

ECC-Konjunkturindex Handel

in Zusammenarbeit mit
Tradoria und Trusted Shops

August 2011



Sehr geehrte Damen und Herren,

die Shopping-Laune der Verbraucher ist ungetrübt. Dies beschert auch den Online-Händlern steigende Umsätze. Wieder einmal wurden die Erwartungen der Online-Händler übertroffen und der e-KIX steigt im Vergleich zu den Vormonaten weiter an. Auch wenn die Erwartungen an die nächsten zwölf Monate etwas zurückgehen, lassen die aktuellen Indexwerte auf ein umsatzstarkes viertes Quartal hoffen.

Die Zusatzfrage beschäftigte sich erneut mit den wichtigsten Eigenschaften eines Bezahlsystems aus Sicht der befragten Online-Händler. Die Ergebnisse zeigen, dass für die Online-Händler insbesondere Sicherheitsaspekte und eine Auswahl verschiedener Zahlungsverfahren eine große Rolle spielen.



Beate Rank
Geschäftsführerin Tradoria 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:

- 22. August 2011 – 29. August 2011
- Wiederholung: monatlich

■ Stichprobe:

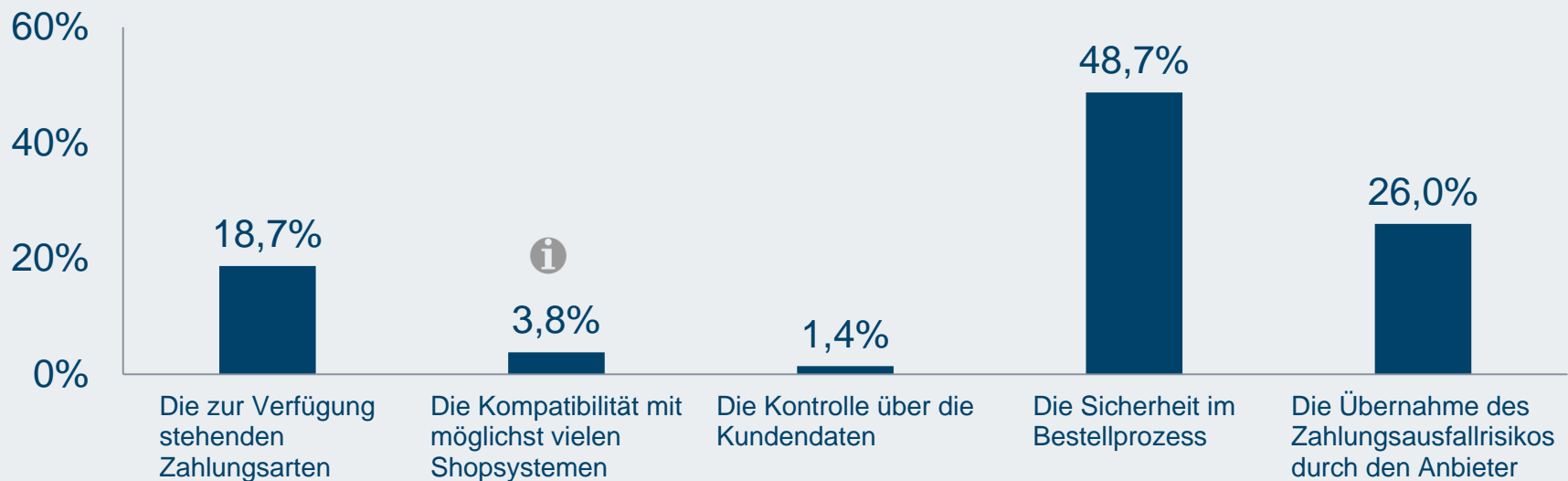
- Umfrage-Teilnehmer August 2011: N = 651



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

Frage: Was ist für sie die wichtigste Eigenschaft eines Bezahlsystems?

Folgende Eigenschaften sind am wichtigsten:



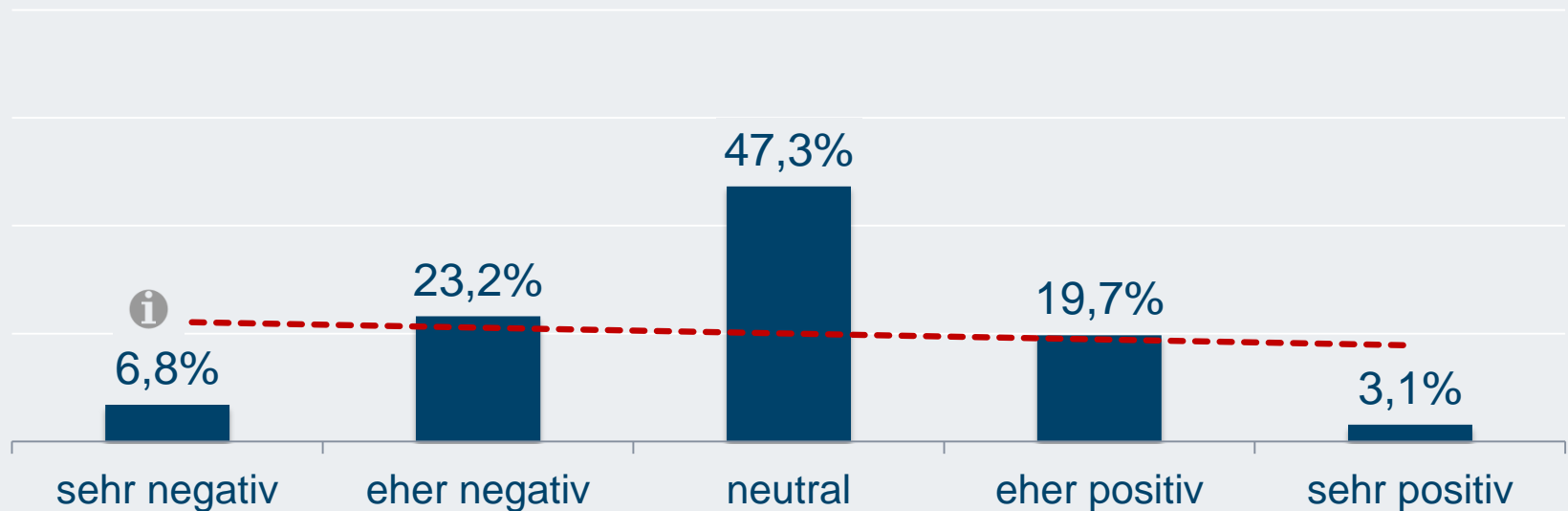
Lesebeispiel: Für 3,8 Prozent der Befragten ist die Kompatibilität mit möglichst vielen Shopsystemen die wichtigste Eigenschaft eines Shopsystems.

