

## Pressemitteilung

E-Commerce-Center Handel am Institut für Handelsforschung  
03. November 2009



### **Tchibo erneut auf dem zweiten Rang – ECC-Shopmonitor zeigt positive Imageentwicklung des Multi-Channel-Unternehmens**

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

*Köln, 03. November 2009. Die Insolvenz von Quelle wirft trotz guter Umsatzprognosen in der E-Commerce-Branche seine Schatten auf die Versandhäuser. Der traditionsreiche Universalhändler konnte vor allem die junge Zielgruppe online nicht ausreichend überzeugen und nur ein mittelmäßiges Image erzielen. Nach der Bekanntgabe der Insolvenz landet der Online-Shop im aktuellen ECC-Shopmonitor sogar nur noch auf Rang 18. Auch andere Multi-Channel-Anbieter, wie Neckermann, Baur und Schwab müssen diesen Monat Imageverluste verzeichnen. Nicht so der Online-Shop von Tchibo, der sein positives Image weiter ausbauen und sich somit im November-Imageranking erneut den zweiten Rang sichern konnte.*

Bereits im ersten ECC-Shopmonitor im Oktober 2009 konnte sich Tchibo mit deutlichem Abstand zum Drittplatzierten über einen guten Imagewert freuen. Im aktuellen November-Imageranking vergrößert sich dieser Abstand sogar, sodass sich Tchibo erneut als bester Multi-Channel-Anbieter hinter dem Internetpuristen und E-Commerce-Branchenprimus Amazon platzieren kann. Ca. 60 Prozent der Befragten bewerten das Image von Tchibo als „Gut“ bzw. „Sehr gut“ und nur 10 von 1000 befragten Personen empfinden das Image des Tchibo-Online-Shops als „Sehr schlecht“. Besonders beliebt ist das Unternehmen bei den weiblichen Teilnehmern sowie bei Personen mit einem monatlichen Haushaltsnettoeinkommen von über 5000 Euro. Hier konnte Tchibo auf einer Skala von 1 („Sehr schlecht“) bis 5 („Sehr gut“) einen durchschnittlichen Wert über 4 erreichen.

Diese Ergebnisse, die monatlichen Abbildungen der Top 10 sowie weitere ausführliche Informationen zum ECC-Shopmonitor 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)