

# ECC-Konjunkturindex Handel

in Zusammenarbeit mit  
Tradoria und Trusted Shops

April 2011



Sehr geehrte Damen und Herren,

mit einem deutlichen Maß an Skepsis betrachten die Online-Händler im April die aktuelle Umsatzentwicklung sowie die erwarteten Umsätze der 12 Folgemonate.



Obwohl die Online-Shopper auch zu Beginn des zweiten Quartals ihre Online-Ausgaben bereits zum dritten Mal in Folge anheben, veranlasst dies die Online-Händler nicht zu Euphorie. Sie reagieren in Bezug auf ihre erzielten Umsätze den dritten Monat in Folge eher zurückhaltend und erwarten auch für die nächsten 12 Monate keine solch positive Entwicklung wie im Vorjahr.

Die nächsten Monate werden zeigen, ob die Online-Händler das Wachstumspotenzial des E-Commerce erkennen oder ob sie ihre Erwartungen weiter an die aktuellen Umsatzeinbußen im stationären Handel anpassen.

A handwritten signature in dark ink, appearing to read 'Kai Hudetz'.

**Dr. Kai Hudetz**  
**Geschäftsführer Institut für Handelsforschung GmbH**

Das **primäre Ziel des ECC-Konjunkturindex** besteht darin, belastbare Daten zur aktuellen und zukünftigen Entwicklung des deutschen Online-Handels zu gewinnen und damit das gegenwärtig bestehende Informationsdefizit zu aktuellen und zukünftigen Entwicklungen im deutschen E-Commerce zu beseitigen. Um ein ganzheitliches Bild der E-Commerce-Landschaft zu erhalten; initiiert das ECC Handel in Zusammenarbeit mit seinen Partnern die drei Indizes:



- **e-KIX:** ECC-Konjunkturindex **Handel** in Zusammenarbeit mit Tradoria und Trusted Shops,



- **d-KIX:** ECC-Konjunkturindex **Dienstleister** in Zusammenarbeit mit Postbank P.O.S. Transact und EHI Retail Institute,



- **s-KIX:** ECC-Konjunkturindex **Shopper** in Zusammenarbeit mit redcoon und Hermes.

- **Methodik**
- Ergebnisse
- Stichprobenmerkmale
- Fazit

## ■ Inhalt:

- Meinungen deutscher Online-Händler zur aktuellen Situation und prognostizierten Entwicklung des deutschen Online-Handels anhand des eigenen Online-Umsatzes

## ■ Erhebungsmethode:

- Einmalige Registrierung
- Online-Kurzbefragung

## ■ Erhebungszeitraum:

- 26. April 2011 – 2. Mai 2011
- Wiederholung: monatlich

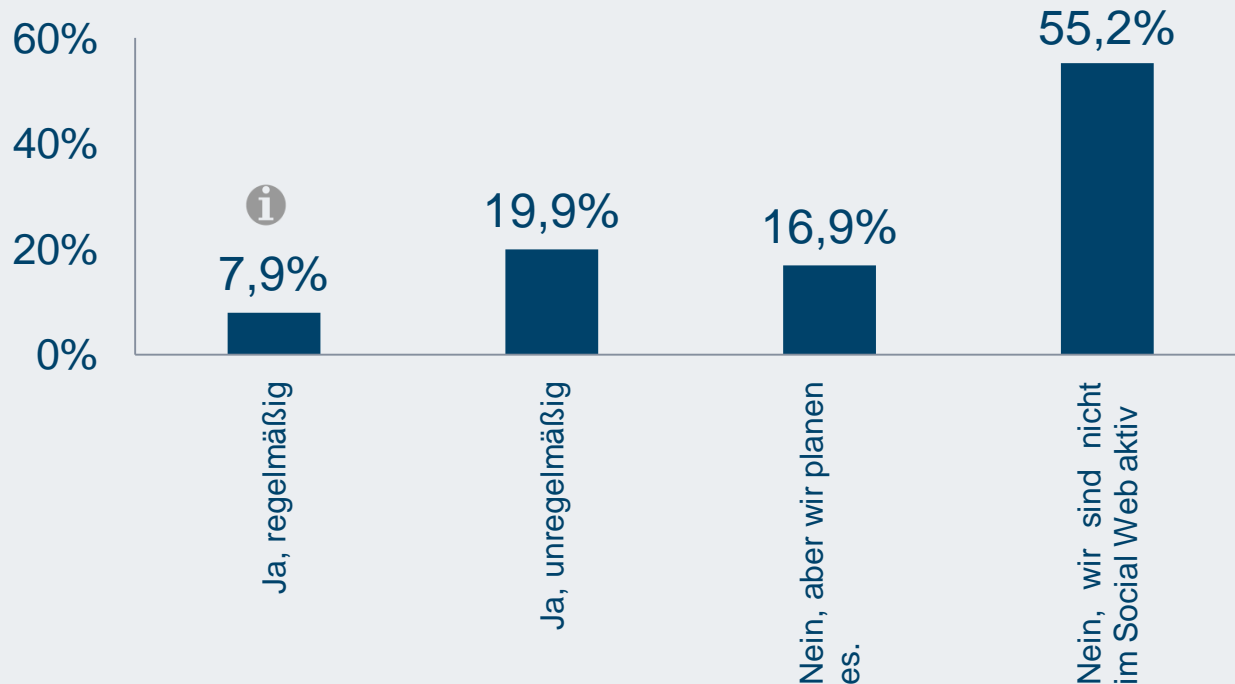
## ■ Stichprobe:

- Umfrage-Teilnehmer April 2011: N = 701



- Methodik
- **Ergebnisse**
- Stichprobenmerkmale
- Fazit

**Frage:** Betreiben Sie Social Media-Monitoring?



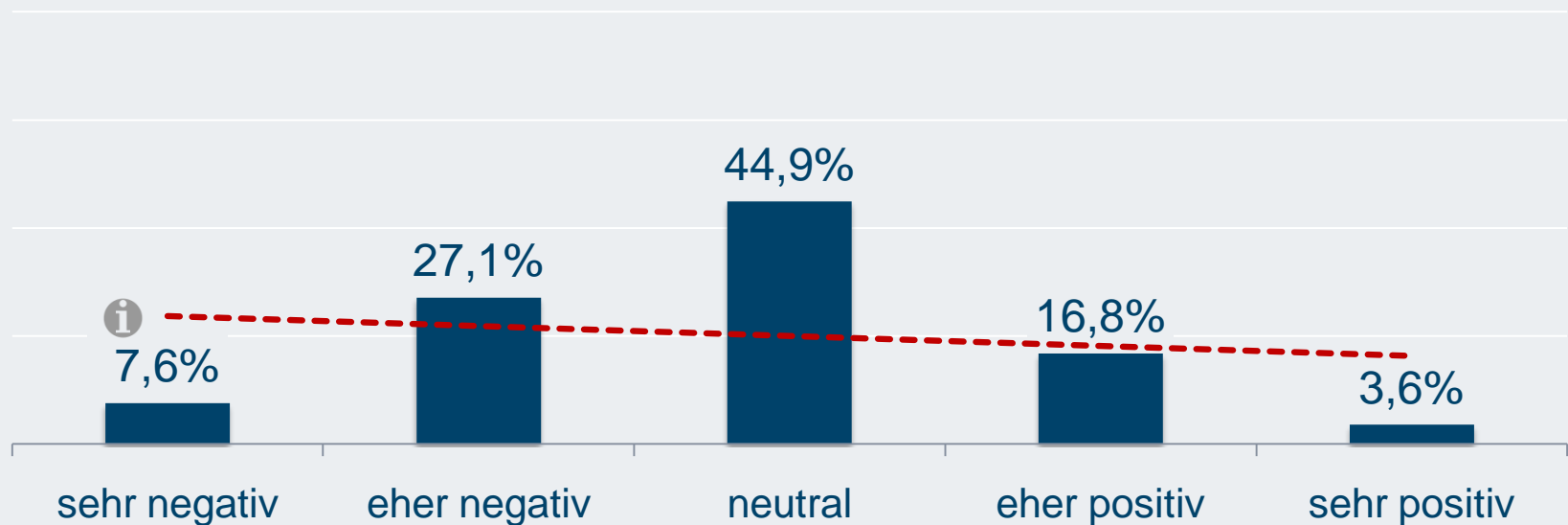
**Lesebeispiel:** 7,9 Prozent der teilnehmenden Unternehmen betreiben regelmäßig Social Media-Monitoring.