Basis: n = 642

Fehlend: n = 9



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



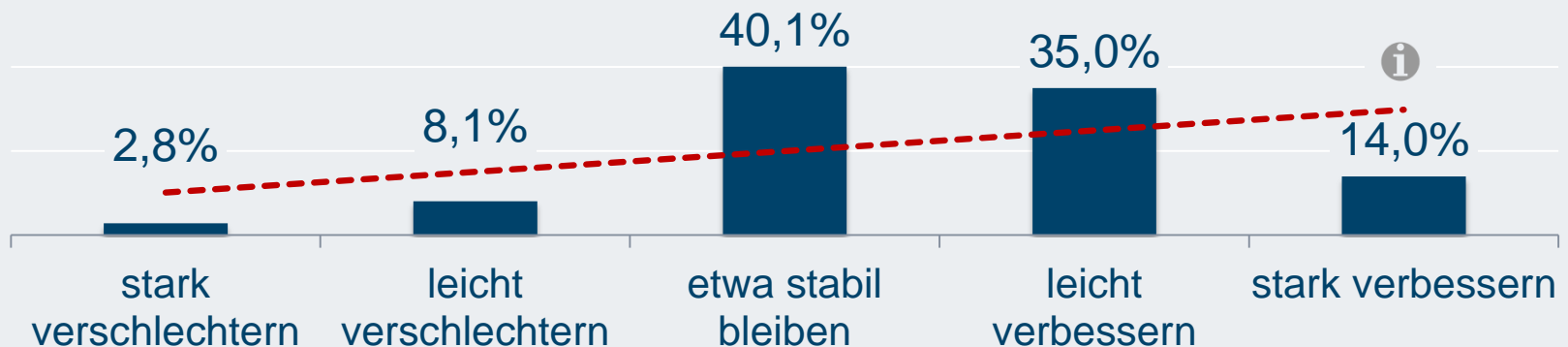
i **Lesebeispiel:** 6,8 Prozent der befragten Unternehmen bewerten ihren Online-Umsatz diesen Monat als „sehr negativ“.

Basis: n = 651

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 ...



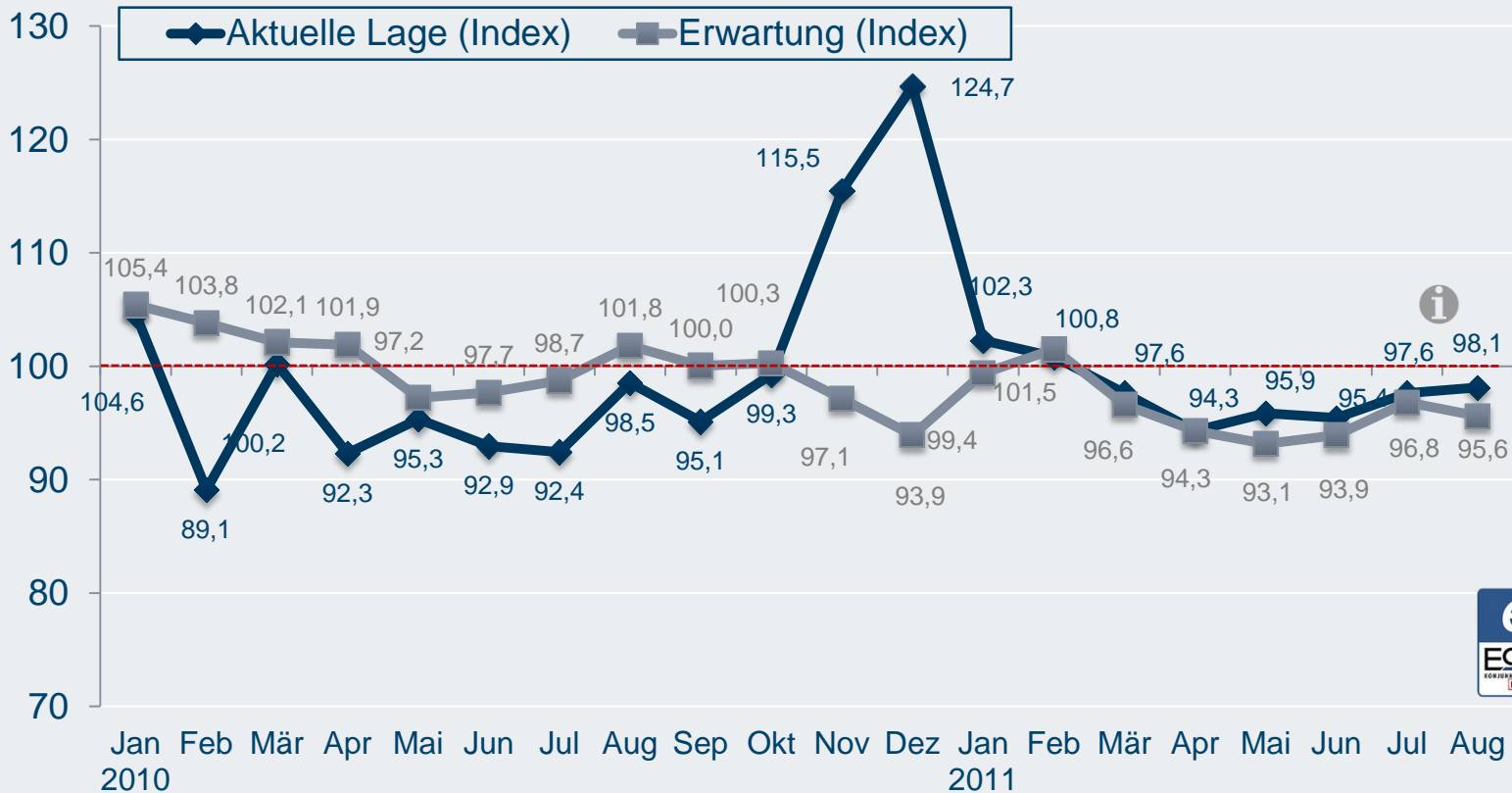
i Lesebeispiel: 14,0 Prozent der befragten Unternehmen erwarten innerhalb der nächsten 12 Monate eine starke Verbesserung des Online-Umsatzes.

