

## PRESSEMITTEILUNG

### **Erfolg im E-Commerce hängt von 7 Faktoren ab**

*Das E-Commerce-Center Handel und Hermes veröffentlichen größte Kundenzufriedenheitsstudie im deutschen Online-Handel.*

**Köln, Hamburg, den 19. Januar 2012** – In seiner aktuellen Studie untersucht das E-Commerce-Center Handel in Zusammenarbeit mit dem Logistikdienstleister Hermes, was die Deutschen von einem guten Online-Shop erwarten und welche Erfolgsfaktoren für eine nachhaltige Kundenbindung entscheidend sind. Für die Untersuchung wurden über 10.000 Konsumenten (internetrepräsentativ) und Kunden von insgesamt 108 deutschen Online-Shops befragt. Damit legen ECC Handel und Hermes die bislang größte Kundenzufriedenheitsstudie des deutschen E-Commerce vor. Im Zuge der umfangreichen Analyse wurden insgesamt sieben Erfolgsfaktoren für Online-Shops betrachtet: Diese reichen von der Websitegestaltung und der Benutzerfreundlichkeit über das Sortiment, dem Preisniveau und den angebotenen Bezahlverfahren bis hin zu den Versandoptionen und der Warenlieferung an den Endkunden.

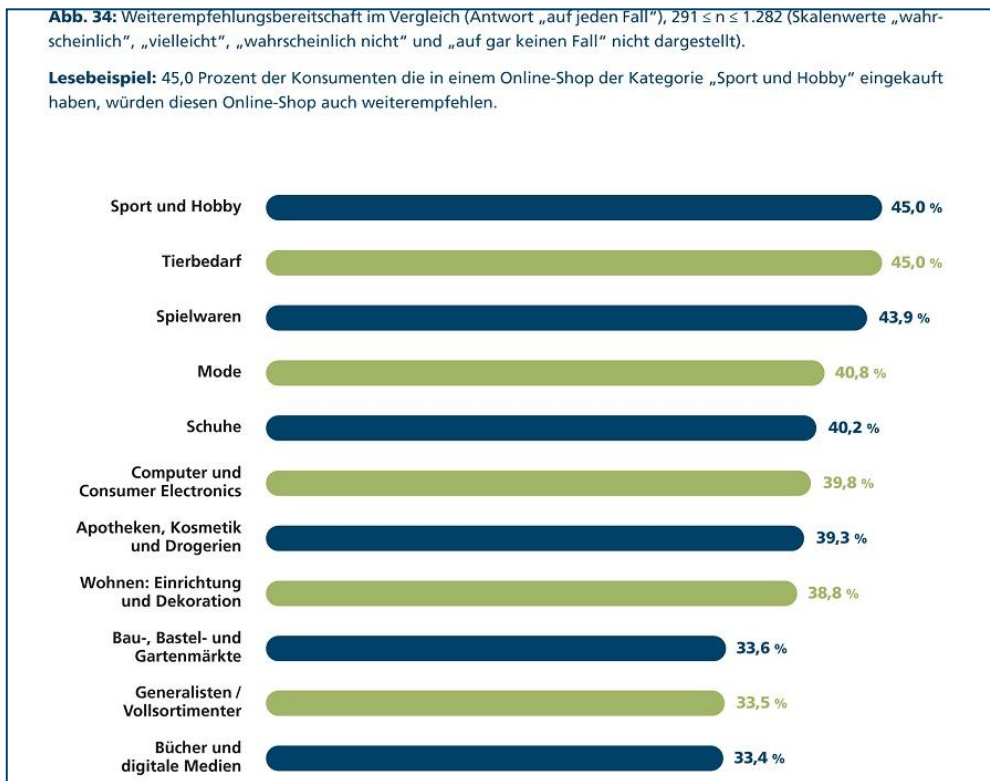
„Nur wenn die Kunden mit den einzelnen Faktoren auch zufrieden sind, gelingt es den Online-Shops, sich langfristig am Markt zu positionieren“, so Dr. Kai Hudetz, Geschäftsführer des IFH Köln. Für einen erfolgreichen Online-Shop sind neben zufriedenen Kunden aber vor allem treue Kunden wichtig. Die Ergebnisse der Studie zeigen: Online-Händler, die in ihrer Geschäftsstrategie die aus Kundensicht wichtigsten Erfolgsfaktoren berücksichtigen, erhöhen die Kundenbindung an ihren Web-Shop gegenüber Anbietern, die hier nachlässig sind. Der Erfolgsfaktor Versandoptionen und Lieferung sowie die Benutzerfreundlichkeit haben dabei den höchsten Einfluss darauf, ob es einem Händler gelingt, seine Kunden dauerhaft zu überzeugen und an den Shop zu binden. „Eine reibungslose Logistik kann für den Händler ein entscheidender Wettbewerbsvorteil sein. Umgekehrt wirkt sich ein schlecht funktionierender Distributionsprozess negativ auf die Kundenbindung aus. Wird beispielsweise ein Artikel verspätet geliefert oder erhält der Kunde ein falsches Produkt, kreierte er dies dem Händler an und wird vermutlich das nächste Mal nicht mehr bei ihm bestellen“, erläutert Frank Iden, Vorsitzender der Geschäftsführung der Hermes Logistik Gruppe Deutschland GmbH