**Basis:** n = 692

**Fehlend:** n = 9



**Frage:** Wie beurteilen Sie Ihre aktuellen Online-Umsätze?  
Ich betrachte unsere aktuelle Umsatz-Situation als ...



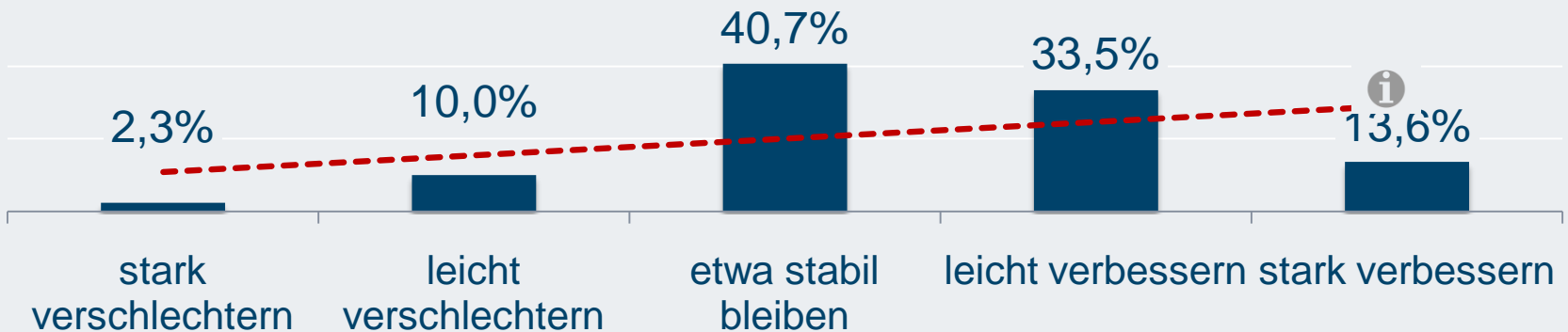
**Lesebeispiel:** 7,6 Prozent der befragten Unternehmen bewerten ihren Online-Umsatz dieses Monat als „sehr negativ“.

**Basis:** n = 701

**Anmerkung:** Ab Januar 2011 findet eine veränderte Skala Anwendung, dementsprechend wurde eine modifizierte Fragestellung mit leicht variierten Antwortoptionen implementiert.



**Frage:** Welche Erwartungen haben Sie an Ihre Online-Umsatzentwicklung für die kommenden 12 Monate?  
Ich erwarte, dass sich unsere Online-Umsätze ...



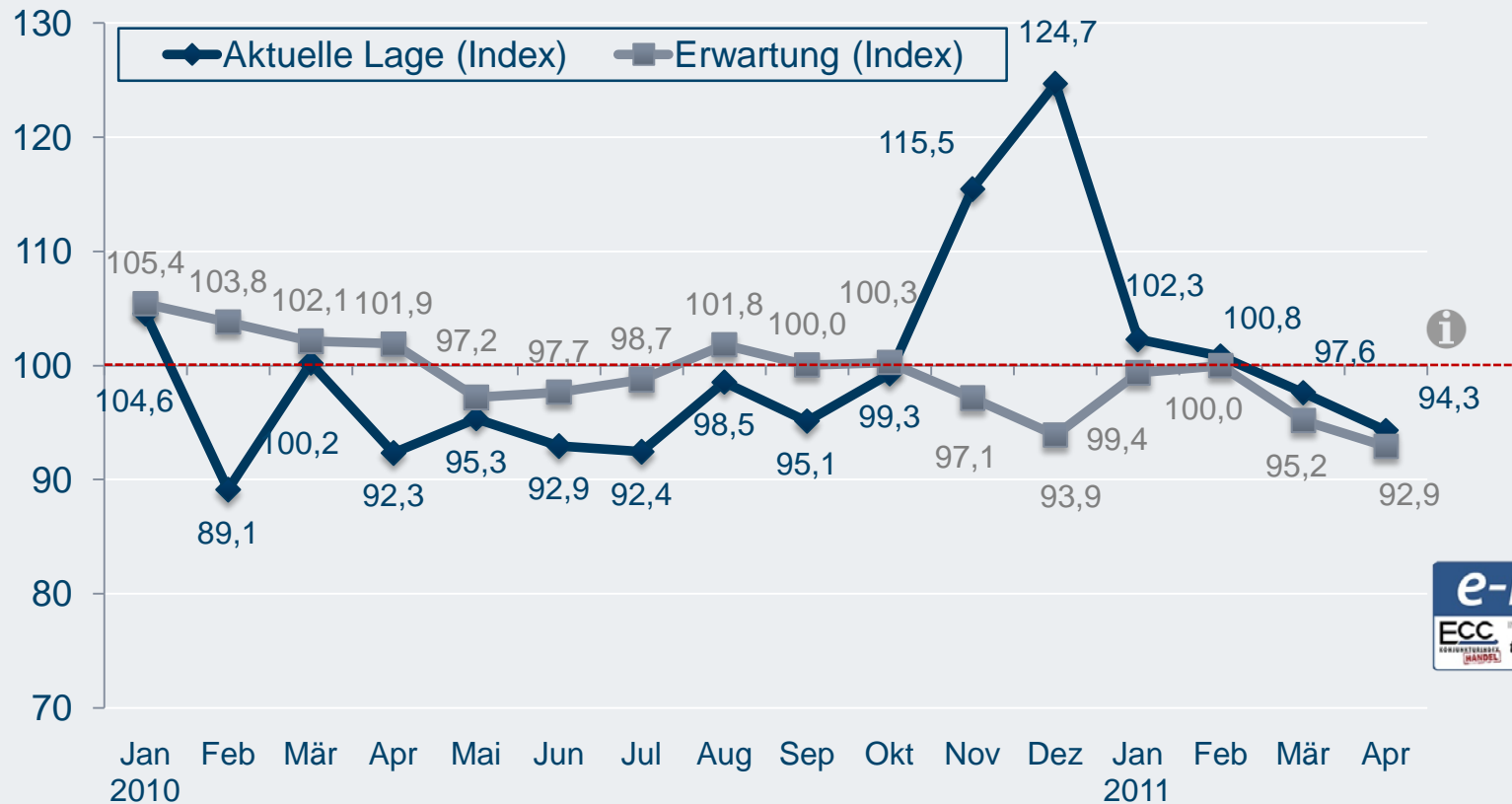
**Lesebeispiel:** 13,6 Prozent der befragten Unternehmen erwarten innerhalb der nächsten 12 Monate eine starke Verbesserung des Online-Umsatzes.

