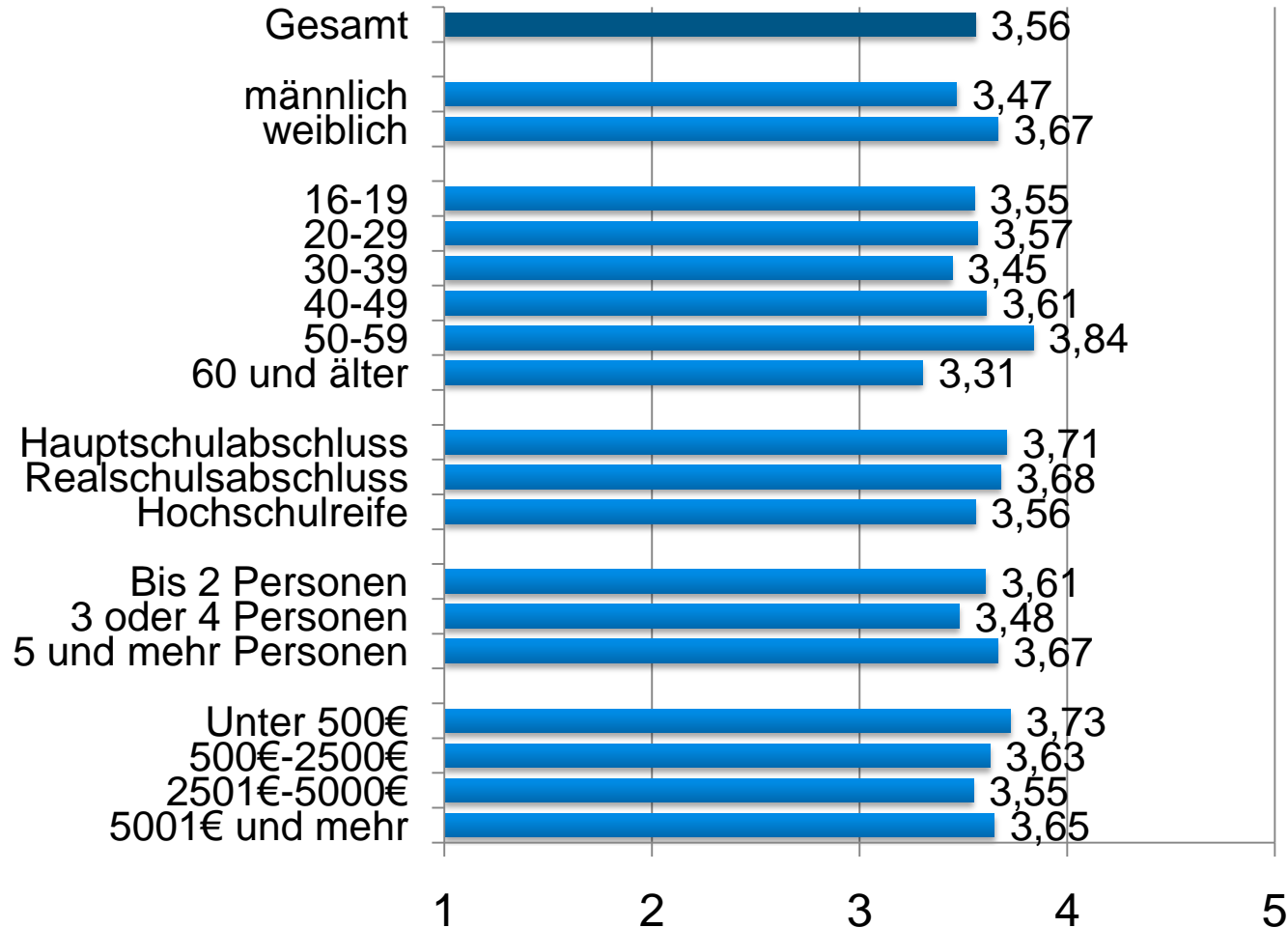


- ▶ Unterscheidung nach
 - ▶ Geschlecht
 - ▶ Alter
 - ▶ Höchster Schulabschluss
 - ▶ Haushaltsgröße
 - ▶ Monatlichen Haushalts-Nettoeinkommen

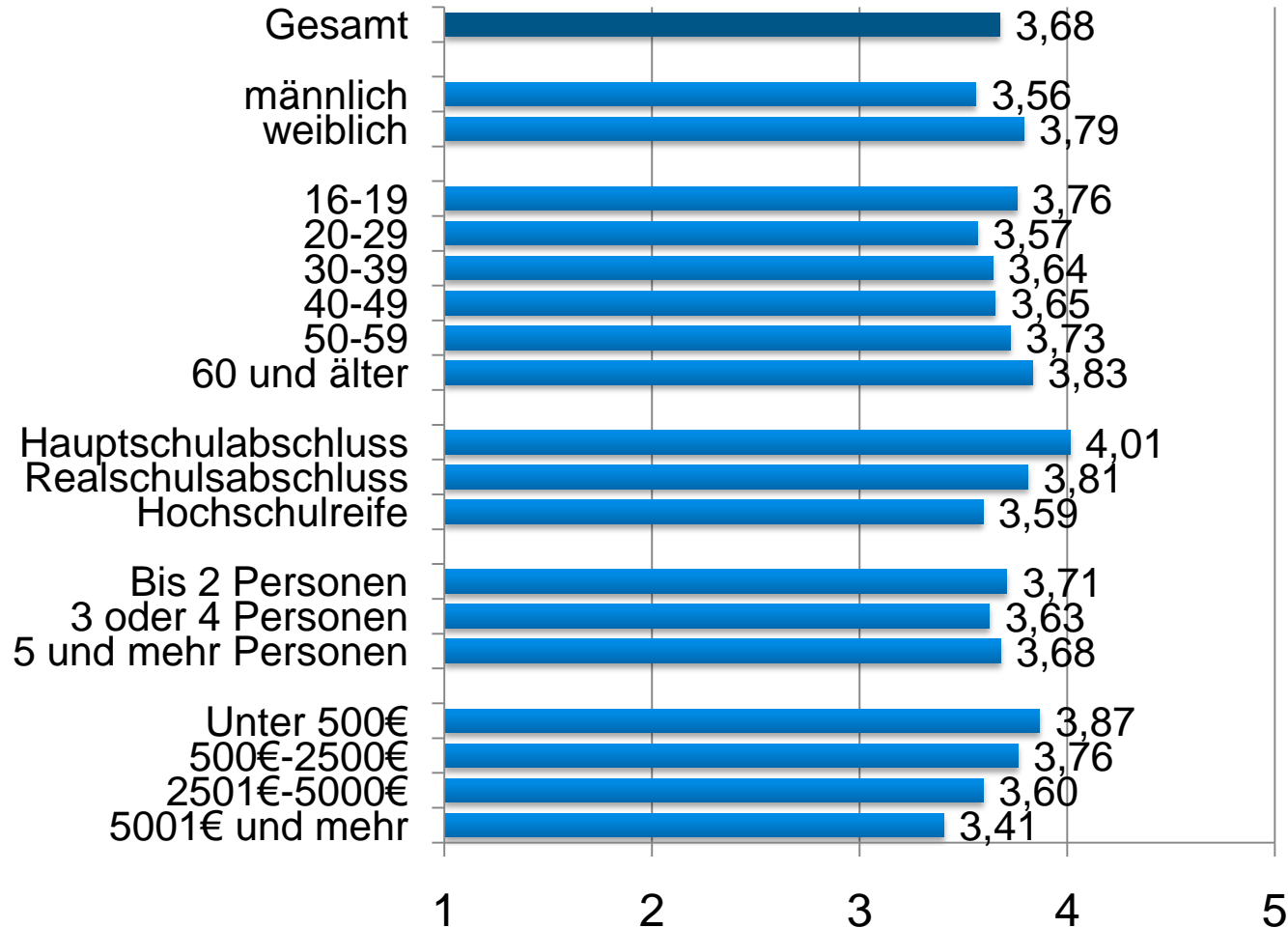
- ▶ Personen, die zu Einkommen, Haushaltsgröße oder Schulabschluss keine Angaben getätigt haben, werden in den folgenden Darstellungen nicht ausgewiesen.



