

Pressemitteilung

E-Commerce-Center Handel am Institut für Handelsforschung
12. Januar 2010



Online-Handel: Logistik gut – Image gut?!

ECC-Shopmonitor Spezial zeigt Einflussfaktoren der Logistik auf das Image von Online-Shops auf

Köln, 12. Januar 2010. Online-Shopping boomt. Für viele Online-Händler ist das Segen und Fluch zugleich: Zwar freuen sie sich über steigende Umsatzzahlen, stehen aber gleichzeitig vor großen logistischen Herausforderungen. Welchen Einfluss der reibungslose Bestellprozess und schnelle Versand der Waren auf das Image und den Erfolg der Online-Händler haben, zeigt der aktuelle ECC-Shopmonitor Spezial, der vom ECC Handel in Zusammenarbeit mit der Unternehmensberatung Mücke, Sturm & Company erstellt wurde. Logistische Faktoren haben demnach einen signifikanten Einfluss auf das Image eines Online-Shops.

Logistische Kompetenz, Verlässlichkeit und Schnelligkeit eines Online-Shops beeinflussen das Imageempfinden (potenzieller) Kunden: Der ECC-Shopmonitor Spezial belegt den Zusammenhang zwischen der Platzierung im Imageranking und der Verfügbarkeit der Produkte, der Transparenz des Prozesses sowie der Zuverlässigkeit des Anbieters. Dieser Zusammenhang wird vor allem beim Branchenprimus Amazon deutlich, der im Imageranking seit Oktober 2009 auf dem ersten Rang liegt. Das Shopping-Portal kann sich bei der Bewertung von allen drei logistischen Faktoren deutlich gegenüber den übrigen Online-Shops absetzen. Insbesondere die Zuverlässigkeit von Amazon liegt mit einer Bewertung von 4,7 sehr nah am maximal erreichbaren Wert von 5 und mit knapp 0,5 Punkten Abstand weit über dem Zweitplatzierten Tchibo. Gleichzeitig finden sich die Online-Shops der Telekom und von Bechtle direkt auch bei der Bewertung der Logistik auf den hinteren Rängen wieder.

Da die Bewertung der logistischen Leistung bis auf wenige Ausnahmen bei allen Online-Shops höher ausfällt als die Gesamtbeurteilung, kann man feststellen, dass der Kunde eine pünktliche, transparente und zuverlässige Lieferung nicht nur wünscht, sondern erwartet: Mit Logistik ist also wenig zu gewinnen, aber viel zu verlieren.

Weitere ausführliche Informationen zum ECC-Shopmonitor Spezial sowie die aktuellen Ergebnisse des regulären ECC-Shopmonitors im Januar 2010 finden Sie unter:

<http://www.ecc-shopmonitor.de>

Der ECC-Shopmonitor und der ECC-Shopmonitor Spezial

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'). Darüber hinaus erfolgt vierteljährlich mit dem ECC-Shopmonitor Spezial eine vertiefende Erhebung innerhalb der gleichen Stichprobe. Hierbei werden verschiedene Themengebiete aufgegriffen und untersucht, ob diese Einfluss auf das Imageempfinden der Online-Kunden nehmen.

Ausführliche Informationen unter: www.ecc-shopmonitor.de

Das E-Commerce-Center Handel (ECC Handel)



Seit 1999 informiert das am Institut für Handelsforschung angesiedelte ECC Handel fundiert und neutral über den Online-Handel. Individuelle Fragen zum E-Commerce von Unternehmen, Verbänden und öffentlichen Institutionen beantwortet das ECC Handel im Rahmen von Auftragsprojekten. Zahlreiche Aspekte des E-Commerce werden zudem in eigenen Studien untersucht. www.ecc-handel.de

Mücke, Sturm & Company GmbH



Gegründet 2002, zählt Mücke, Sturm & Company (MS&C) im deutschsprachigen Raum heute zu den führenden Unternehmensberatungen im TIME-Bereich. Leitmotiv ist die durchgängig hohe Qualität in einem turbulenten und innovativen Marktumfeld. MS&C begleitet ihre Klienten von der Strategieentwicklung bis zur Umsetzung und entwickelt mit ihnen in partnerschaftlicher Zusammenarbeit individuelle Lösungen für komplexe Fragestellungen.

www.muecke-sturm.de

Presseanfragen

Sonja Rodenkirchen
E-Commerce-Center Handel,
c/o Institut für Handelsforschung GmbH
Dürener Str. 401 b, 50858 Köln
Tel.: +49/221/943607-70
E-Mail: s.rodenkirchen@ecc-handel.de