**Basis:** n = 701

**Anmerkung:** Ab Januar 2011 findet eine veränderte Skala Anwendung, dementsprechend wurde eine modifizierte Fragestellung mit leicht variierten Antwortoptionen implementiert.



# e-KIX: Januar 2010 bis April 2011 – aktuelle Lage und Erwartungen deutscher Online-Händler

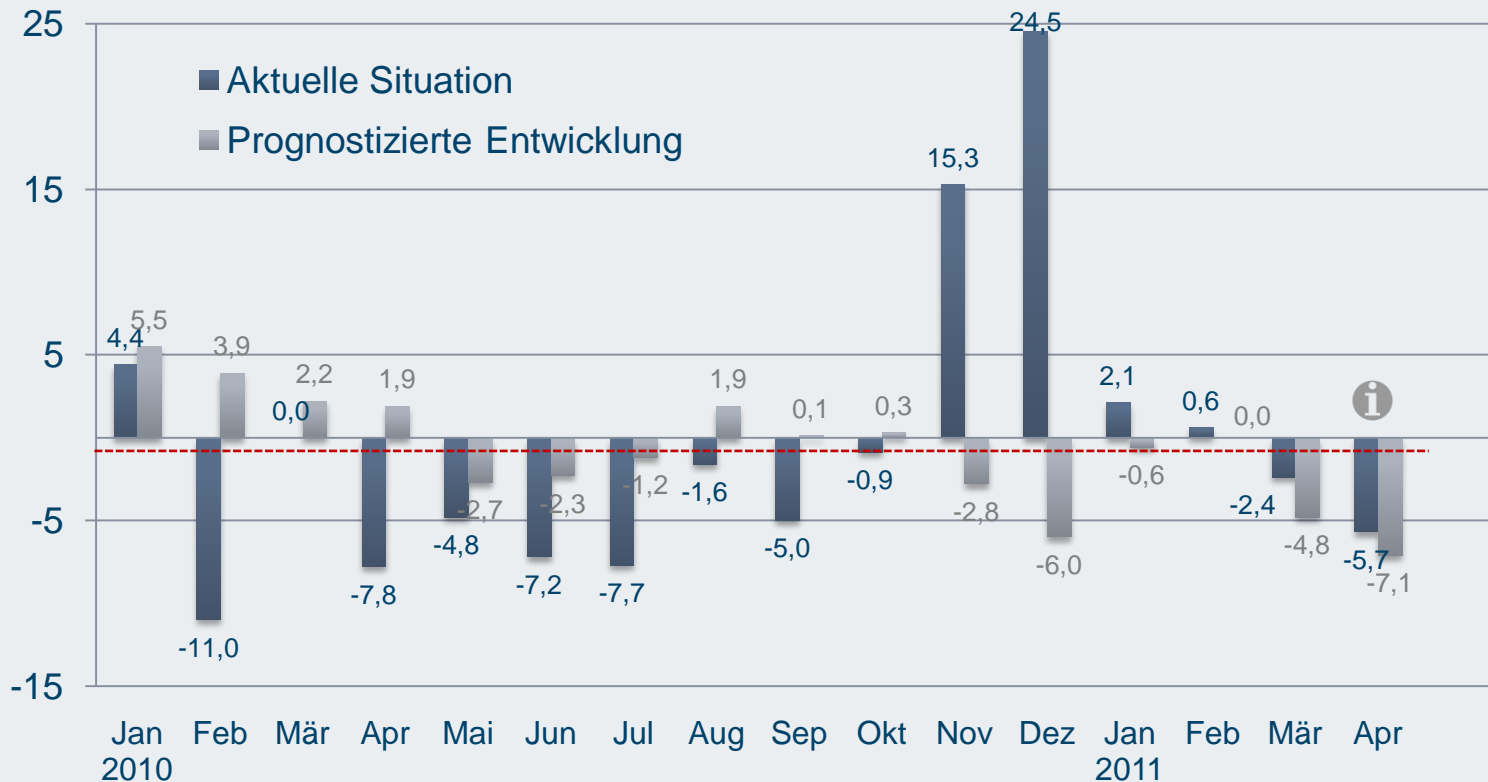


**Lesebeispiel:** Die befragten Unternehmen bewerteten die aktuelle Situation im März 2011 mit 97,6 und im April 2011 mit 94,3 Indexpunkten.

**Basis:** 768 ≥ n ≥ 599

**Anmerkung:** Ab Januar 2011 basiert der e-KIX auf einem konkreten Index mit Basisjahr 2010 anstatt auf Skalenwerten. Dieser Index leitet sich aus dem arithmetischen Mittel der Monatswerte des Jahres 2010 ab (96,4). Der Index für die aktuelle Lage berechnet sich aus dem aktuellen Wert/96,4, der Index bezüglich der Erwartungen aus dem erwarteten Wert/130,4.

