



PRESSEMELDUNG

Wenige Bekleidungseinzelhändler wagen sich online Nur 66,3 Prozent der Bekleidungseinzelhändler besitzen eine eigene Website; wenige im Vergleich zum Gesamteinzelhandelsdurchschnitt von 74,8 Prozent.

(Köln, 16. Juni 2009) **Bekleidungseinzelhändler haben noch Bedenken bei der Einführung von Online-Shops. Dies zeigt die aktuelle Studie „Internet im Handel 2008 - Status quo und Entwicklungen -“ des E-Commerce-Center Handel, in der insgesamt 1.702 vorrangig mittelständische Handelsunternehmen zu ihrer Internetnutzung befragt wurden.**

Die Bekleidungseinzelhändler stufen die Kosten des E-Business immer noch deutlich kritischer ein als die Befragten anderer Einzelhandelsbranchen. Dies betrifft sowohl die Einführungskosten als auch die laufenden Kosten. Im Gegensatz zur Untersuchung aus dem Jahr 2006 halten die Bekleidungseinzelhändler ihre Produkte für den Online-Vertrieb allerdings nun für besser geeignet. Die befragten Unternehmer haben offensichtlich erkannt, dass Kunden durchaus bereit sind, sich online von neuen Modetrends inspirieren zu lassen und diese auch online zu kaufen.

Vor dem Hintergrund der relativ stark ausgeprägten Bedenken der Einzelhändler gegenüber den Einführungskosten und dem laufenden Betrieb verwundert es nicht, dass die Befragten noch relativ selten über eine eigene Website verfügen (66,3 Prozent). Die Einzelhändler der Bekleidungsbranche mit einer eigenen Website weisen jedoch eine überdurchschnittlich hohe Web 2.0-Nutzung im Vergleich zu allen anderen betrachteten Einzelhandelsbranchen auf. Ein Großteil der Ziele, die mit der Web 2.0-Nutzung in Verbindung stehen, werden von den Bekleidungseinzelhändlern folglich überdurchschnittlich hoch bewertet; darunter die „Steigerung der Bekanntheit“ und „Informationsgewinnung“ sowie „Kundenakquisition“ und „Imageverbesserung“. Für diese Zwecke werden besonders häufig interaktive Bewertungssysteme und Tag-Wolken eingesetzt.

Die Ergebnisse der aktuellen Studie „Internet im Handel 2008 – Status quo und Entwicklungen“ des ECC Handel zeigen, dass die Bekleidungsbranche auch in allen anderen Bereichen einen deutlichen Zuwachs bei der Nutzung des Internets aufweist. Alle Ziele die mit der Internetnutzung einhergehen, konnten an Bedeutung gewinnen und liegen mittlerweile in etwa gleichauf mit dem Einzelhandelsdurchschnitt.

Das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie, die Dachverbände des deutschen Handels und zahlreiche Industrie- und Handelskammern unterstützen diese Studie, die auf 150 Seiten über größen- und regionalspezifische Auswertungen sowie spezifische Ergebnisse zu 16 ausgewählten Handels-

Gefördert durch das



Bundesministerium
für Wirtschaft
und Technologie



branchen informiert. Der Berichtsband „Internet im Handel 2008“ kann zum Preis von 25 € unter www.ecc-handel.de und im Buchhandel erworben werden.

Das Netzwerk Elektronischer Geschäftsverkehr

Seit 1998 berät und begleitet das Netzwerk Elektronischer Geschäftsverkehr, in derzeit 28 über das Bundesgebiet verteilten regionalen Kompetenzzentren und einem Branchenkompetenzzentrum für den Handel, Mittelstand und Handwerk bei der Einführung von E-Business Lösungen. In dieser Zeit hat sich das Netzwerk mit über 30.000 Veranstaltungen und Einzelberatungen mit über 300.000 Teilnehmern als unabhängiger und unparteilicher Lotse für das Themengebiet „E-Business in Mittelstand und Handwerk“ etabliert. Auf dem zentralen Auftritt des Netzwerks im Internet www.ec-net.de finden Sie weitere Informationen des Netzwerks sowie Studien, Leitfäden und andere Publikationen zum kostenlosen Download. Die Arbeit des Netzwerks Elektronischer Geschäftsverkehr wird durch das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie gefördert.

E-Commerce-Center Handel (ECC Handel)

Das ECC Handel (www.ecc-handel.de) wurde 1999 als Forschungs- und Beratungsinitiative unter der Leitung des Instituts für Handelsforschung an der Universität zu Köln ins Leben gerufen. Das Ziel ist es, insbesondere kleine und mittelständische Handelsunternehmen zum Thema E-Commerce zu informieren. Zahlreiche Aspekte des E-Commerce im Handel hat das ECC Handel in eigenen Studien untersucht. Es wird vom BMWi gefördert und ist in das NEG als Branchenkompetenzzentrum mit dem Themenfokus Handel eingebunden.

Kontakt und Presseanfragen

Dr. Kai Hudetz
E-Commerce-Center Handel
am Institut für Handelsforschung
Dürener Str. 401 b
50858 Köln
Tel.: 0221 943607-70
E-Mail: k.hudetz@ecc-handel.de
www.ecc-handel.de