Basis: n = 651

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



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



i Lesebeispiel: Die befragten Unternehmen bewerteten die aktuelle Situation im Juli 2011 mit 97,6 und im August 2011 mit 98,1 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.

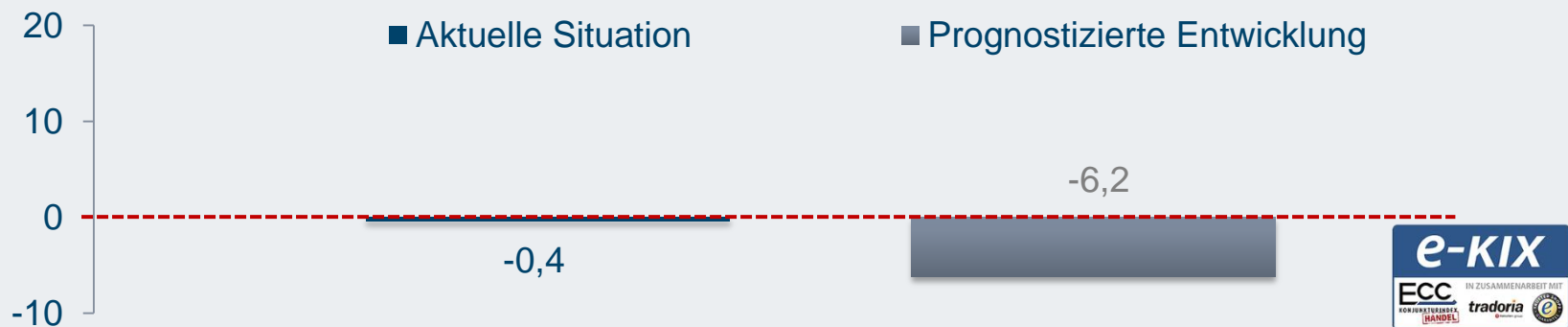
e-KIX: Januar 2010 bis August 2011 – Abweichungen im Vergleich zum Basiszeitraum



i Lesebeispiel: Die befragten Unternehmen bewerteten die aktuelle Situation im Juli 2011 mit 1,9 Punkten schlechter und die erwartete Umsatzentwicklung mit 4,4 Punkten schlechter als im Vergleich zum Jahresdurchschnitt 2010.

