



ECC-Shopmonitor

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

August 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 21.07.2010 statt.



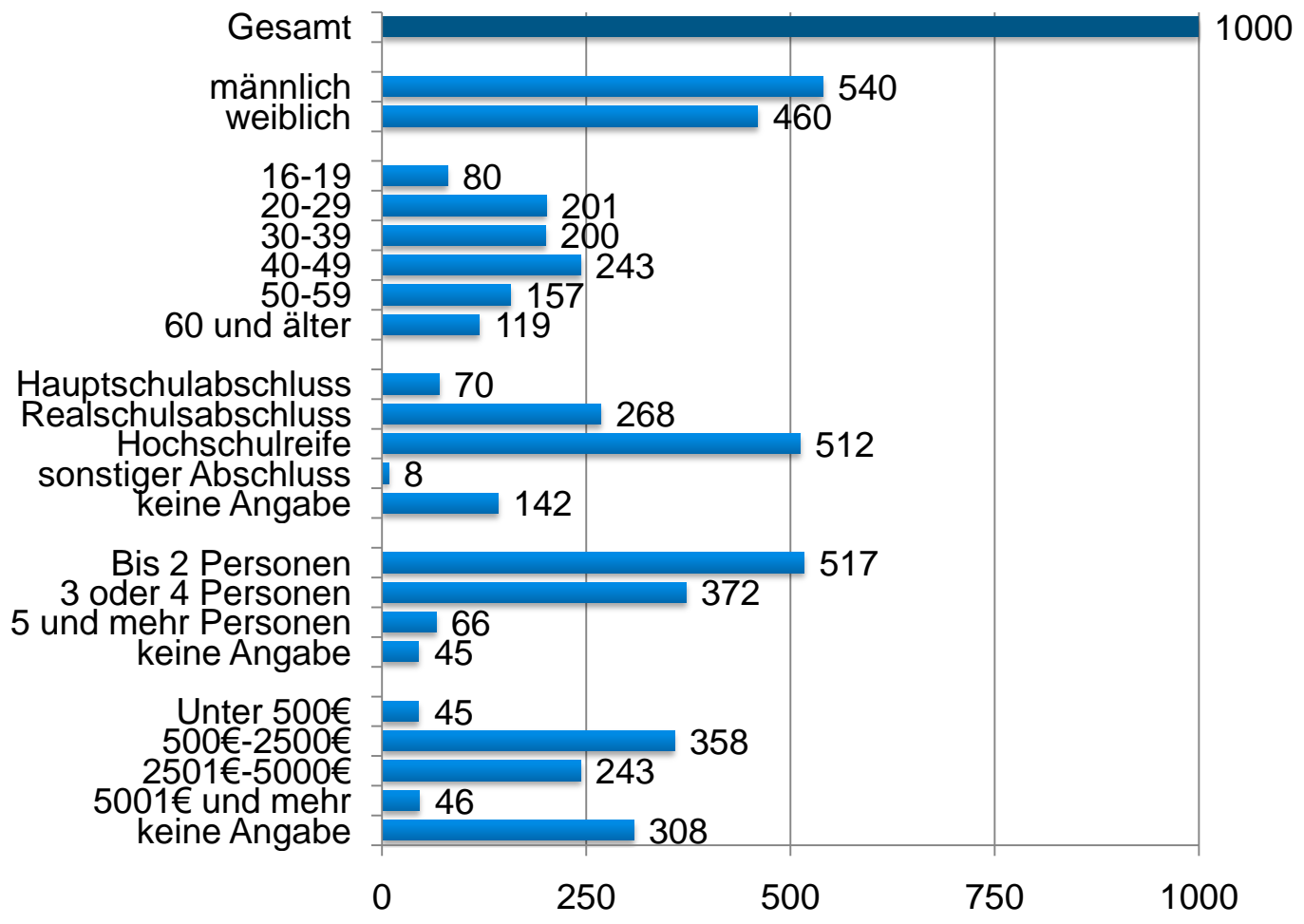
Die 20 umsatzstärksten deutschen B2C-Online-Shops*

- ▶ 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

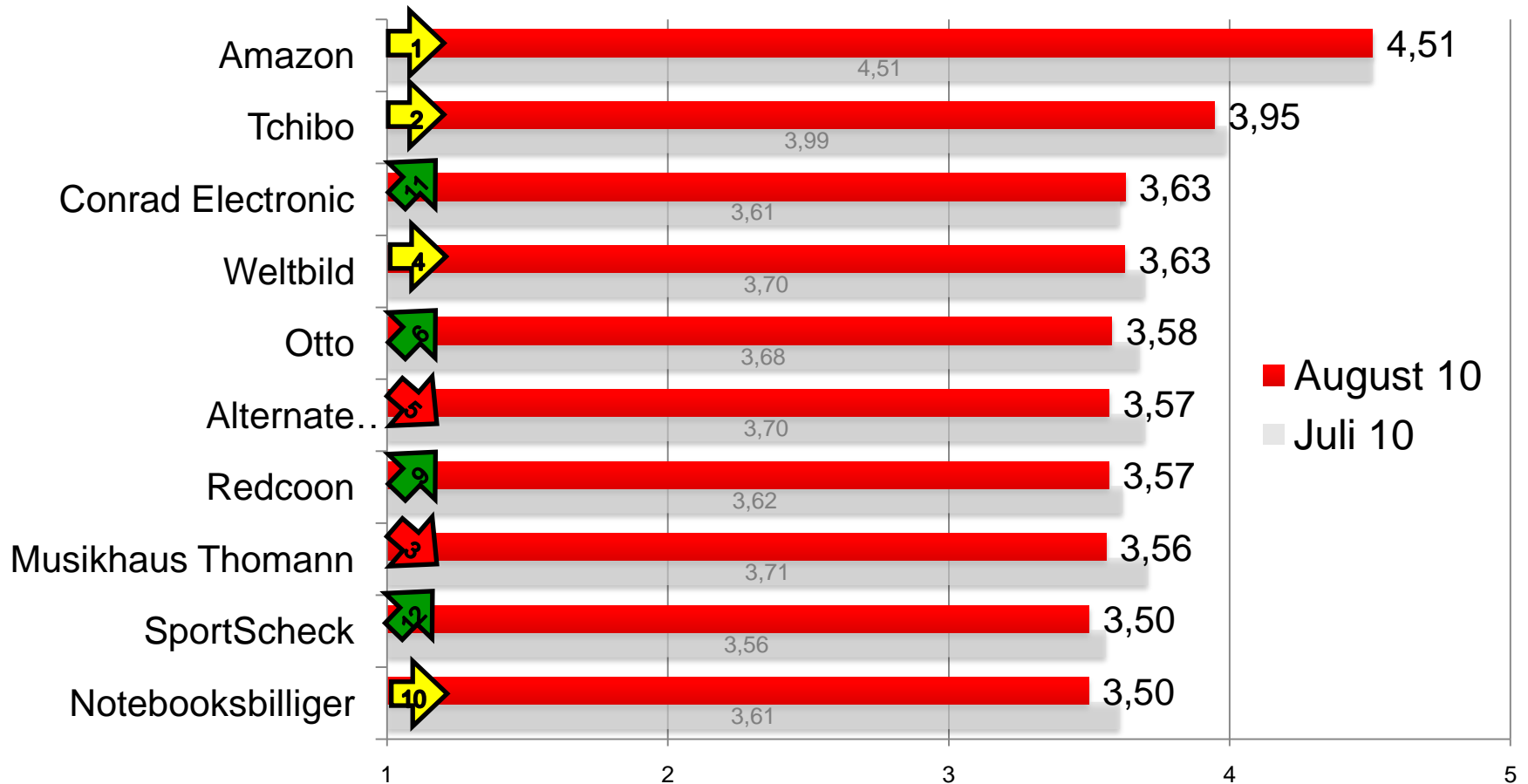
*Quelle: iBusiness-Ranking „Shopping Portale und Online-Shops 2008/2009“

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.]

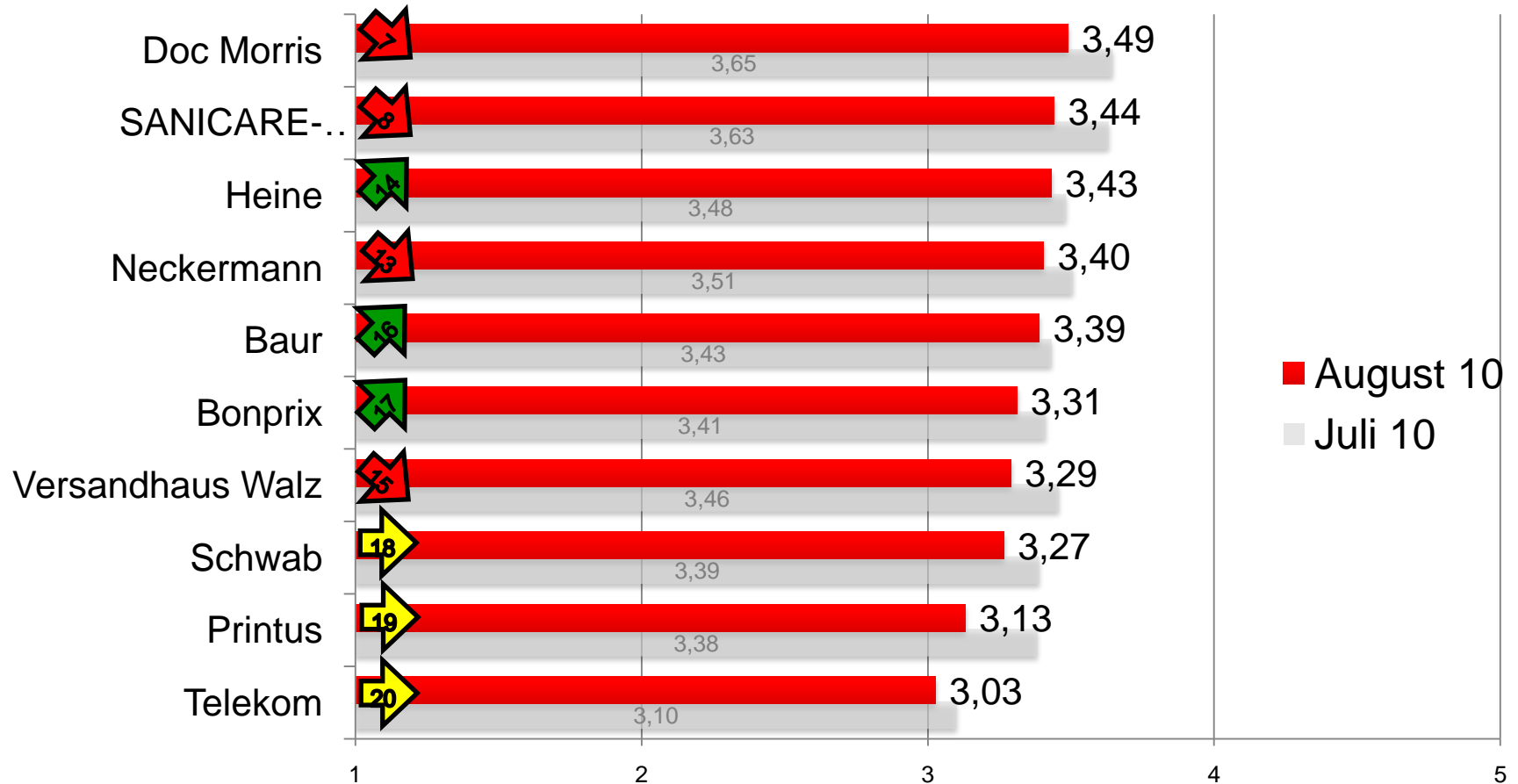


Die Top 10 im Imageranking August 2010



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 August 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 August 2010 ist Conrad Electronic. Nach einem kurzfristigen Tief im Vormonat kann der Online-Shop im August elf Plätze gut machen und steigt im Imageranking wieder in die Top 10 und erstmals in die Top 3 ein.
- ☺ Zwar verbessert sich der Imagewert von Conrad Electronic mit einer Differenz von 0,02 kaum, doch gleichzeitig verlieren alle übrigen 19 Online-Shops teilweise enorm in ihrem Ansehen.
- ☺ Mehr als 40 Prozent der Befragten geben an, dass der Gesamteindruck des Elektronik- und Technik-Händlers „gut“ oder „sehr gut“ ist.

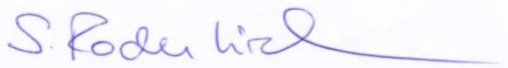
- ☹ Absteiger des Monats August 2010 ist der Online-Shop von Printus. Der Händler für Bürobedarf muss zwar keine Einbußen in der Platzierung hinnehmen, verzeichnet jedoch den stärksten Rückgang des Imagewerts.
- ☹ Der Imagewert von Printus sinkt auf der Skala von 1 = sehr schlecht bis 5 = sehr gut von 3,38 im Juli auf einen Wert von 3,13 im August 2010. Nur ein Prozent der Befragten bewerten den Gesamteindruck von Printus als „sehr gut“.
- ☹ Im August 2010 sinken insgesamt 18 der 20 gelisteten Online-Shops und Shopping-Portale in ihrem Ansehen. Nur Amazon kann seinen Wert halten und Conrad Electronic sogar leicht verbessern.



Der Monat August bringt wieder einige Verschiebungen bei den Platzierung im Image-Ranking mit sich. Auffällig ist, dass sich bei nahezu allen Online-Shops die Image-Werte teilweise deutlich verschlechtern. Nur das Shopping-Portal von Amazon, das seinen Imagewert vom Vormonat halten und somit auch die Top-Position im Imageranking weiterhin verteidigen kann, und Conrad Electronic, der als einziger Online-Shop sein Imagewert leicht verbessern kann, sind von dem aktuellen Imagetief nicht betroffen.



Auch die Online-Shops der Otto group müssen in den absoluten Imagewerten zwar Verluste verzeichnen, können jedoch alle ihre Position im Imageranking mindestens halten (Schwab) oder verbessern (Otto, Heine, Baur, Bonprix, SportScheck).

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

Sonja Rodenkirchen

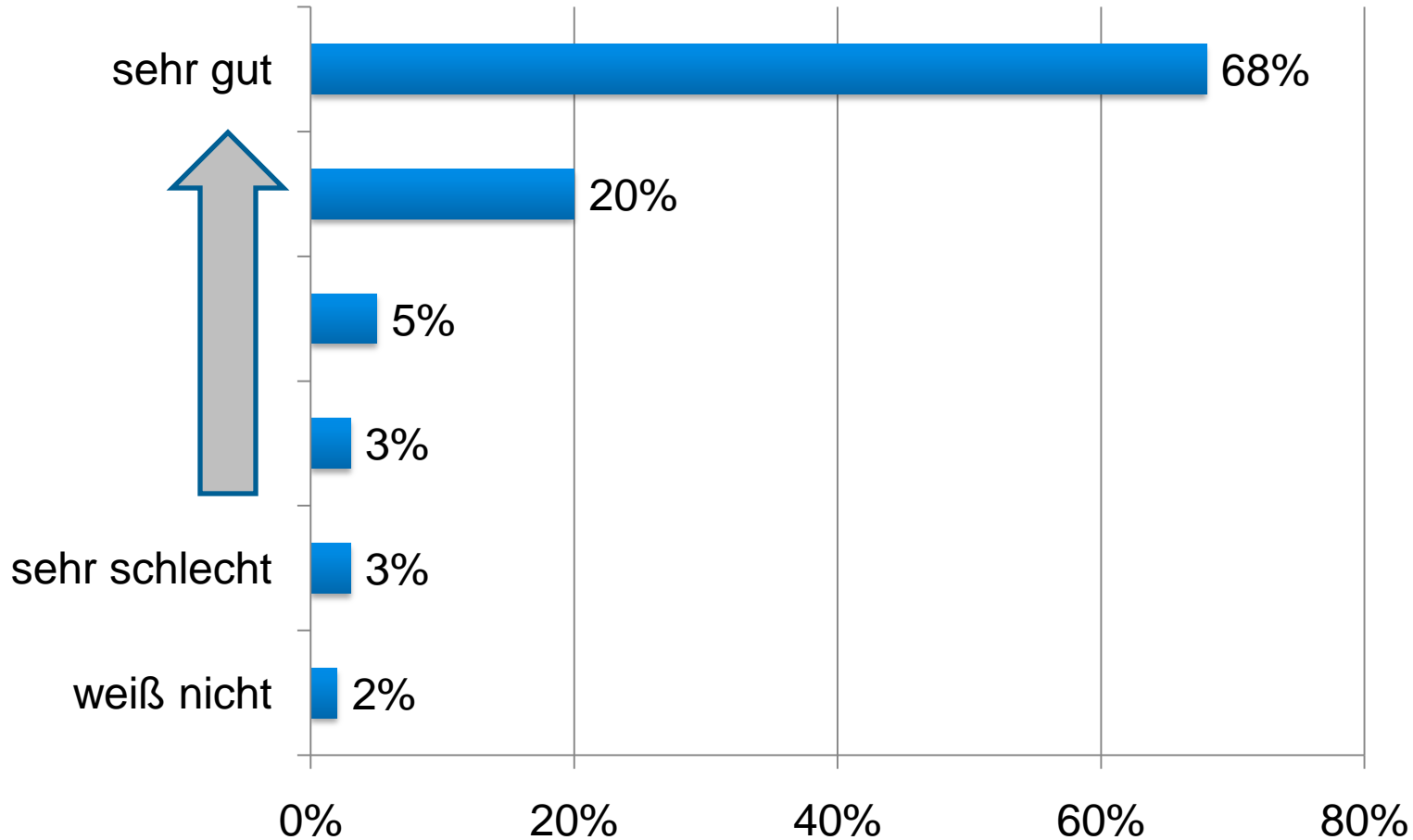


Detailanalyse der 20 Online-Shops und Shopping-Portalen

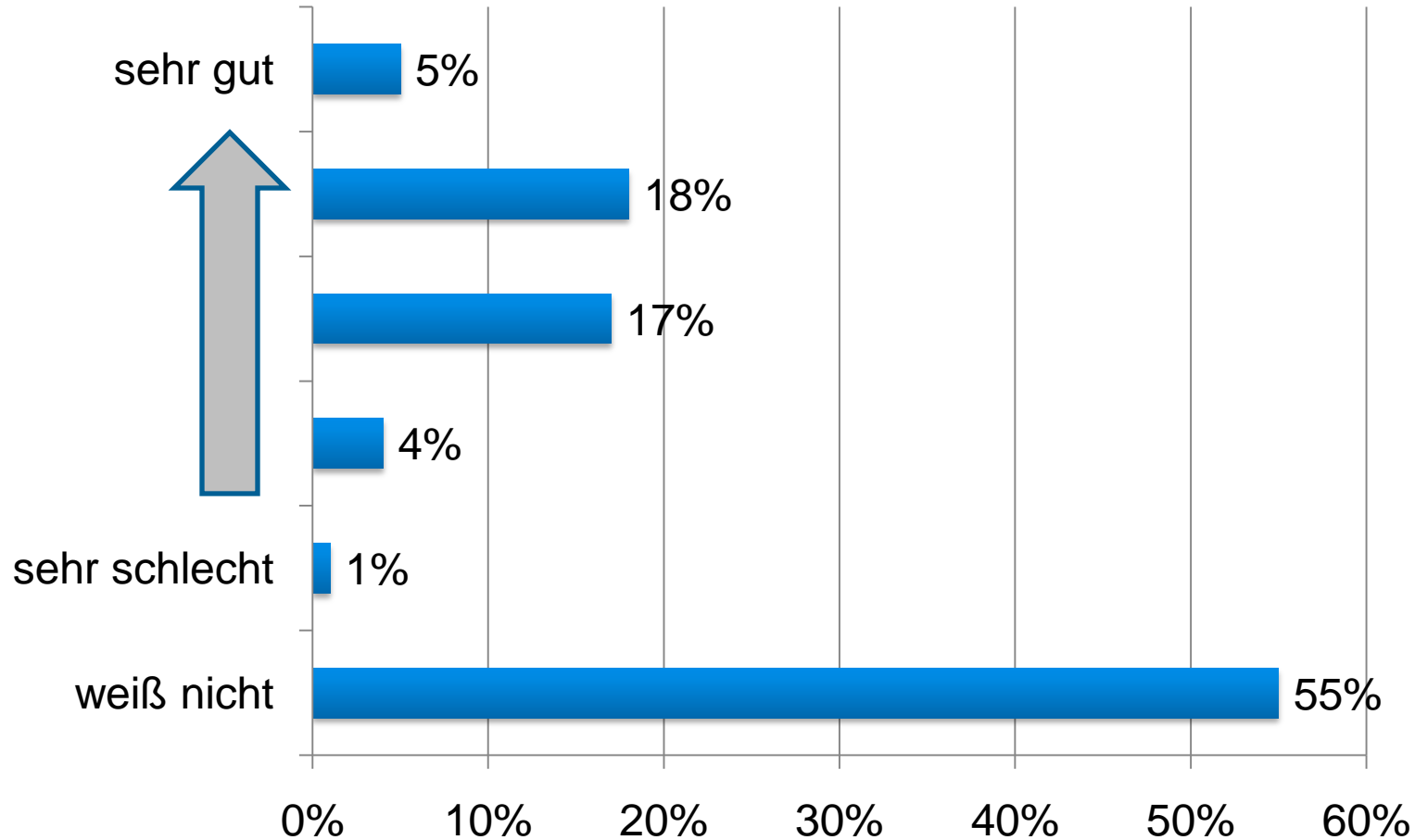


Sie haben sich für die ausführliche Version des ECC-Shopmonitors entschieden. Im Anschluss finden Sie daher eine detaillierte Analyse der 20 Online-Shops und Shopping-Portale zunächst aufgegliedert nach Häufigkeiten.

