



PRESSEMITTEILUNG

Kontakt:

E-Commerce-Center
c/o IFH Institut für Handelsforschung GmbH
Christina Fingerhut
Referentin Öffentlichkeitsarbeit

Tel.: +49 (0) 221 94 36 07-92
Fax: +49 (0) 221 94 36 07-79
c.fingerhut@ifhkoeln.de

www.ifhkoeln.de
www.ecc-handel.de

Die Kunden haben entschieden: Amazon ist Deutschlands Top Online-Shop 2013

ECC am IFH Köln veröffentlicht gemeinsam mit Hermes die Neuauflage der Kundenzufriedenheitsstudie „Erfolgsfaktoren im E-Commerce – Deutschlands Top Online-Shops“. Vorjahressieger Musikhaus Thomann muss sich dem branchenübergreifenden Gesamtsieger Amazon knapp geschlagen geben.

Köln, Hamburg, 24. Januar 2013 – Die zweite Auflage der ECC-Studie „Erfolgsfaktoren im E-Commerce – Deutschlands Top Online-Shops“ in Zusammenarbeit mit Hermes, die heute auf der „Online Handel 2013“ veröffentlicht wird, belegt einmal mehr die Relevanz des Online-Vertriebskanals: Über 37 Prozent der mehr als 10.000 für die Studie befragten Konsumenten kaufen mehrmals im Monat online ein – im letzten Jahr waren dies noch 29,3 Prozent – und geben dabei auch mehr Geld aus, als noch im letzten Jahr.

Vor allem Generalisten und Mode-Shops profitieren von der Online-Shopping-Lust der Verbraucher. Ein Generalist ist es auch, der sich an die Spitze des Top 100 Rankings der beliebtesten Online-Shops setzt. Amazon kann über alle sieben untersuchten Erfolgsfaktoren (Website-Gestaltung, Benutzerfreundlichkeit, Sortiment, Preis-Leistung, Service, Bezahlung, Versand und Lieferung) hinweg die größte Kundenzufriedenheit und die höchste Kundenbindung verbuchen und erreicht mit 78,9 von 100 möglichen Punkten den besten Wert im Online-Shop-Index. Dem Branchenprimus gelingt es somit von allen untersuchten Online-Shops am besten, die Erwartungen der eigenen Zielgruppe zu erfüllen. Obwohl auch der Vorjahressieger und zweitplatzierte Shop Musikhaus Thomann wieder über alle sieben Erfolgsfaktoren hinweg bei seinen Kunden punkten konnte, hat Amazon in allen drei Dimensionen des Kundenbindungsindex (Gesamtzufriedenheit, Wiederkaufabsicht, Weiterempfehlungsbereitschaft) die Nase leicht vorn. Der Online-Händler für Tierbedarf zooplus landet mit 76,1 Punkten im Online-Shop-Ranking ebenfalls auf dem Treppchen.

Top Online-Shops bereits auf hohem Niveau

Die ECC-Studie zeigt: Die Top Online-Shops in Deutschland bewegen sich aus Kundenperspektive bereits auf einem hohen Niveau. Die in den Top 10 platzierten Shops erreichen in Bezug auf die E-Commerce-Erfolgsfaktoren mit wenigen Ausnahmen gute bis sehr gute Werte. Dabei ist auch das Anspruchsniveau der Kunden in den vergangenen Jahren enorm gestiegen. Kunden erwarten vom ersten Besuch auf der Website bis hin zum Check-Out und der Lieferung der bestellten Ware einen reibungslosen Ablauf und stellen hohe Ansprüche an den gesamten Kaufprozess. „Was früher echte

Begeisterungsfaktoren waren, sind heute schon Basisfaktoren, mit denen sich kaum ein Shop mehr von der Konkurrenz abheben kann“, erklärt Dr. Kai Hudetz, Geschäftsführer des IFH Köln. „Der Markt ist unglaublich dynamisch. Die Rankings zeigen: Wer in den Markt investiert, kann sich auch erfolgreich positionieren. Händler, die nur versuchen das erreichte Niveau zu halten, bleiben über kurz oder lang auf der Strecke“, so Hudetz weiter. Letzteres zeigt auch ein Blick auf die Top 10: Nur drei der zehn besten Online-Shops des letzten Jahres können sich behaupten und schaffen es auch 2013 wieder auf die vorderen Plätze. Die übrigen Top 10-Ränge bekleiden Neueinsteiger wie Burberry, Esprit oder Shop-Apotheke. Frank Iden, Vorsitzender der Geschäftsführung der Hermes Logistik Gruppe Deutschland, ergänzt: „Die Studie zeigt, dass Versandoptionen und Lieferbedingungen für die Kundenzufriedenheit eine zentrale Rolle spielen. Händler, die erfolgreich im Internet verkaufen möchten, sollten deshalb mit Logistikpartnern zusammenarbeiten, die schnell zustellen, konkrete Liefertermine nennen und eine Nachbarschaftsabgabe sowie mehrere Zustellversuche anbieten.“

Abb. 45: Top 10 deutscher Online-Shops nach Online-Shop-Index, kategorieübergreifend (Stichprobe pro Shop in Klammern).