### **Weiterempfehlungsbereitschaft als wichtiger Indikator für Kundenzufriedenheit**

Für die Studie wurde ein Kundenbindungsindex entwickelt, der die Einstellungen der Konsumenten anhand von drei Kriterien bewertet: der Gesamtzufriedenheit, der Wahrscheinlichkeit der Wiederwahl des Shops und der Weiterempfehlungsbereitschaft. Insbesondere im Zeitalter von Social Media gewinnt die Weiterempfehlungsbereitschaft eines Kunden zunehmend an Bedeutung und lässt Rückschlüsse auf sein Vertrauen in den Online-Shop zu. Aus diesem Grund wird diese als wichtiger Indikator für das Folgekaufverhalten bewertet. Darüber hinaus sind Weiterempfehlungen auch im Bereich der Neukundengewinnung relevant. Knapp 25 Prozent der befragten Konsumenten gaben an, bereits durch Empfehlungen auf einen Online-Shop aufmerksam geworden zu sein.

In Bezug auf die Weiterempfehlungsbereitschaft lassen sich Unterschiede in den untersuchten Branchen feststellen. Mit 45 Prozent liegen Online-Shops aus der Kategorie Sport und Hobby sowie Tierbedarf in

Führung. Shops aus den Bereichen Vollsortiment oder Bücher und digitale Medien hingegen werden nur von einem Drittel der Kunden auch weiterempfohlen.



### Musikhaus Thomann schlägt Amazon knapp

Die Studie „Erfolgsfaktoren im E-Commerce“ listet gleichzeitig die Top Ten der deutschen Online-Shops. Basis hierfür, ist der der Studie zugrundeliegende Online-Shop-Index, der sich aus den sieben Erfolgsfaktoren im E-Commerce und dem Kundenbindungsindex zusammensetzt. Gewinner ist der Spezialversender Musikhaus Thomann (thomann.de). Ihm gelingt es am besten, die Erwartungen der Kunden über die verschiedenen Kriterien hinweg zu erfüllen. Damit schlägt thomann.de sogar knapp den Internet-Riesen Amazon, der lediglich bei den Kriterien Service und Preis-Leistung minimal schlechter abschneidet.

*Zeichenzahl dieser Pressemeldung (inkl. Leerzeichen) 4.067 Zeichen*

### Über die Studie

Im Rahmen der Studie „Erfolgsfaktoren im E-Commerce – Deutschlands Top Online-Shops“ wurden in ausgewählten Branchen die bedeutsamsten Online-Händler Deutschlands auf ihre Erfolgsfaktoren hin untersucht. Die Auswahl der untersuchten Online-Händler erfolgte dabei nach Umsatzstärke der Shops und basiert insbesondere auf den Ergebnissen des iBusiness-Rankings, des EHI-Rankings sowie auf Sekundärrecherchen. Im Rahmen der Untersuchung wurden insgesamt 108 Online-Shops aus elf Branchen hinsichtlich der Kundenzufriedenheit und Kundenbindung analysiert. Die Shop-Bewertung erfolgte aus Verbrauchersicht und wurde anhand eines zuvor entwickelten Kriterienkatalogs vorgenommen. Dabei basiert die Auswahl der Kriterien auf der langjährigen Forschungsarbeit des ECC Handel im Bereich des Verbraucherverhaltens im Web. Insgesamt wurden in der Erhebung mehr als 10.000 Konsumenten ab 16 Jahren in Deutschland über ein Verbraucherpanel befragt (internetrepräsentative Bevölkerungsbefragung).

[Weitere Informationen zur Studie und den Bestellmöglichkeiten finden Sie hier.](#)

## **Über das E-Commerce-Center Handel (ECC Handel)**

Das ECC Handel wurde 1999 als Forschungs- und Beratungsinitiative unter der Leitung der IfH Institut für Handelsforschung GmbH ins Leben gerufen. Das Ziel ist es Handelsunternehmen zum Thema E-Commerce fundiert und neutral zu informieren. Individuelle Fragen zum E-Commerce von Unternehmen, Verbänden und öffentlichen Institutionen beantwortet das ECC Handel im Rahmen von Auftragsprojekten. Zahlreiche Aspekte des E-Commerce im Handel hat das ECC Handel zudem in eigenen Studien untersucht. Es wird vom Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi) für spezifische Projekte gefördert und ist in das Netzwerk Elektronischer Geschäftsverkehr (NEG) als Branchenkompetenzzentrum mit Themenfokus Handel eingebunden.

Ausführliche Informationen finden Sie unter [www.ecc-handel.de](http://www.ecc-handel.de) und [www.ec-net.de](http://www.ec-net.de)

## **Über Hermes**

Unter der Marke Hermes operieren elf spezialisierte Gesellschaften, die entlang der Handels-Wertschöpfungskette alle global nachgefragten Services erbringen. Von der Warenbeschaffung über die Transportlogistik und das Fulfilment bis hin zur Distribution an den Endkunden – Hermes ist weltweit der einzige Dienstleister, der handelsnah aufgestellt einen derartigen Full Service anbietet. Damit etabliert sich das Unternehmen für immer mehr international agierende Distanzhändler als logischer Partner.

Weitere Informationen finden Sie unter: [www.hermesworld.com](http://www.hermesworld.com)