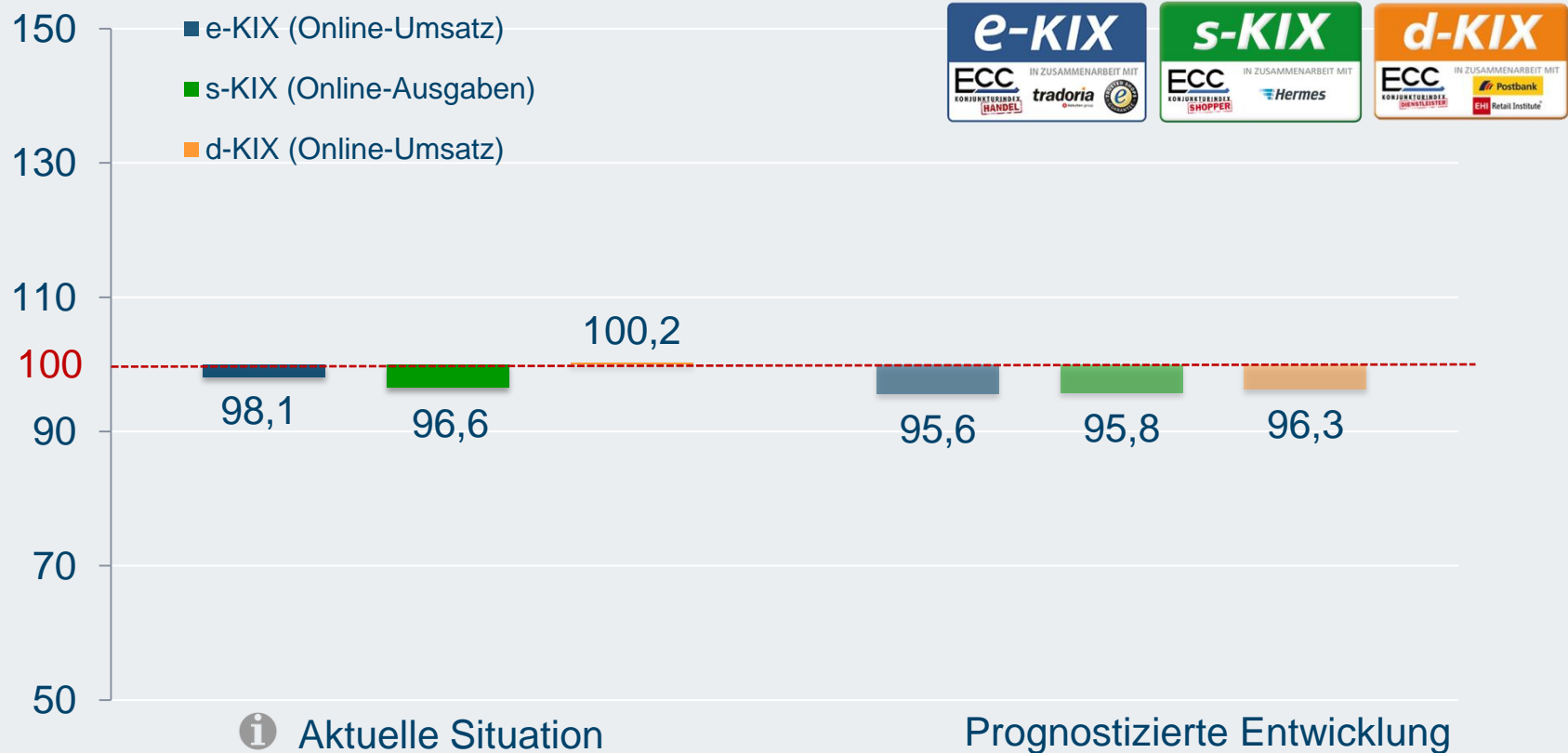
Basis: 768 ≥ n ≥ 599

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 August 2011 0,4 Punkte unter der Einschätzung der aktuellen Situation im August 2010. Die prognostizierte Entwicklung für die 12 Folgemonate liegt im August 2011 6,2 Indexpunkte unter den Erwartungen der Online-Händler im August 2010.

