

# ECC-Konjunkturindex Handel

in Zusammenarbeit mit  
Tradoria und Trusted Shops

Februar 2011



## Erholung nach dem Weihnachtsgeschäft

Die Retouren aus dem Weihnachts- und Jahresendgeschäft sind abgearbeitet und die Shopbetreiber haben im vergangenen Monat erwartungsgemäß eine ruhige Zeit verlebt. Große Veränderungen im Vergleich zum Jahresanfang sind ausgeblieben.

Interessant ist ein Blick auf den Februar des Vorjahres. Hier wird deutlich, dass 2010 die Wirtschafts- und Finanzkrise bei den Online-Händlern Spuren hinterlassen hatte. Jetzt ist davon nichts mehr zu spüren. Allerdings schätzen die befragten Shopbetreiber die perspektivische Entwicklung bis zum Jahresende tendenziell ein wenig schlechter ein, als im selben Zeitraum des Vorjahres.

Die Katerstimmung bei den Konsumenten entspricht einer Normalisierung im Geschäftsjahr, wie es viele Shopbetreiber gewöhnt sind. Jetzt ist es an den Händlern, durch attraktive Angebote, trendige Produkte und innovative Verkaufsansätze neue Anstöße bei den Kunden zu setzen.



Ulrich Hafenbradl  
Trusted Shops 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:

- 21. Februar 2011 – 28. Februar 2011
- Wiederholung: monatlich

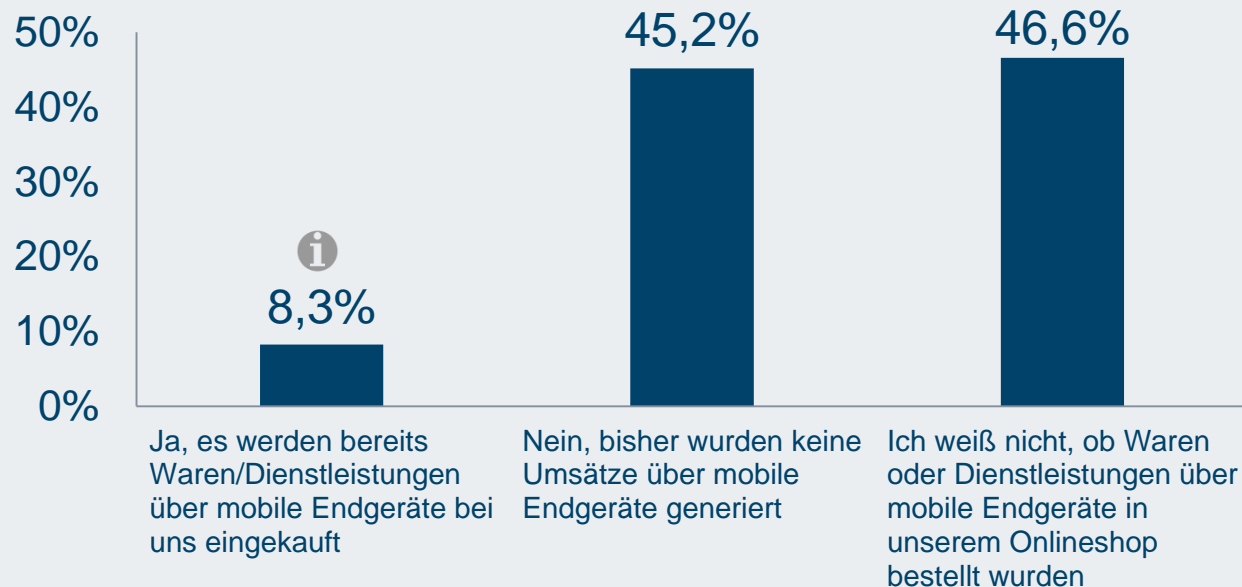
## ■ Stichprobe:

- Umfrage-Teilnehmer Februar 2011: N = 729



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

**Frage:** Generieren Sie bereits Umsätze über mobile Endgeräte?



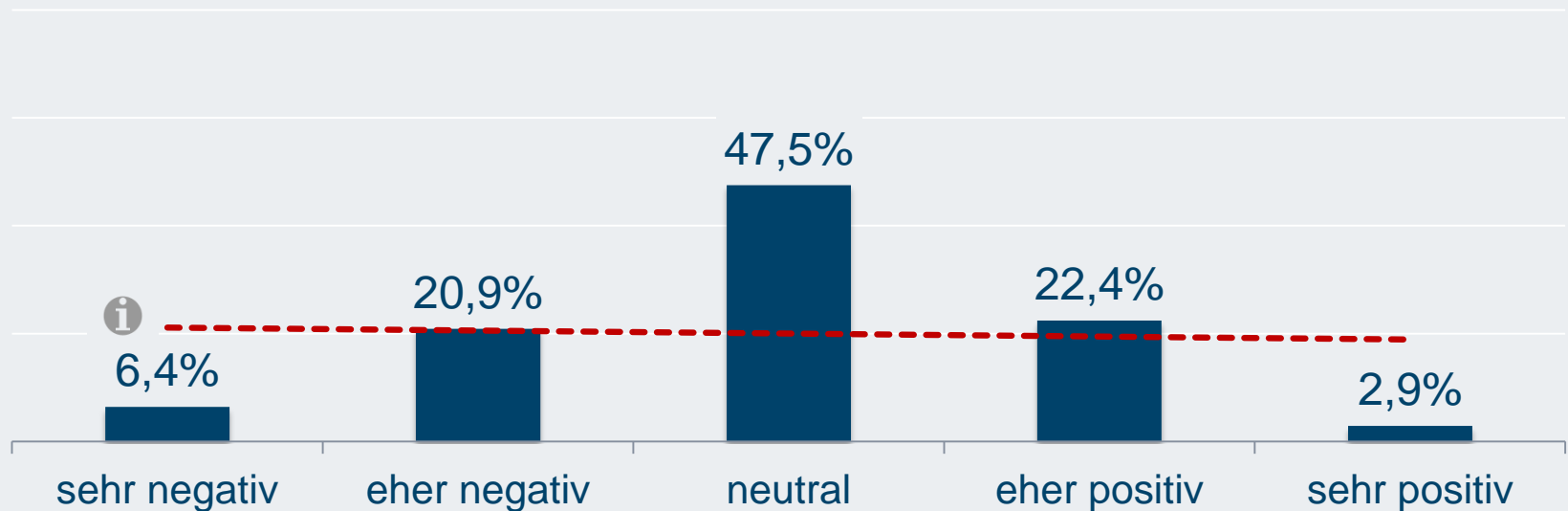
**Lesebeispiel:** 8,3 Prozent der teilnehmenden Unternehmen generieren bereits Umsätze über mobile Endgeräte.

