

## Pressemitteilung

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



### **Selbstselektion oder gelungene Zielgruppenansprache? ECC-Shopmonitor zeigt geschlechterspezifische Imageunterschiede**

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

*Köln, 19. November 2009.* **Frauen gehen gerne shoppen, Männer begeistern sich für Technik. Klischee oder Realität? Wer erfolgreich Online-Handel betreiben möchte, muss seine Zielgruppen genau bestimmen und das Online-Angebot exakt nach deren Wünschen und Bedürfnissen ausrichten. Der aktuellste ECC-Shopmonitor im November 2009 unterstützt die Eingangsthese: Die Online-Shops von Neckermann, Otto, Bonprix und weiteren Versandhändlern, die einen Schwerpunkt auf Mode legen, können bei den weiblichen Befragten des Imagerankings mehr punkten. Gleichzeitig sind Alternate, Redcoon, Notebooksbilliger und Co. bei den Männern beliebter.**

Es existiert bereits eine Vielzahl an Studien, die das unterschiedliche Informations- und Einkaufsverhalten von Männern und Frauen im Internet untersuchen. Auch die BITKOM bestätigt geschlechterspezifische Unterschiede im Konsumentenverhalten im Internet. Das ECC Handel untersucht mit dem ECC-Shopmonitor erstmals das Image, das Online-Shops und Shopping-Portale bei den unterschiedlichen Zielgruppen hinterlassen. So haben insbesondere Mode- und Lifestyle-orientierte Online-Shops bei den Frauen ein häufig signifikant besseres Image als bei den männlichen Teilnehmern der Befragung. Die Gründe hierfür können unterschiedlich sein: Zum einen kann dieser Imagewert ein Zeugnis der gelungenen Zielgruppenansprache sein, zum anderen kann dies jedoch auch an dem natürlichen Einkaufsverhalten von Frau und Mann liegen. So sind Frauen auch im Internet diejenigen, die ein Shopping-Erlebnis suchen und viel Zeit zum Stöbern mitbringen, während Männer vorrangig daran interessiert sind, möglichst schnell und unkompliziert die gewünschten Produkte zu finden. Daher sind technische Kennzahlen zu Produkten aus der Consumer Electronics-Branche für die technikaffineren Männer kein Nachteil, während Frauen wohl eher das Einkaufserlebnis vermissen.

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)

---

### **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)