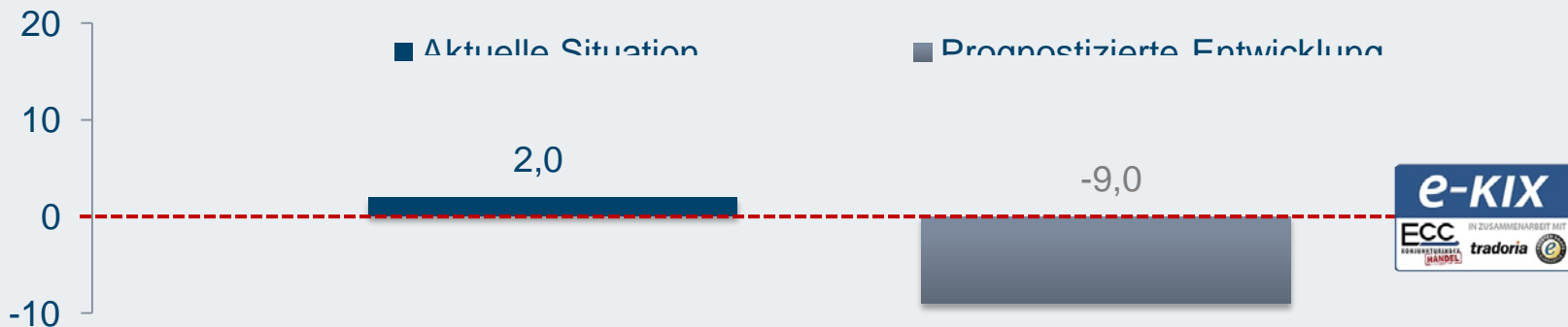
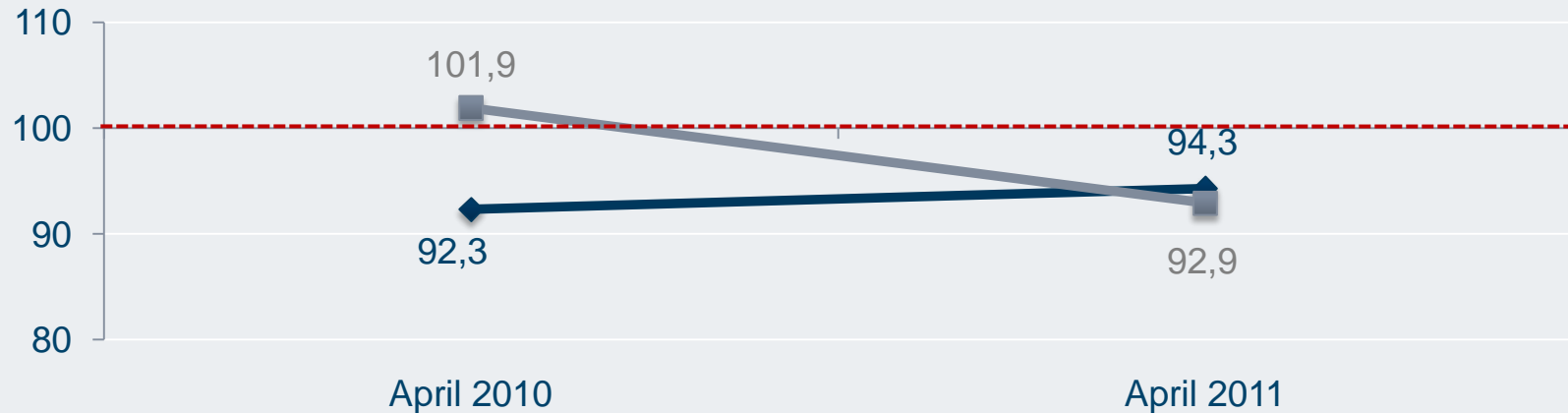
# e-KIX: Januar 2010 bis April 2011 – Abweichungen im Vergleich zum Basiszeitraum



**i Lesebeispiel:** Die befragten Unternehmen bewerteten die aktuelle Situation im März 2011 mit 2,4 Punkten schlechter und im April 2011 mit 5,7 Punkten schlechter als im Vergleich zum Jahresdurchschnitt 2010.

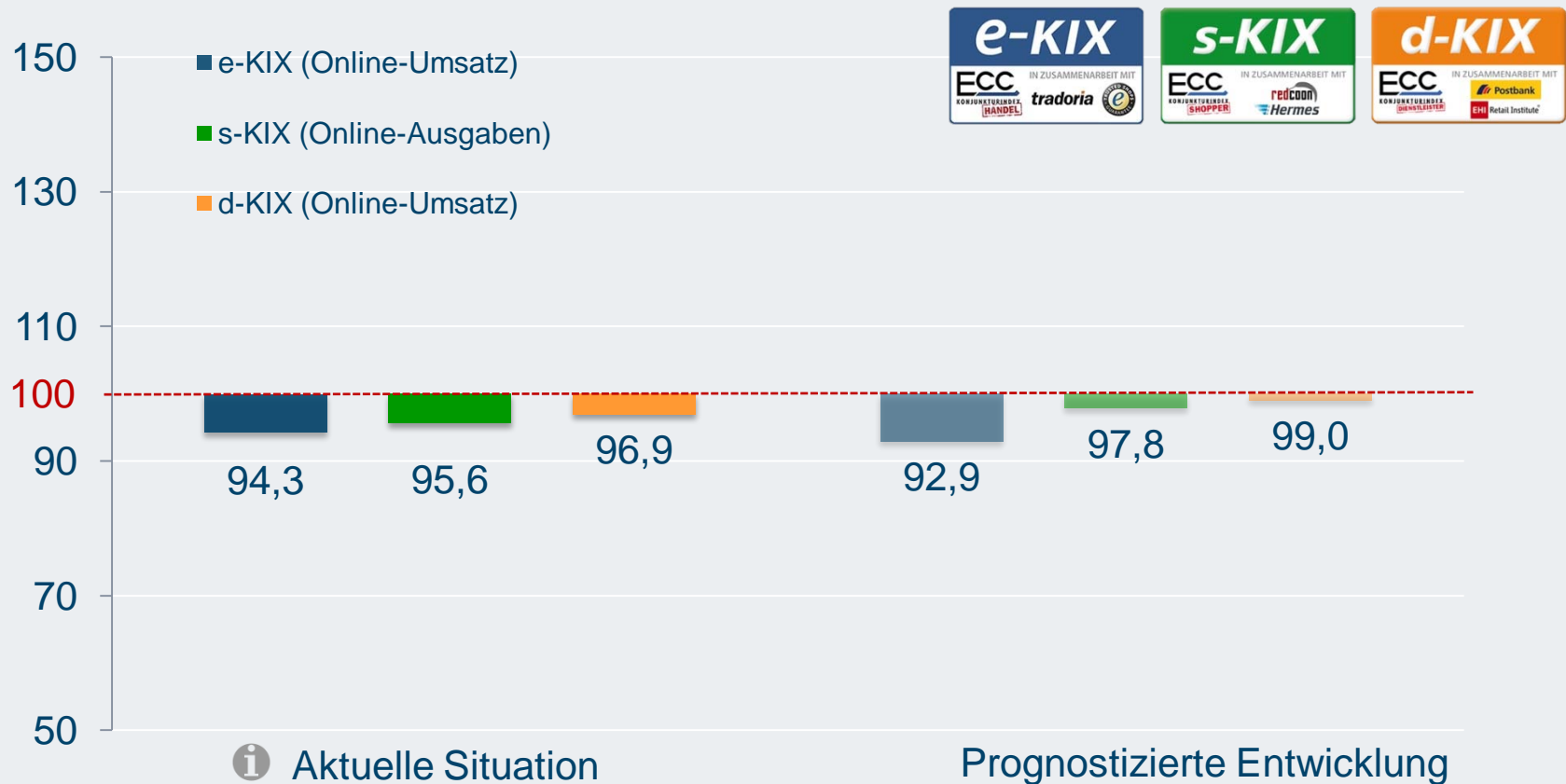
**Basis:** 768 ≥ n ≥ 599

**Anmerkung:** Die Abweichungswerte ergeben sich aus dem entsprechenden Index – 100. Der Index für die aktuelle Lage berechnet sich aus dem aktuellen Wert/96,4, der Index bezüglich der Erwartungen aus dem erwarteten Wert/130,4.



**Lesebeispiel:** Der e-KIX liegt im April 2011 2,0 Punkte über der Einschätzung der aktuellen Situation im April 2010. Die prognostizierte Entwicklung für die 12 Folgemonate liegt im April 2011 9,0 Indexpunkte unter den Erwartungen der Online-Händler im April 2010.