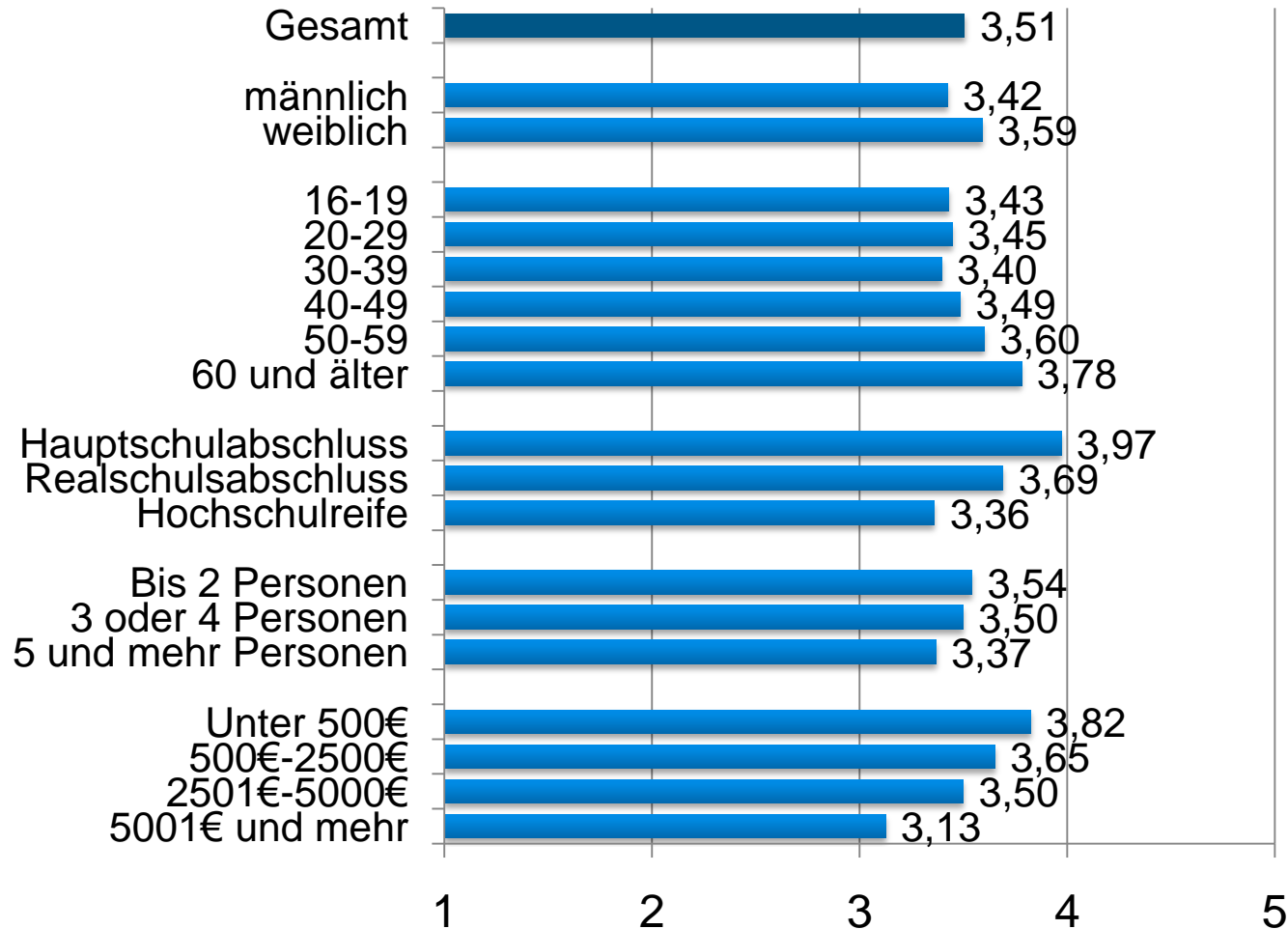
Basis: n = 1000 | Skalierung: 1 = sehr schlecht; 5 = sehr gut



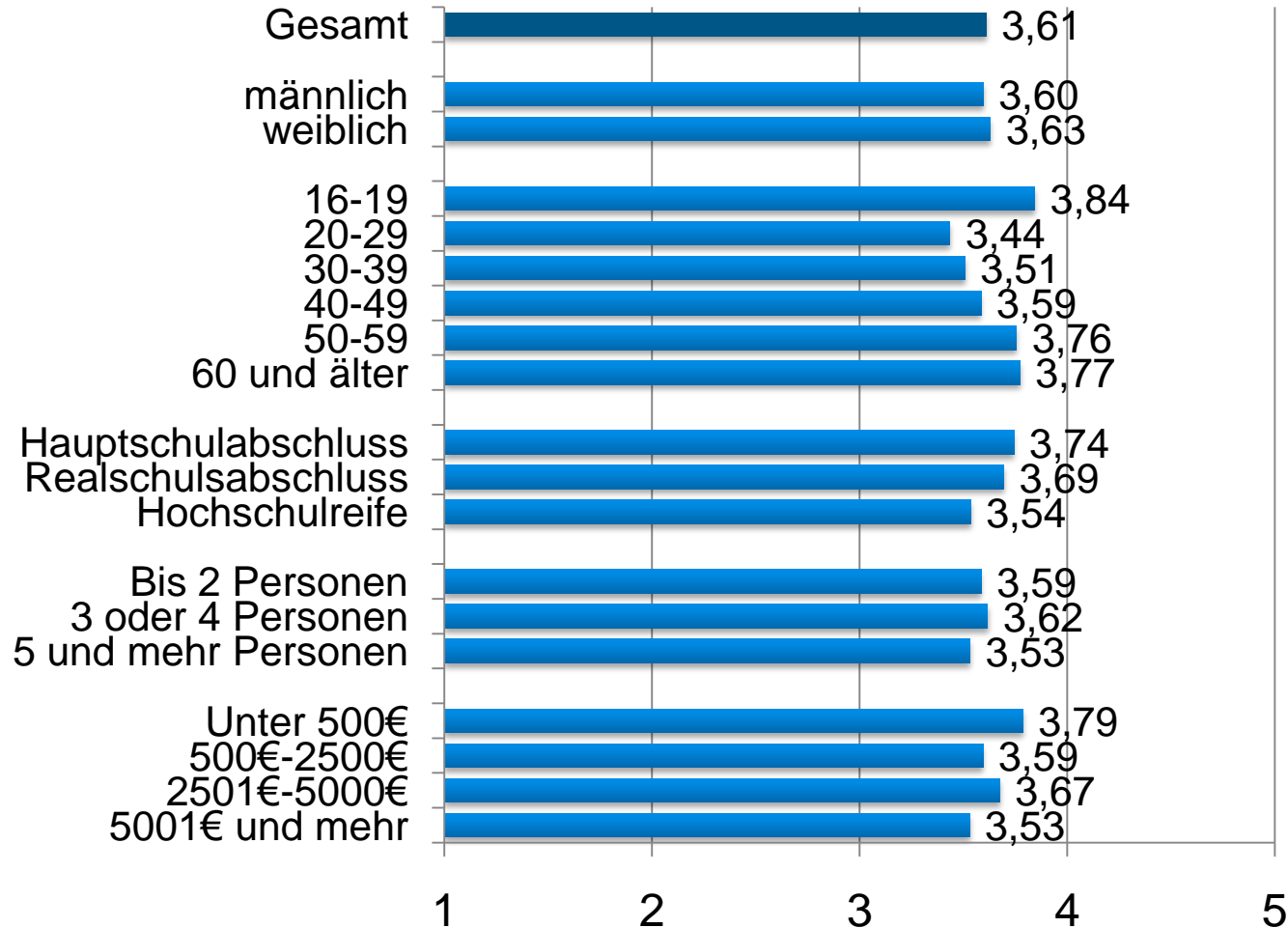
Basis: n = 1000 | Skalierung: 1 = sehr schlecht; 5 = sehr gut



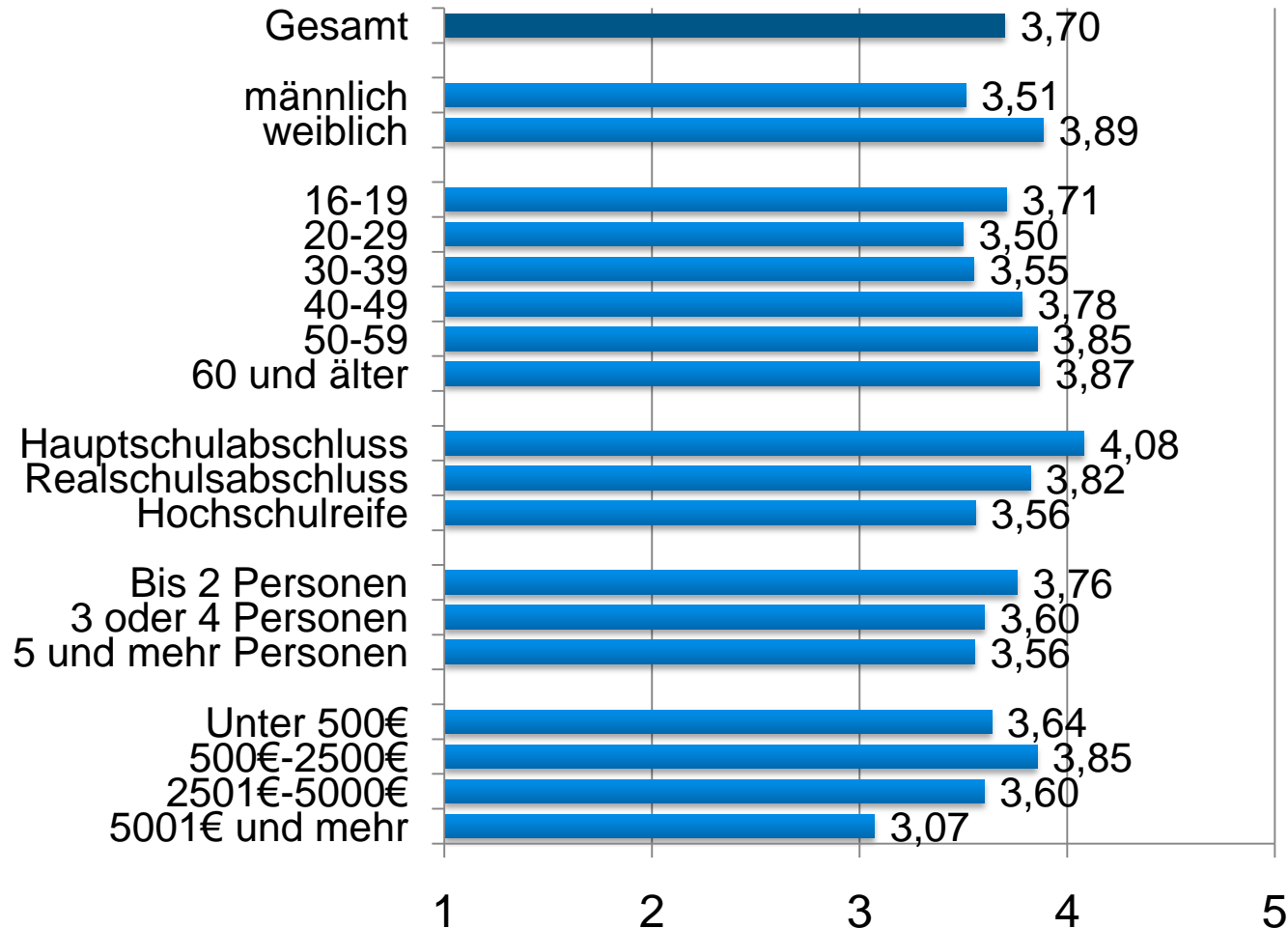
Basis: n = 1000 | Skalierung: 1 = sehr schlecht; 5 = sehr gut