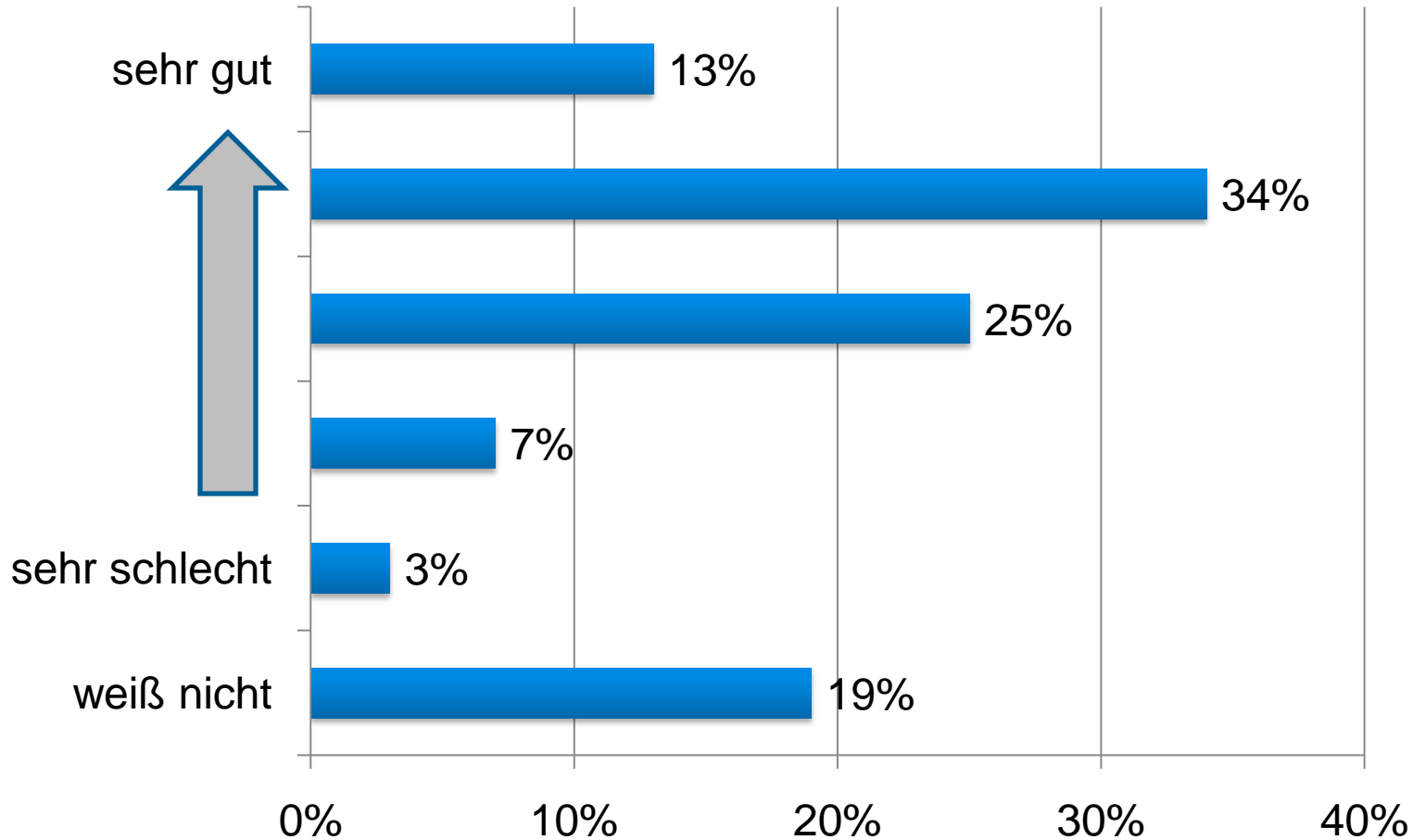
Im Anschluss erfolgt eine Detailanalyse nach soziodemografischen Merkmalen.