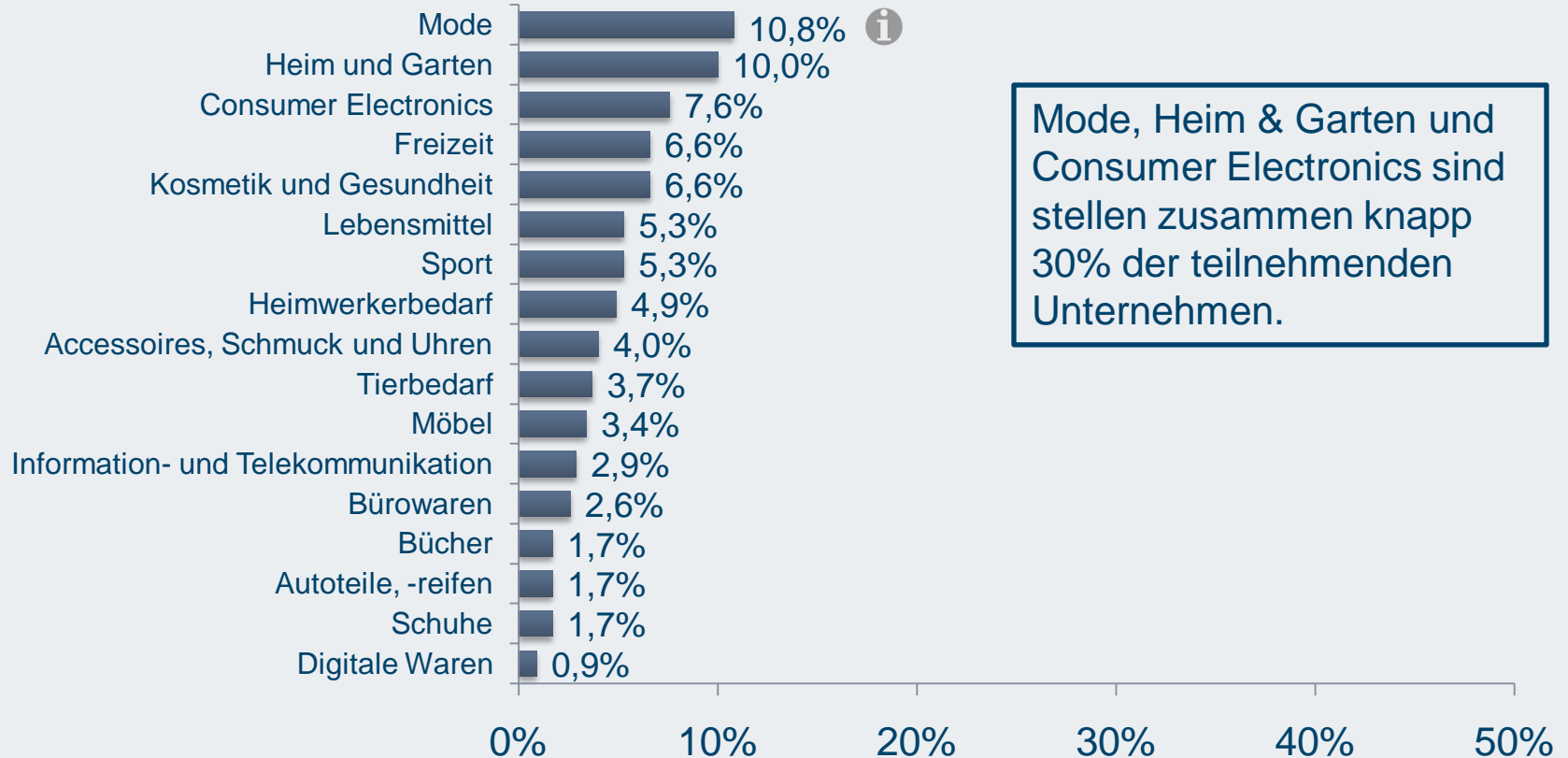
**Basis:** 762 ≥ n ≥ 701



**i** **Lesebeispiel:** Der e-KIX liegt bei 94,3, der s-KIX bei 95,6 und der d-KIX bei 96,9 Indexpunkten für die aktuelle Situation.

**Basis:** n = 701 (e-KIX) | n = 1.992 (s-KIX) | n = 56 (d-KIX)

- Methodik
- Ergebnisse
- **Stichprobenmerkmale**
- Fazit



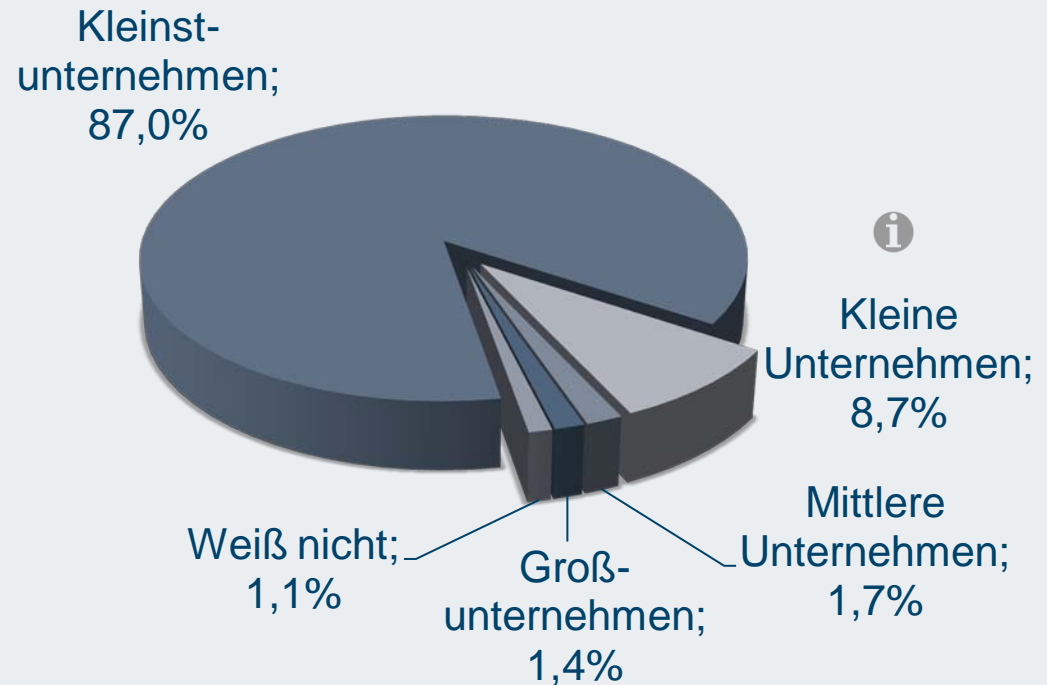
Mode, Heim & Garten und Consumer Electronics sind zusammen knapp 30% der teilnehmenden Unternehmen.

**i** **Lesebeispiel:** 10,8 Prozent der teilnehmenden Unternehmen kommen aus der Branche „Mode“.

**Basis:** n = 701



Die Stichprobe setzt sich zu 87 Prozent aus Unternehmen mit weniger als zehn Mitarbeitern zusammen.