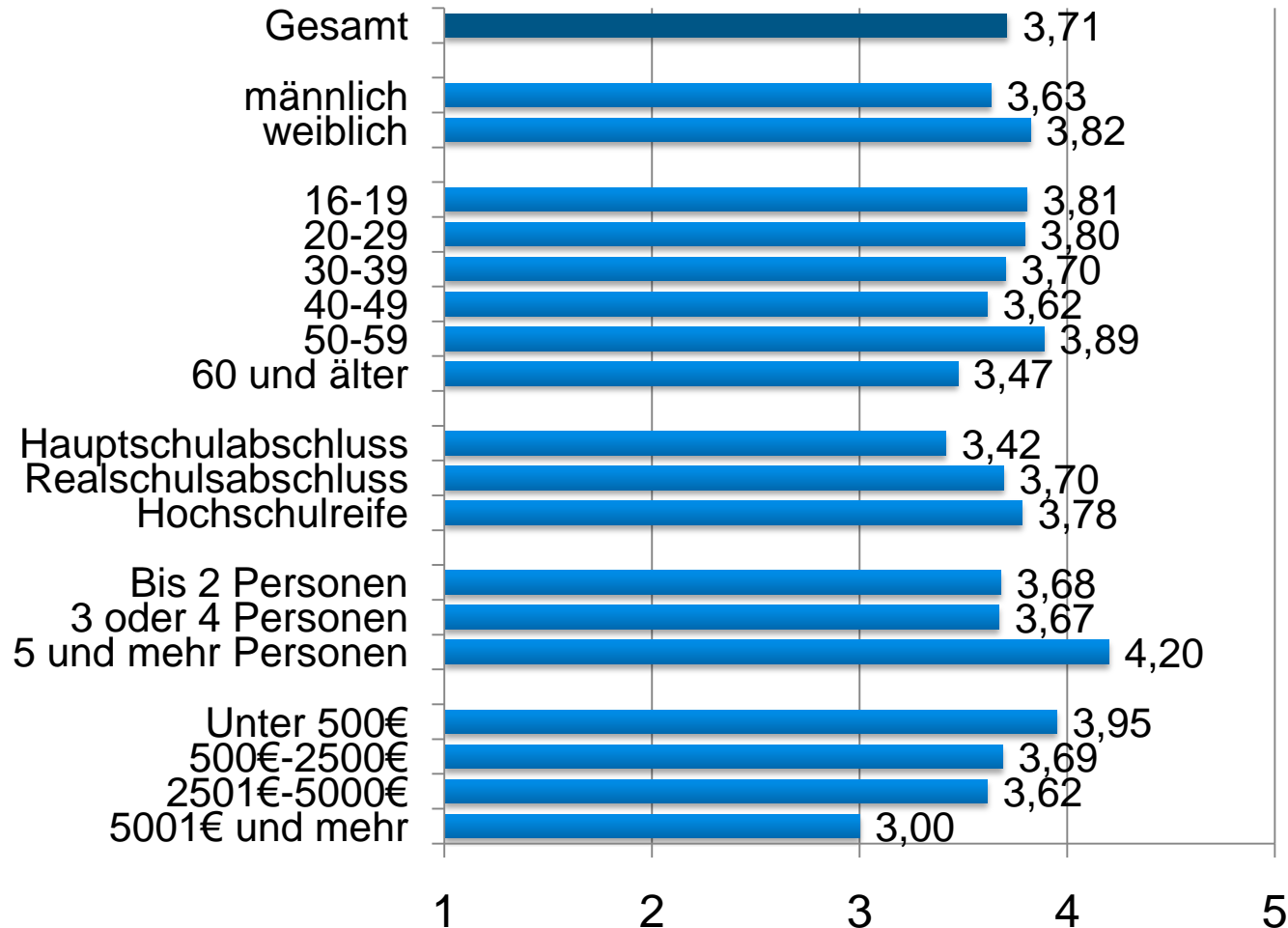
Basis: n = 1000 | Skalierung: 1 = sehr schlecht; 5 = sehr gut



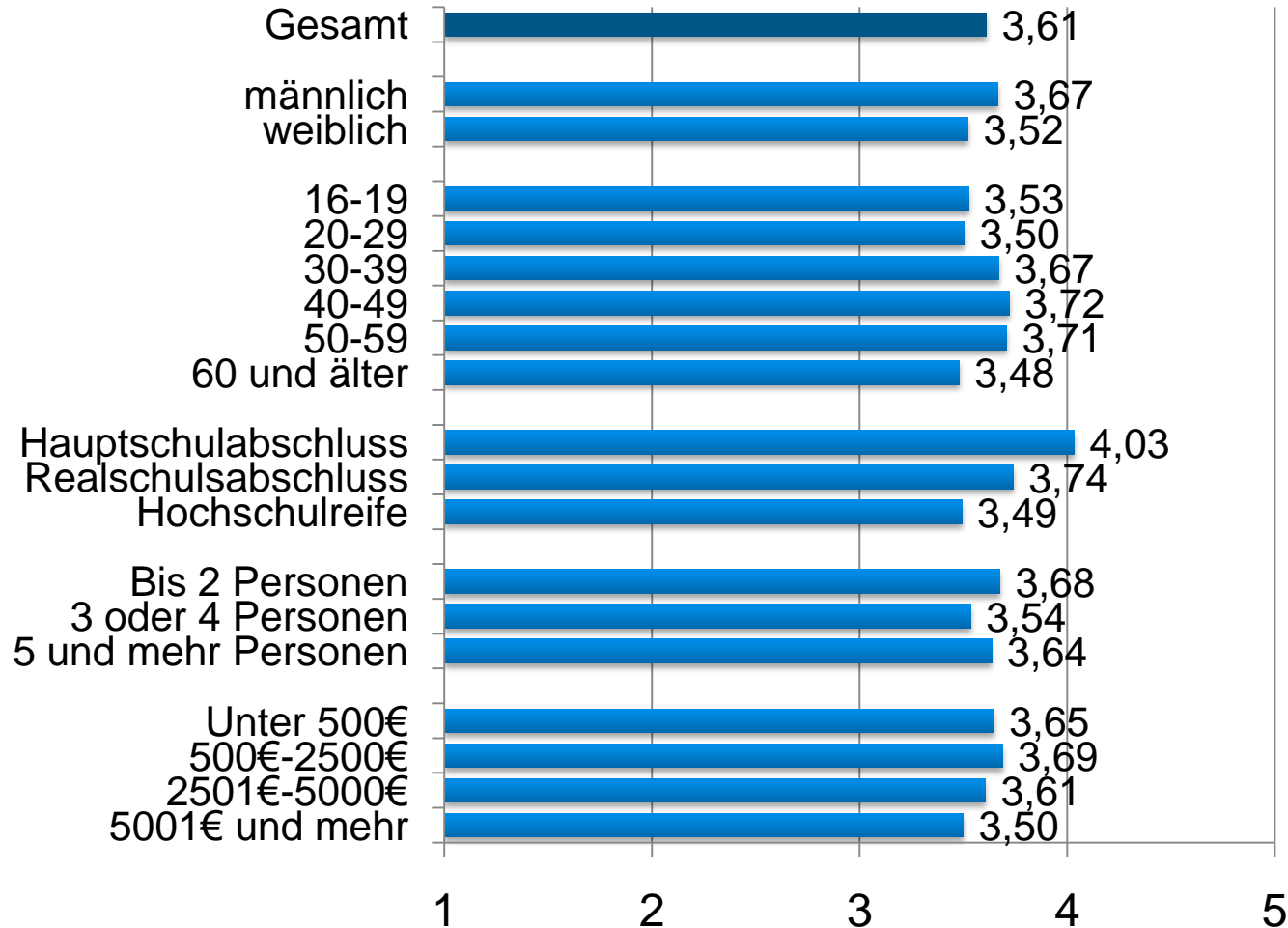
Basis: n = 1000 | Skalierung: 1 = sehr schlecht; 5 = sehr gut