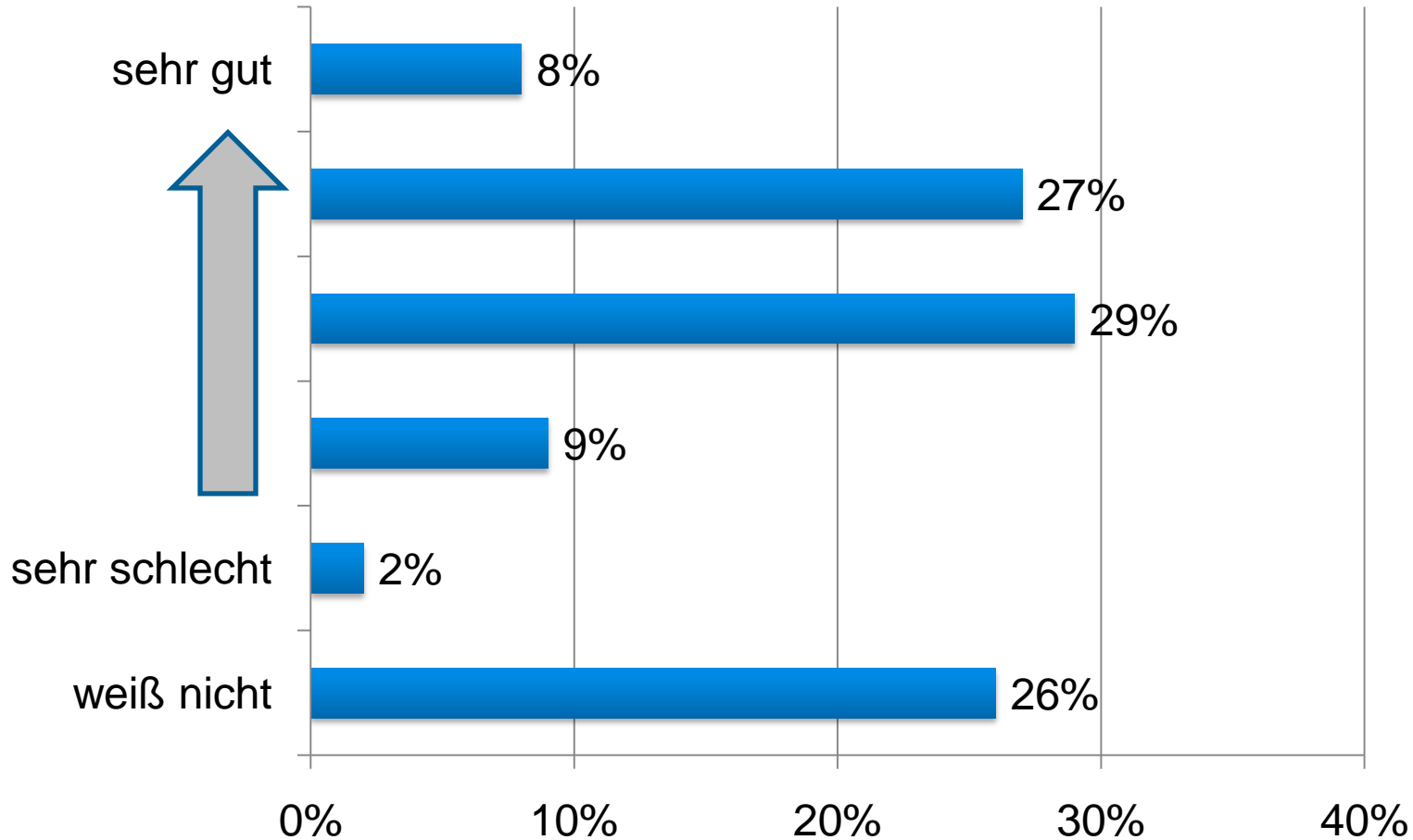
Basis: n = 1000



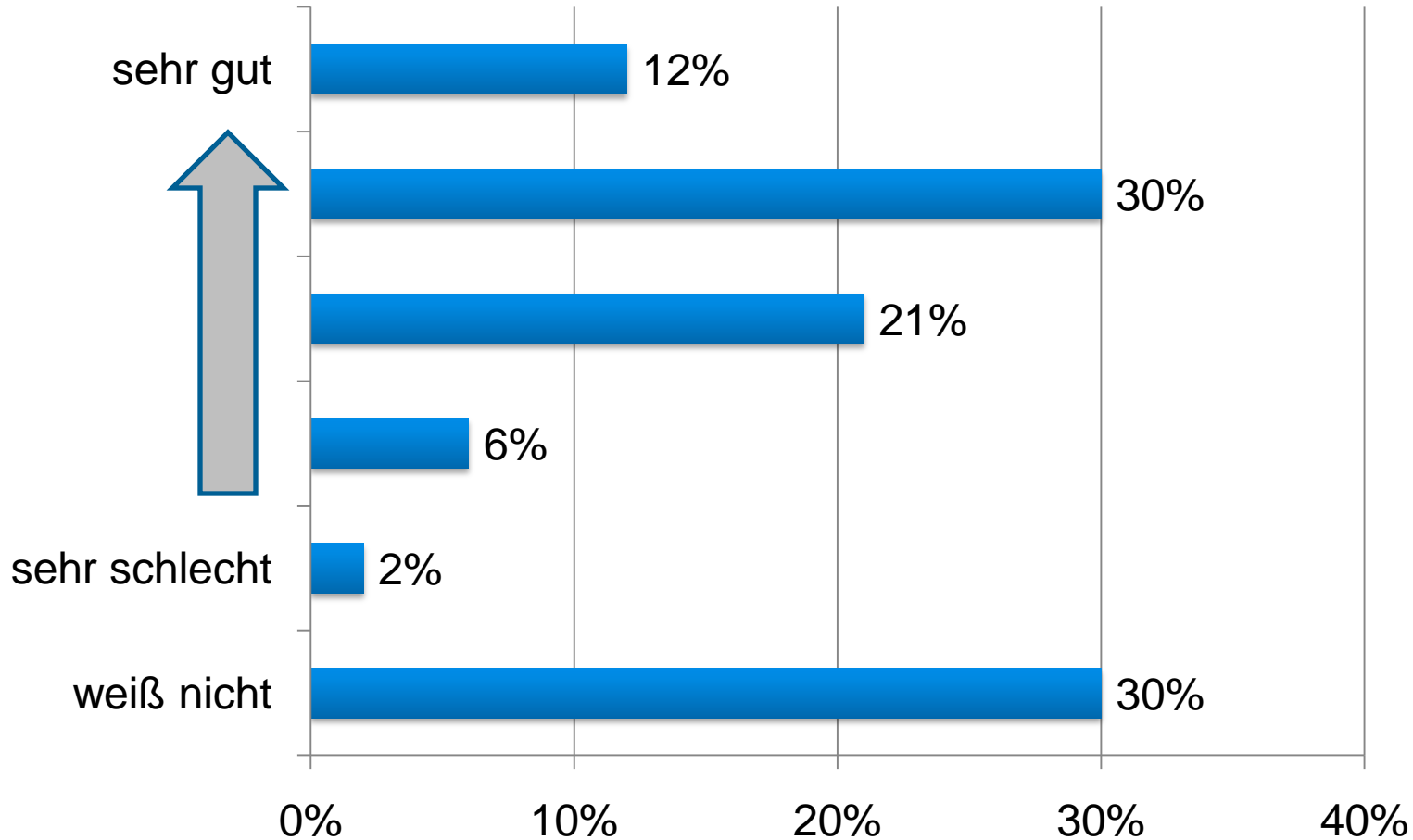
Basis: n = 1000



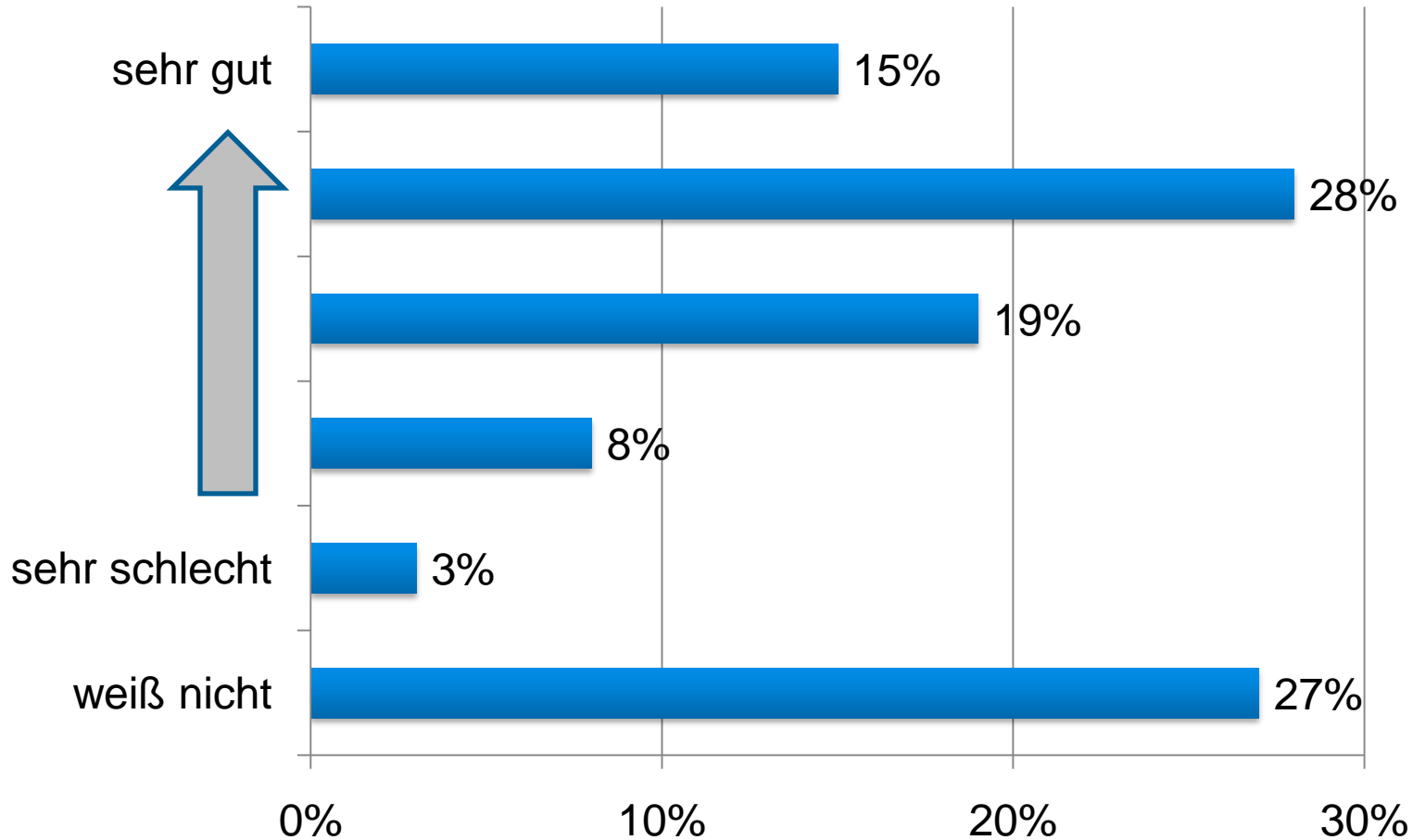
Basis: n = 1000



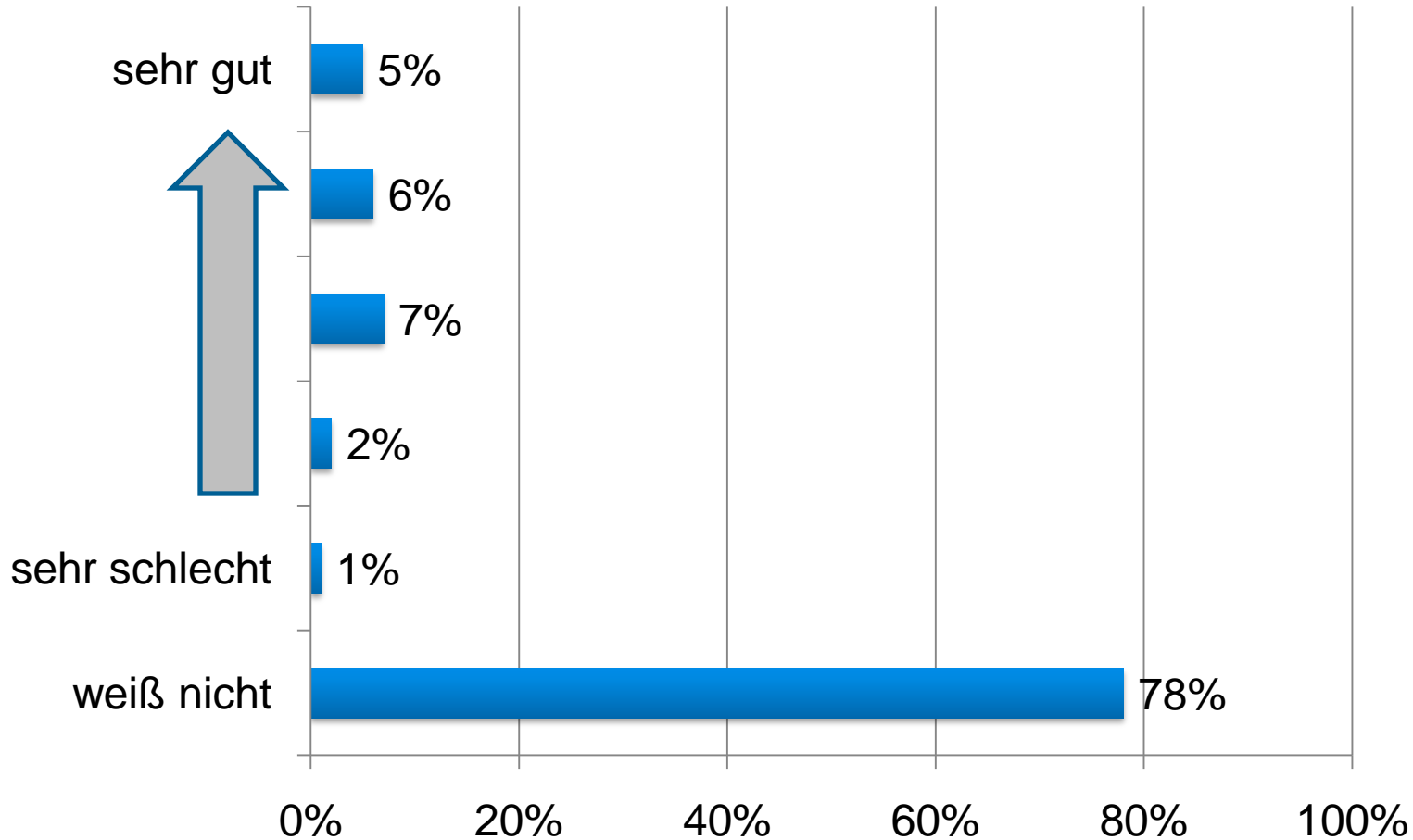
Basis: n = 1000



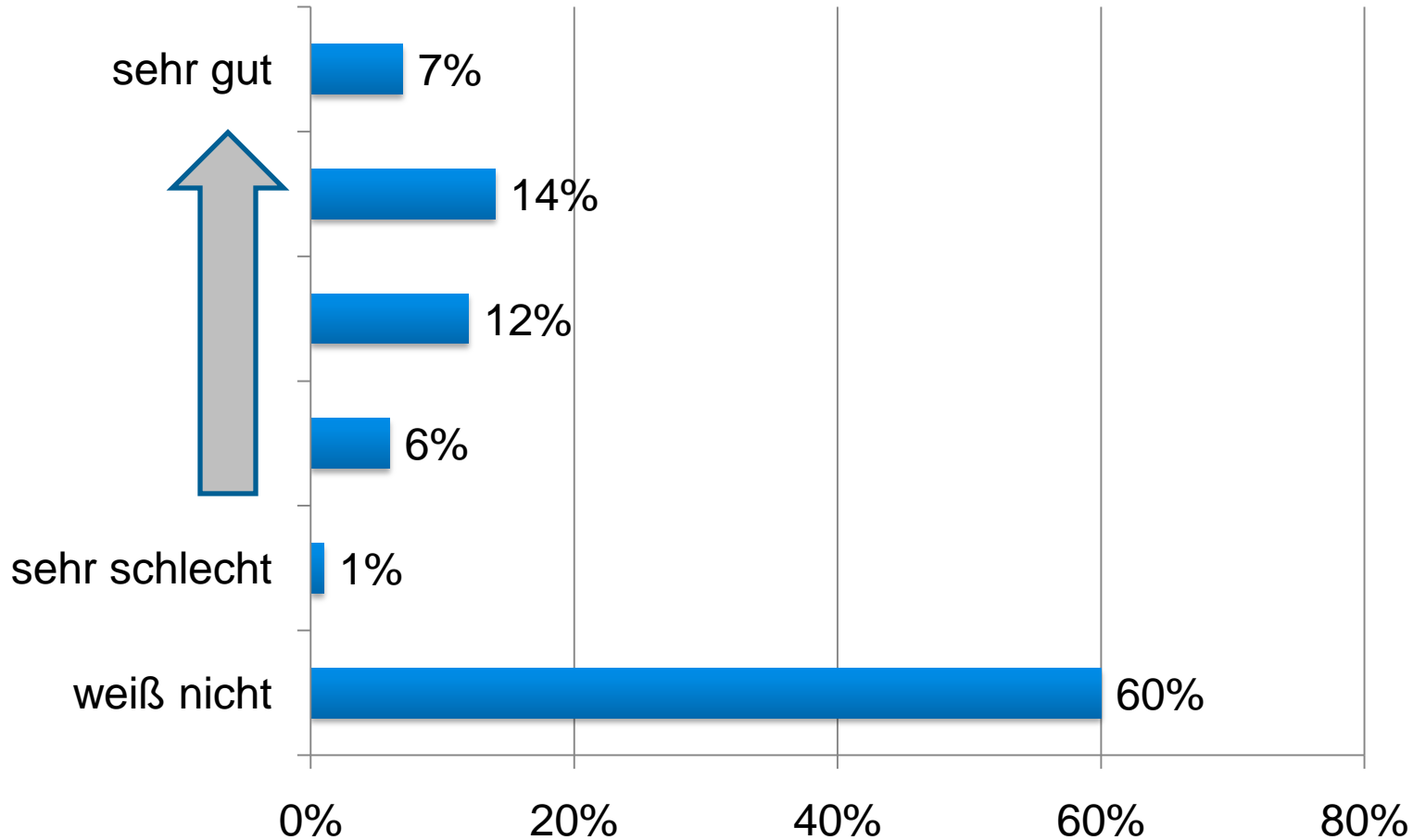
Basis: n = 1000



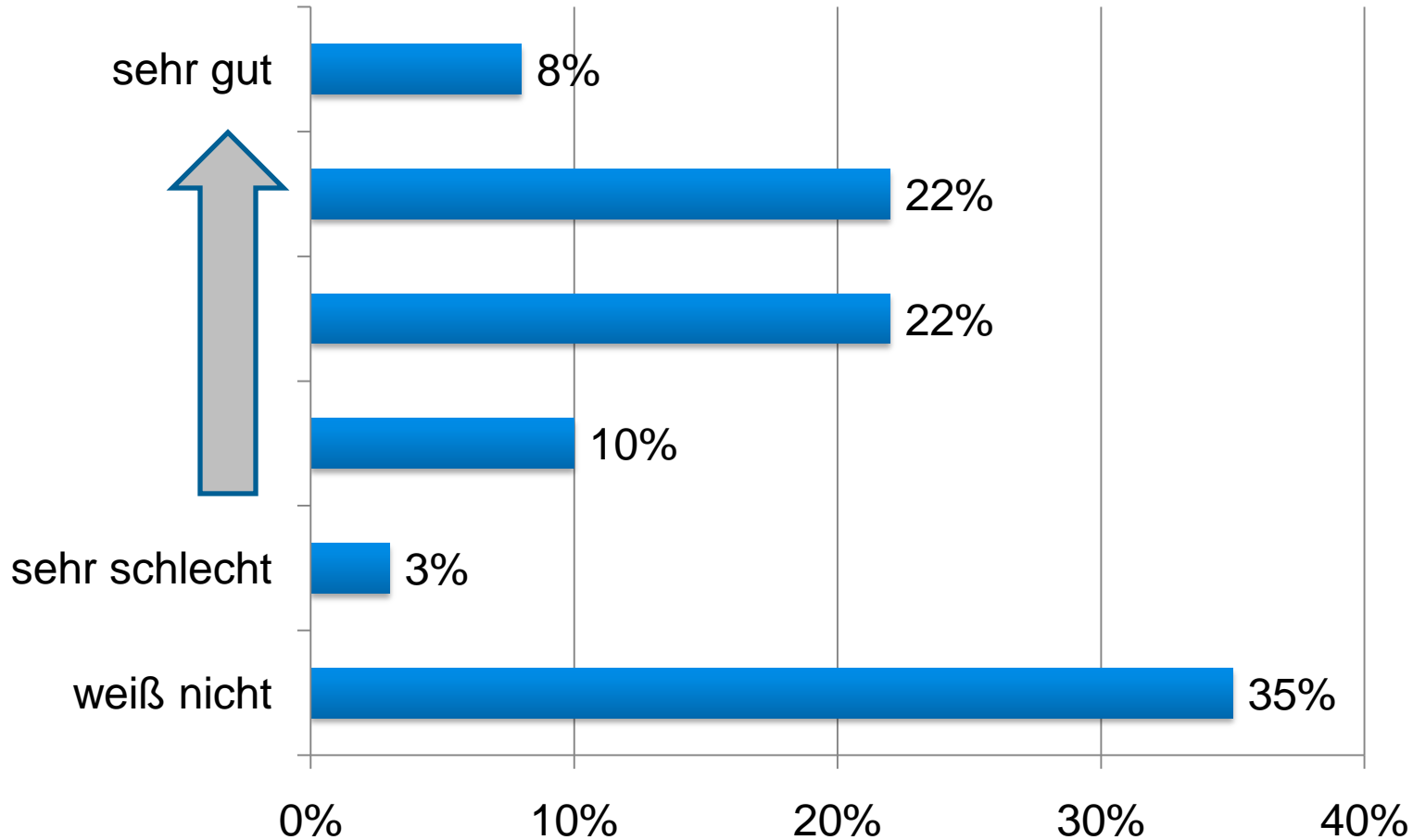
Basis: n = 1000



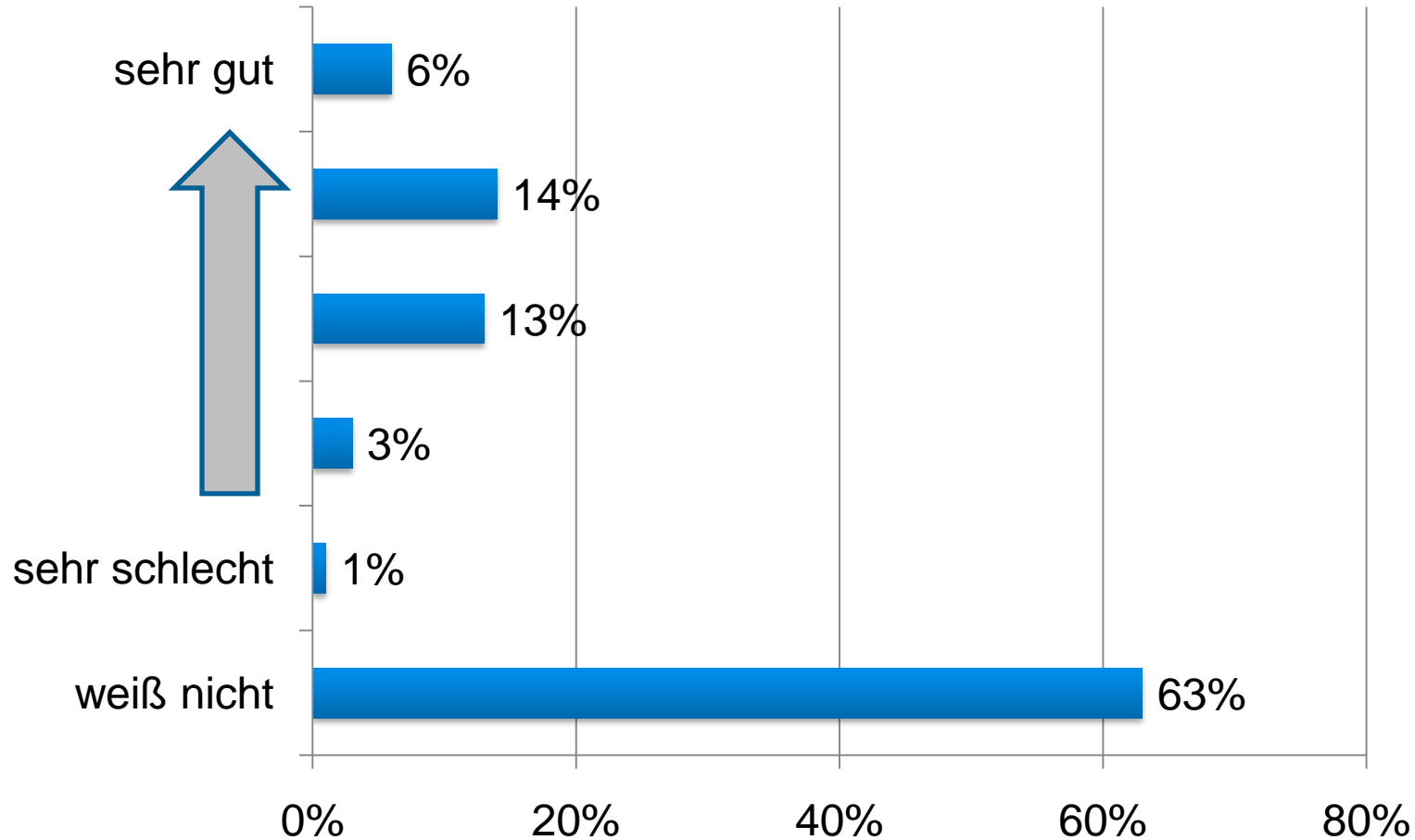
Basis: n = 1000



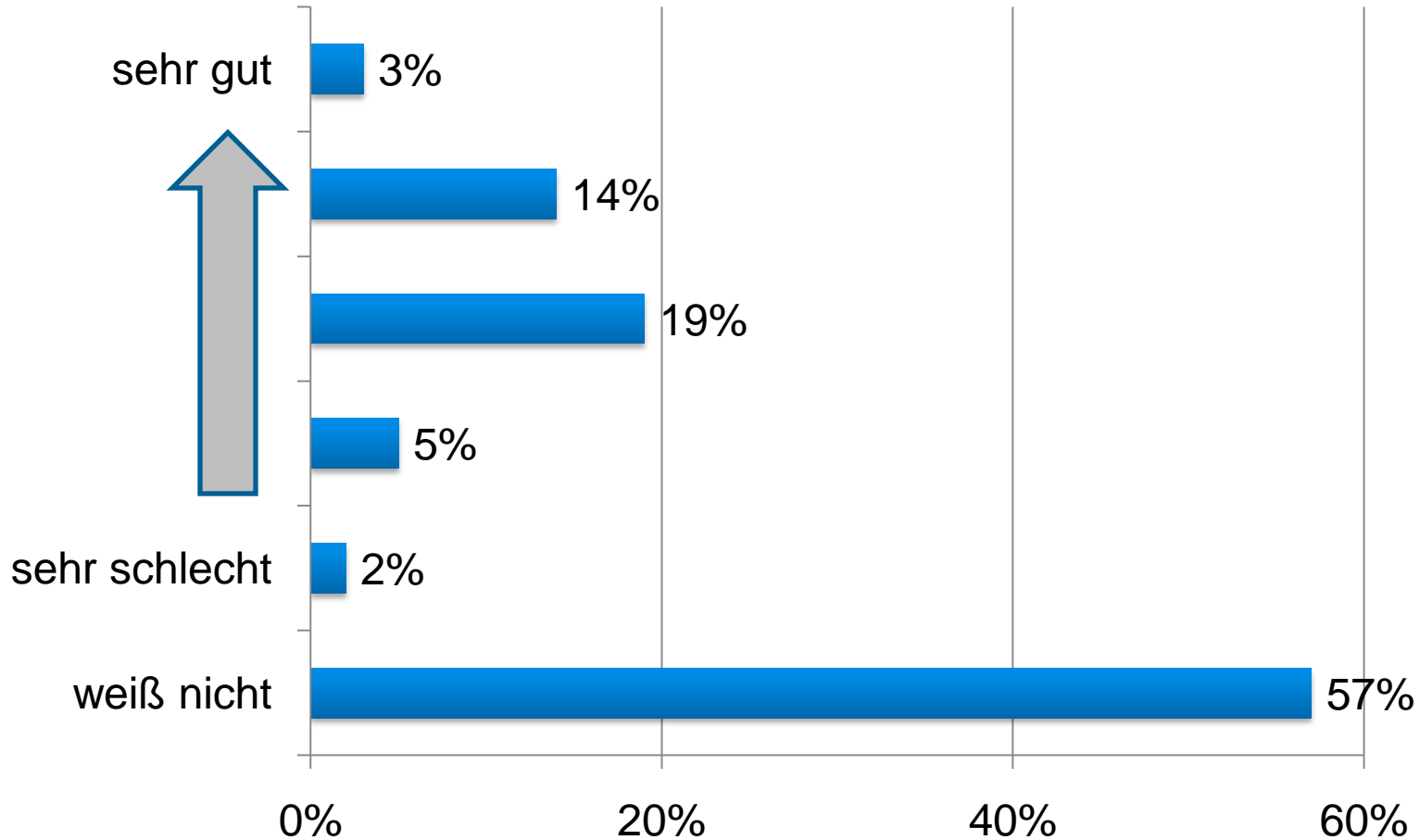
Basis: n = 1000



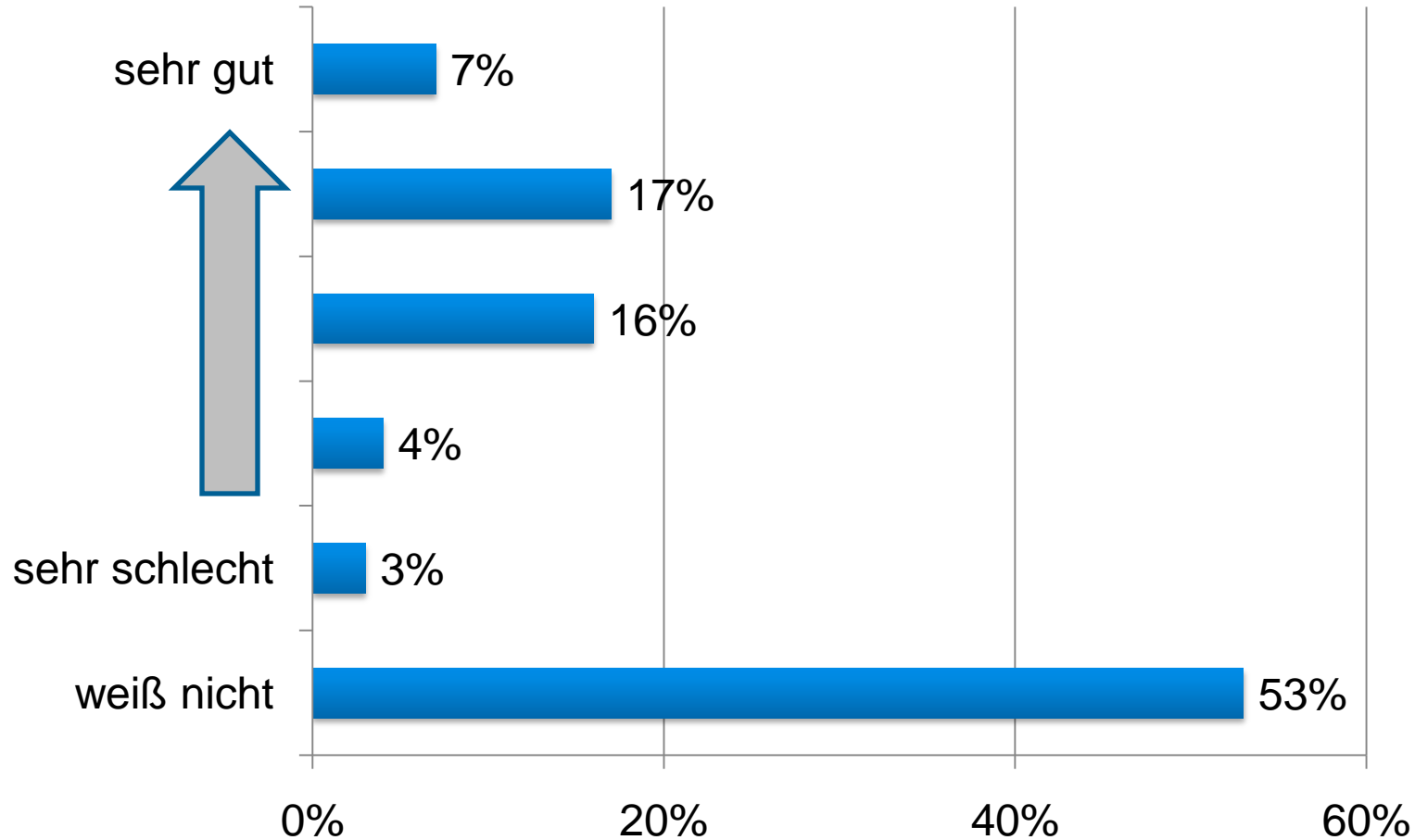