**Basis:** n = 715

**Fehlend:** n = 14



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



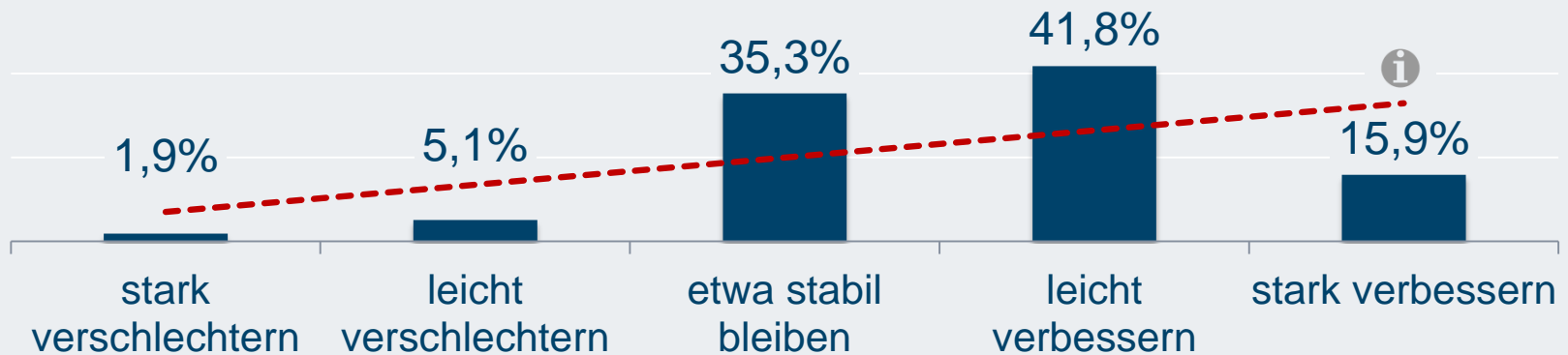
**i** **Lesebeispiel:** 6,4 Prozent der befragten Unternehmen bewerten ihren Online-Umsatz dieses Monats als „sehr negativ“.

**Basis:** n = 729

**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 ...



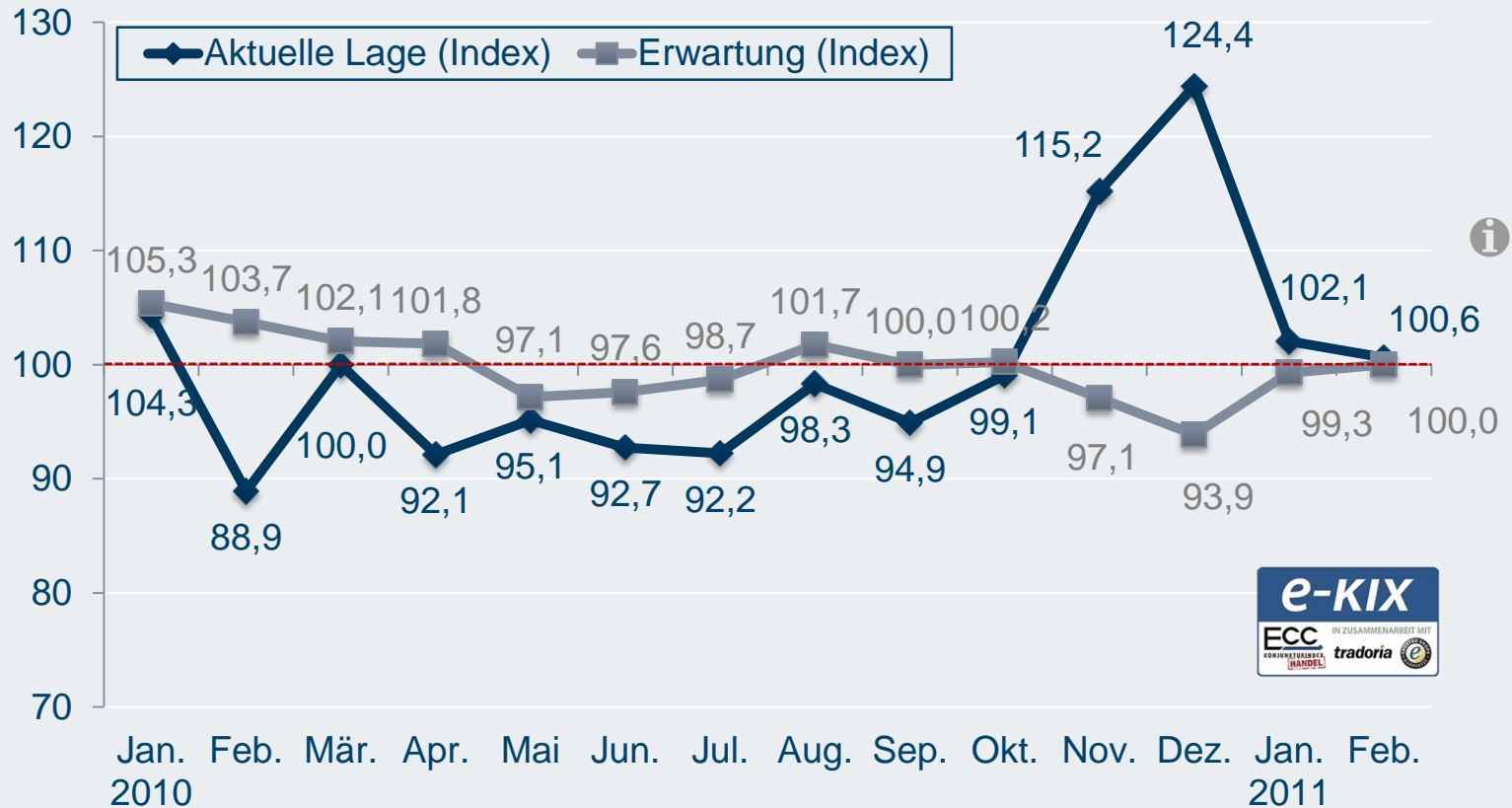
**Lesebeispiel:** 15,9 Prozent der befragten Unternehmen erwarten innerhalb der nächsten 12 Monate eine starke Verbesserung des Online-Umsatzes.

