

Pressemitteilung

E-Commerce-Center Handel am Institut für Handelsforschung
08. April 2010



Online-Handel: Usability ist entscheidender Imagetreiber

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

Köln, 08. April 2010. **Die nutzerfreundliche Gestaltung ist entscheidend für Erfolg oder Misserfolg eines Online-Shops. Dabei spielen die Gestaltung des Produktangebots sowie die Auswahl der Bezahlungsmöglichkeiten eine maßgebliche Rolle. Darüber hinaus kann eine mangelhafte Landingpage, eine Registrierungspflicht oder eine unzureichende Produktauswahl dazu führen, dass Besucher des Online-Shops diesen trotz Kaufabsicht wieder verlassen. Das sind ausgewählte Ergebnisse des aktuellen ECC-Shopmonitor Spezial, der vom ECC Handel in Zusammenarbeit mit der Unternehmensberatung Mücke, Sturm & Company erstellt wurde.**

Eine nutzerfreundliche Gestaltung eines Online-Shops beeinflusst das Imageempfinden (potenzieller) Kunden: Der ECC-Shopmonitor Spezial belegt den signifikanten Zusammenhang zwischen der Platzierung im Imageranking und der Gestaltung des Produktangebots sowie der Auswahl der Bezahlungsmöglichkeiten des Anbieters. Je besser beispielsweise die Darstellung des Produktangebots eines Online-Shops oder Shopping-Portals bewertet wird, desto besser ist dessen Gesamtimage. Die Produktauswahl und deren Darstellung im Shop nehmen dabei eine Schlüsselfunktion ein: So ist nicht nur der Einfluss der Produktgestaltung auf das Gesamtimage am stärksten, eine scheinbar unzureichende Produktauswahl ist auch die häufigste Ursache für einen Kaufabbruch. Bei allen 20 Online-Shops und Shopping-Portalen war dies der meist genannte Grund für einen Kaufabbruch trotz Kaufabsicht.

Während die Rangliste bei der Gestaltung des Produktangebots nahezu deckungsgleich mit den Plätzen in der Gesamtliste ist, weichen die Platzierungen bei der Bewertung der Auswahl der Bezahlungsmöglichkeiten teilweise deutlich von denen im Imageranking ab. Vor allem Neckermann (+7) und die Telekom (+6) können sich hier klar verbessern.

Weitere ausführliche Informationen zum ECC-Shopmonitor Spezial sowie die aktuellen Ergebnisse des regulären ECC-Shopmonitors im April 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