Basis: n = 1000



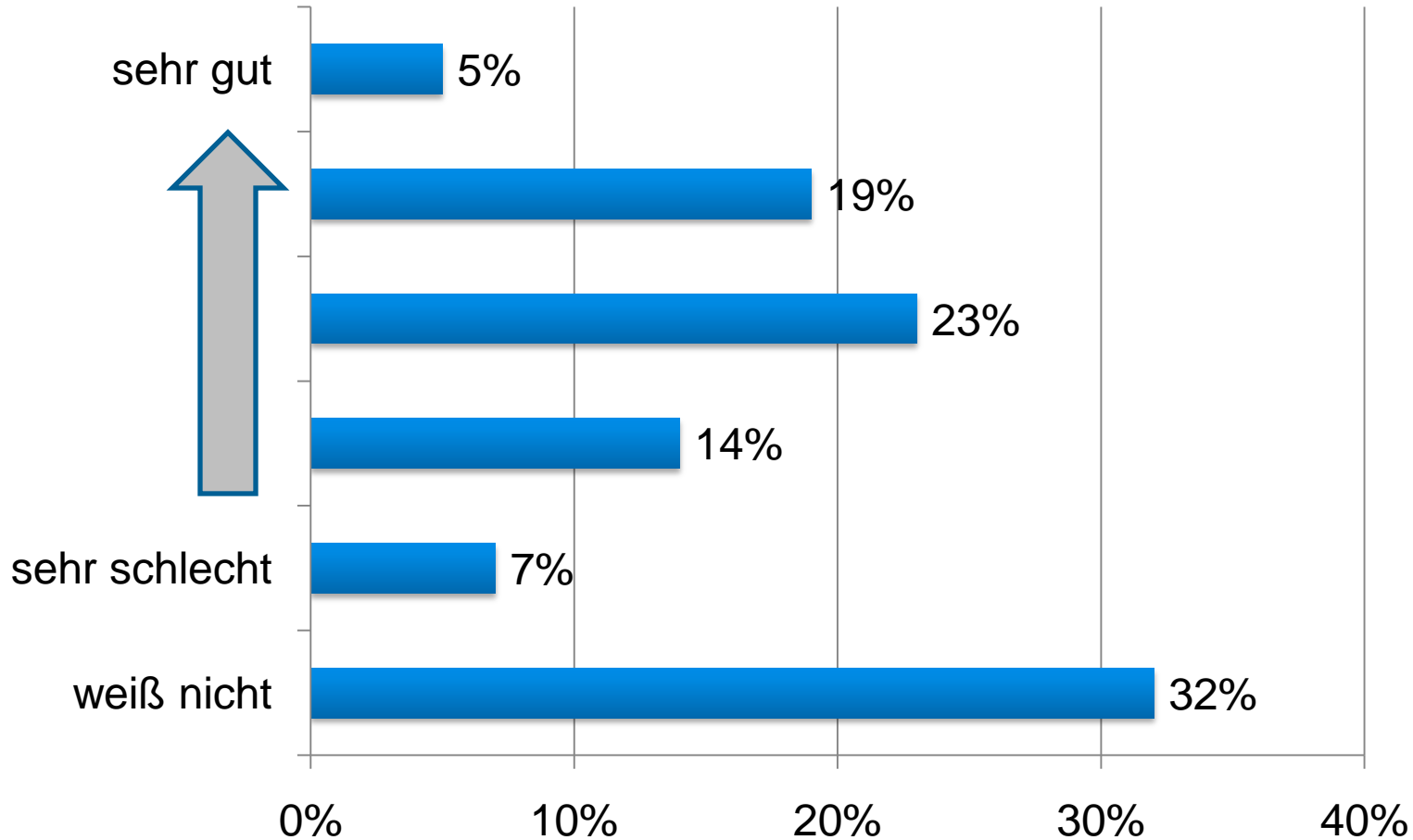
Basis: n = 1000



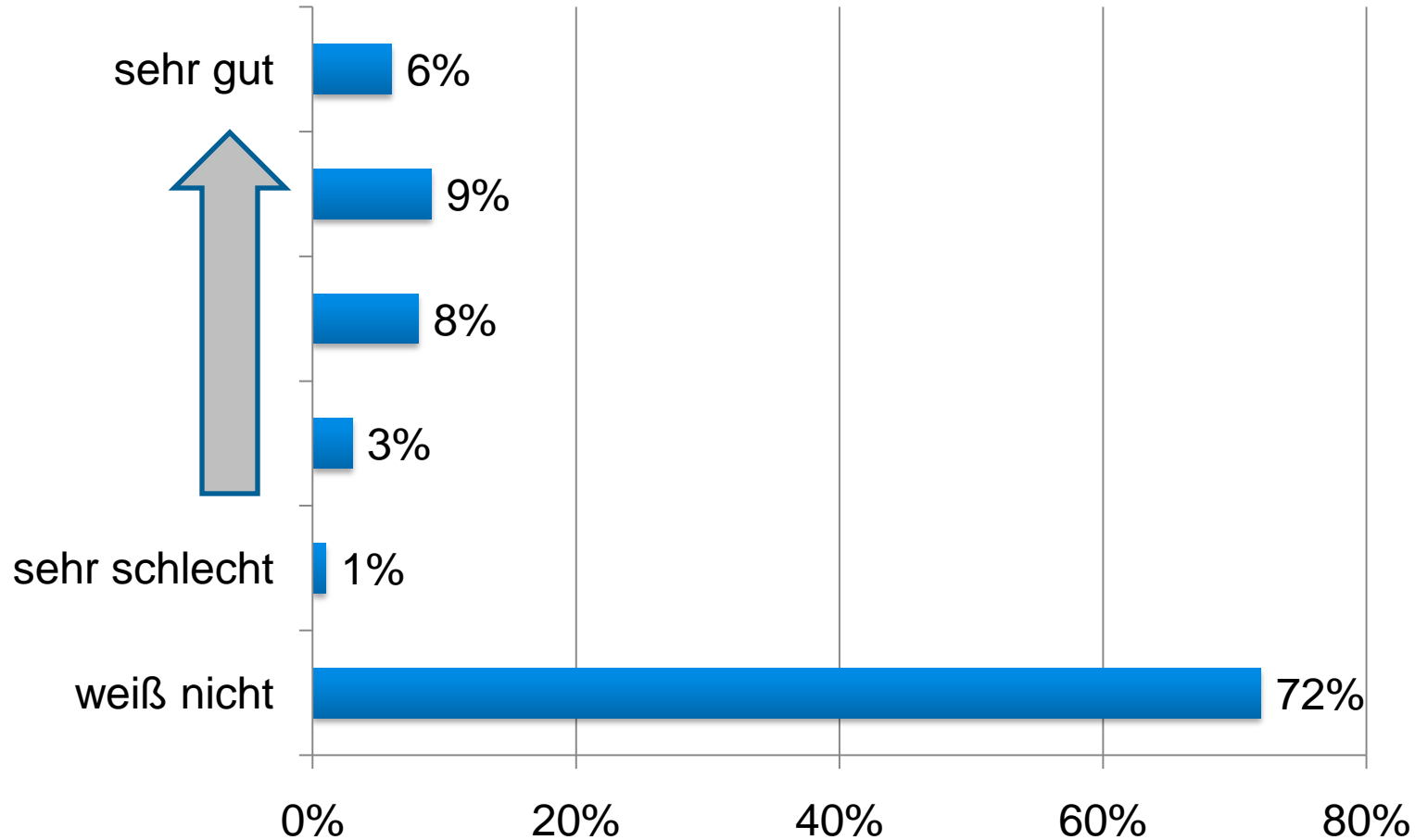
Basis: n = 1000



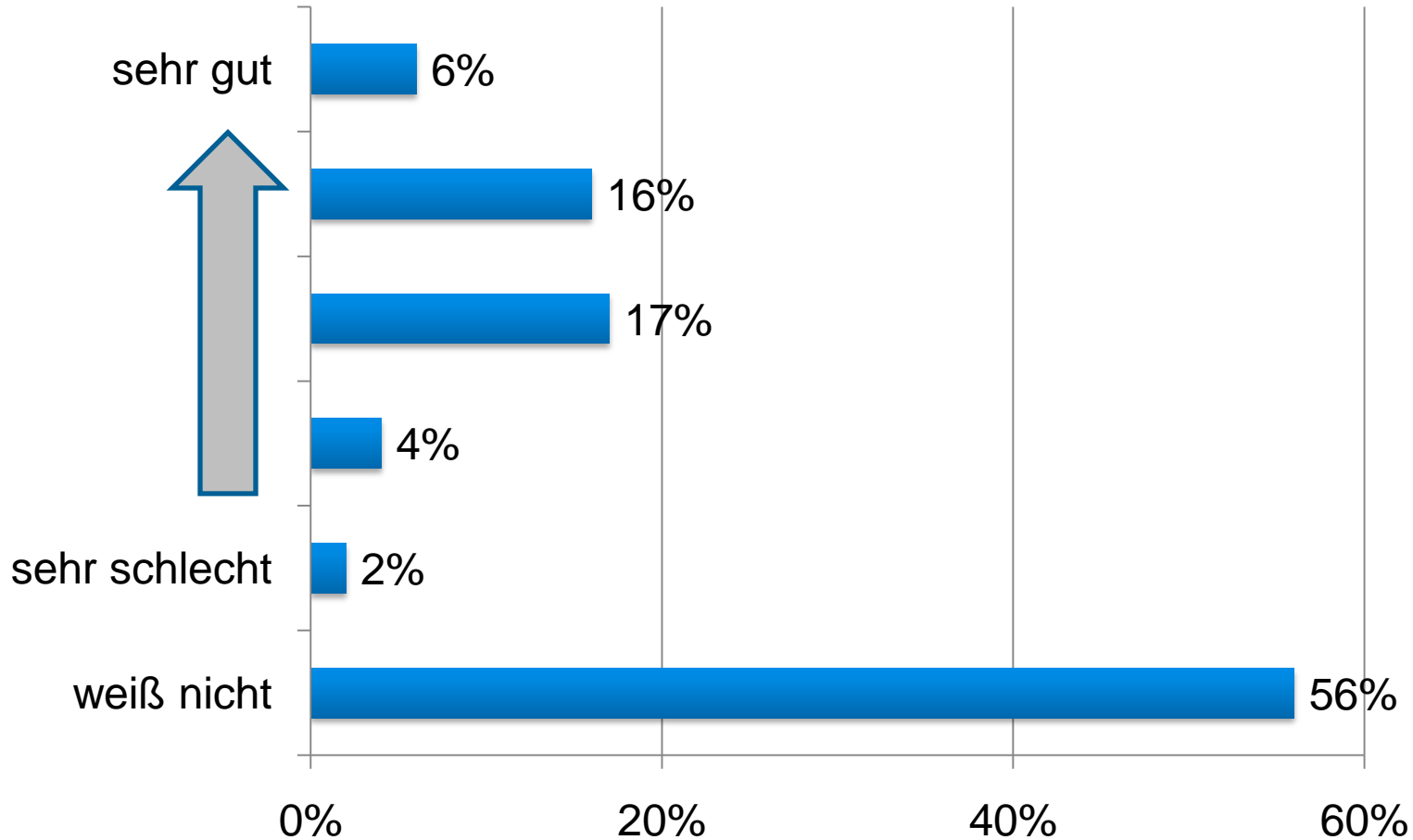
Basis: n = 1000



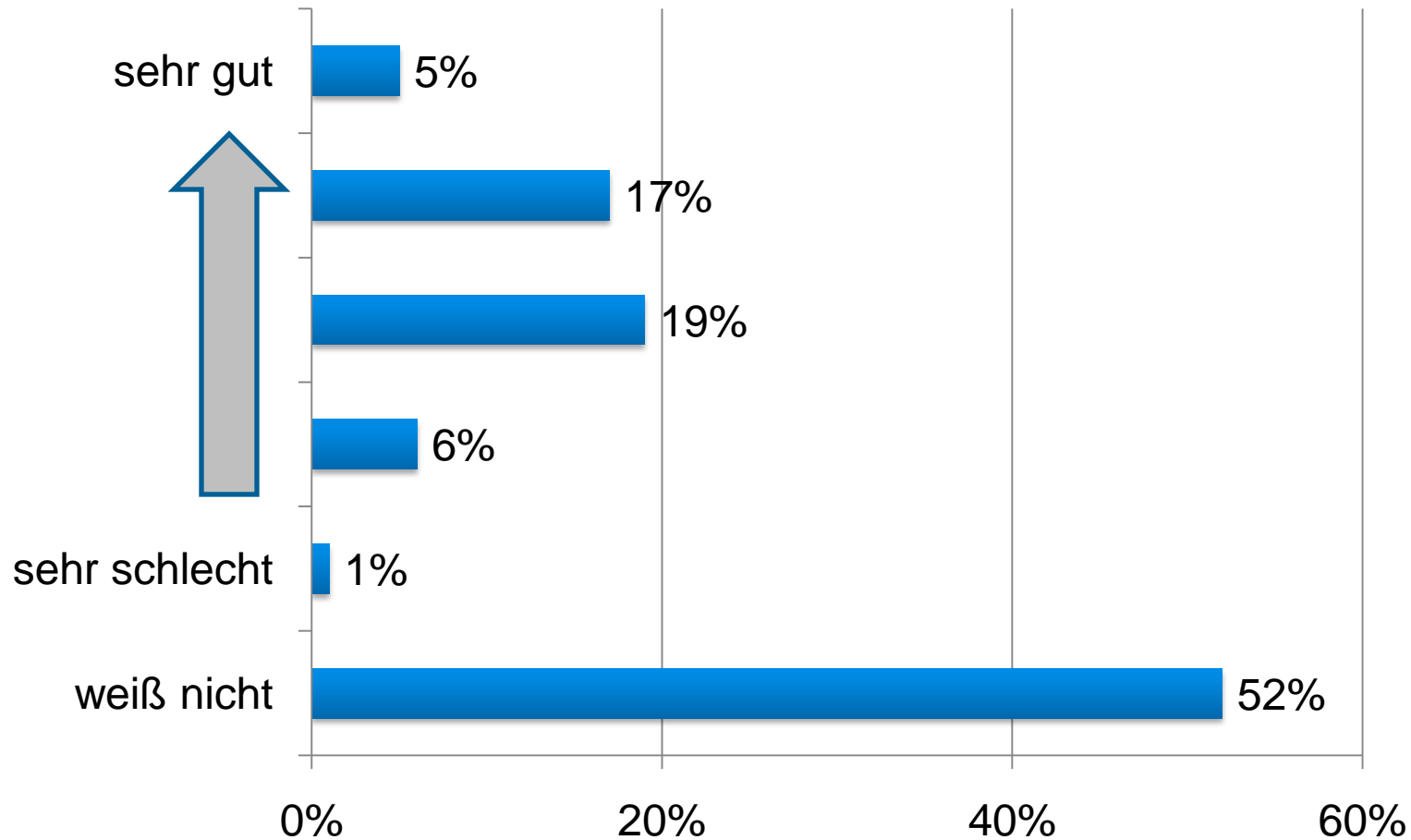
Basis: n = 1000



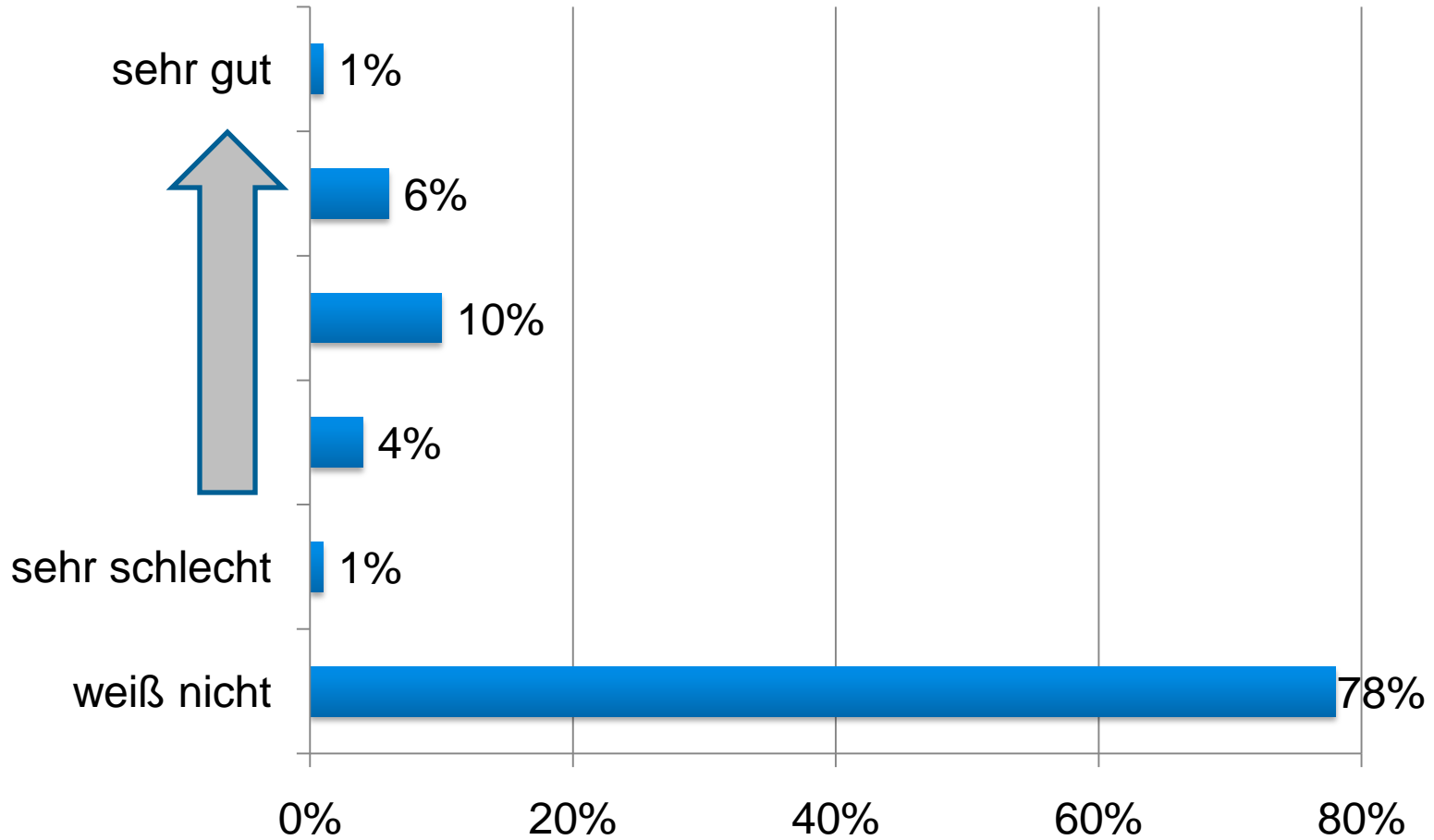
Basis: n = 1000



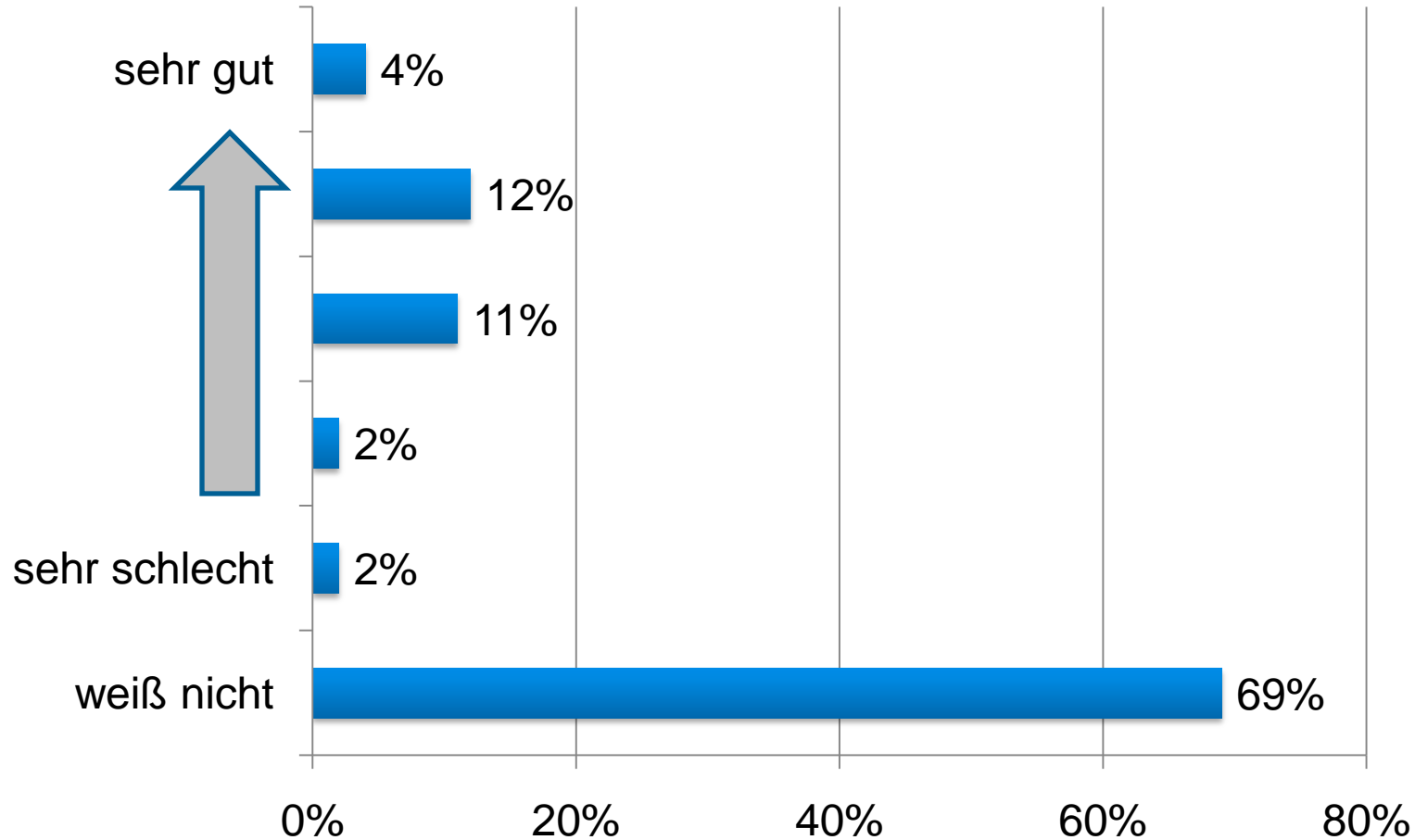
Basis: n = 1000



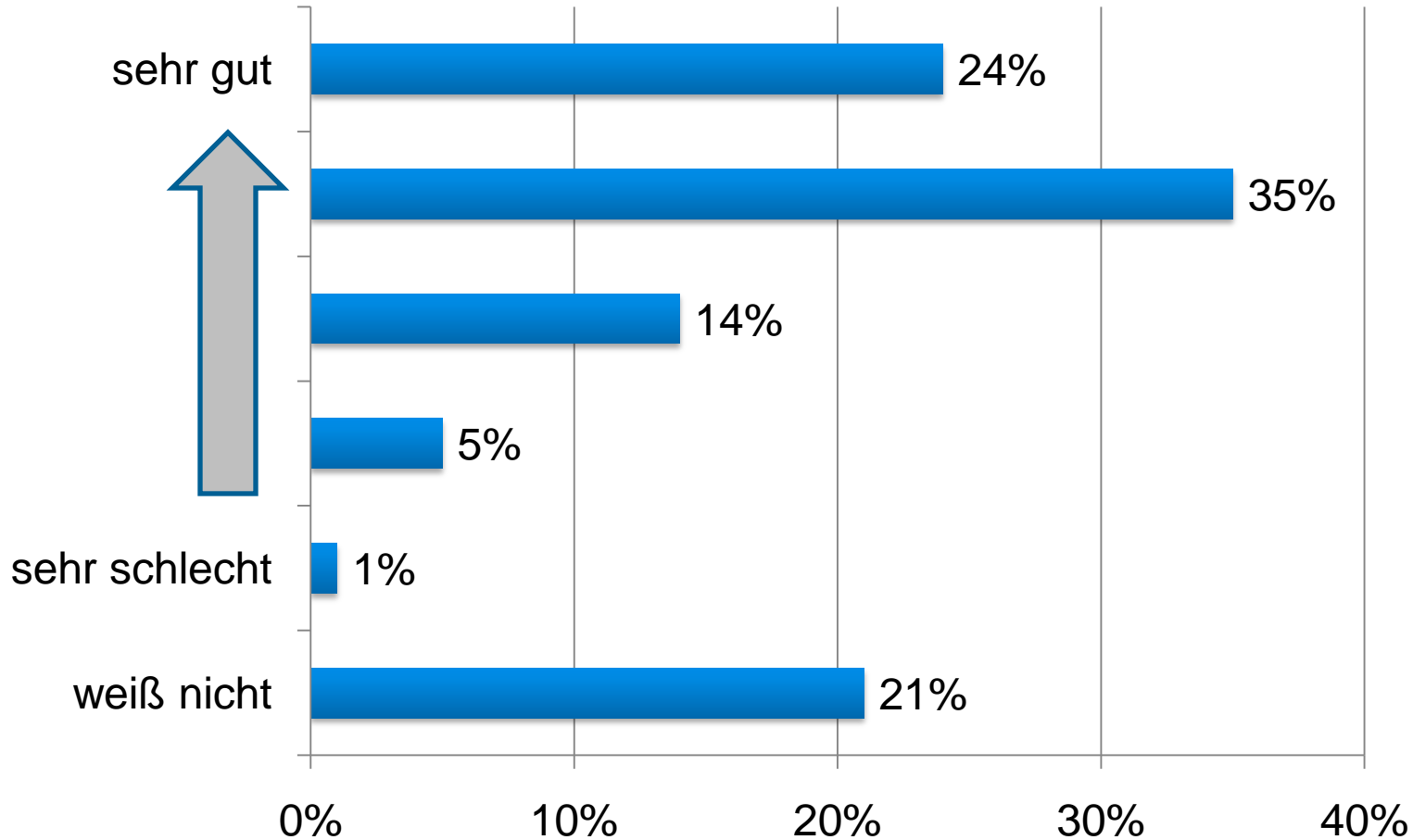
Basis: n = 1000



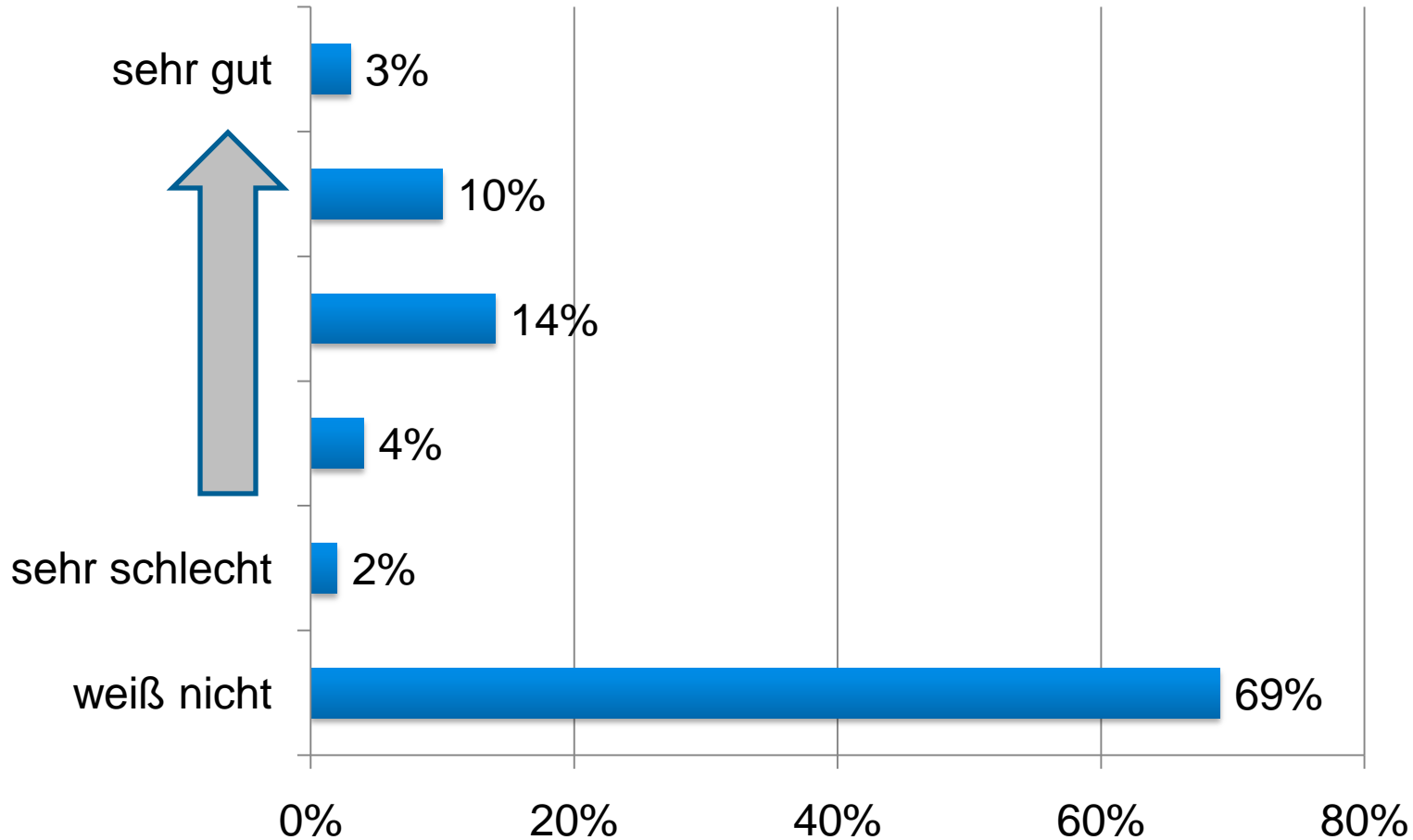
Basis: n = 1000