**Basis:** n = 729

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



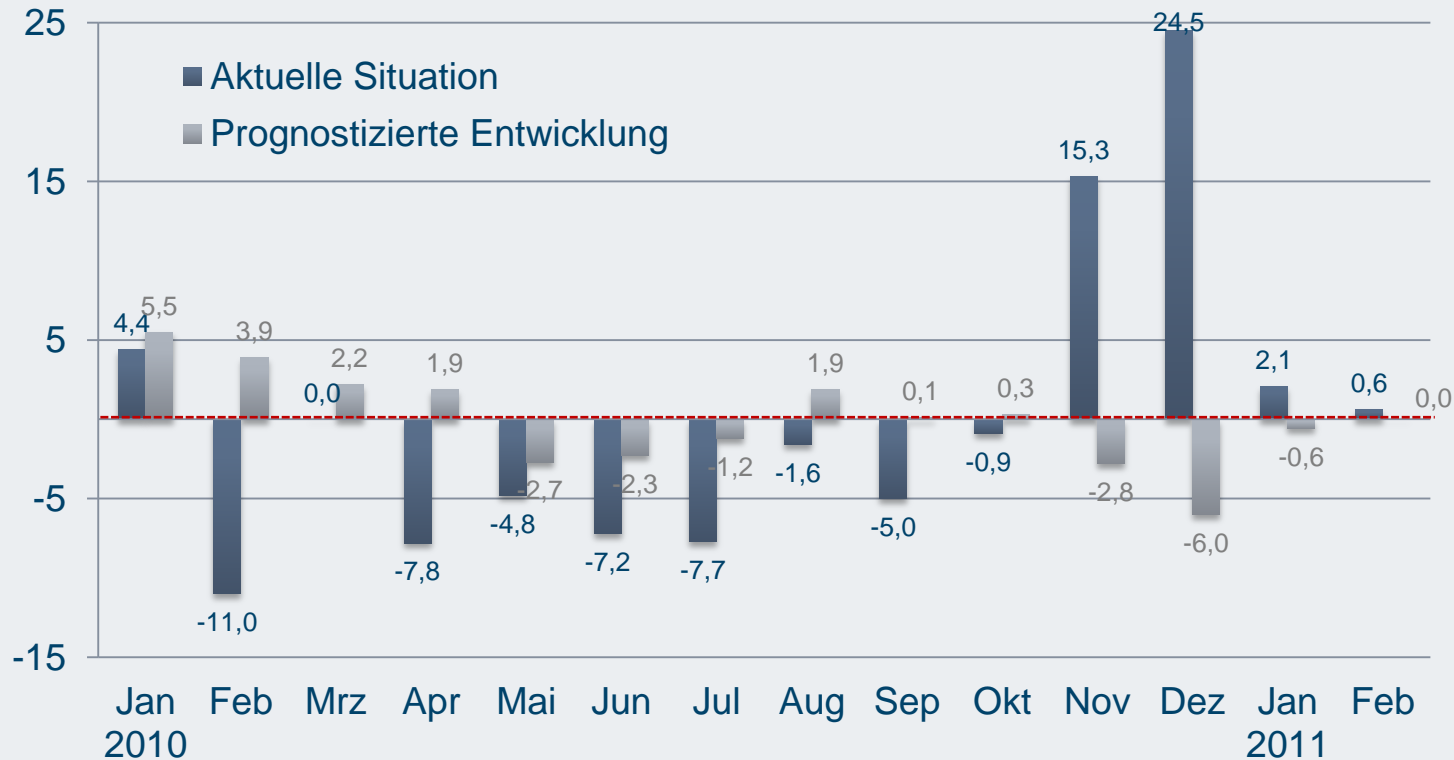
# e-KIX: Januar 2010 bis Februar 2011 – aktuelle Lage und Erwartungen deutscher Online-Händler



**Lesebeispiel:** Die befragten Unternehmen bewerteten die aktuelle Situation im Februar 2011 mit 102,2 und im Februar 2010 mit 100,6 Punkten.

**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. Die Werte aus 2010 wurden entsprechend angepasst und stellen ebenfalls die Abweichung zum Basisjahr dar.