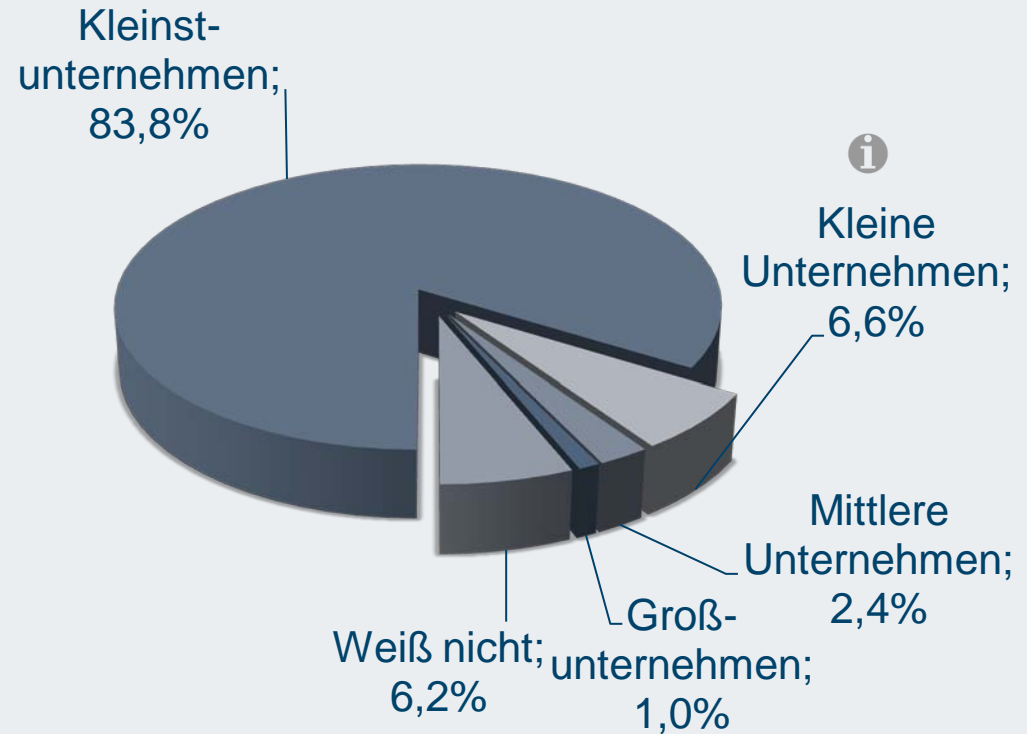
**Kleinstunternehmen:** 1-9 Mitarbeiter  
**Kleine Unternehmen:** 10-49 Mitarbeiter  
**Mittlere Unternehmen:** 50-249 Mitarbeiter  
**Großunternehmen:** mehr als 250 Mitarbeiter

**i** **Lesebeispiel:** 8,7 Prozent der befragten Unternehmen sind kleine Unternehmen.

**Basis:** n = 701



Knapp 84 Prozent der Befragten generiert jährlich bis zu zwei Millionen Euro Umsatz.

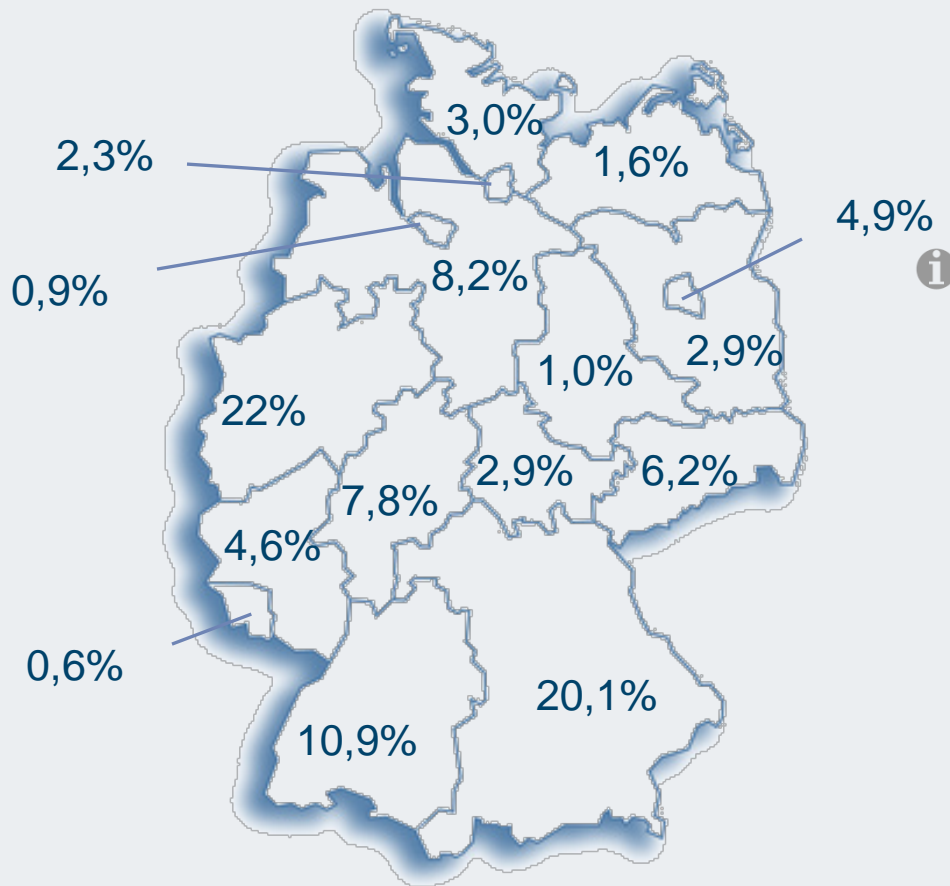


**Kleinstunternehmen:** Bis zu 2 Mio. Umsatz  
**Kleine Unternehmen:** 2-10 Mio. Umsatz  
**Mittlere Unternehmen:** 10-50 Mio. Umsatz  
**Großunternehmen:** Mehr als 50 Mio. Umsatz

**Lesebeispiel:** 6,6 Prozent der teilnehmenden Unternehmen generieren einen Umsatz zwischen 2 und 10 Millionen Euro pro Jahr.