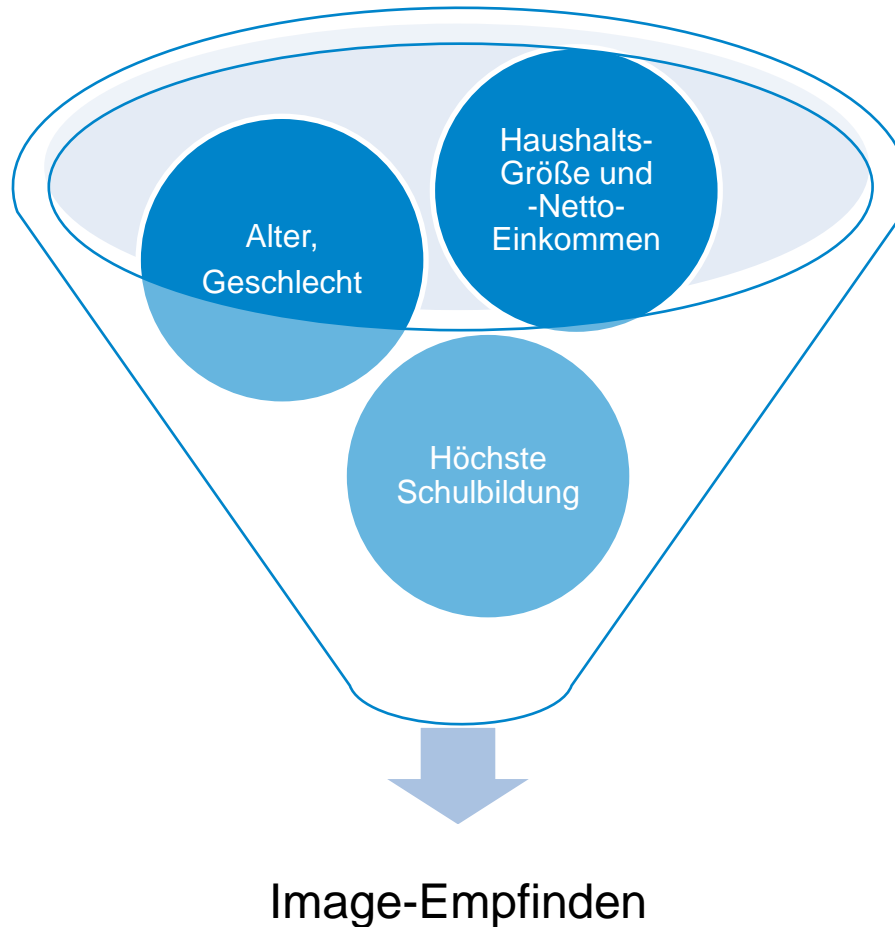
Basis: n = 1000



Basis: n = 1000



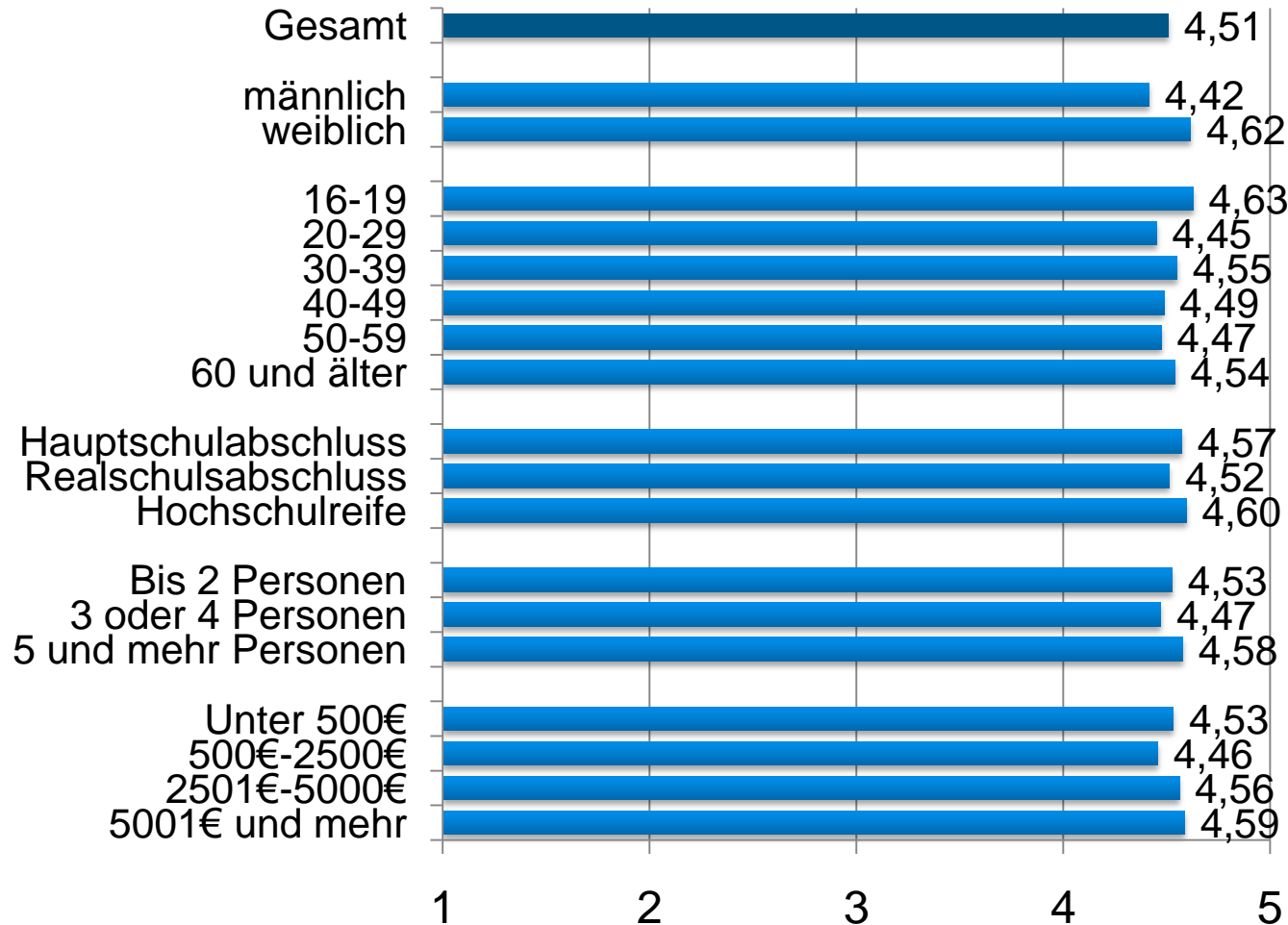
Basis: n = 1000



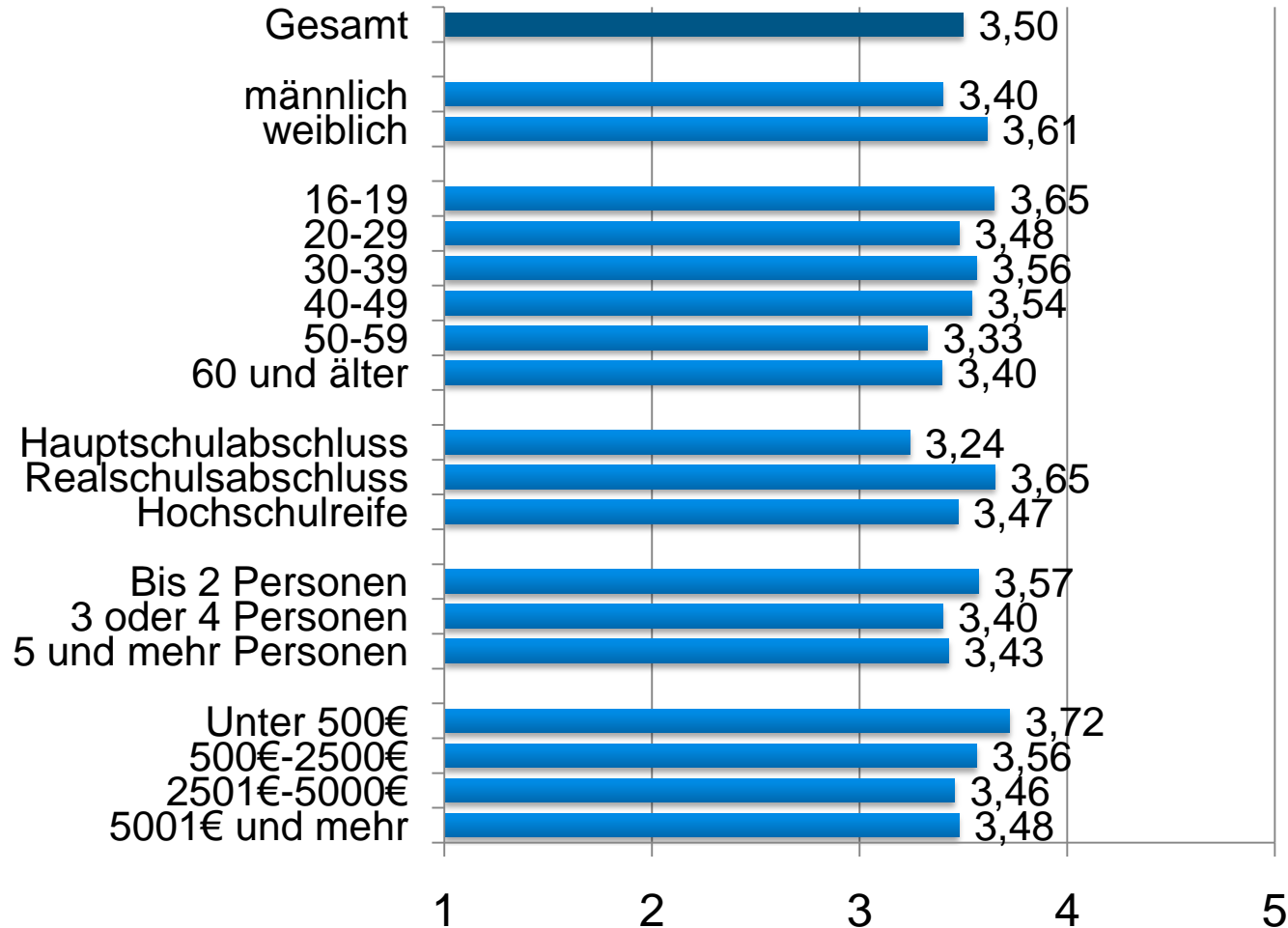


- ▶ Unterscheidung nach
 - ▶ Geschlecht
 - ▶ Alter
 - ▶ Höchster Schulabschluss
 - ▶ Haushaltsgröße
 - ▶ Monatlichen Haushalts-Nettoeinkommen

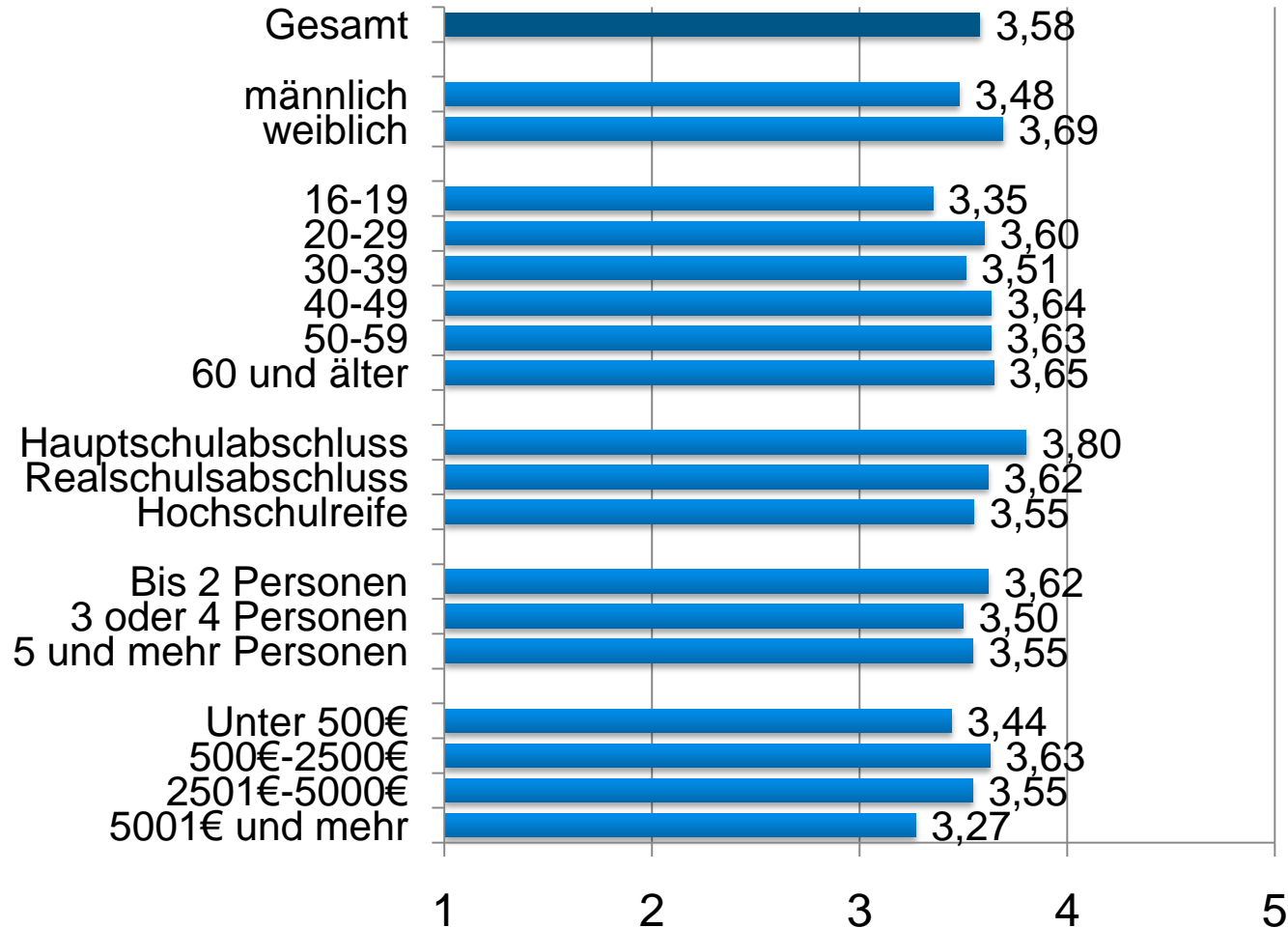
- ▶ Personen, die zu Einkommen, Haushaltsgröße oder Schulabschluss keine Angaben getätigt haben, werden in den folgenden Darstellungen nicht ausgewiesen.