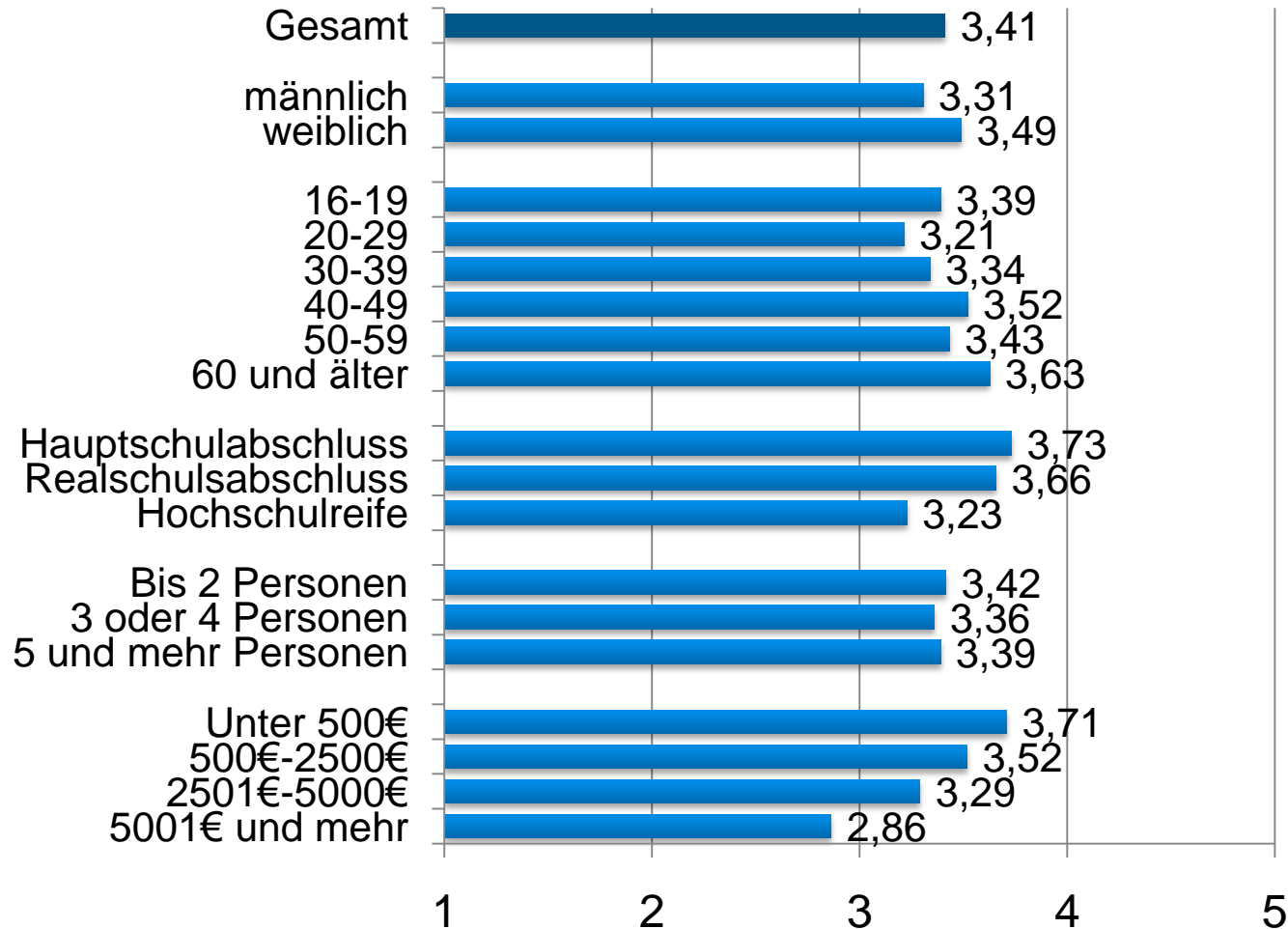
Basis: n = 1000 | Skalierung: 1 = sehr schlecht; 5 = sehr gut



