

## Pressemitteilung

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



### **Quelle als Einzelfall? ECC-Shopmonitor zeigt Imageprobleme der klassischen Versandhändler im Internet auf**

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

*Köln, 22. Oktober 2009. Positive Umsatzprognosen für den Internet-Handel auf der einen Seite und die Insolvenz des traditionsreichen Versandhändlers Quelle mit seinem umsatzstarken Online-Shop auf der anderen Seite verwirren derzeit die Öffentlichkeit. Der E-Commerce-Branche geht es trotz Wirtschaftskrise gut und dennoch war der definitive Konkurs von Quelle Anfang der Woche keine Überraschung. Bereits am Montag berichtete das ECC Handel über die Imageprobleme des Online-Shops von Quelle. Auch andere traditionelle Versandhändler landen nicht auf den vorderen Plätzen des Imagerankings – Bestplatzierte ist Otto auf Rang 7.*

Trotz der Pleite von Quelle geht es der Branche gut. Treiber für den Erfolg des Distanzhandels ist jedoch nicht der Katalog, sondern der Online-Handel. Hierbei gilt es, sich an die neuen Gegebenheiten des E-Commerce anzupassen, anstatt lediglich eigene Katalog-Kunden in diesen Kanal zu überführen. Wer es verpasst, sich modern zu präsentieren und online auch neue, jüngere Zielgruppen anzusprechen, geht unter. Diese Erkenntnis unterstützt auch das herausragend gute Image des Internetpuristen Amazon im ECC-Shopmonitor, der mit großem Abstand den ersten Platz im Oktober 2009 belegte. Im gleichen Ranking konnte sich Quelle nur auf Rang 14 platzieren. Bereits vor der endgültigen Verkündung des Konkurses machte der ECC-Shopmonitor deutlich, dass Quelle bei der jüngeren Zielgruppe nicht punkten kann. Handelsexperte Joachim Zentes macht es deutlich: „Dem Versandhaus haftet der negative Charme der 60er Jahre an.“ Welchen Einfluss die Insolvenz nun auf das Image der anderen Universalversandhändler hat, 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](http://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](http://www.ecc-shopmonitor.de)

### **Das E-Commerce-Center Handel (ECC Handel)**

Das ECC Handel ([www.ecc-handel.de](http://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](mailto:s.rodenkirchen@ecc-handel.de)

[www.ecc-handel.de](http://www.ecc-handel.de)

[www.ecc-shopmonitor.de](http://www.ecc-shopmonitor.de)