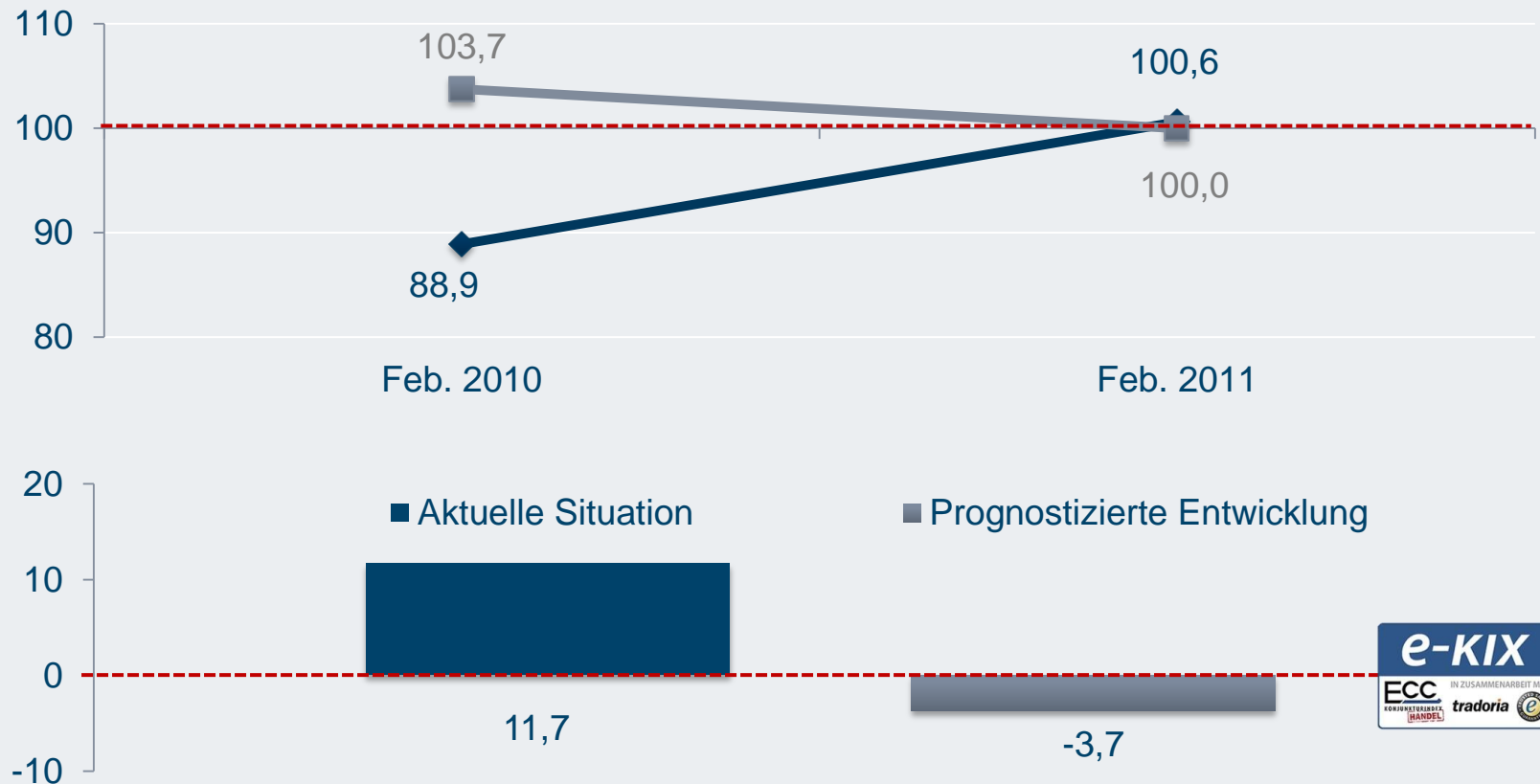


**Lesebeispiel:** Die befragten Unternehmen bewerteten die aktuelle Situation im Januar 2011 mit 2,1 Punkten und im Februar 2011 mit 0,6 Punkten besser als zum Jahresdurchschnitt 2010

**Basis:** 768 ≥ n ≥ 599

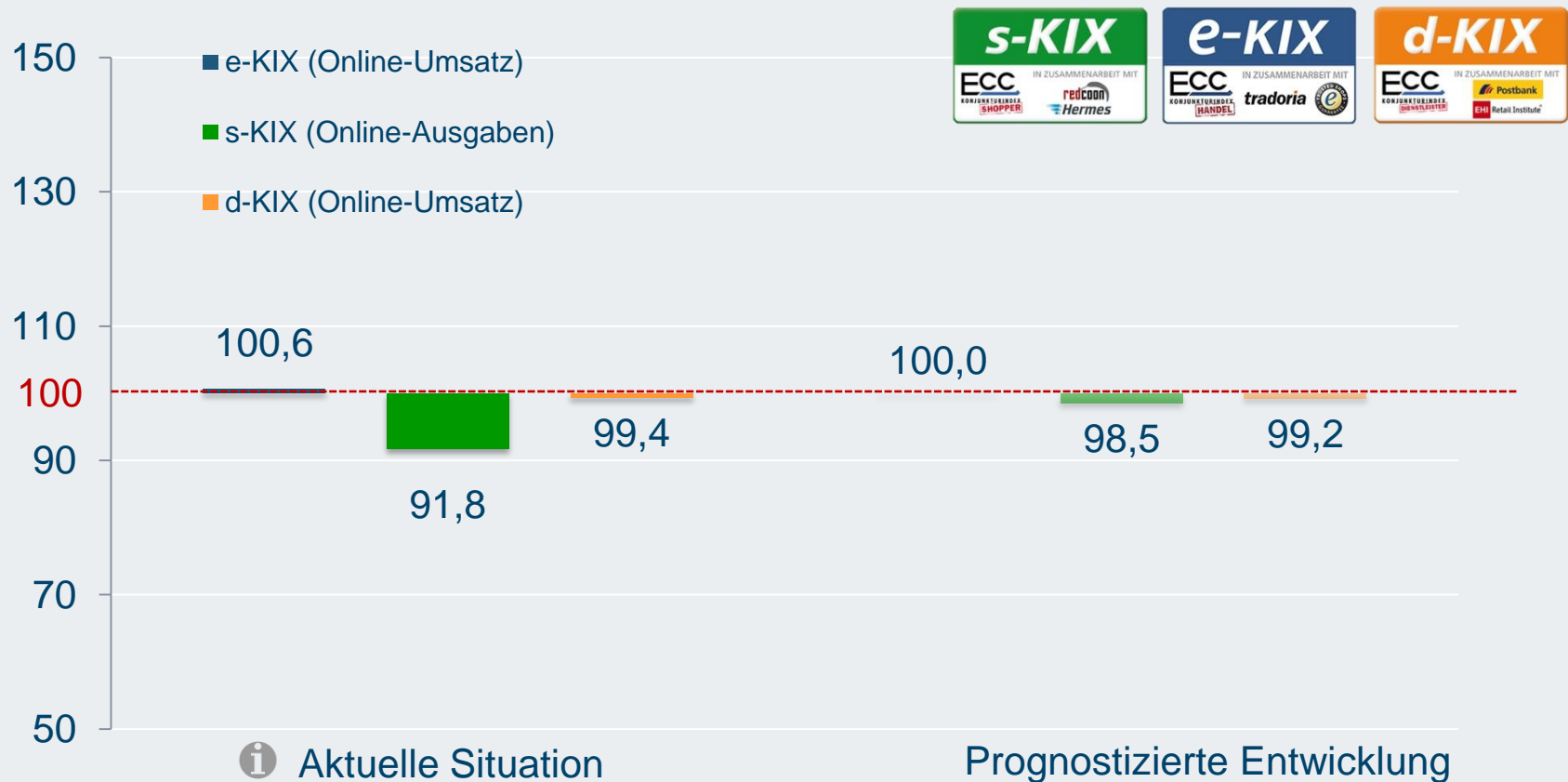


**Anmerkung:** Ab Januar 2011 basiert der e-KIX auf einem konkreten Index mit Basisjahr 2010 anstatt auf Skalenwerten. Dieser Index leitet sich aus dem arithmetischen Mittel der Monatswerte des Jahres 2010 ab. Die Werte aus 2010 wurden entsprechend angepasst und stellen ebenfalls die Abweichung zum Basisjahr dar.