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

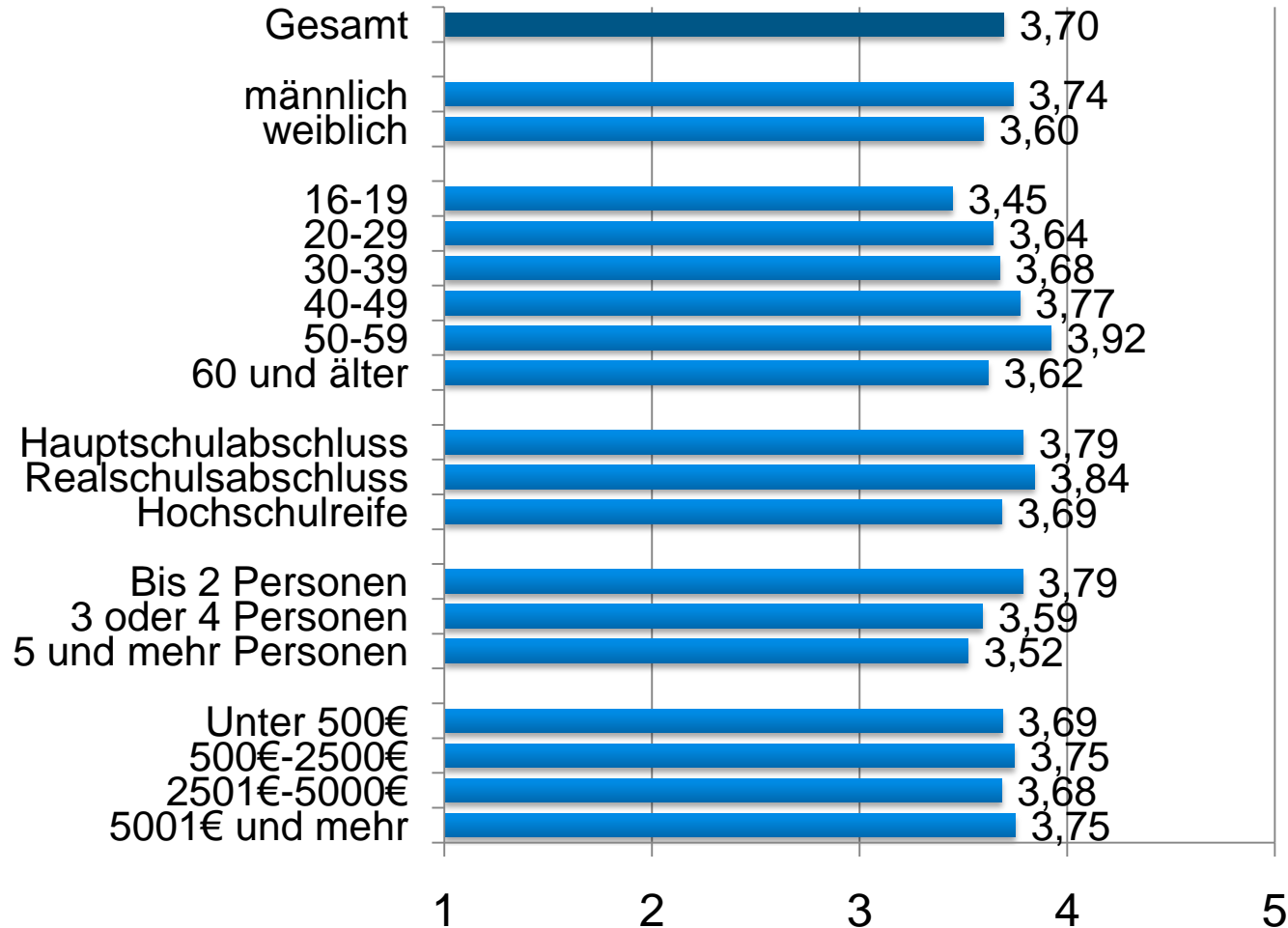


Basis: n = 1000 | Skalierung: 1 = sehr schlecht; 5 = sehr gut

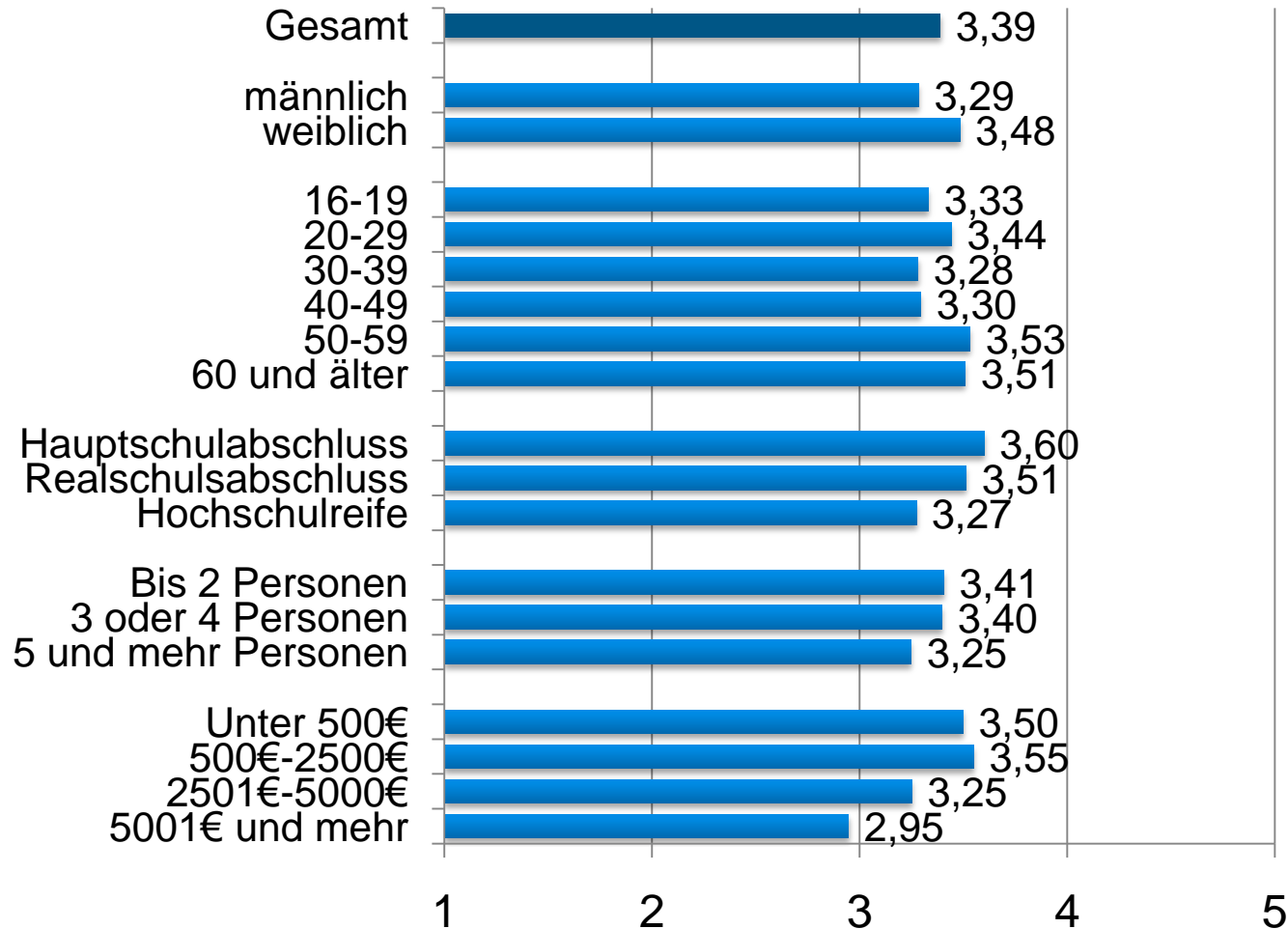


Basis: n = 1000 | Skalierung: 1 = sehr schlecht; 5 = sehr gut

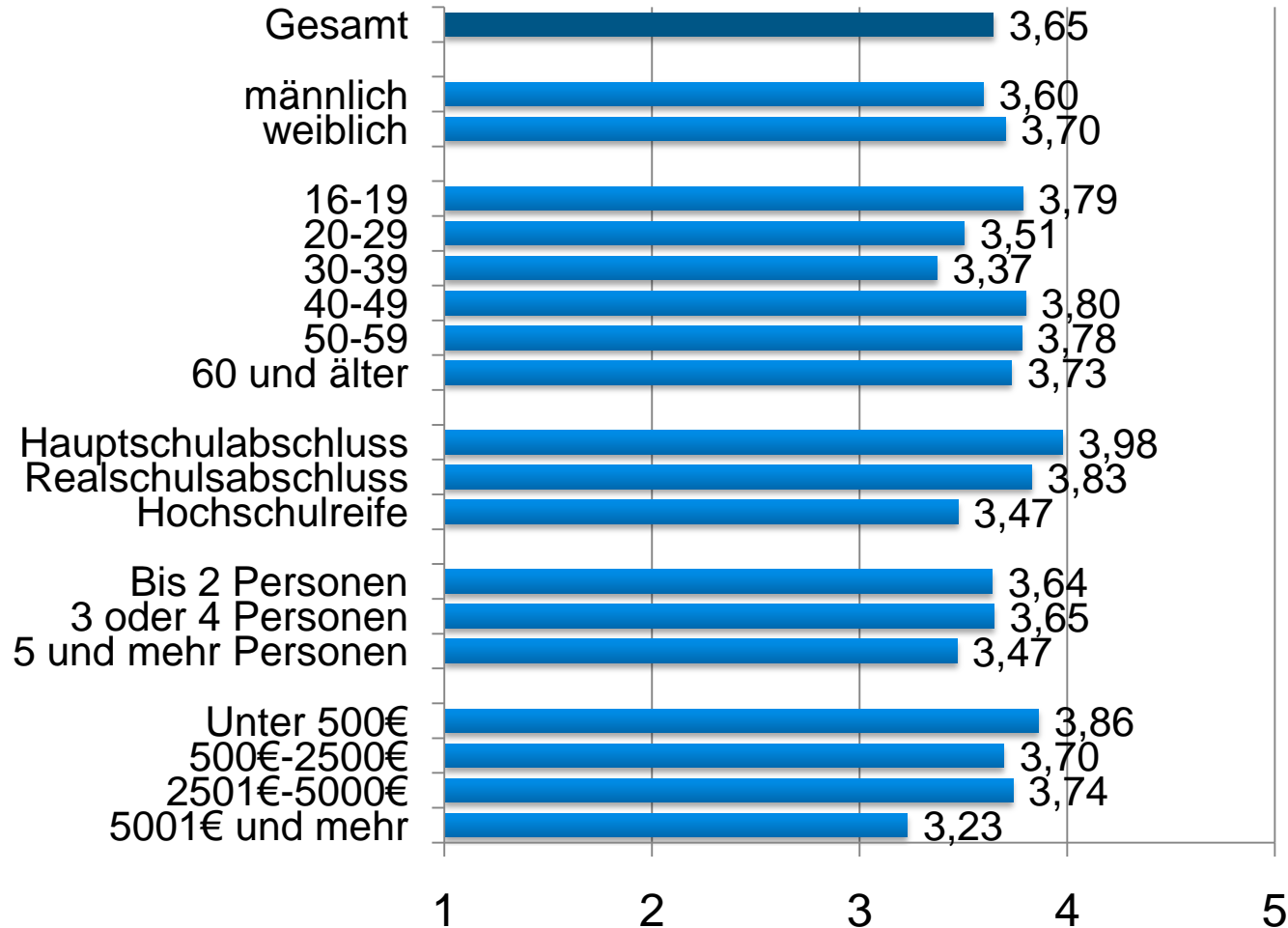
Detailanalyse: Image von *Alternate Computerversand*



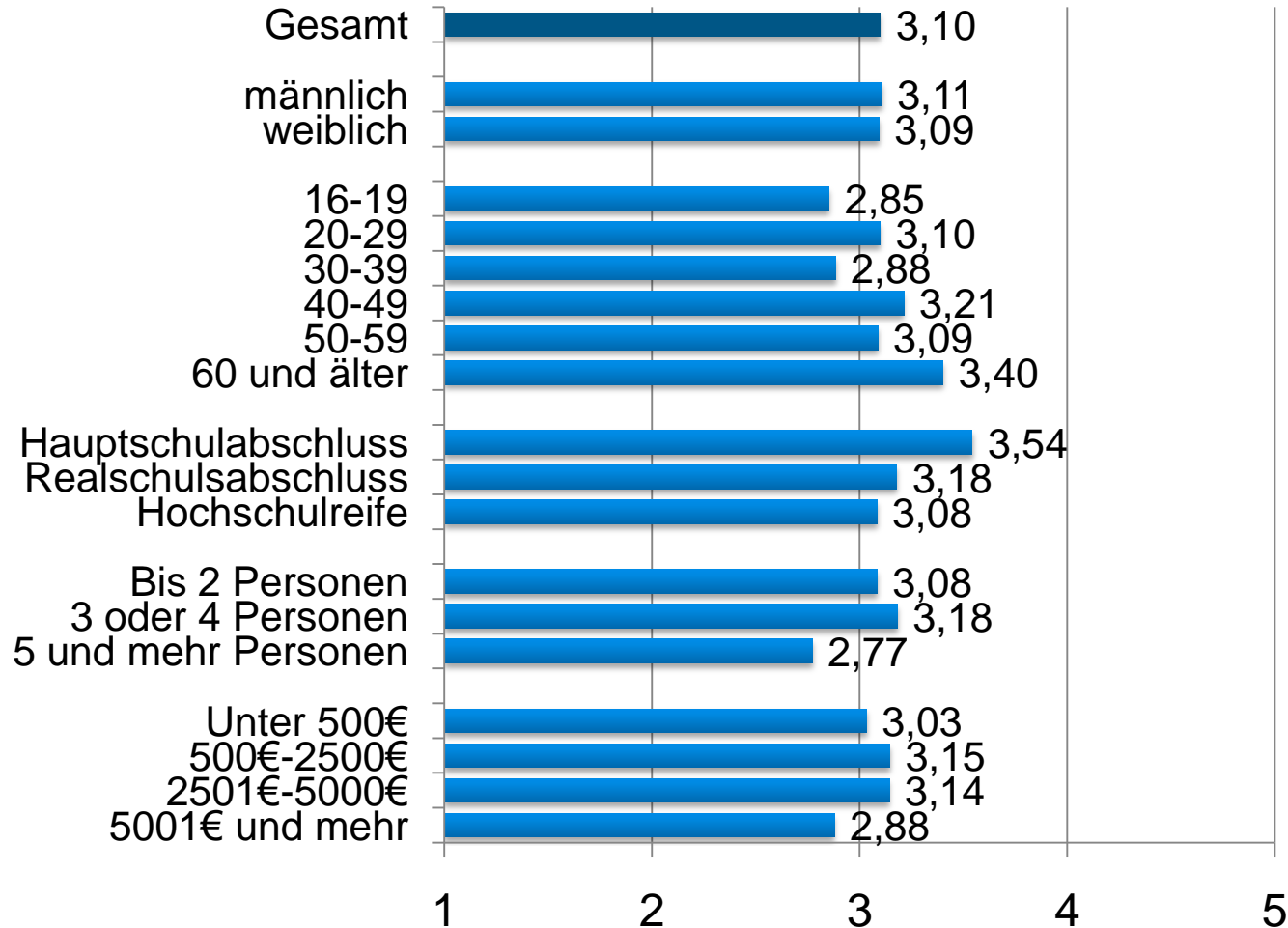
Basis: n = 1000 | Skalierung: 1 = sehr schlecht; 5 = sehr gut