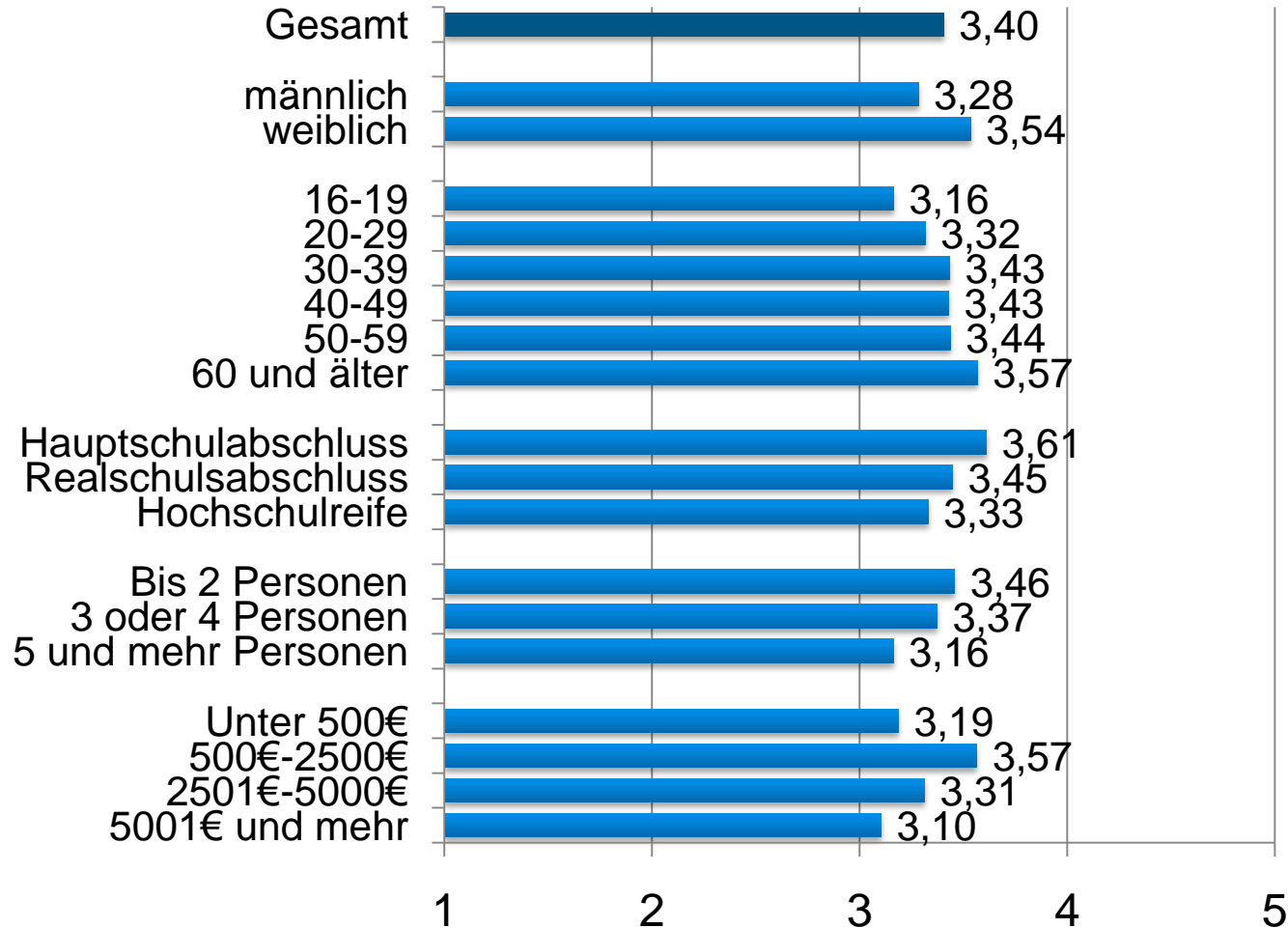
Basis: n = 1000 | Skalierung: 1 = sehr schlecht; 5 = sehr gut



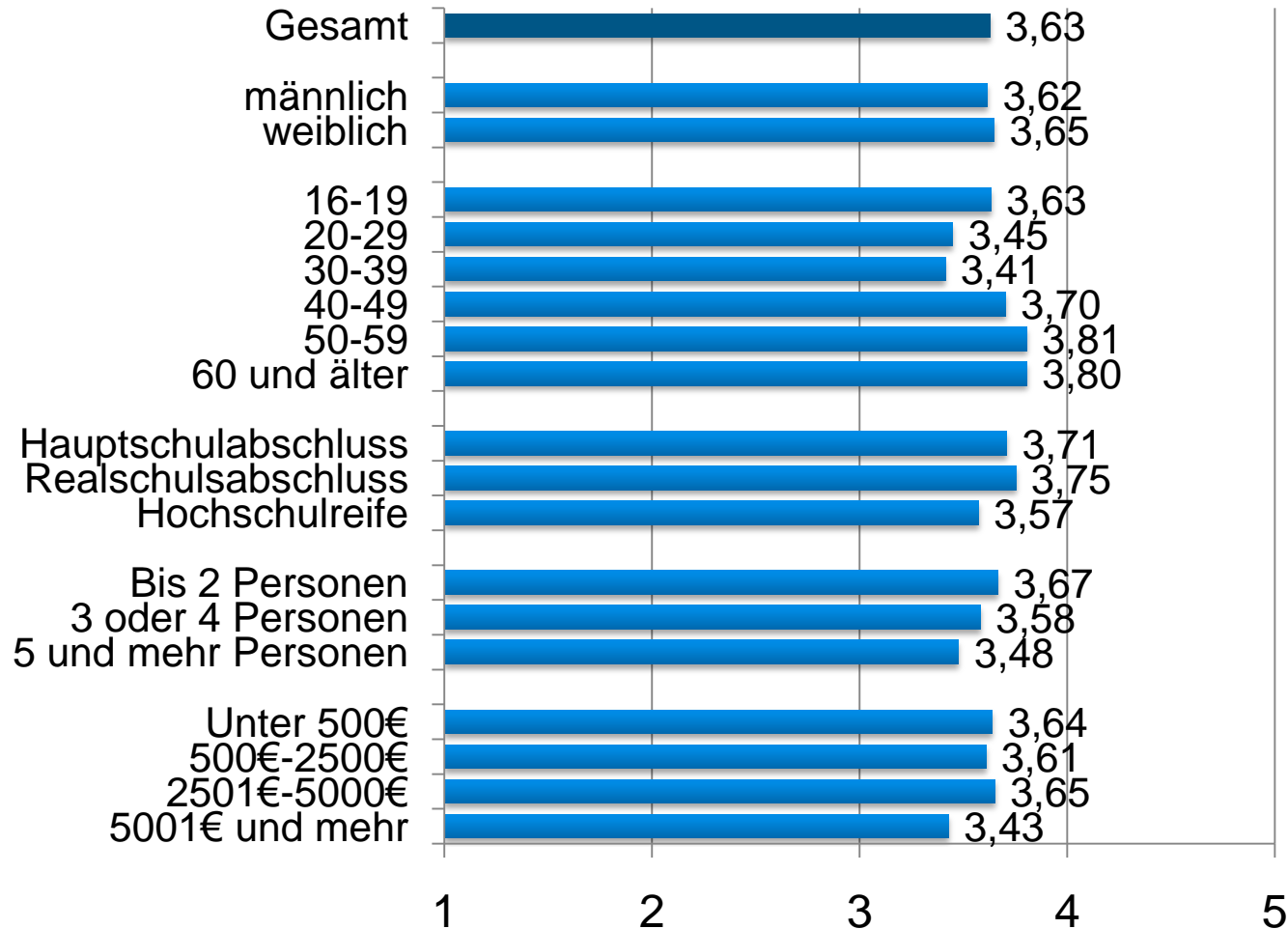
Basis: n = 1000 | Skalierung: 1 = sehr schlecht; 5 = sehr gut



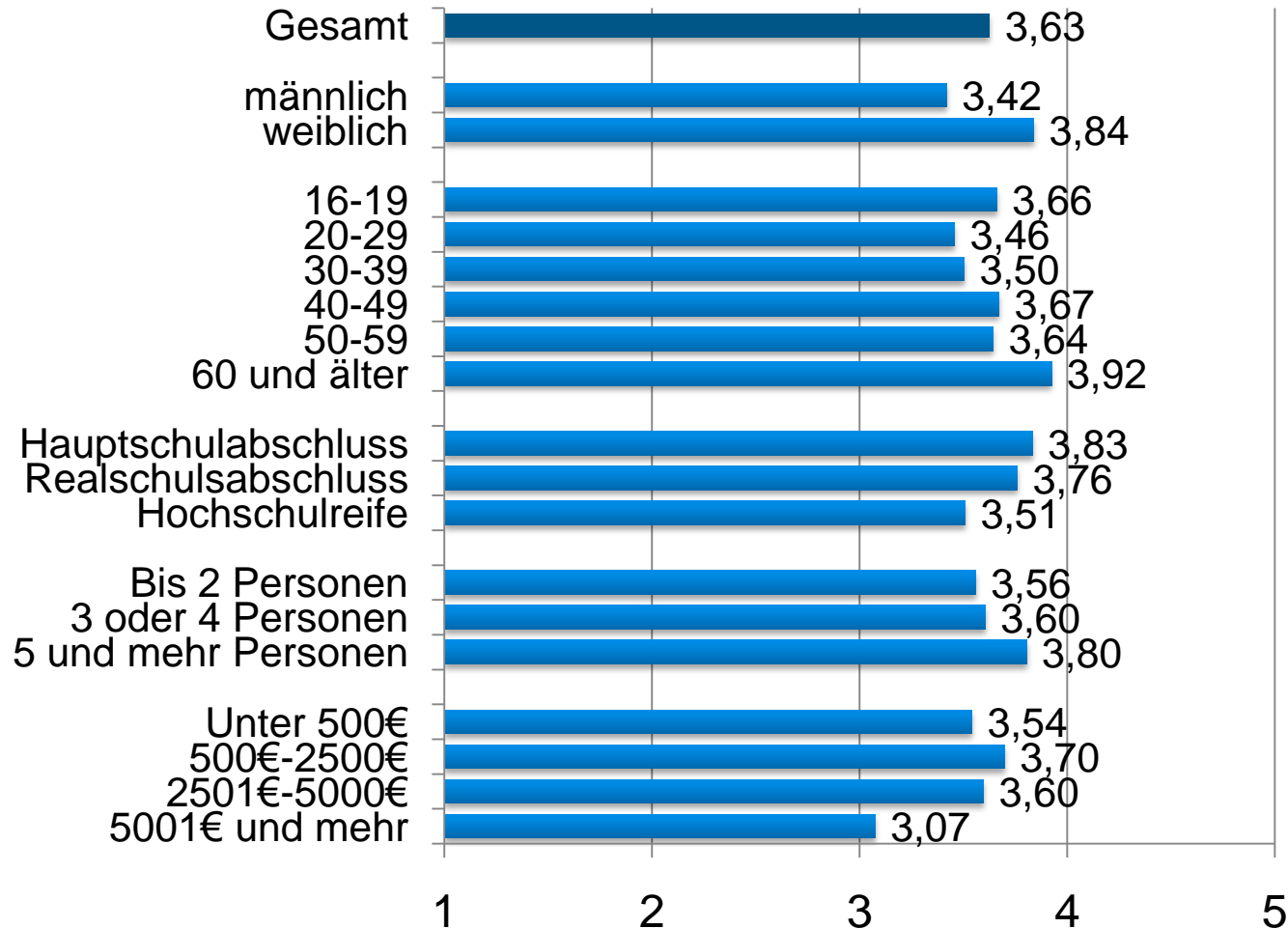
Basis: n = 1000 | Skalierung: 1 = sehr schlecht; 5 = sehr gut



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

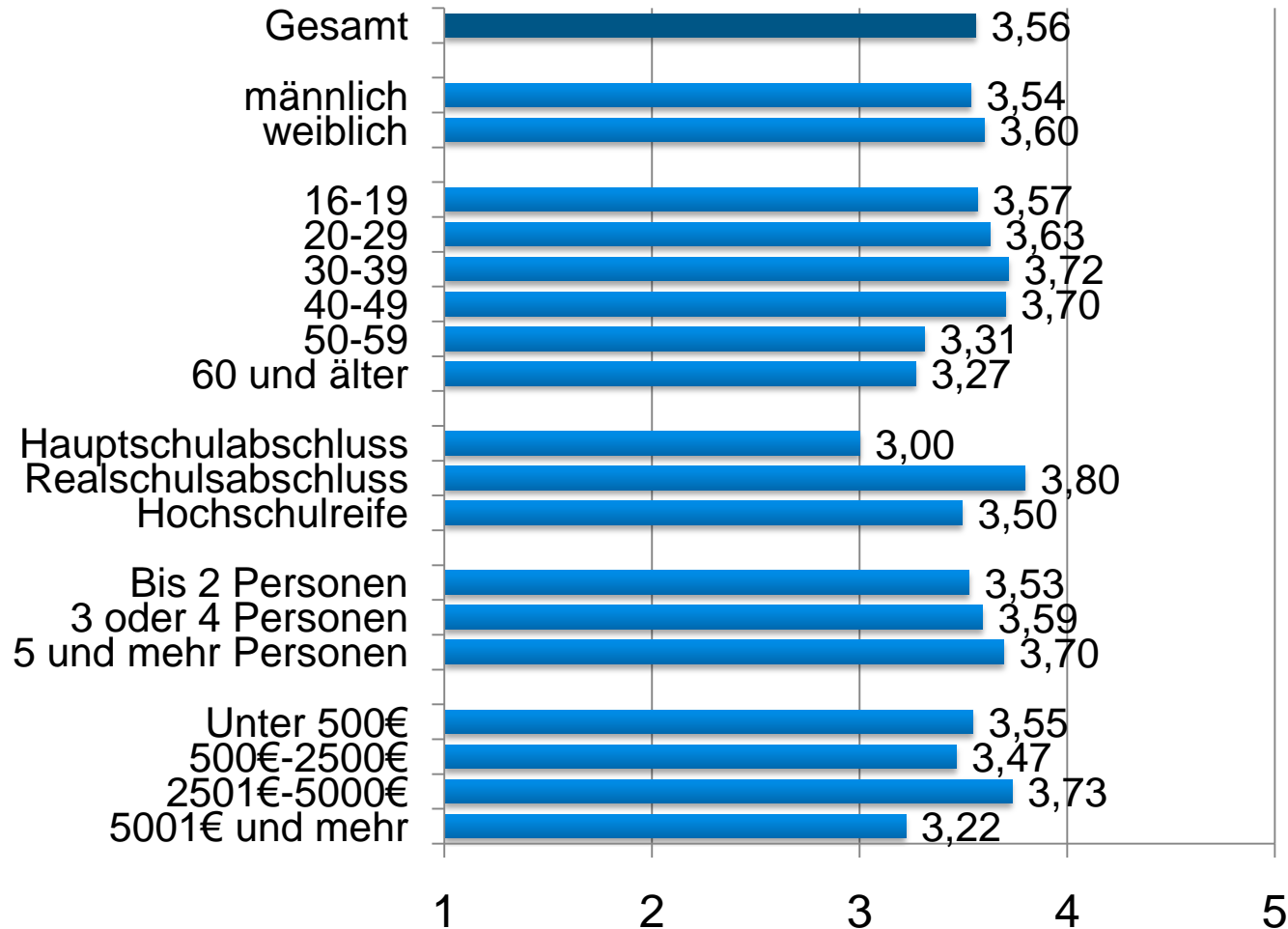


Basis: n = 1000 | Skalierung: 1 = sehr schlecht; 5 = sehr gut

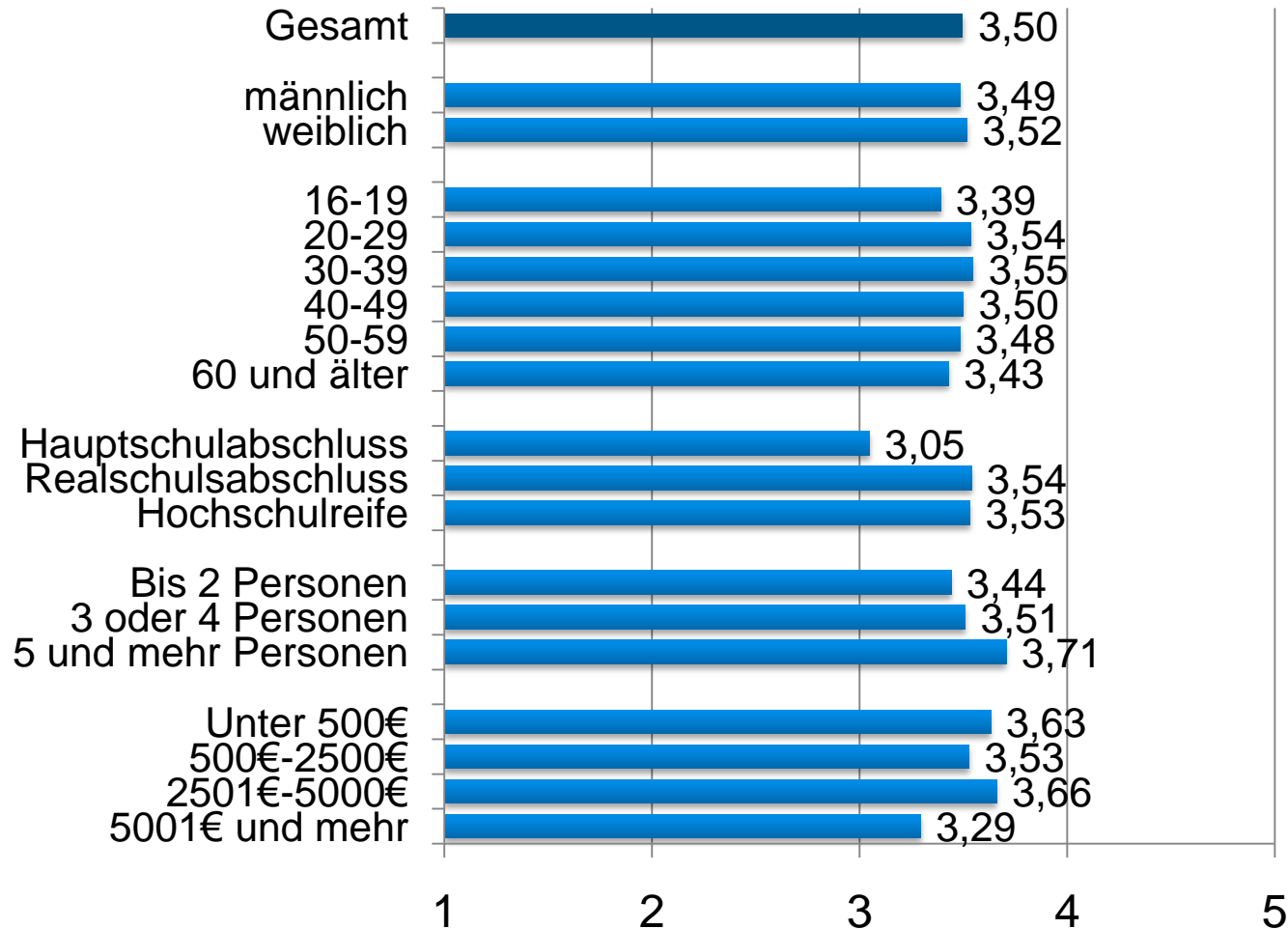


Basis: n = 1000 | Skalierung: 1 = sehr schlecht; 5 = sehr gut

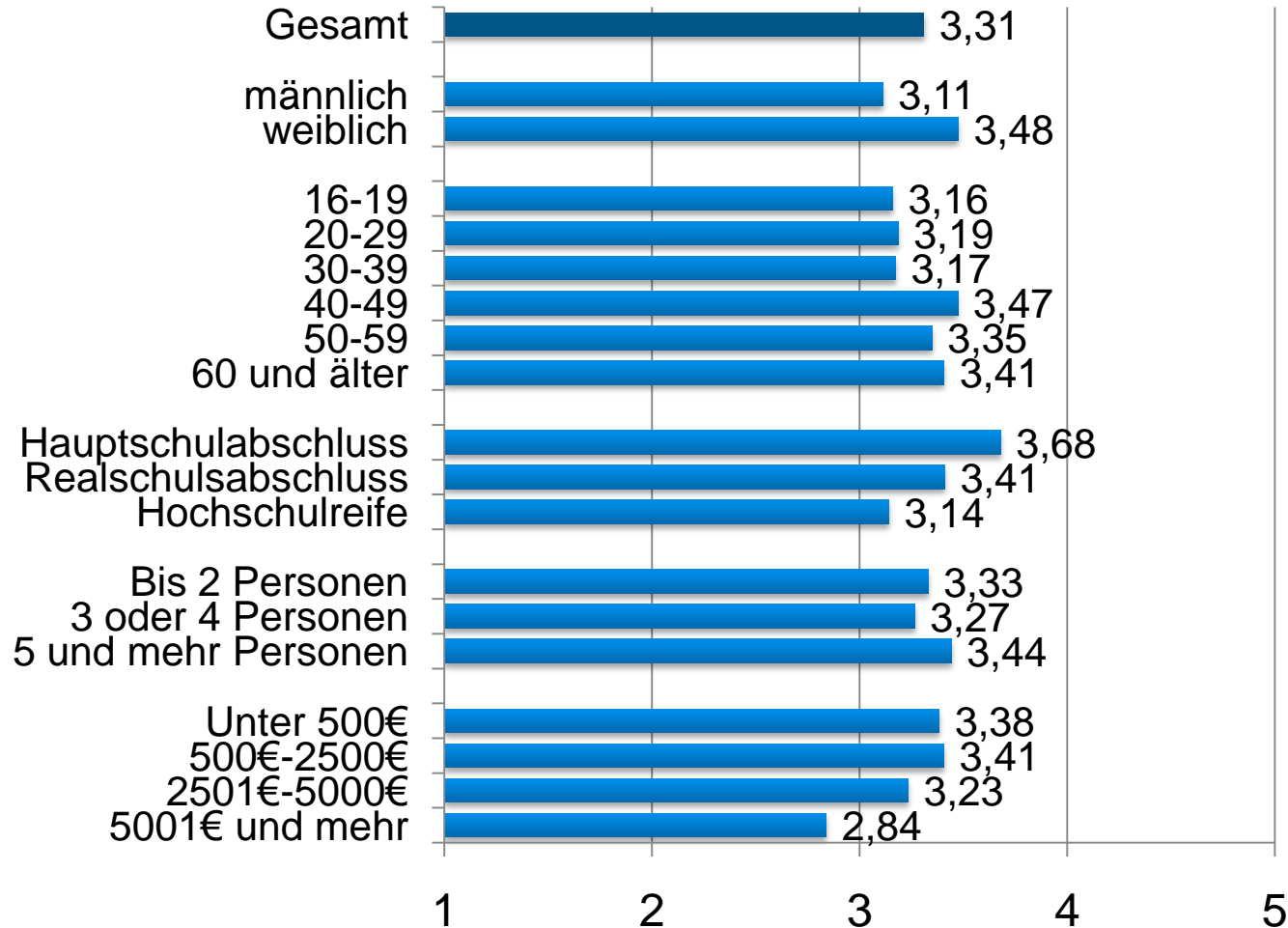
Detailanalyse: Image von *Musikhaus Thomann*