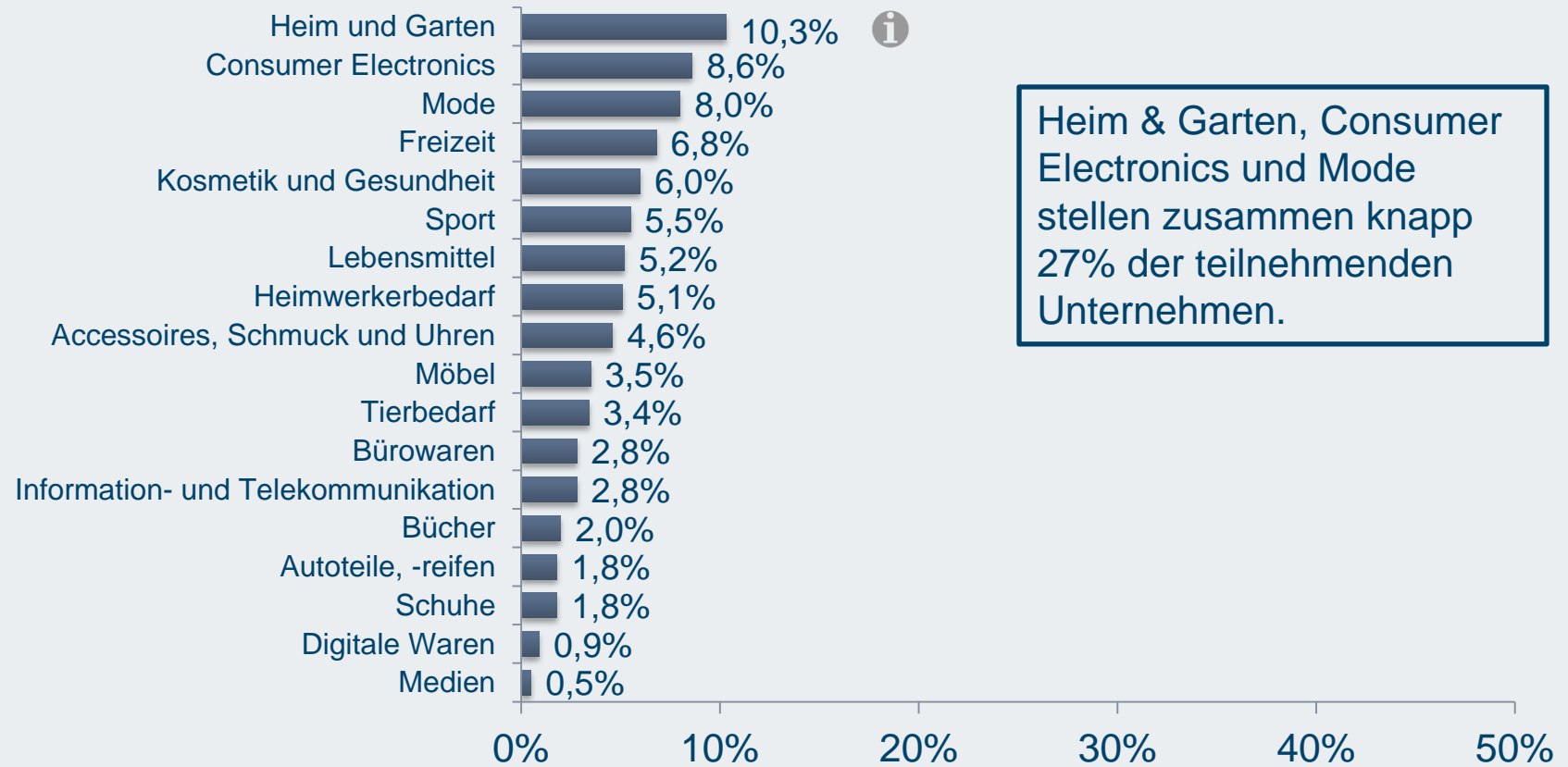
Basis: 672 ≥ n ≥ 651



i **Lesebeispiel:** Der e-KIX liegt bei 98,1 der s-KIX bei 96,6 und der d-KIX bei 100,2 Indexpunkten für die aktuelle Situation.

Basis: n = 651 (e-KIX) | n = 1.855 (s-KIX) | n = 44 (d-KIX)

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



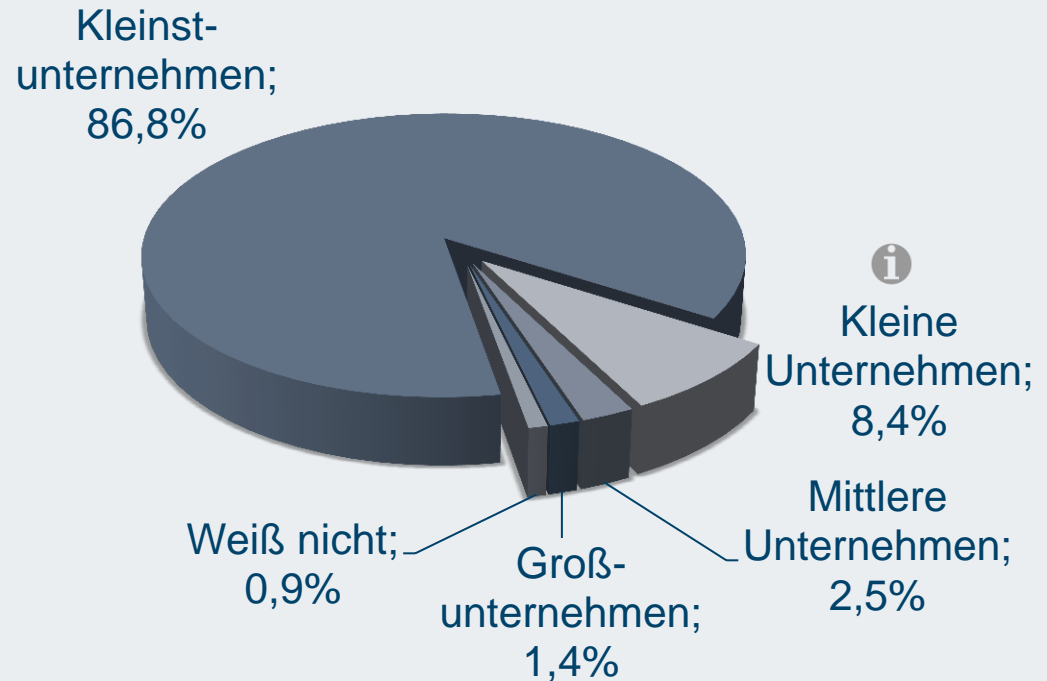
Heim & Garten, Consumer Electronics und Mode stellen zusammen knapp 27% der teilnehmenden Unternehmen.

i **Lesebeispiel:** 10,3 Prozent der teilnehmenden Unternehmen kommen aus dem Bereich Heim & Garten.

Basis: n = 651



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



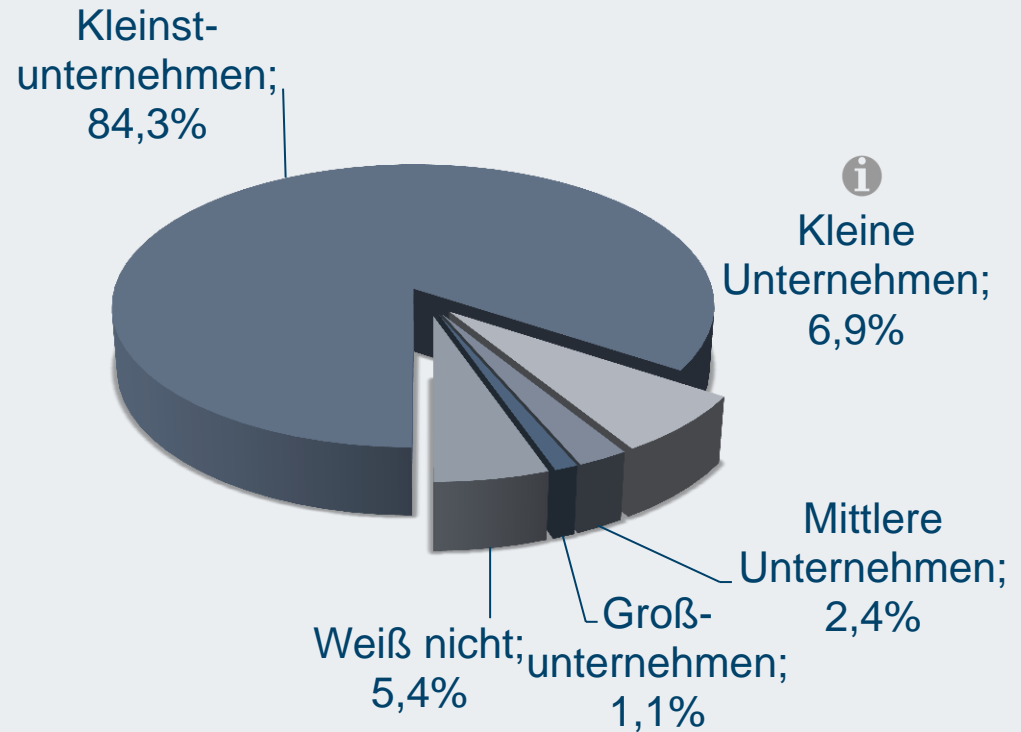
Kleinstunternehmen: 1-9 Mitarbeiter
Kleine Unternehmen: 10-49 Mitarbeiter
Mittlere Unternehmen: 50-249 Mitarbeiter
Großunternehmen: mehr als 250 Mitarbeiter