**Basis:** n = 680  
**Fehlend:** n = 21



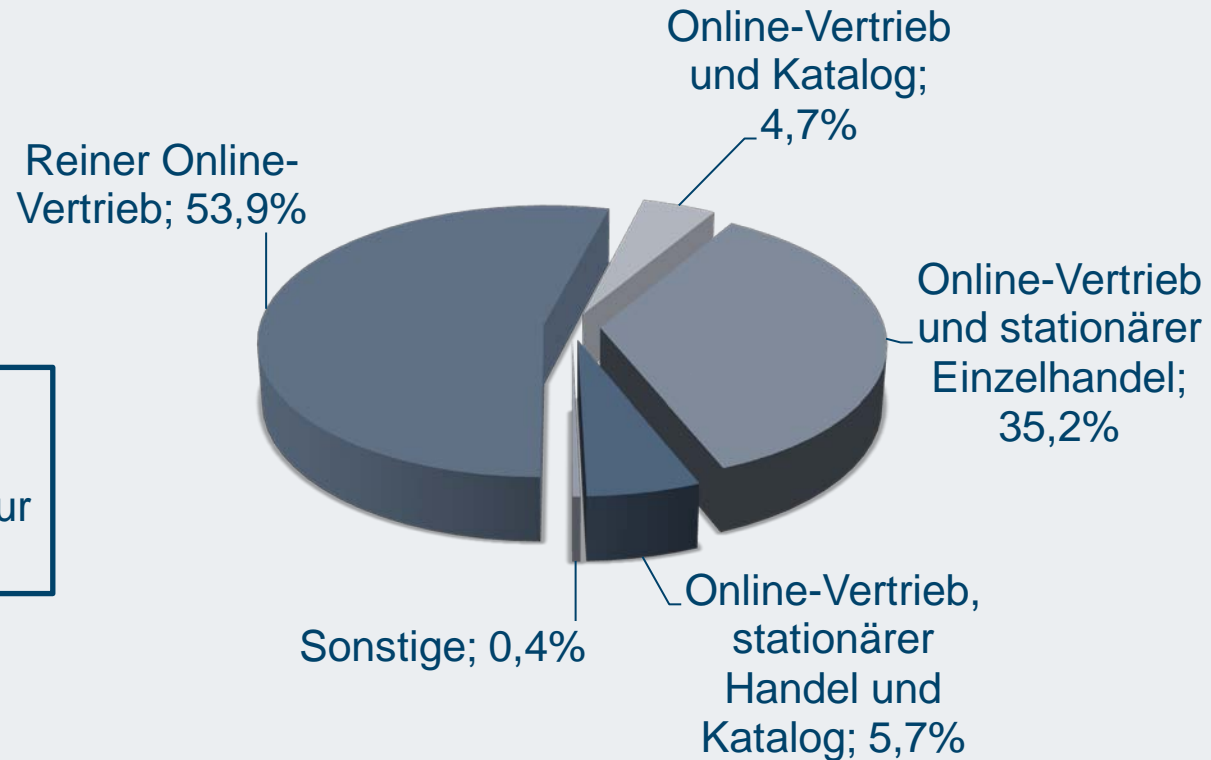


Mit der Erhebung konnte eine bundesweite Stichprobe generiert werden.

**i** **Lesebeispiel:** 4,9 Prozent der teilnehmenden Unternehmen haben Ihren Firmensitz in Berlin.

**Basis:** n = 691  
**Fehlend:** n = 10

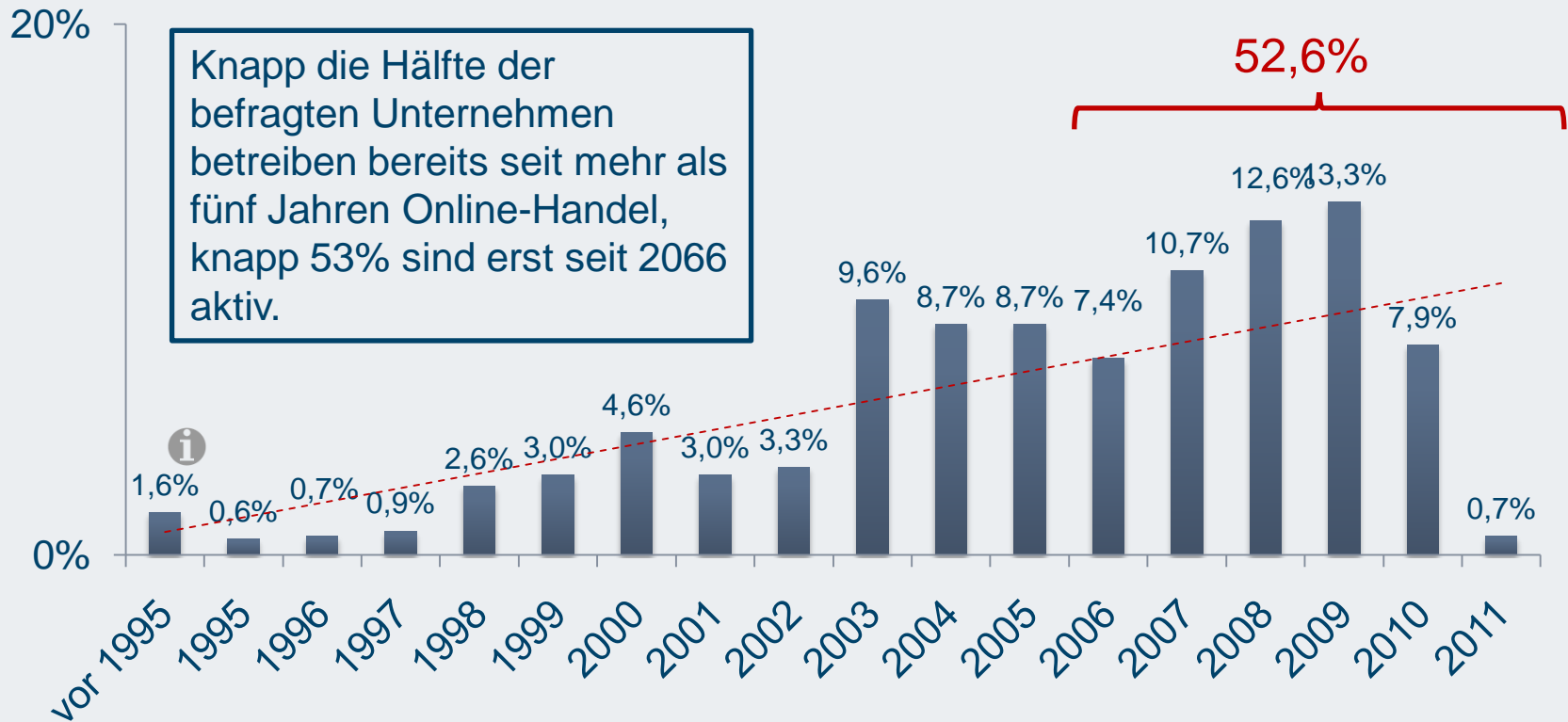




Über die Hälfte der Befragten Händler vertreiben Ihre Waren nur über Distanzkanäle.

**i** **Lesebeispiel:** 35,2 Prozent der teilnehmenden Unternehmen verkaufen sowohl über einen Online-Shop als auch im stationären Handel.  
**Basis:** n = 697  
**Fehlend:** n = 4