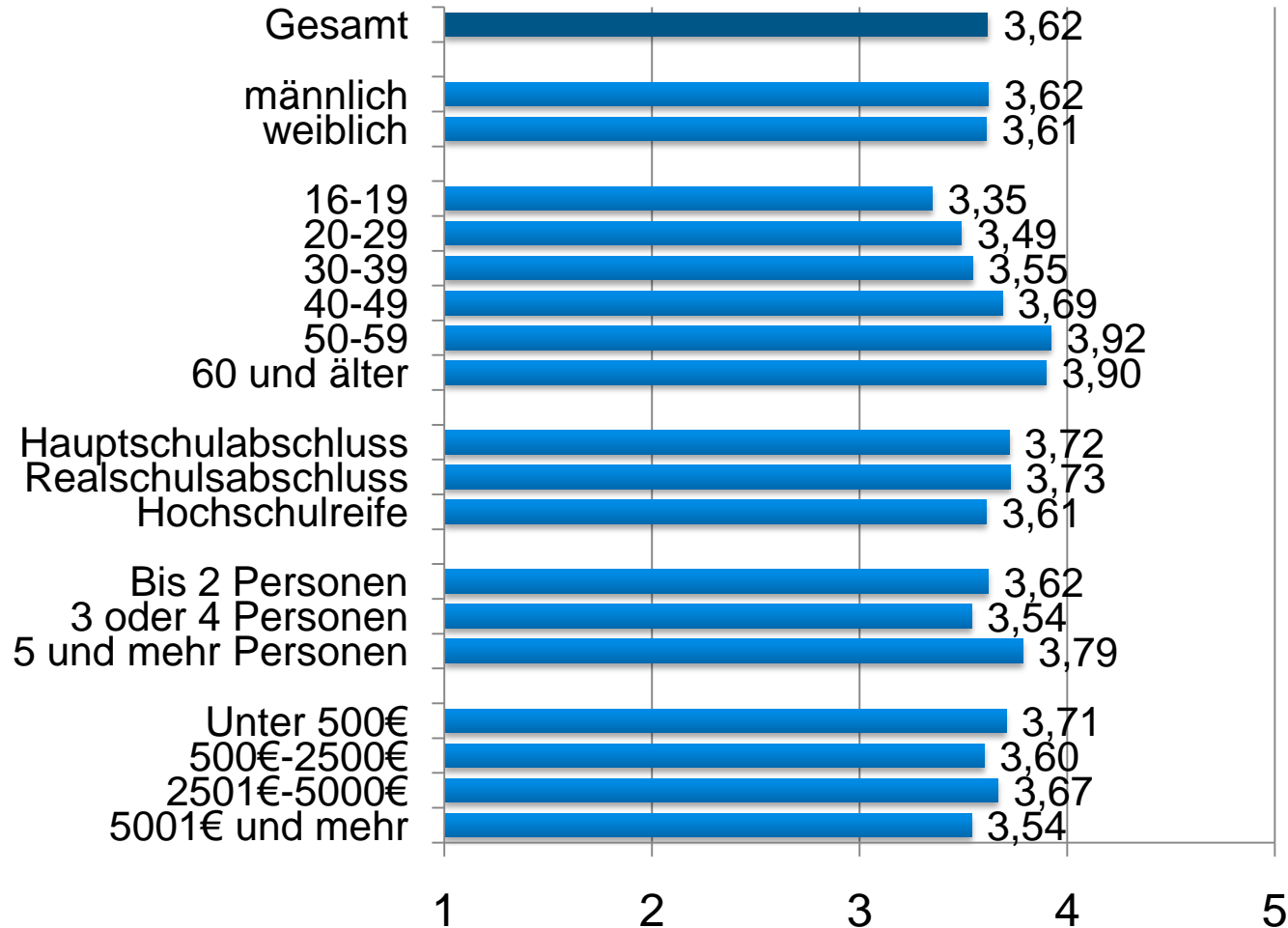
Basis: n = 1000 | Skalierung: 1 = sehr schlecht; 5 = sehr gut



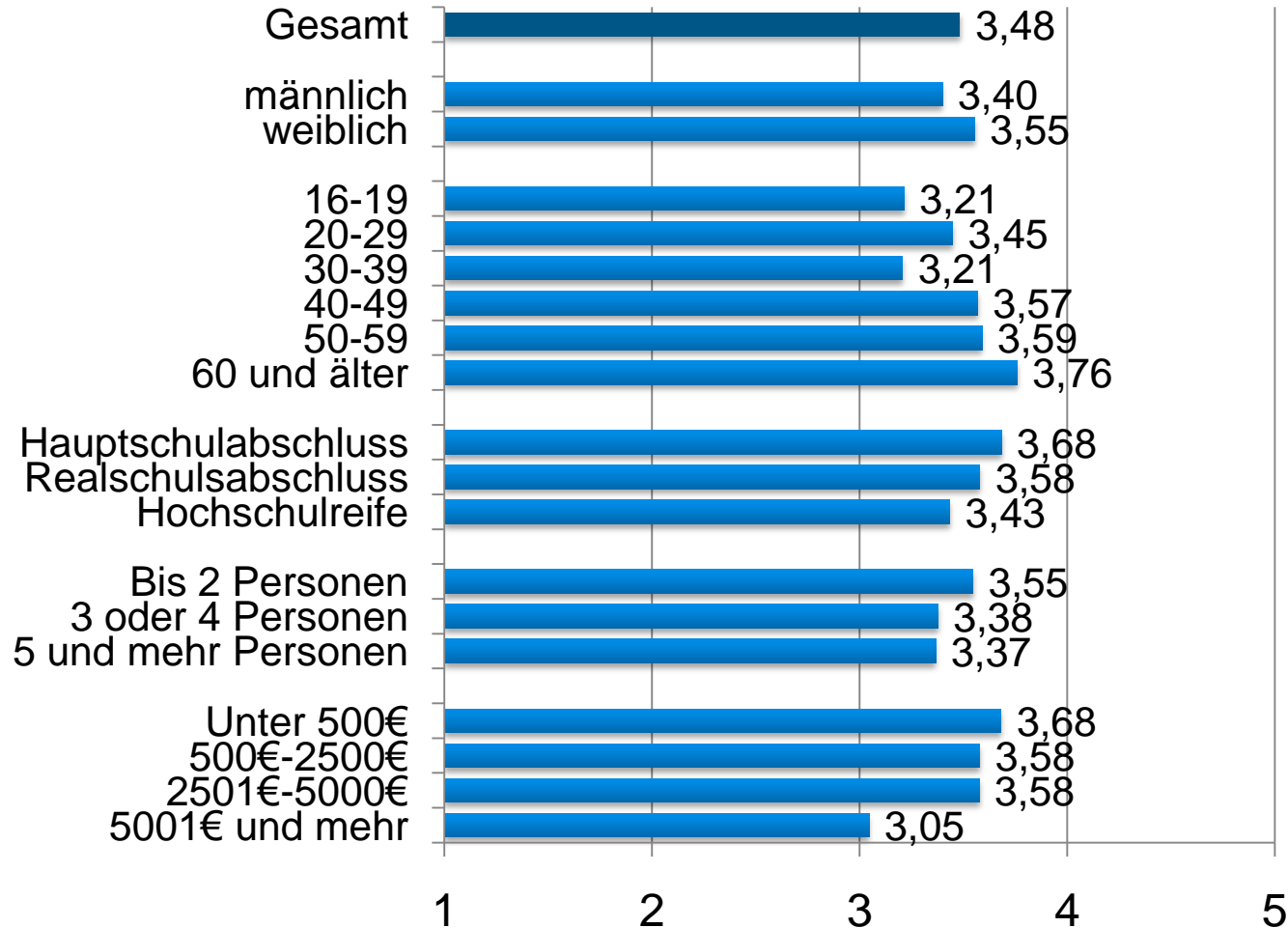
Basis: n = 1000 | Skalierung: 1 = sehr schlecht; 5 = sehr gut