	Versand & Lieferung	Benutzerfreundlichkeit	Sortiment	Service	Preis-Leistung	Website-Gestaltung	Bezahlung	Kundenbindung	Online-Shop-Index
Amazon (106)	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★	★★★★	★★★★	★★★★★	●	78,9
Musikhaus Thomann (102)	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★	★★★★	★★★★	★★★★★	●	78,3
zooplus (110)	★★★★	★★★★	★★★★★	★★★	★★★★	★★★★	★★★★★	●	76,1
Javari.de (92)	★★★★★	★★★★	★★★★	★★★	★★★★	★★★★	★★★★★	●	75,2
Burberry (85)	★★★★	★★★★	★★★★★	★★★★	★★★	★★★★	★★★★	●	75,1
Esprit (101)	★★★★	★★★★	★★★★	★★★	★★★	★★★★	★★★★★	●	74,9
HUGO BOSS (100)	★★★★	★★★★	★★★★★	★★★	★★	★★★★	★★★★	●	74,8
medpex (101)	★★★★	★★★★	★★★★★	★★★	★★★★	★★★★	★★★★★	●	74,8
GERRY WEBER (98)	★★★★	★★★★	★★★★	★★★	★★★	★★★	★★★★★	●	74,6
Shop-Apotheke (101)	★★★★	★★★★	★★★★★	★★★	★★★★	★★★	★★★★★	●	74,5

ECC 2013

Wörter der Meldung: 494

Zeichenzahl der Meldung (inkl. Leerzeichen): 3.721

Über die Studie

Im Rahmen der Studie „Erfolgsfaktoren im E-Commerce – Deutschlands Top Online-Shops Vol. 2“ wurden in elf ausgewählten Branchen nun zum zweiten Mal die zu den umsatzstärksten in Deutschland gehörenden 100 Online-Händler auf sieben Erfolgsfaktoren (Website-Gestaltung, Benutzerfreundlichkeit, Sortiment, Preis-Leistung, Service, Bezahlung, Versand und Lieferung) hin untersucht und hinsichtlich der Kundenzufriedenheit und Kundenbindung analysiert. Weitere Befragungsinhalte sind unter anderem die Wichtigkeit dieser Erfolgsfaktoren und dahinter liegenden Einzelkriterien sowie das Online-Kaufverhalten deutscher Konsumenten. Insgesamt wurden in der Erhebung mehr als 10.000 Konsumenten ab 16 Jahren in Deutschland über ein Verbraucherpanel befragt (internetrepräsentative Bevölkerungsbefragung).

[Hier finden Sie weitere Informationen zur Studie und den Bestellmöglichkeiten.](#)

Über das E-Commerce-Center (ECC) am IFH Köln

Das E-Commerce-Center an der IFH Institut für Handelsforschung GmbH beschäftigt sich seit dem Jahr 1999 mit dem Online-Handel. Die Online-Experten befassen sich in wissenschaftlichen Studien, Auftragsprojekten und Veranstaltungen mit Fragestellungen unter anderem zu den Themen Multi-Channel, Payment, Mobile und Online-Marketing. Zu den Kunden des ECC gehören sowohl Handelsunternehmen als auch Dienstleister und Hersteller, die von der empirisch basierten Forschung und der praxisrelevanten Beratung der Online-Experten profitieren. Das ECC liefert im Verbund mit den Branchenspezialisten des IFH Köln praxisrelevantes Wissen für die Vorbereitung und Absicherung von Unternehmensentscheidungen.

Weitere Informationen finden Sie unter: www.ecc-handel.de und www.ifhkoeln.de.

Über Hermes

Mit über 40 Jahren Erfahrung ist Hermes ein führender Spezialist im Bereich der Supply-Chain-Services. Das Leistungsspektrum der zwölf unter der Marke Hermes operierenden Gesellschaften umfasst die gesamte Wertschöpfungskette des Handels: Sourcing, Qualitätsabsicherung, Transport, Fulfillment, Paketservice und das Zwei-Mann-Handling. Damit bietet das Unternehmen seinen Kunden ein komplettes Service-Portfolio aus einer Hand, das Hermes zum logischen Partner für viele Versandhändler macht. Im Geschäftsjahr 2011/2012 konnten die Hermes-Gesellschaften ihren Umsatz insgesamt auf 1.800 Millionen Euro erhöhen. Zugleich wuchs die Zahl der fest angestellten Mitarbeiter innerhalb der Hermes Gruppe auf 11.011 an. Hermes ist in ganz Europa aktiv und mit eigenen Gesellschaften in UK, Österreich, Italien und Russland vertreten. Weitere Informationen: www.hermesworld.com