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

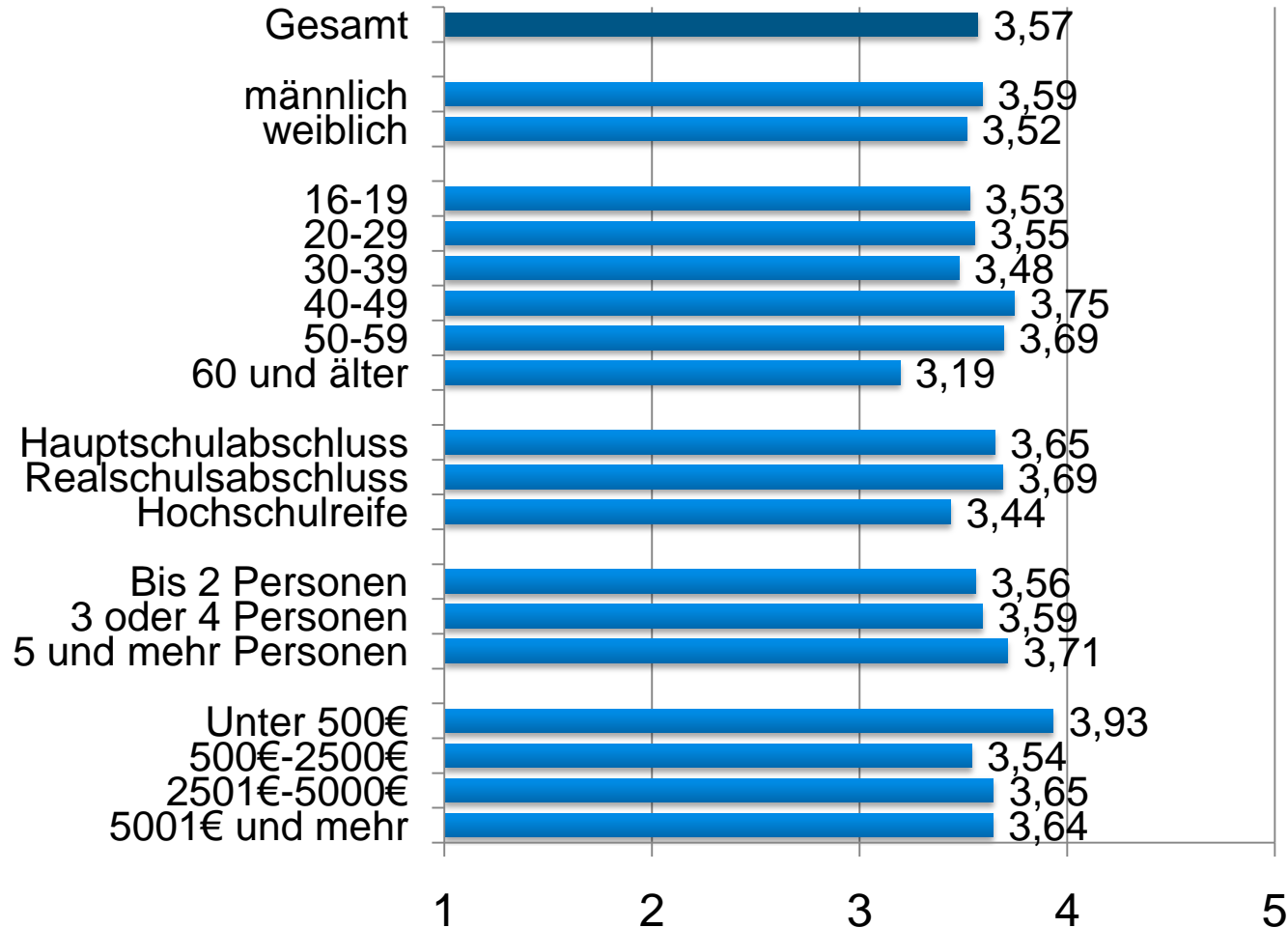


Basis: n = 1000 | Skalierung: 1 = sehr schlecht; 5 = sehr gut

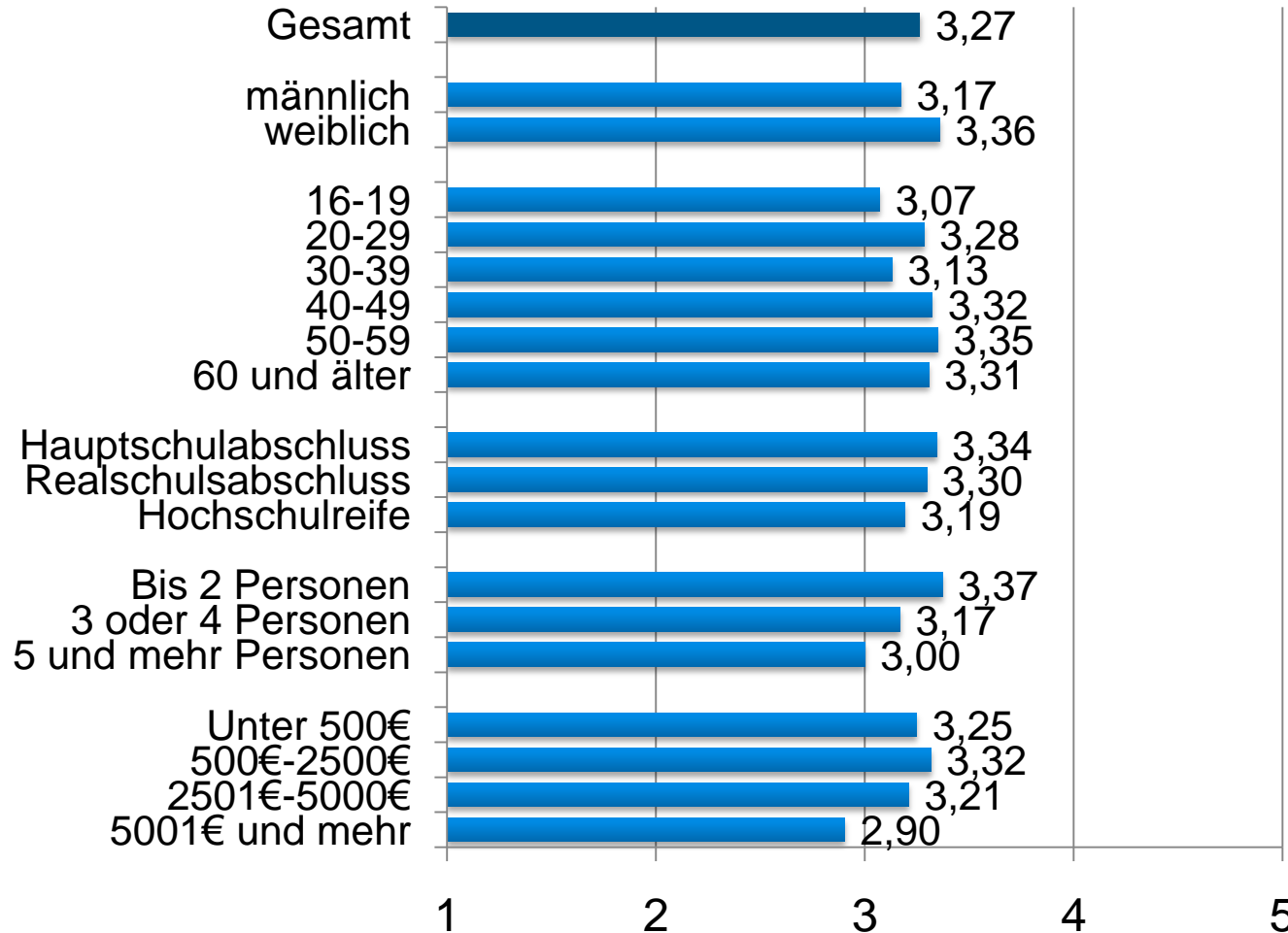


Basis: n = 1000 | Skalierung: 1 = sehr schlecht; 5 = sehr gut

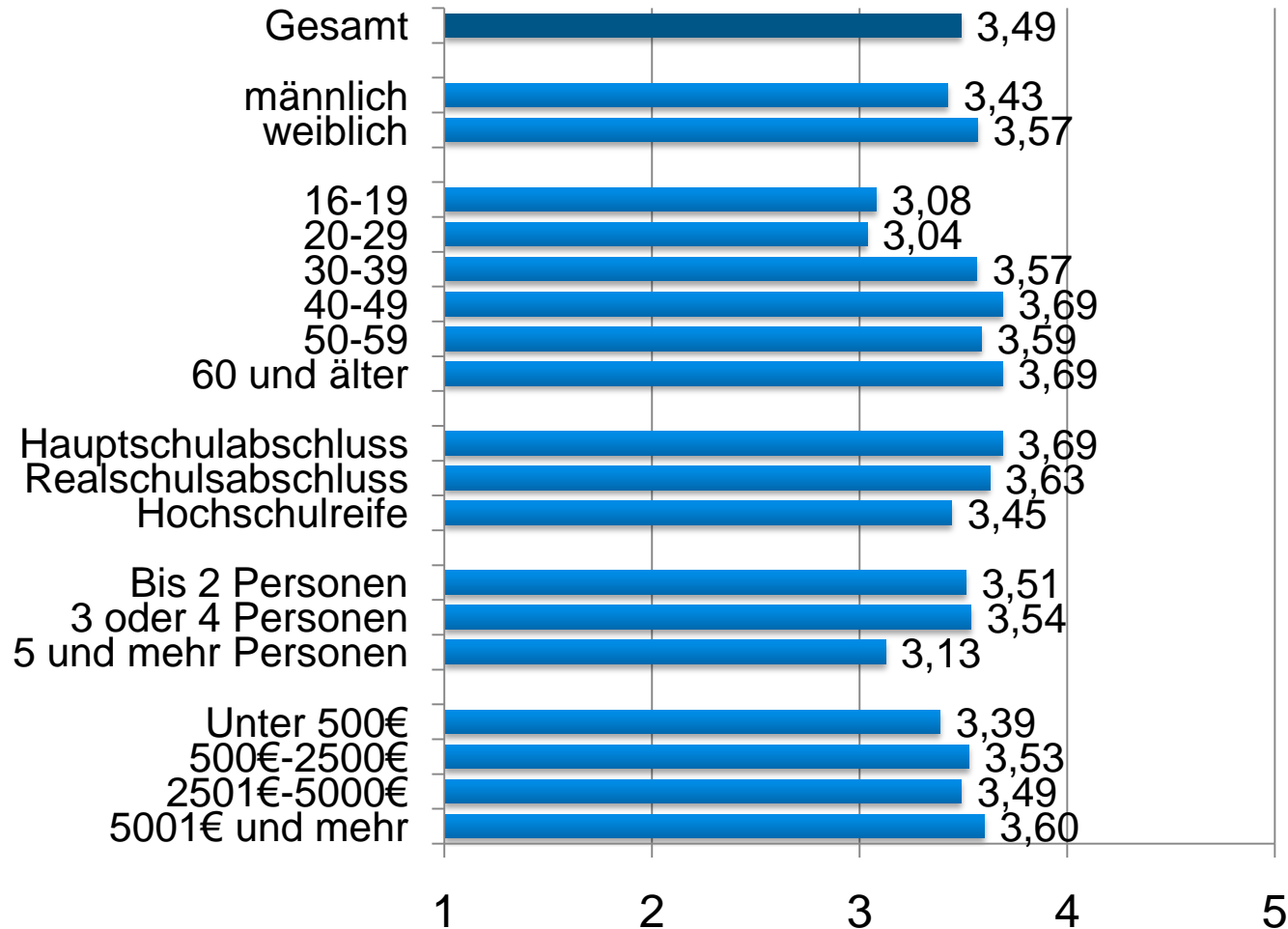
Detailanalyse: Image von *Alternate Computerversand*



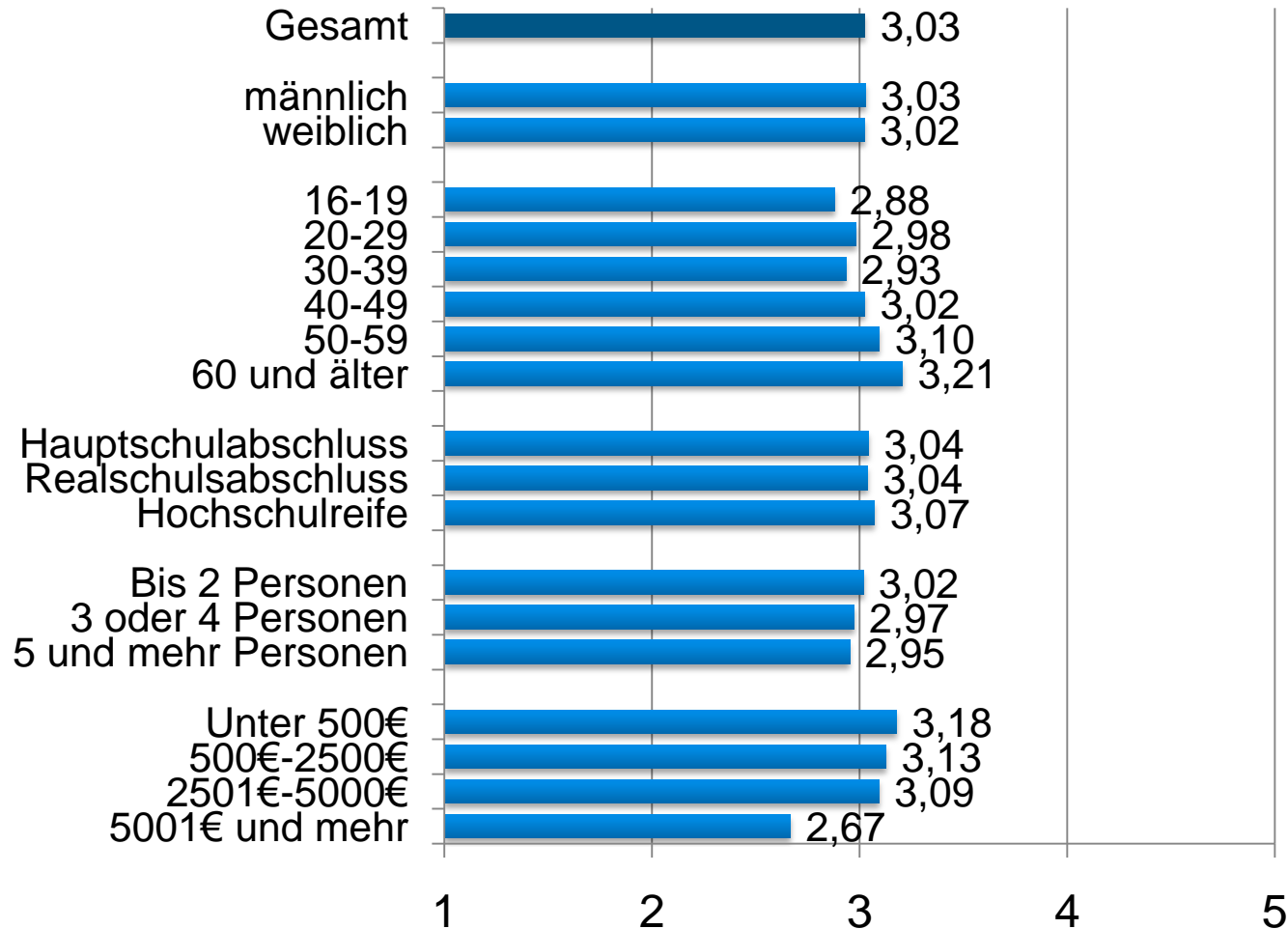
Basis: n = 1000 | Skalierung: 1 = sehr schlecht; 5 = sehr gut



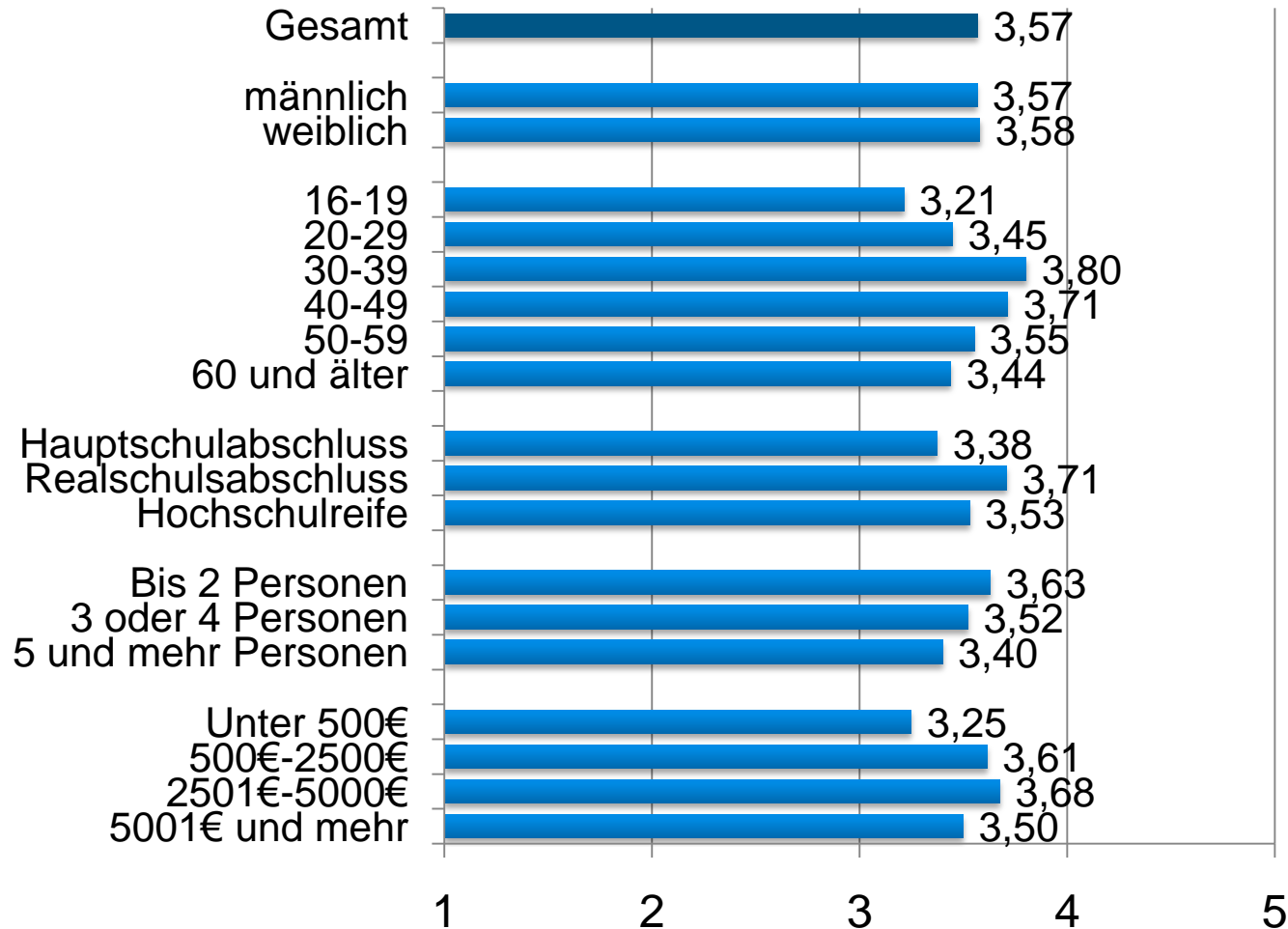
Basis: n = 1000 | Skalierung: 1 = sehr schlecht; 5 = sehr gut



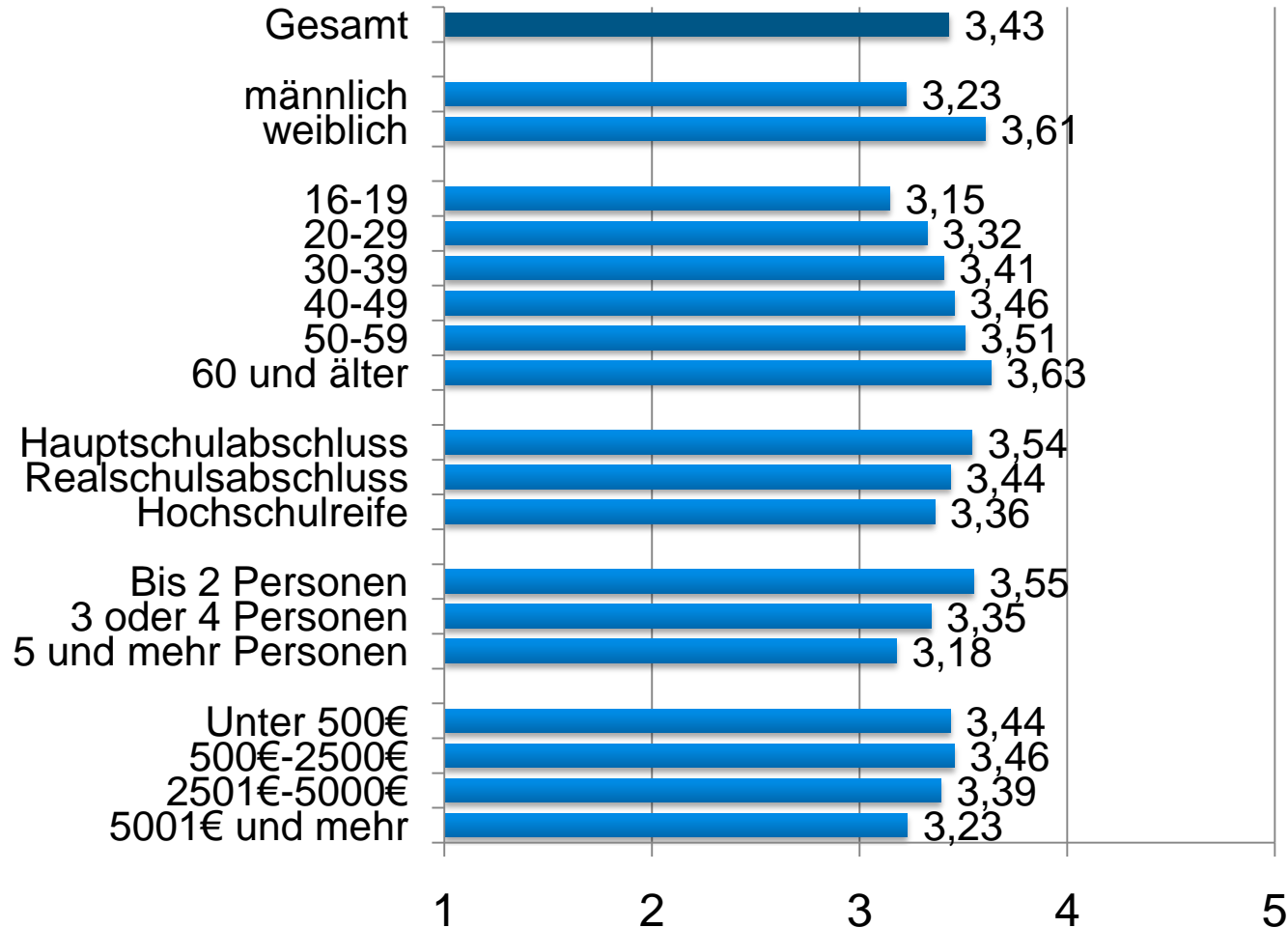
Basis: n = 1000 | Skalierung: 1 = sehr schlecht; 5 = sehr gut