i **Lesebeispiel:** 8,4 Prozent der befragten Unternehmen sind kleine Unternehmen.

Basis: n = 651



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

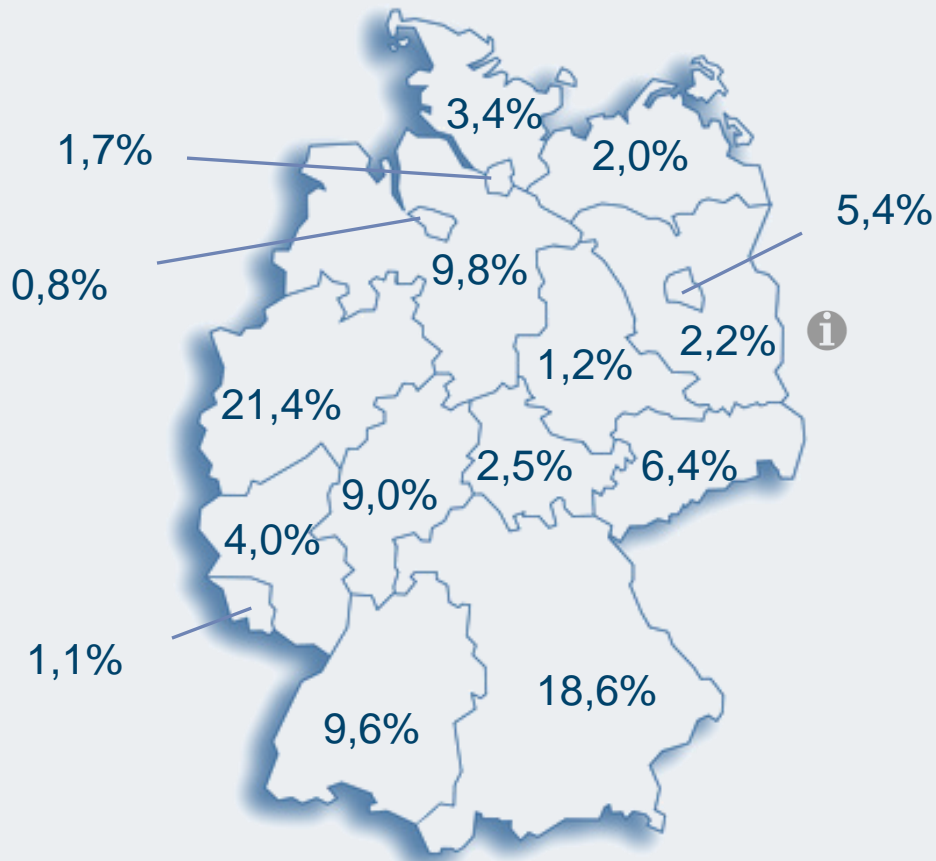


Kleinstunternehmen: Bis zu 2 Mio. Umsatz
Kleine Unternehmen: 2-10 Mio. Umsatz
Mittlere Unternehmen: 10-50 Mio. Umsatz
Großunternehmen: Mehr als 50 Mio. Umsatz

Lesebeispiel: 6,9 Prozent der teilnehmenden Unternehmen generieren einen Umsatz zwischen 2 und 10 Millionen Euro pro Jahr.