**Lesebeispiel:** Der e-KIX liegt im Februar 2011 11,7 Punkte über der Einschätzung der aktuellen Situation im Februar 2010. Die prognostizierte Entwicklung für das Jahr 2011 liegt im Februar 2011 3,7 Indexpunkte unter den Erwartungen der Online-Händler für das Jahr 2011.

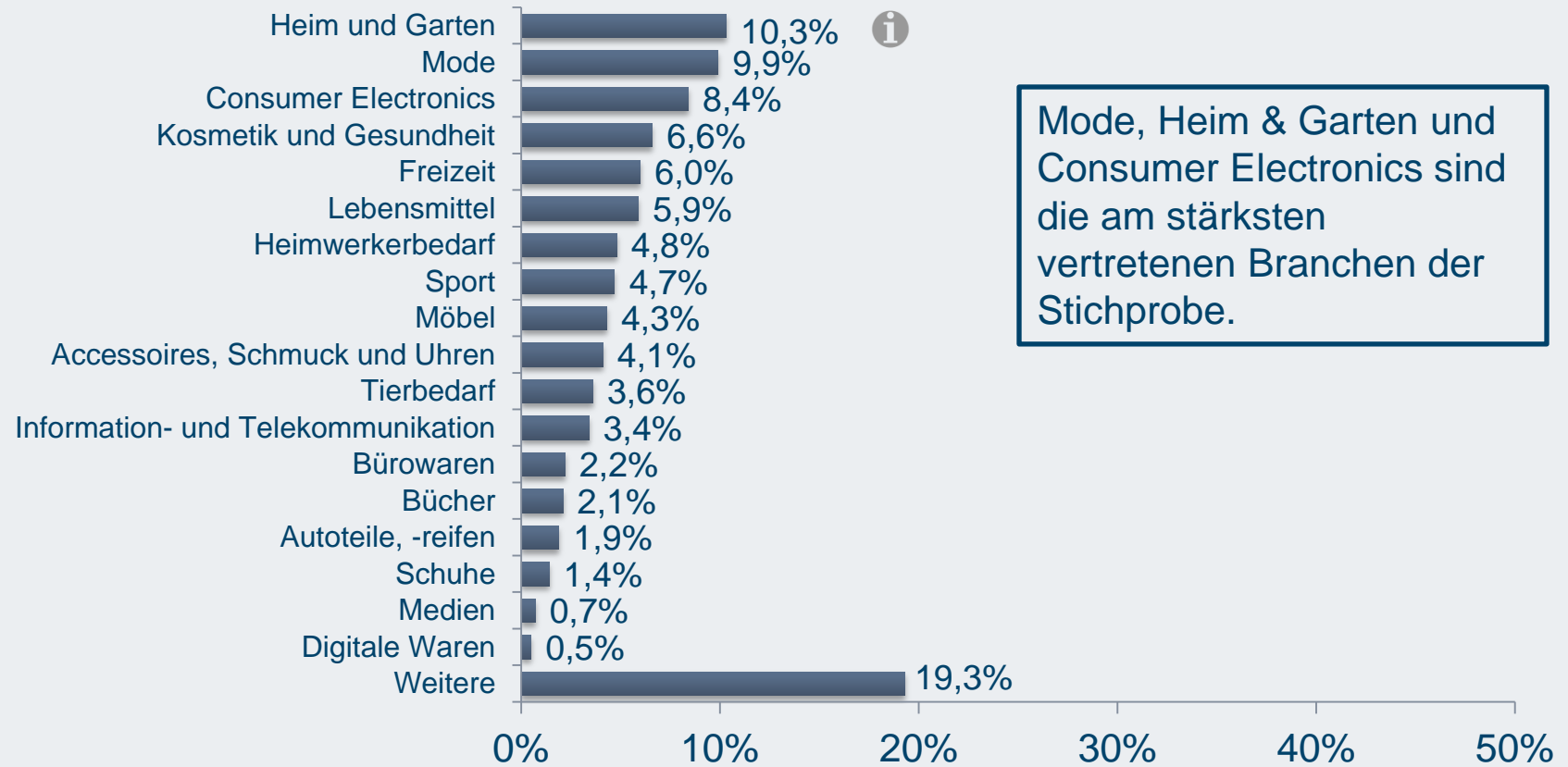
**Basis:** 729 ≥ n ≥ 599



**i Lesebeispiel:** Der e-KIX liegt bei 100,6, der s-KIX bei 91,8 und der d-KIX bei 99,4 Indexpunkten für die aktuelle Situation.

