

Pressemitteilung

E-Commerce-Center Handel am Institut für Handelsforschung
19. Oktober 2009

**Quelle nur auf Rang 14 – ECC-Shopmonitor zeigt Image des angeschlagenen Versandhändlers auf**

Imageranking der 20 umsatzstärksten Online-Shops und Shopping-Portale in Deutschland

Köln, 19. Oktober 2009. Die Zukunft des Universalversenders Quelle ist seit dem Insolvenzantrag von Primondo und dessen Mutter Arcandor im Juni 2009 ungewiss. Stimmen aus der Presse, dass sich kein Investor für diesen Primondo-Geschäftsbereich findet und dass Entlassungen der Mitarbeiter eventuell vorgezogen werden müssen, sind wenig vorteilhaft für das Unternehmensimage. Dieses ist jedoch ein Treiber für Wachstum und wirtschaftlichen Unternehmenserfolg und somit besonders wichtig für den angeschlagenen Konzern. Die Teilnehmer des ECC-Shopmonitors verweisen den Online-Shop www.quelle.de im Imageranking angesichts der Probleme des Unternehmens wenig überraschend auf einen der hinteren Ränge.

Im Gesamteindruck liegt Quelle mit einem Image-Mittelwert von 3,4 auf einer Skala von 1 = „Sehr schlecht“ bis 5 = „Sehr gut“ noch über dem Durchschnittswert von 3. Dies bedeutet im Vergleich zu den anderen gerankten Online-Shops und Shopping-Portalen jedoch nur Rang 14, obwohl Quelle bzgl. der Reichweite laut Nielsen im August 2009 mit 6 Mio. Besuchern erneut Rang 3 der Online-Shops belegte. Während Quelle den besten Imagewert von 3,6 bei der älteren Zielgruppe 60+ erreichen konnte, ist es vor allem die Zielgruppe der unter 20-jährigen, die den Versandhändler mit einer schlechten Bewertung (3,2) des Gesamteindrucks bestraft. Insbesondere vor dem Hintergrund der somit fehlenden nächsten Kundengeneration ist dieses Ergebnis ernüchternd. Wie sich die Diskussionen der letzten Tage auf den Imagewert von Quelle auswirken, wird der nächste ECC-Shopmonitor Anfang November zeigen.

Weitere ausführliche Informationen zum ECC-Shopmonitor sowie eine kurze Zusammenfassung der Oktober-Version des ECC-Shopmonitors als kostenloser Download finden Sie unter:

www.ecc-shopmonitor.de

Besuchen Sie unsere Website und seien Sie - so wie wir - gespannt auf die Ergebnisse der nächsten Monate.

Der ECC-Shopmonitor

Der ECC-Shopmonitor wird monatlich als Online-Befragung von 1.000 Teilnehmern – repräsentativ für deutsche Internetnutzer – im Alter ab 16 Jahren erhoben. Bewertet wird das Image anhand einer 5er Skala von „Sehr schlecht“ bis „Sehr gut“ mit „Weiß nicht“-Option. Die Auswahl der zwanzig zu bewertenden Shops erfolgt auf Basis des Rankings der umsatzstärksten deutschen Shopping-Portale und Online-Shops von iBusiness (‘Shoppingportale und Onlineshops 2008/2009’).

Ausführliche Informationen unter: www.ecc-shopmonitor.de

Das 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 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 BMWi für spezifische Projekte gefördert und ist in das NEG als Branchenkompetenzzentrum mit Themenfokus Handel eingebunden.

Presseanfragen

E-Commerce-Center Handel am Institut für Handelsforschung

Sonja Rodenkirchen

Dürener Str. 401 b, 50858 Köln

Tel.: +49/221/943607-70

E-Mail: s.rodenkirchen@ecc-handel.de

www.ecc-handel.de

www.ecc-shopmonitor.de