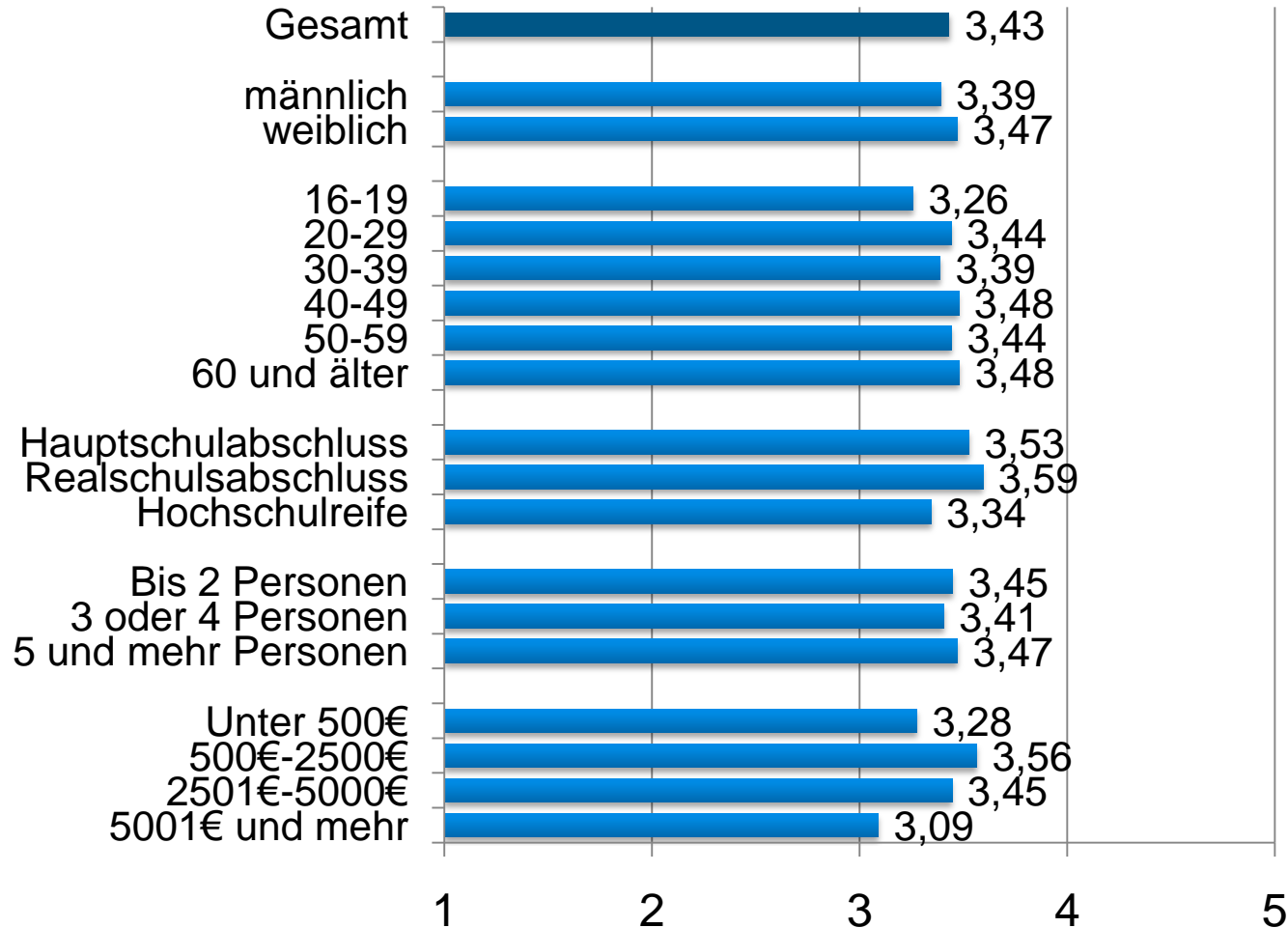
Basis: n = 1000 | Skalierung: 1 = sehr schlecht; 5 = sehr gut



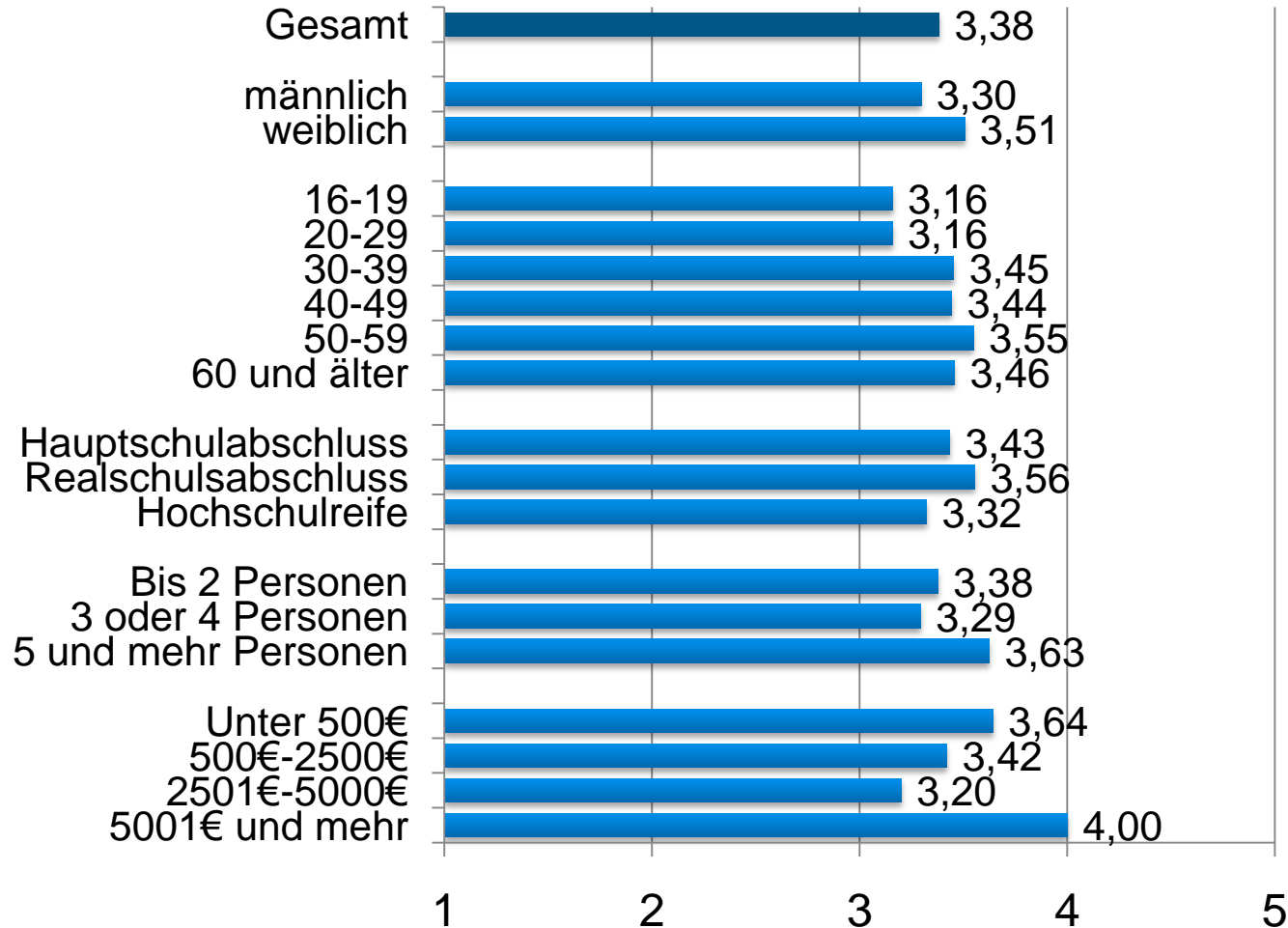
Basis: n = 1000 | Skalierung: 1 = sehr schlecht; 5 = sehr gut



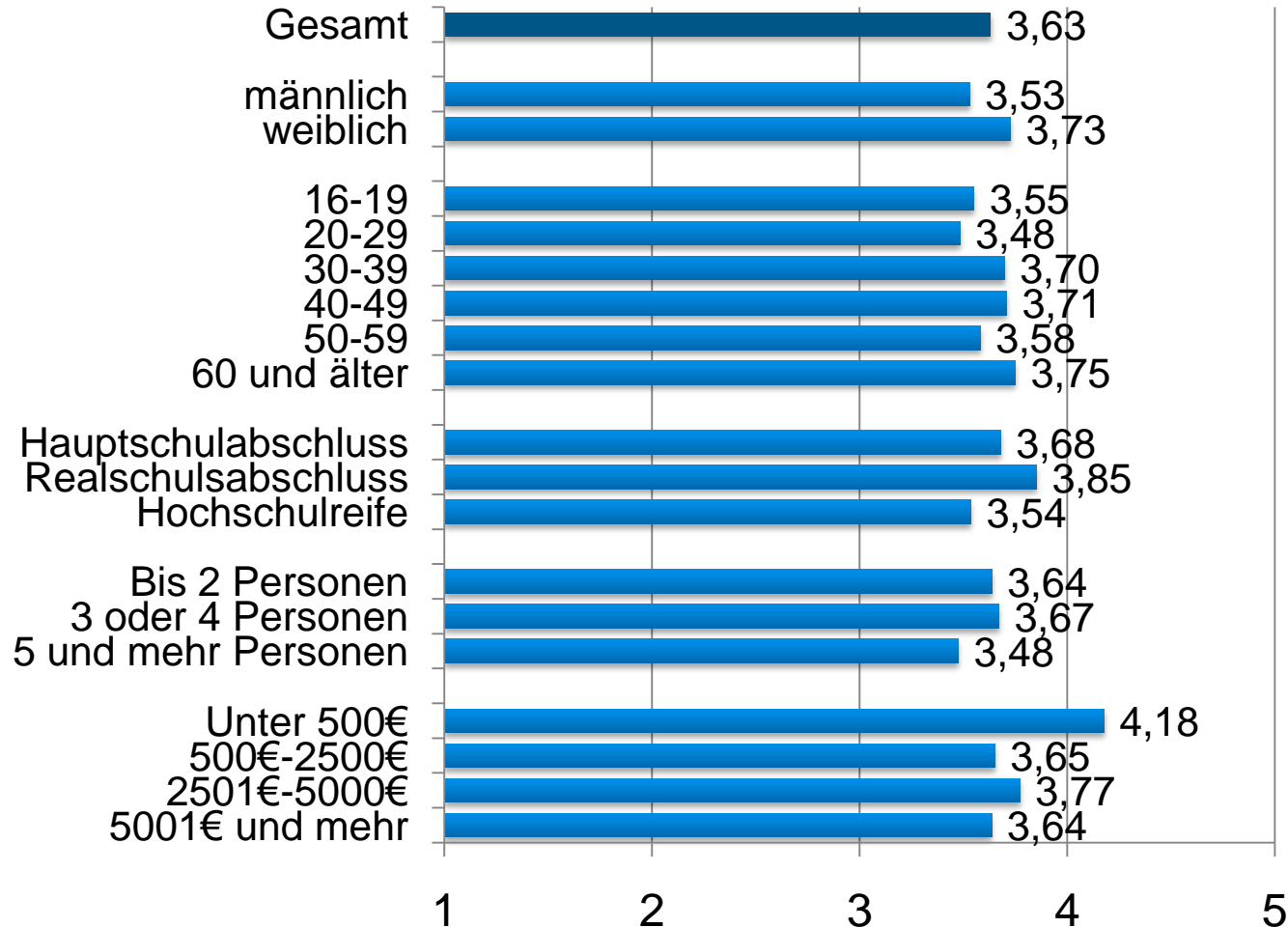
Basis: n = 1000 | Skalierung: 1 = sehr schlecht; 5 = sehr gut