**Basis:** n = 729 (e-KIX) | n = 2.058 (s-KIX) | n = 58(d-KIX)

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

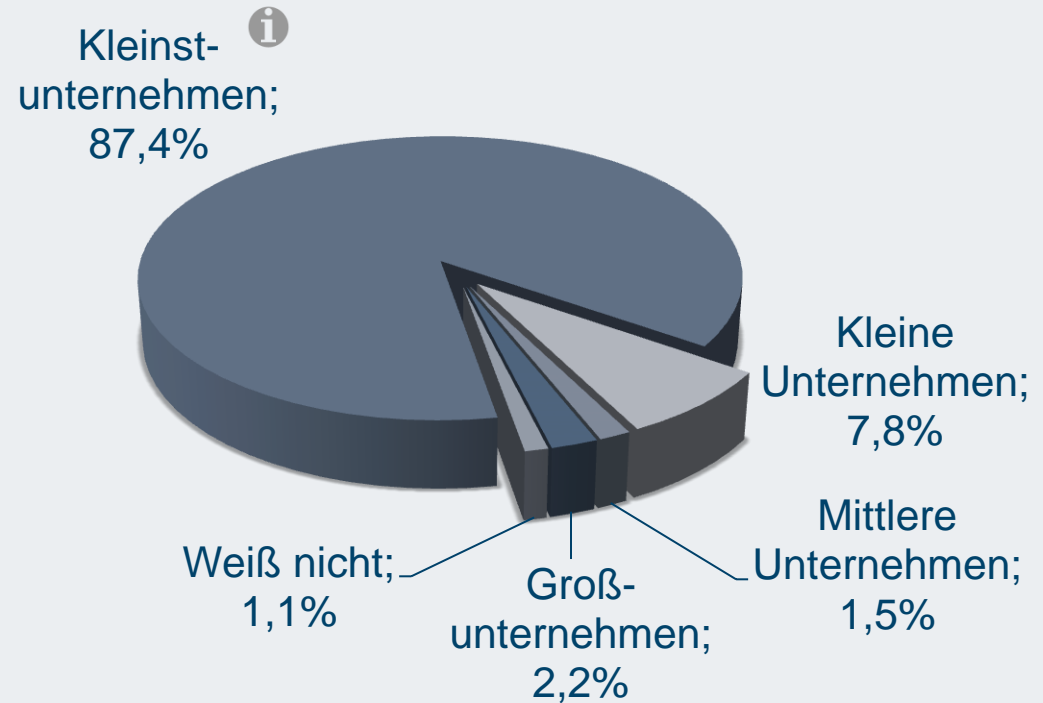


**Lesebeispiel:** 10,3 Prozent der teilnehmenden Unternehmen kommen aus der Branche „Heim und Garten“.

**Basis:** n = 729



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



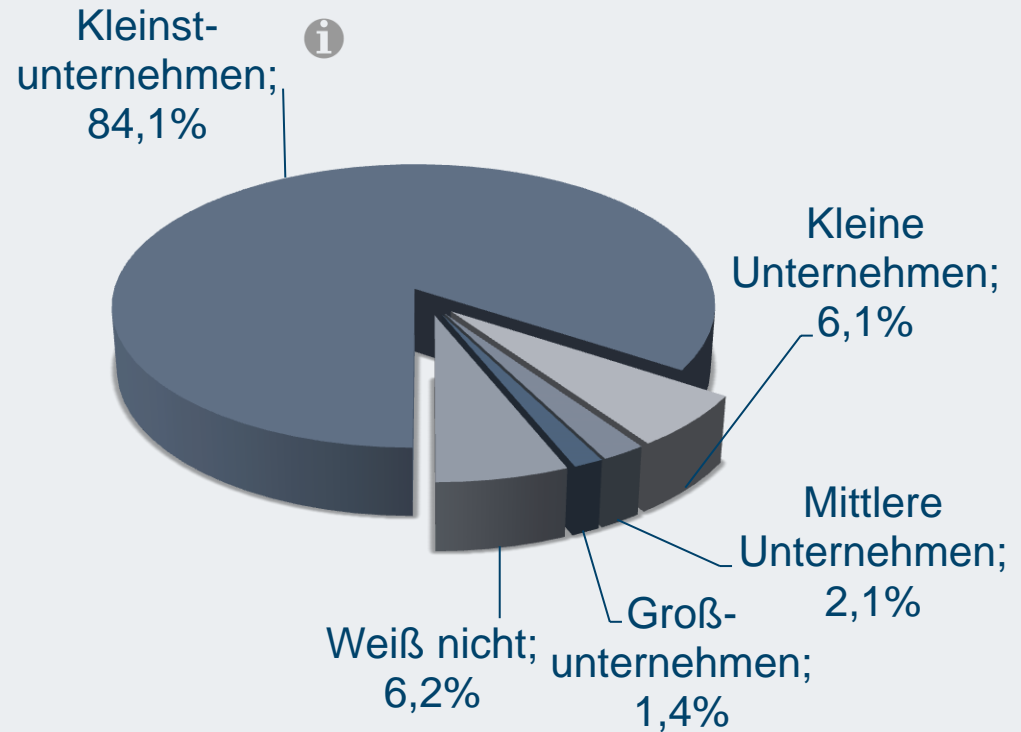
**Kleinstunternehmen:** 1-9 Mitarbeiter  
**Kleine Unternehmen:** 10-49 Mitarbeiter  
**Mittlere Unternehmen:** 50-249 Mitarbeiter  
**Großunternehmen:** mehr als 250 Mitarbeiter

**Lesebeispiel:** 87,4 Prozent der befragten Unternehmen sind Kleinstunternehmen.

**Basis:** n = 729



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

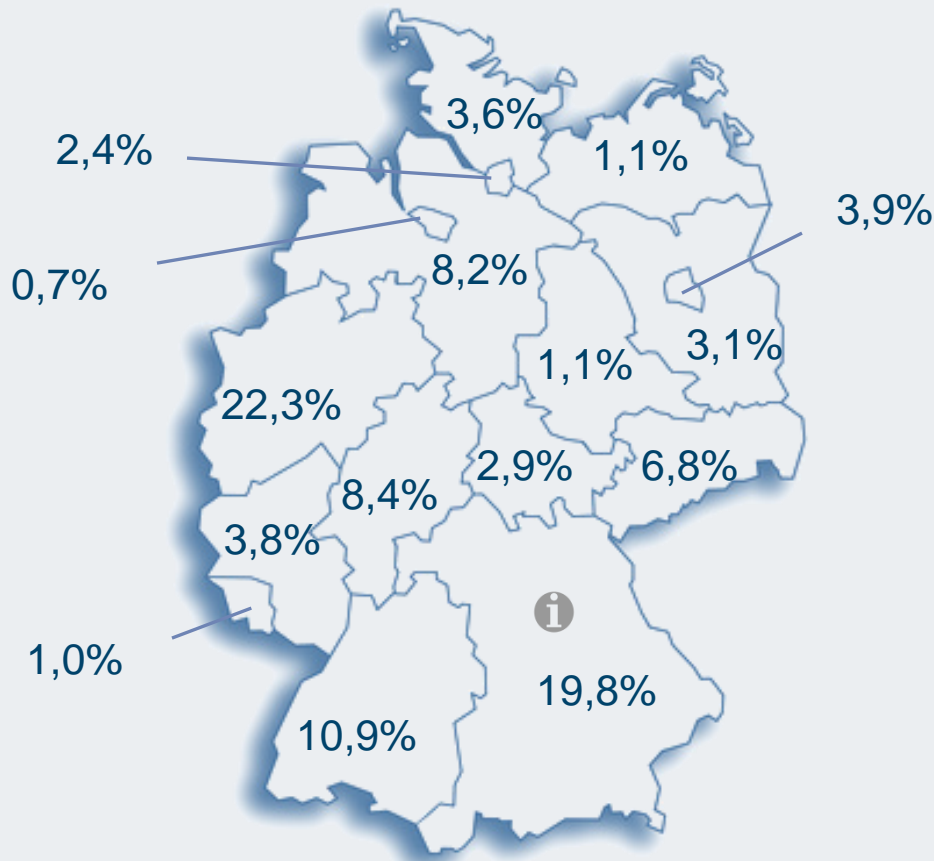


**Kleinstunternehmen:** Bis zu 2 Mio. Umsatz  
**Kleine Unternehmen:** 2-10 Mio. Umsatz  
**Mittlere Unternehmen:** 10-50 Mio. Umsatz  
**Großunternehmen:** Mehr als 50 Mio. Umsatz

**Lesebeispiel:** 84,1 Prozent der teilnehmenden Unternehmen generieren einen Umsatz von bis zu 2 Millionen Euro pro Jahr.

