



ECC-Shopmonitor: Elektronik Top – Mode Flop

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

Köln, 12. Mai 2010. Zu Zeiten der WM sind Fernseher besonders beliebt – so also auch die Online-Shops, die diese Geräte vertreiben? Zumindest scheinen sich die Männer von der Vorfreude auf das Fußball-Ereignis anstecken zu lassen und bewerten die Online-Shops der Elektronik-Anbieter besonders gut. Dieses Ergebnis zeigt der aktuelle ECC-Shopmonitor im Mai 2010 auf: Die Consumer Electronics Anbieter können ihre Platzierung im Mai-Imageranking im Vergleich zum Vormonat mindestens halten, wenn nicht sogar verbessern.

Aufsteiger des Monats Mai 2010 ist der Online-Shop von Redcoon, der von Rang 13 im Vormonat auf Rang 5 im Mai aufgestiegen ist. Kein einziger Teilnehmer der Befragung bewertet dabei das Image von Redcoon als „sehr schlecht“. Ein besonders gutes Image hat der Online-Shop bei den 20- bis 29-Jährigen (3,77 auf der Skala von 1 = sehr schlecht bis 5 = sehr gut) sowie bei den Befragten, die ein monatliches Haushalts-Nettoeinkommen von unter 500 Euro zur Verfügung haben (3,75).

Während die Consumer Electronics Anbieter punkten können, müssen die Online-Shops der Modebranche bei den Imagewerten Einbußen hinnehmen. Das Ansehen der Versandhäuser mit Modeschwerpunkt leidet insbesondere an einem Imagerückgang bei der weiblichen Zielgruppe. Diese bewertet die Online-Shops zwar nach wie vor besser als die männlichen Befragten, jedoch sind die weiblichen Teilnehmer in diesem Monat kritischer als sie es noch in den vergangenen Monaten waren. Besonders betroffen von diesem Rückgang ist der Online-Shop von Schwab, der aktuell bei den Frauen nur einen Imagewert von 3,24 erreichen kann, während dieser Wert im April noch bei 3,45 lag. Aufgrund eines noch niedrigeren Durchschnittswerts bei der männlichen Zielgruppe (3,14) und somit einem Gesamt-Imagewert von 3,19 landet Schwab nur noch auf dem vorletzten Rang.

Für interessierte Unternehmen bietet das ECC Handel eine individuelle Image-Analyse an, die eine detaillierte Auskunft darüber gibt, welches Image der jeweilige Online-Shop im Vergleich zu den untersuchten Marktteilnehmern und bei der relevanten Zielgruppe hat.

Diese Ergebnisse sowie ausführliche Informationen zum ECC-Shopmonitor finden Sie unter:

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)

Das ECC Handel (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

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

www.ecc-handel.de

www.ecc-shopmonitor.de