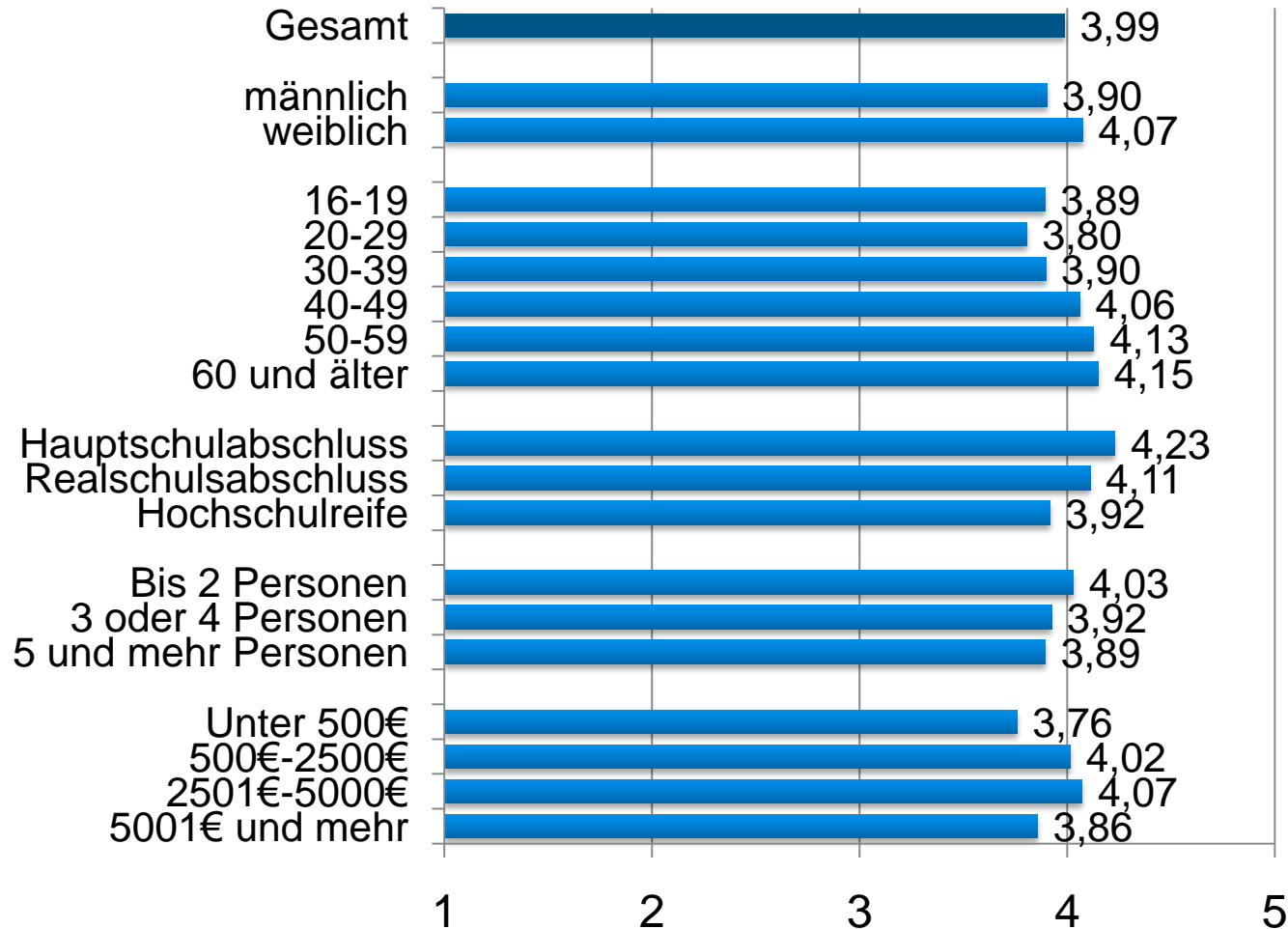
Basis: n = 1000 | Skalierung: 1 = sehr schlecht; 5 = sehr gut



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

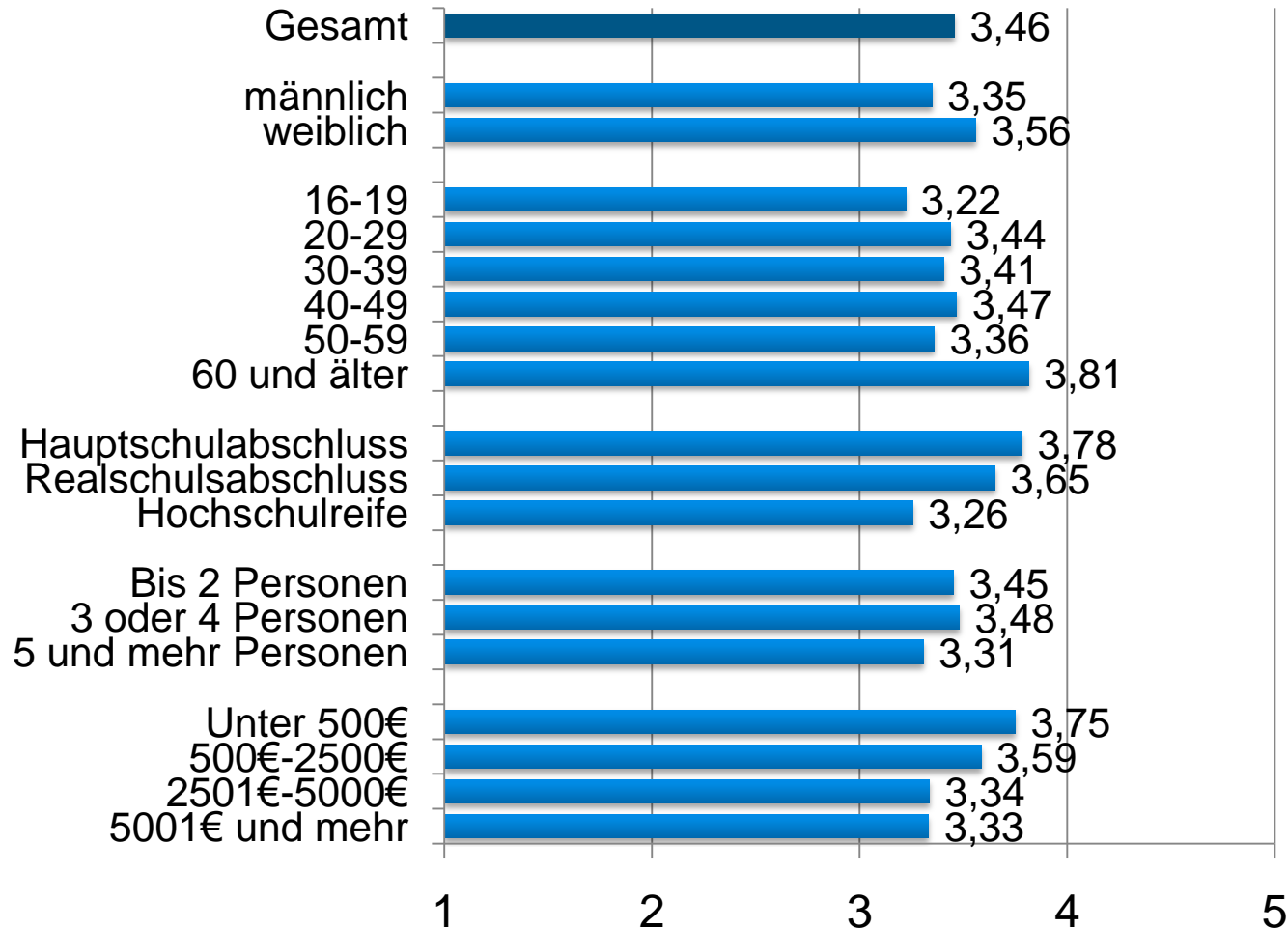


Basis: n = 1000 | Skalierung: 1 = sehr schlecht; 5 = sehr gut



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