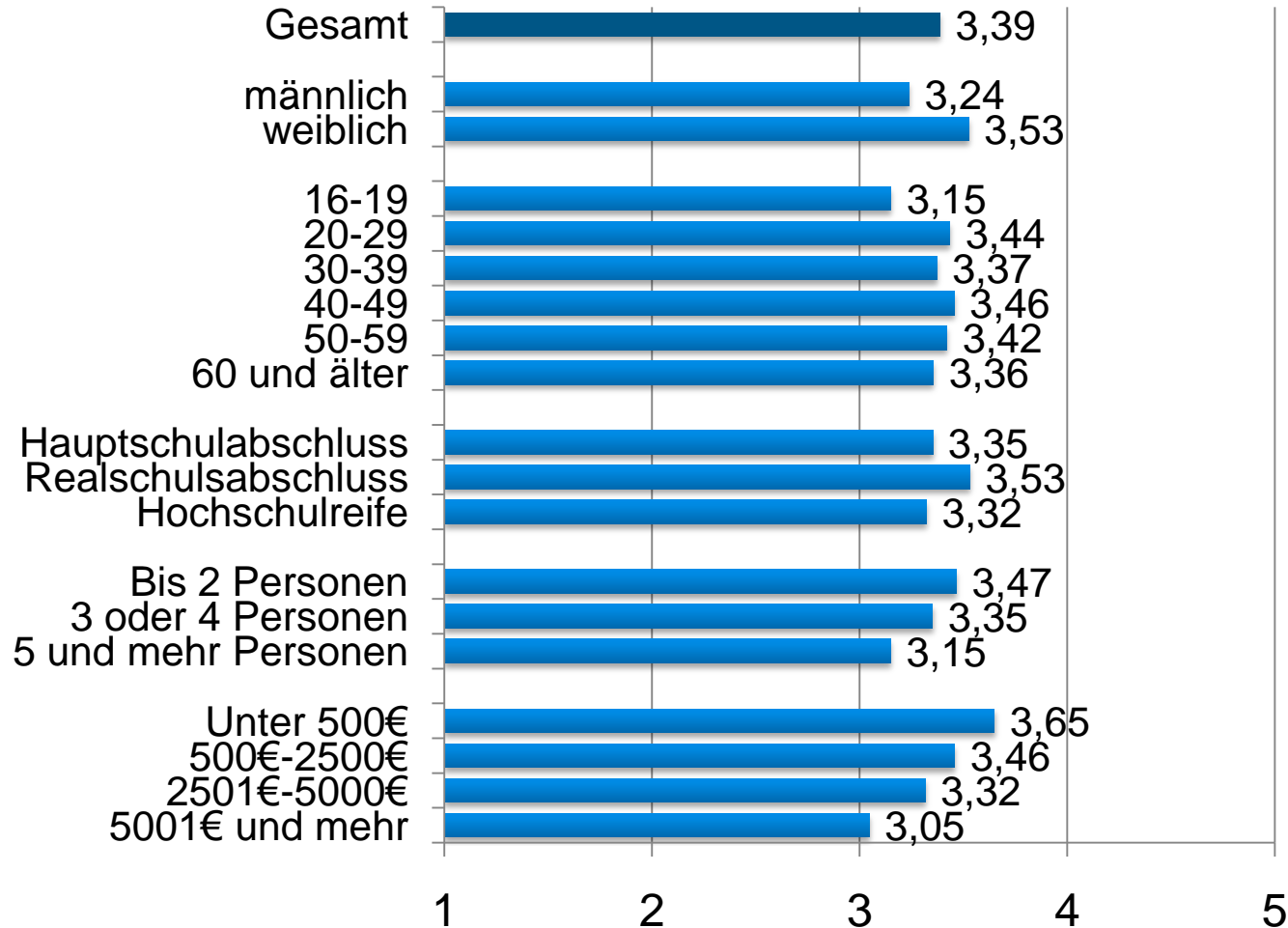
Basis: n = 1000 | Skalierung: 1 = sehr schlecht; 5 = sehr gut



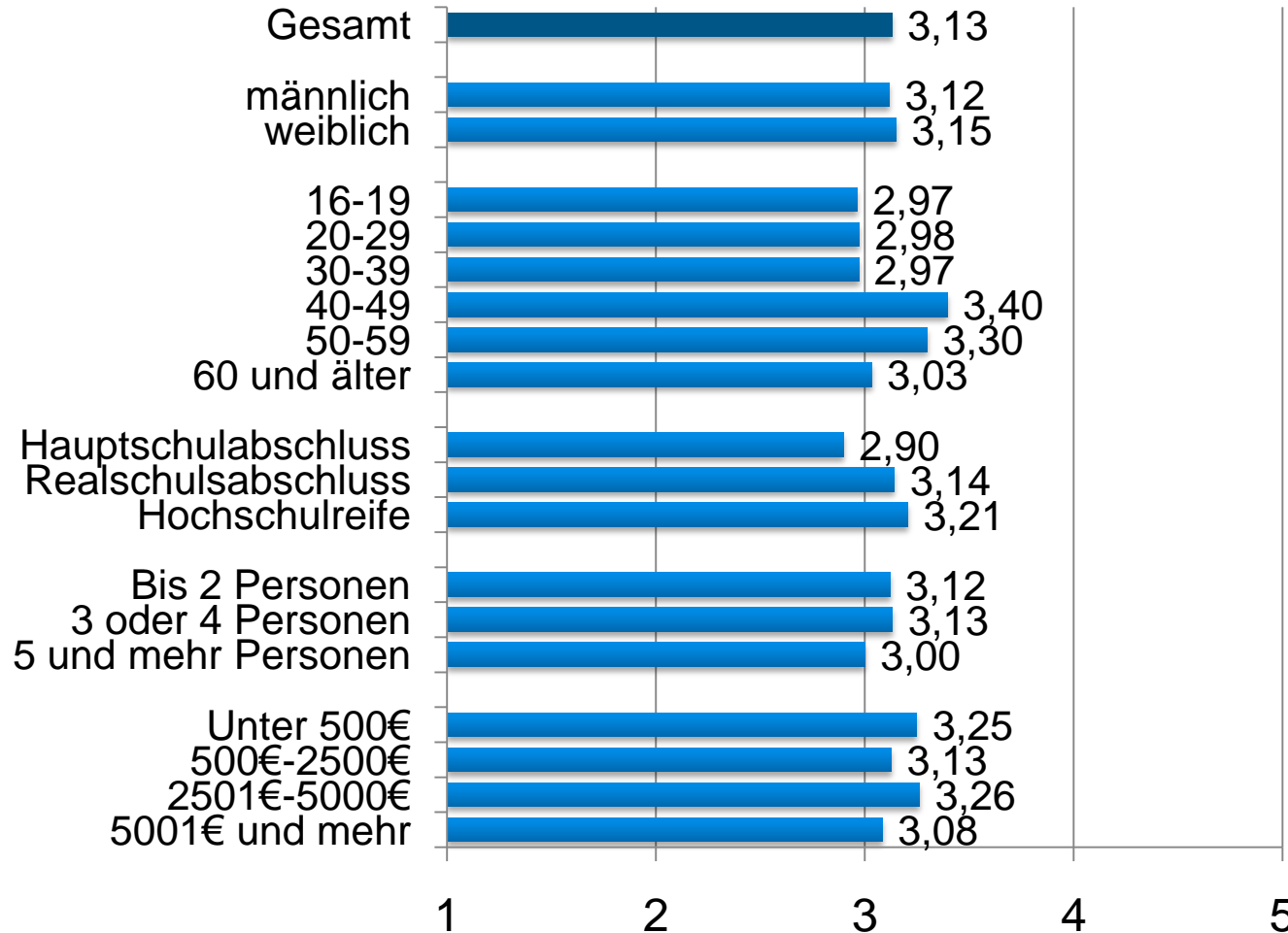
Basis: n = 1000 | Skalierung: 1 = sehr schlecht; 5 = sehr gut



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

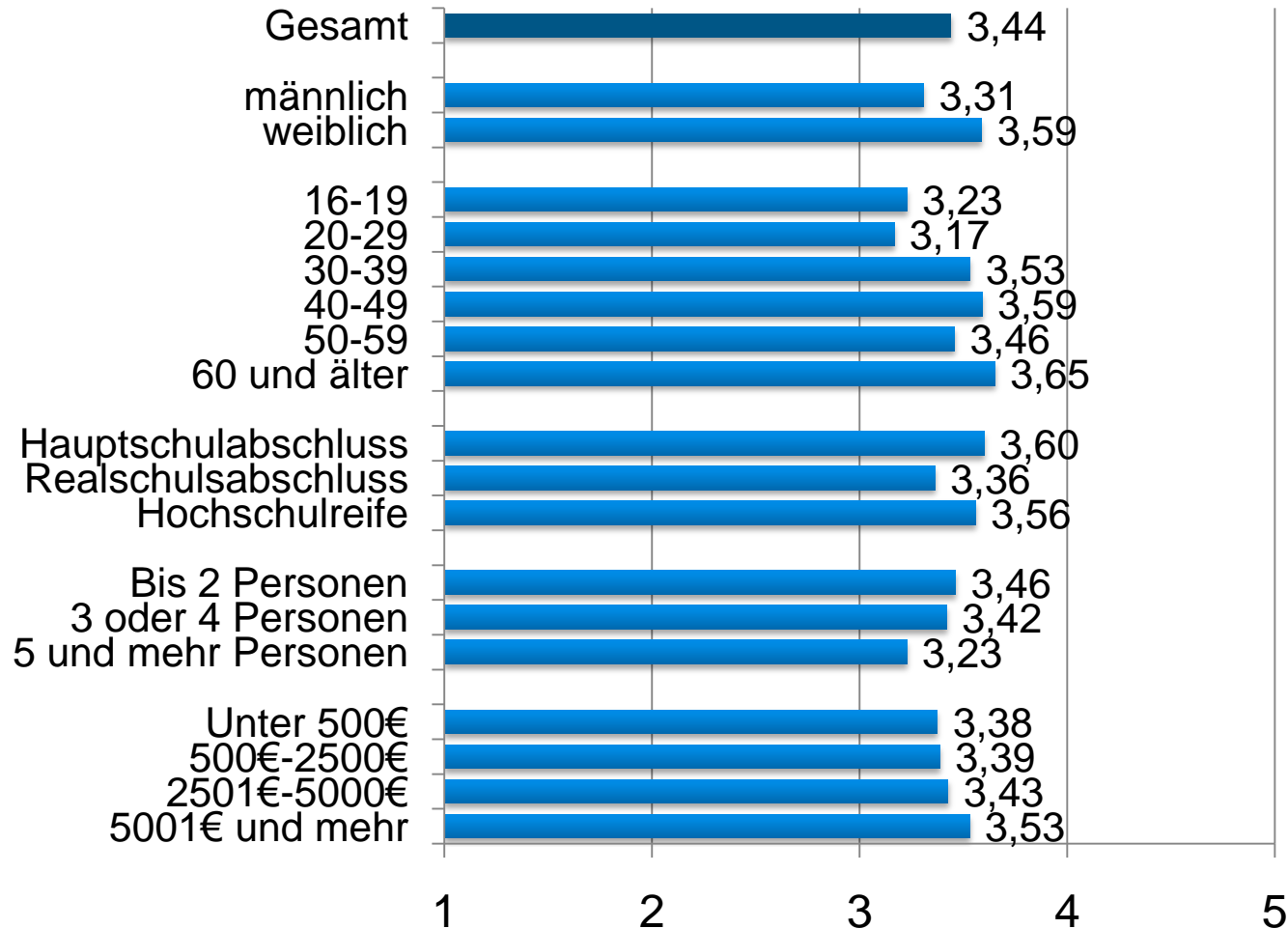


Basis: n = 1000 | Skalierung: 1 = sehr schlecht; 5 = sehr gut

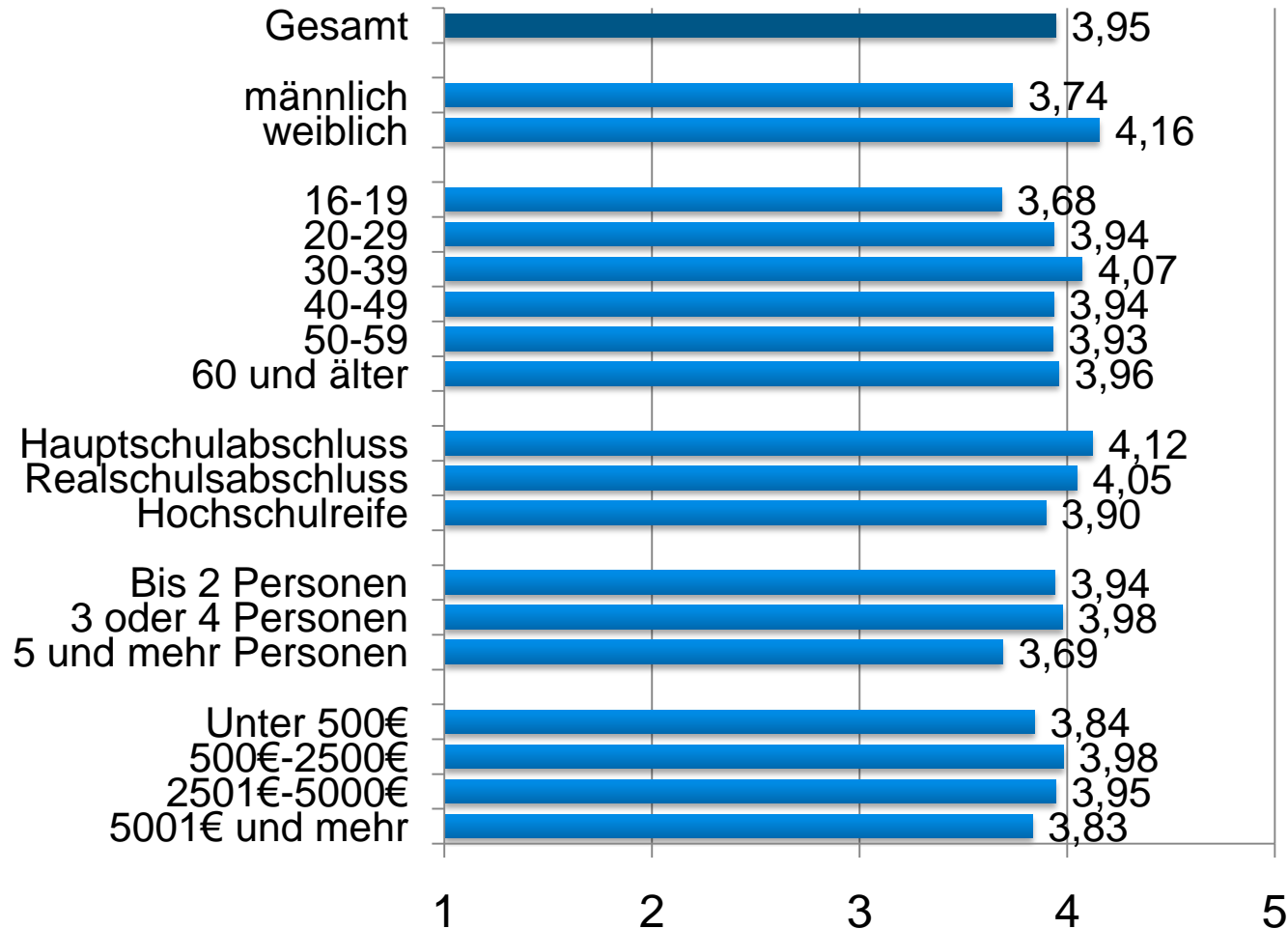


Basis: n = 1000 | Skalierung: 1 = sehr schlecht; 5 = sehr gut

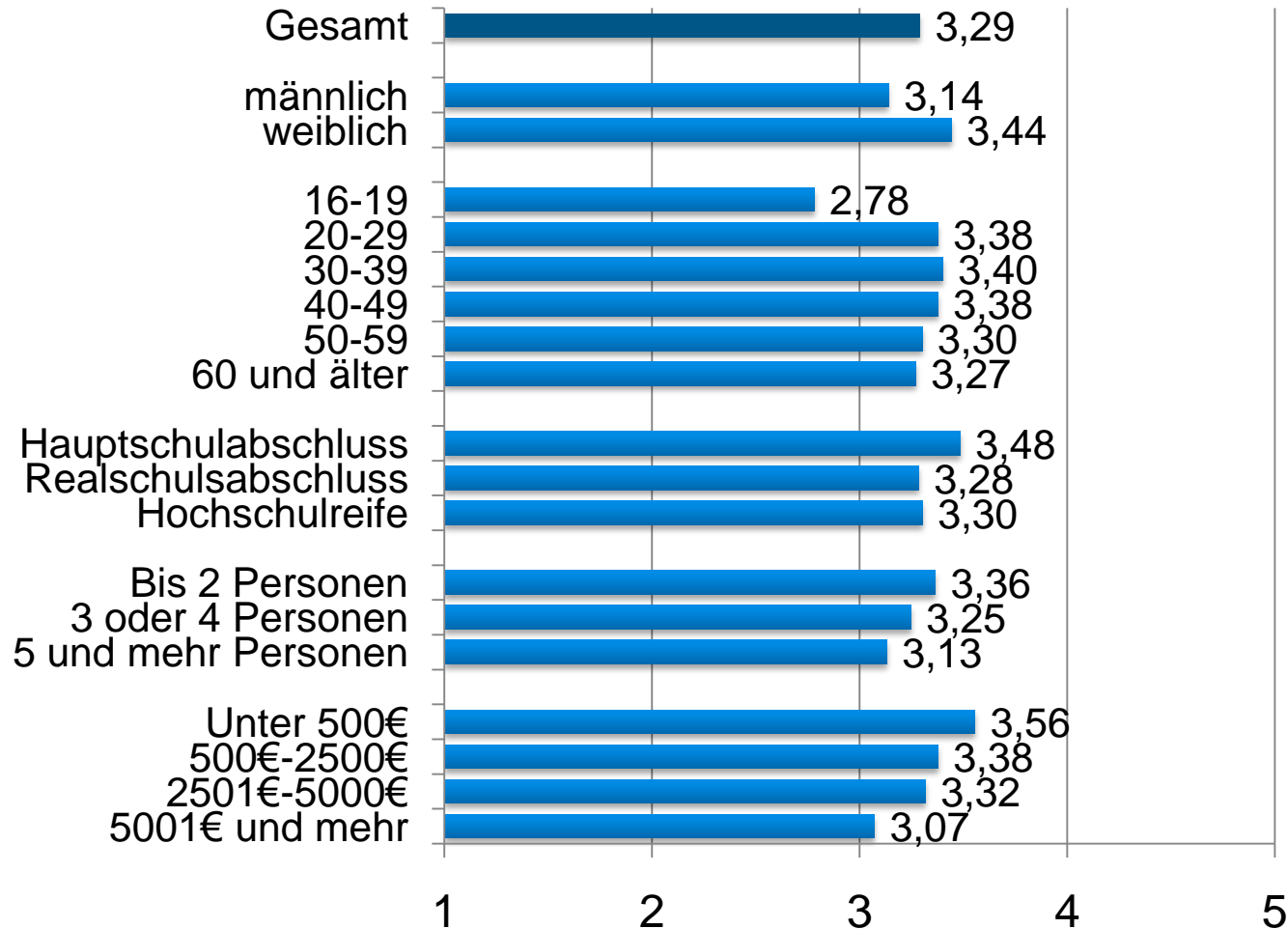
Detailanalyse: Image von *SANICARE-Apotheke*



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