**Basis:** n = 706  
**Fehlend:** n = 23





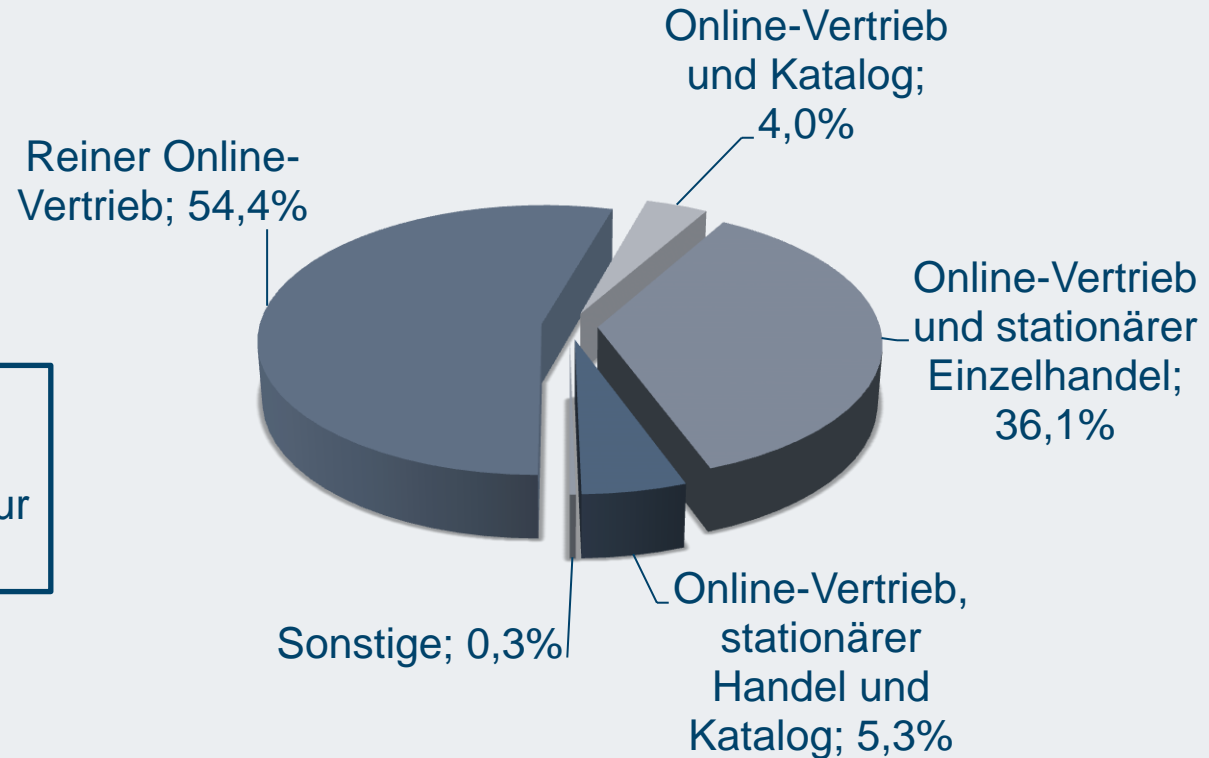
Mit der Erhebung konnte eine bundesweite Stichprobe generiert werden.