Basis: n = 635
Fehlend: n = 16



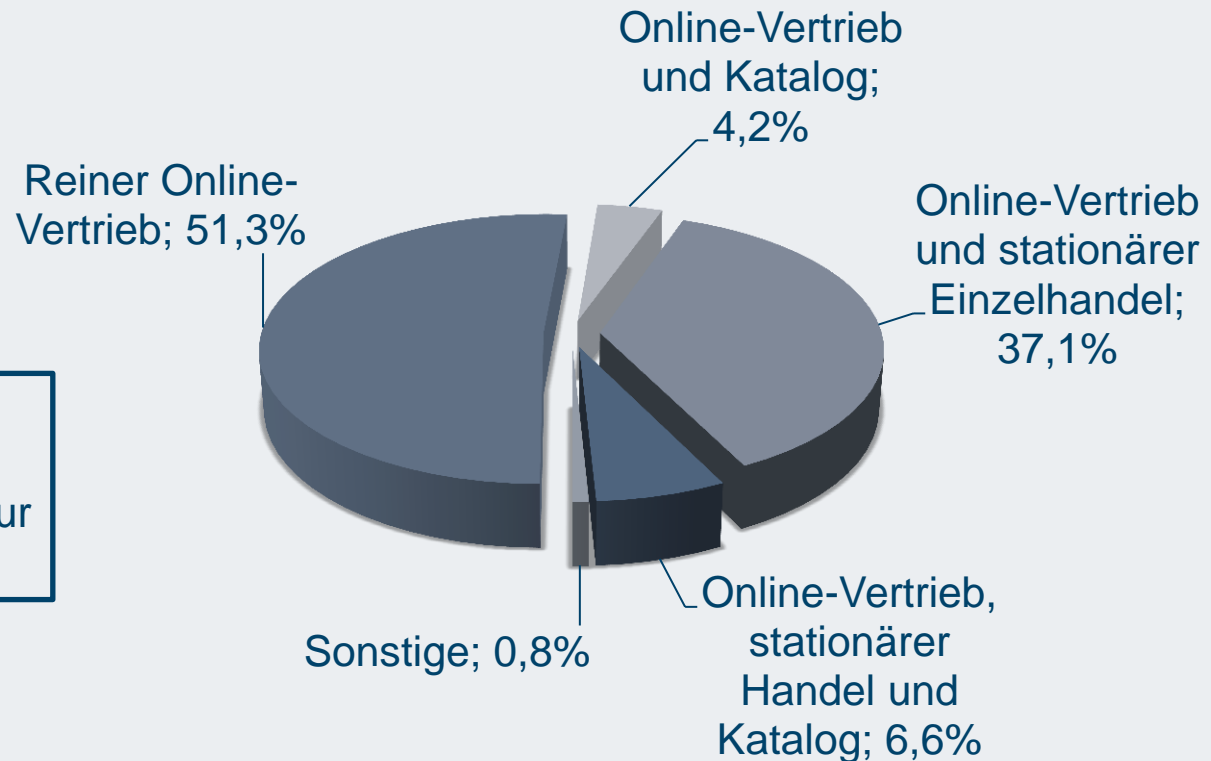


Mit der Erhebung konnte eine bundesweite Stichprobe generiert werden.

i **Lesebeispiel:** 2,2 Prozent der teilnehmenden Unternehmen haben Ihren Firmensitz in Brandenburg.

Basis: n = 644
Fehlend: n = 7

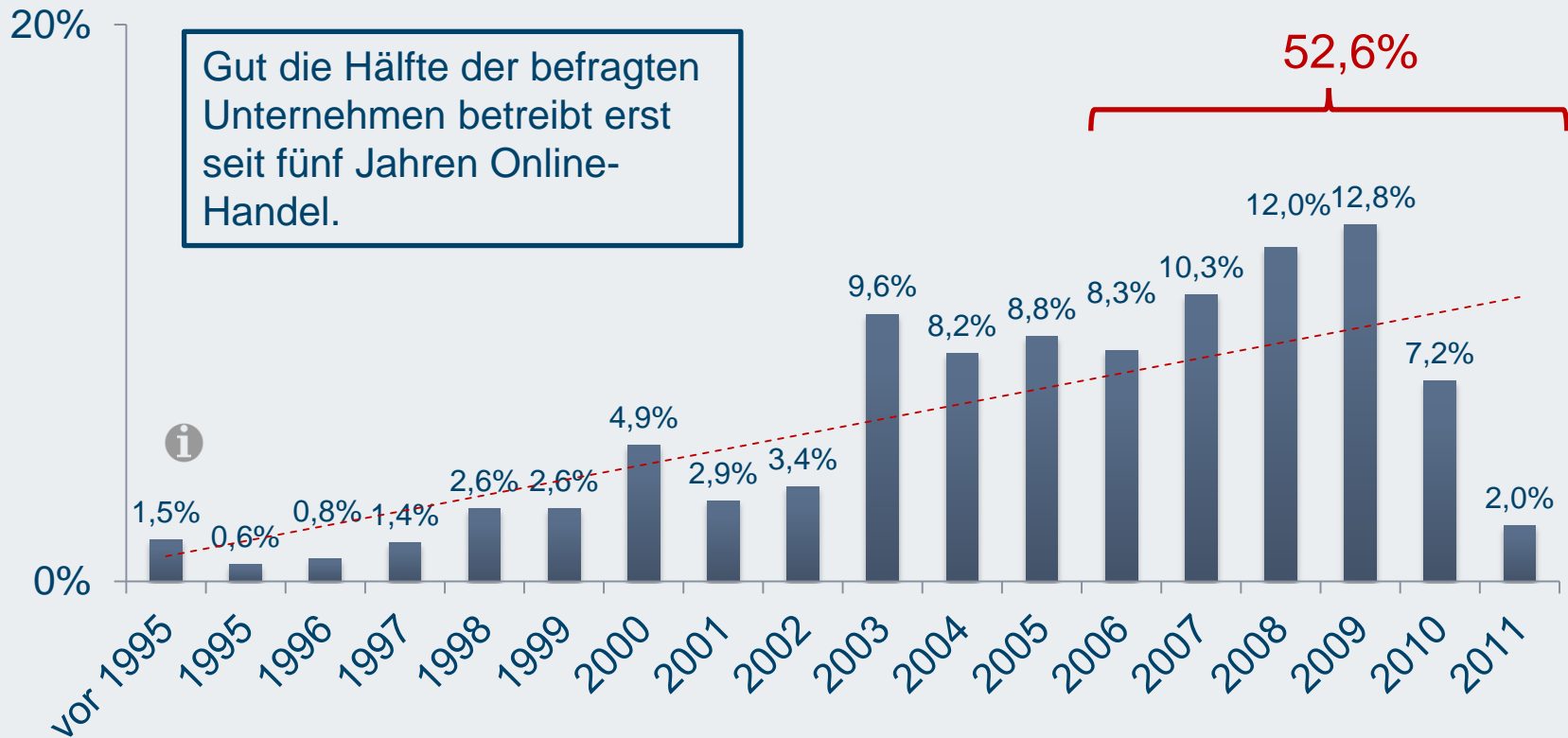




Über die Hälfte der Befragten Händler vertreiben Ihre Waren nur über Distanzkanäle.