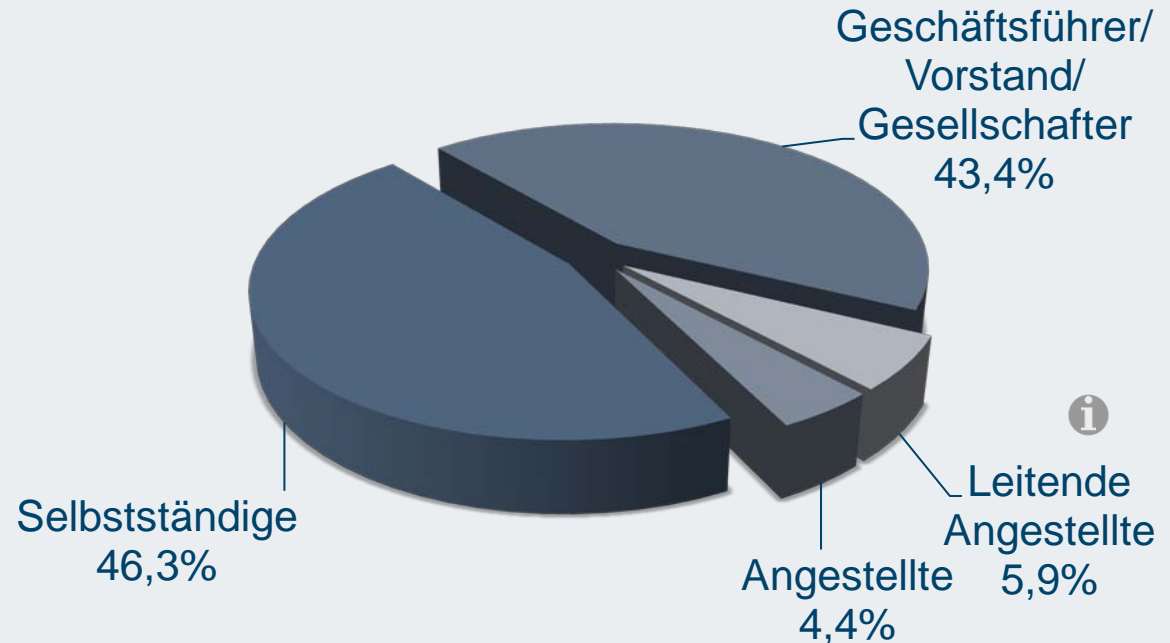
**Lesebeispiel:** 1,6 Prozent der teilnehmenden Unternehmen betreibt bereits seit 1995 Online-Vertrieb.

**Basis:** n = 698

**Fehlend:** n = 3



Beinahe 90 Prozent der Befragten sitzen in Entscheidungspositionen der Unternehmen – 43,4 Prozent als Geschäftsführer, Vorstand oder Gesellschafter.



**Lesebeispiel:** 5,9 Prozent der Ansprechpartner dieser Erhebung sind leitende Angestellte des jeweiligen Unternehmens.

**Basis:** n = 682

**Fehlend:** n = 19



Sehr geehrte Damen und Herren,

wie weit Wahrnehmungen auseinander gehen können, zeigt auch diesen Monat wieder der ECC-Konjunkturindex.

Obwohl die Online-Shopper bereits den dritten Monat in Folge ihre Online-Ausgaben steigern, bewerten die Online-Händler den dritten Monat in Folge ihre Umsätze eher negativ. Der e-KIX bezüglich der aktuellen Umsätze befindet sich mit 94,3 Indexpunkten auf dem niedrigsten Niveau seit Juli des vergangenen Jahres.

Der e-KIX bezüglich der erwarteten Umsätze liegt mit 92,9 Indexpunkten sogar auf dem tiefsten Stand seit Erhebungsbeginn. Die Online-Händler rechnen im April mit einer erheblich geringeren Dynamik für die 12 Folgemonate als im Basiszeitraum. Trotz des sehr erfolgreichen Jahres 2010 rechnen die Online-Händler derzeit offenbar mit einem geringeren Wachstum als noch im Vorjahr. Vielleicht sehen sie die Zukunft aber auch eine Spur zu pessimistisch – solange die Online-Shopper ihre Ausgaben weiter steigern, bestehen auch für den E-Commerce weiterhin Wachstumspotenziale.



**Maria Klees**

**Projektmanagerin E-Commerce-Center Handel**



Die Institut für Handelsforschung GmbH ist ein Forschungs- & Beratungsunternehmen mit empirisch basierten Businesslösungen für den Off- und Online-Handel. Das E-Commerce-Center Handel (ECC Handel) ist am Institut für Handelsforschung für den Bereich E-Commerce (elektronischer Handel) zuständig und blickt auf mehr als 10 Jahre Erfahrung in Forschung und Beratung im elektronischen Handel zurück.

Als Branchen-Kompetenzzentrum des vom Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie geförderten Netzwerks der Kompetenzzentren für den elektronischen Geschäftsverkehr berät das ECC Handel Unternehmen zu aktuellen Fragen des E-Commerce.

Zusätzlich führt das ECC Handel Forschung, Projekte und Beratung für private und öffentliche Auftraggeber durch. Auf der Website stehen umfassende kostenfreie Informationen von Suchmaschinenmarketing bis Social Media zur Verfügung.



Mit über 5.000 Onlinehändlern unter Vertrag und mehr als 5,2 Millionen Produkten zählt die 2007 gegründete E-Commerce-Lösung Tradoria zu den führenden deutschen Anbietern von Mietshop-Lösungen. Die bereits mehrfach ausgezeichnete Komplettlösung eignet sich perfekt für E-Commerce-Einsteiger oder als leistungsstarker Vertriebskanal für bestehende Onlineshops sowie als Multi-Channel-Lösung für den stationären Einzelhandel.

Tradoria kümmert sich um die komplette Zahlungsabwicklung sowie die Kundenkommunikation während des Bestellprozesses. Außerdem übernimmt das Unternehmen die Risiken von Zahlungsausfällen.

So können sich Tradoria-Anbieter ganz auf das Wesentliche konzentrieren – den Verkauf der Artikel und die Gestaltung Ihres Sortiments. Zusätzlich zur Präsentation im eigenen Onlineshop sind die Produkte aller Tradoria-Anbieter automatisch auf den Shopping Portalen Tradoria.de bzw. Tradoria.at gelistet.

***tradoria***

Trusted Shops ist mit über 7.000 zertifizierten Online-Shops Europas führender Vertrauensdienstleister für den e-Commerce. Das 1999 gegründete Kölner Unternehmen überprüft die Händler nach mehr als 100 Einzelkriterien wie Bonität, Preistransparenz, Kundenservice und Datenschutz und vergibt daraufhin sein begehrtes Gütesiegel. Außerdem bietet Trusted Shops dem Verbraucher einen einzigartigen Käuferschutz für seine Einkäufe bei zertifizierten Händlern.

Die Trusted Shops GmbH beschäftigt zur Zeit mehr als 70 Mitarbeiter am Standort Köln, darunter zahlreiche Wirtschaftsjuristen, die die Prüfung der Mitgliedshändler vornehmen. Zu den Kunden zählen WDR, Neckermann.ch, Brands4Friends, Bon Prix, Red Coon, fahrrad.de, Edeka24, Hess Natur, Music Store, Commerzbank, Euronics, Atelco sowie eine Vielzahl kleiner und mittelständischer Unternehmen.

Trusted Shops wurde während der Entwicklung von der Europäischen Kommission für effektiven Verbraucherschutz und Mittelstandsförderung unterstützt. Sowohl die Initiative D21 als auch Stiftung Finanztest (Ausgabe 01/2008) und Computer Bild (Testsieger in Ausgabe 03/2009) empfehlen Trusted Shops als sichere Orientierungshilfe im E-Commerce.



Maria Klees  
[m.klees@ecc-handel.de](mailto:m.klees@ecc-handel.de)



E-Commerce-Center Handel  
c/o IfH Institut für Handelsforschung GmbH  
Dürener Straße 401 b  
50858 Köln

Tel.: (0221) 943607-70

Fax: (0221) 943607-59

[www.ecc-handel.de](http://www.ecc-handel.de)

[www.ecc-konjunkturindex.de](http://www.ecc-konjunkturindex.de)