**i** **Lesebeispiel:** 19,8 Prozent der teilnehmenden Unternehmen haben Ihren Firmensitz in Bayern.

**Basis:** n = 717

**Fehlend:** n = 12

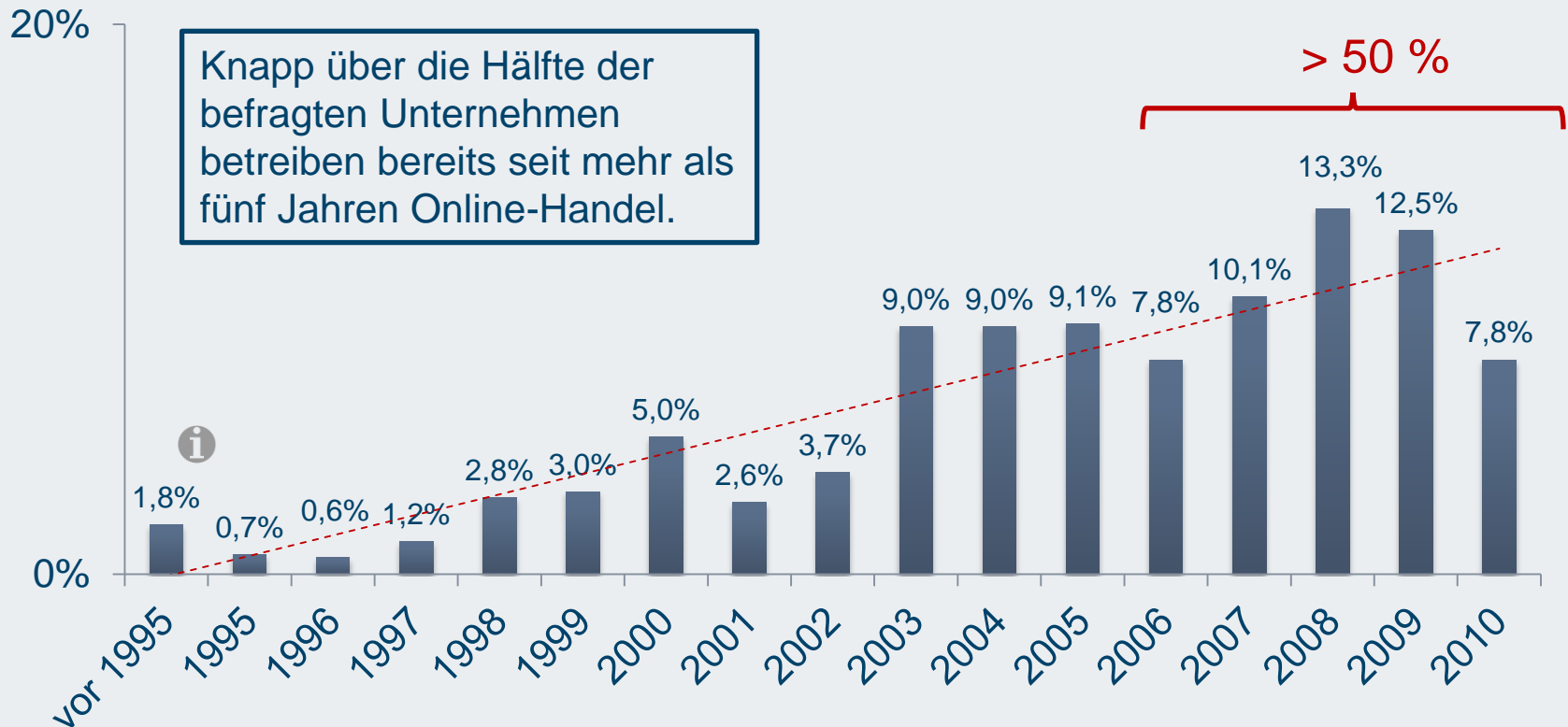




Über die Hälfte der Befragten Händler vertreiben Ihre Waren nur über Distanzkanäle.

- i** **Lesebeispiel:** 36,1 Prozent der teilnehmenden Unternehmen verkaufen sowohl über einen Online-Shop als auch im stationären Handel.
- Basis:** n = 723
- Fehlend:** n = 6





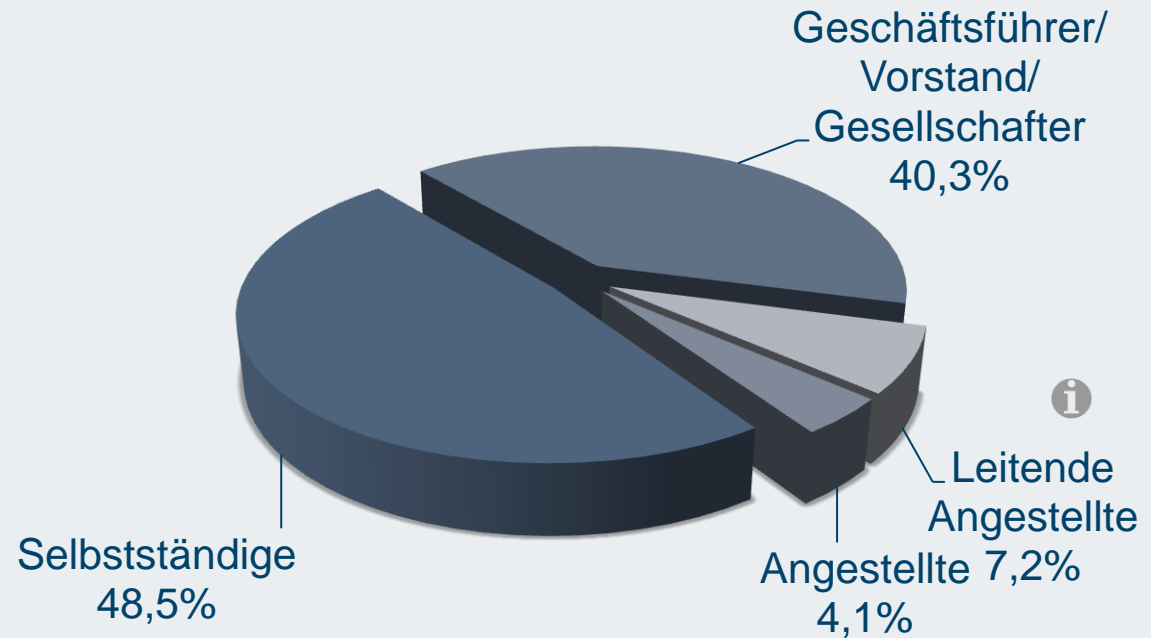
**Lesebeispiel:** 1,8 Prozent der teilnehmenden Unternehmen betreibt bereits seit 1995 Online-Vertrieb.

**Basis:** n = 722

**Fehlend:** n = 7



Über 90 Prozent der Befragten sitzen in Entscheidungspositionen der Unternehmen – 40,3 Prozent als Geschäftsführer, Vorstand oder Gesellschafter.



**Lesebeispiel:** 7,2 Prozent der Ansprechpartner dieser Erhebung sind leitende Angestellte des jeweiligen Unternehmens.

**Basis:** n = 710

**Fehlend:** n = 19



Sehr geehrte Damen und Herren,

der E-Commerce ist im neuen Jahr angekommen. Mit einem Rückgang um fast 24 Indexpunkte könnte man versucht sein, die aktuellen Umsätze der Online-Händler als enttäuschend anzusehen. Diese Einschätzung ginge jedoch etwas an der Realität vorbei, da 100,6 Indexpunkte des e-KIX im Februar 2011 bedeuten, dass die aktuellen Umsätze immer noch knapp über dem Jahresdurchschnitt 2010 liegen. Bei einem Vergleich mit den 88,9 Indexpunkten kristallisiert sich schnell heraus, dass im Februar 2011 lediglich die Umsätze auf den Boden der Realität zurück gelangten und keineswegs ins Bodenlose gefallen sind.



Obwohl die Umsatzerwartungen im Februar mit 100,0 Indexpunkten etwas weniger optimistisch als im entsprechenden Vorjahresmonat ausfallen, so entsprechen sie doch gleichfalls dem Jahresdurchschnitt 2010. Der geringe Abstand zwischen aktuellem e-KIX und prognostiziertem e-KIX lässt somit auf eine weitgehend stabile Umsatzentwicklung des E-Commerce für 2011 hoffen.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Aline Eckstein'.

**Aline Eckstein**

**Projektleiterin 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 3.500 Onlinehändlern 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 Artikel aller Tradoria-Anbieter automatisch auf dem besucherstarken Shopping Portal Tradoria.de 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.



Aline Eckstein  
[a.eckstein@ecc-handel.de](mailto:a.eckstein@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)