- i** **Lesebeispiel:** 37,1 Prozent der teilnehmenden Unternehmen verkaufen sowohl über einen Online-Shop als auch im stationären Handel.
- Basis:** n = 649
- Fehlend:** n = 2





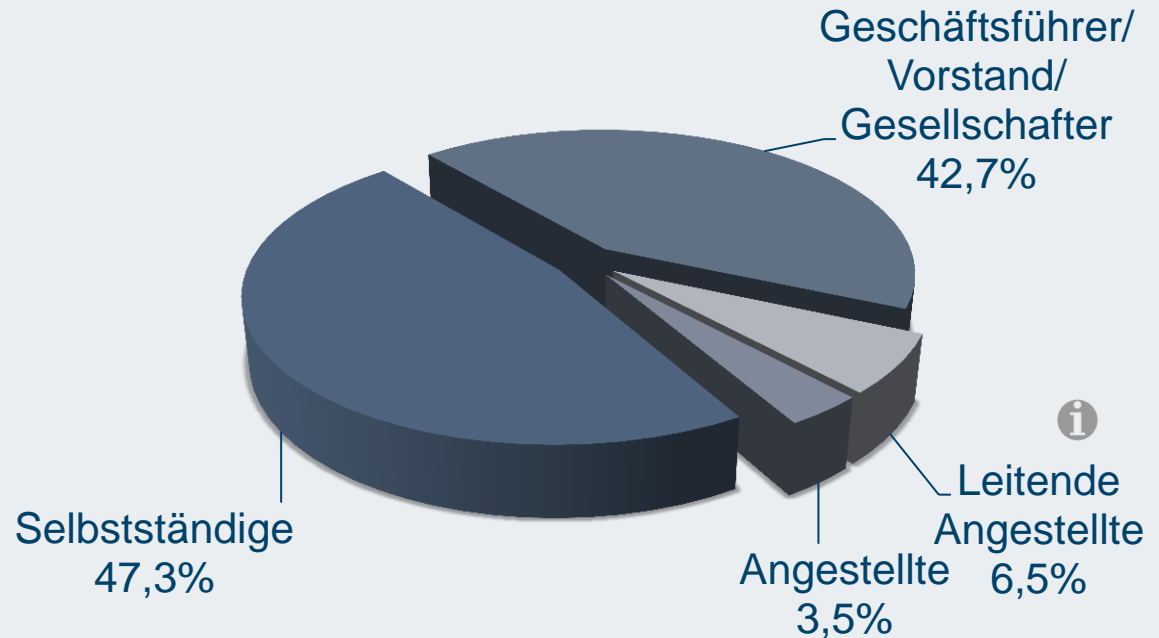
Lesebeispiel: 1,5 Prozent der teilnehmenden Unternehmen betreibt bereits seit 1995 Online-Vertrieb.

Basis: n = 649

Fehlend: n = 2



90 Prozent der Befragten sitzen in Entscheidungspositionen der Unternehmen – 42,7 Prozent als Geschäftsführer, Vorstand oder Gesellschafter.



Lesebeispiel: 6,5 Prozent der Ansprechpartner dieser Erhebung sind leitende Angestellte des jeweiligen Unternehmens.

Basis: n = 634

Fehlend: n = 17



Sehr geehrte Damen und Herren,

auch der verregnete August hat dazu geführt, dass das Sommerloch im E-Commerce im Jahr 2011 erfreulicherweise ausblieb: Der e-KIX bezüglich der aktuellen Umsätze konnte im August zum vierten Mal in Folge Indexpunkte dazugewinnen und liegt mit 98,1 Punkten über dem des Juli 2011.



Zugleich gehen jedoch die positiven Erwartungen an die Online-Umsatzentwicklung im August leicht zurück. Der e-KIX sinkt um 1,2 Punkte auf 95,6 Punkten und bestätigt damit die Ergebnisse des aktuellen ifo-Geschäftsklimaindexes, nach dem die deutschen Einzel- und Großhändler ihre Geschäftserwartungen für die nächsten 6 Monate deutlich zurückschrauben. Dennoch geben 49 Prozent der Online-Händler an, dass sie in den nächsten zwölf Monaten mit steigenden Umsätzen rechnen.

Bleibt nun zu hoffen, dass sich das ausgebliebene Sommerloch weiterhin positiv auf die Stimmung der Online-Händler auswirkt und gleichzeitig auch die Erwartungen an die zukünftigen Umsätze wieder steigen.

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 4.400 aktiven Onlinehändlern und ca. 8 Millionen Produkten online ist die 2007 gegründete E-Commerce Plattform Tradoria Deutschlands führender Anbieter von Mietshop-Lösungen mit angeschlossenem Shopping Portal. Die bereits mehrfach ausgezeichnete Komplettlösung eignet sich perfekt für E-Commerce Einsteiger oder als leistungsstarker Vertriebskanal für bestehende Onlineshops sowie als Multichannel-Option für den stationären Einzelhandel.

Tradoria kümmert sich um die komplette Zahlungsabwicklung sowie die Kundenkommunikation während des Bestellprozesses. Durch den Full-Service Anspruch können sich Tradoria-Anbieter ganz auf das Wesentliche konzentrieren – den Verkauf der Artikel und die Gestaltung ihres Sortiments.

Seit Juli 2011 ist die Tradoria GmbH Teil der international tätigen Rakuten Gruppe, die das Ziel verfolgt, zur Nummer eins unter den Internet Service Dienstleistern zu werden.

tradoria


Trusted Shops ist mit über 10.000 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 100 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



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
www.ecc-konjunkturindex.de

