

ECC-Konjunkturindex Handel

in Zusammenarbeit mit
Tradoria und Trusted Shops

Juni 2011



Sehr geehrte Damen und Herren,

kein Sommerloch, sondern vielmehr strahlende Aussichten für den E-Commerce verheißen die Ergebnisse der aktuellen Juni-Erhebung des ECC-Konjunkturindex: Denn die Onlinehändler beurteilen die Lage weiterhin gut und gehen für die Zukunft sogar von leicht steigenden Umsätzen aus.



Erfreulich: Da sich die Beurteilung und Einschätzung der Online-Händler mit denen der Dienstleister und Online-Shopper weitestgehend deckt, ist für das dritte Quartal mit hoher Wahrscheinlichkeit ein deutliches Wachstum zu erwarten.

Ob die positive Entwicklung längerfristig trägt, werden die Erhebungen der kommenden Monate zeigen.

A handwritten signature in dark ink, reading 'Ulrich Hafenbradl'.

Ulrich Hafenbradl
Geschäftsführer 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:

- 20. Juni 2011 – 27. Juni 2011
- Wiederholung: monatlich

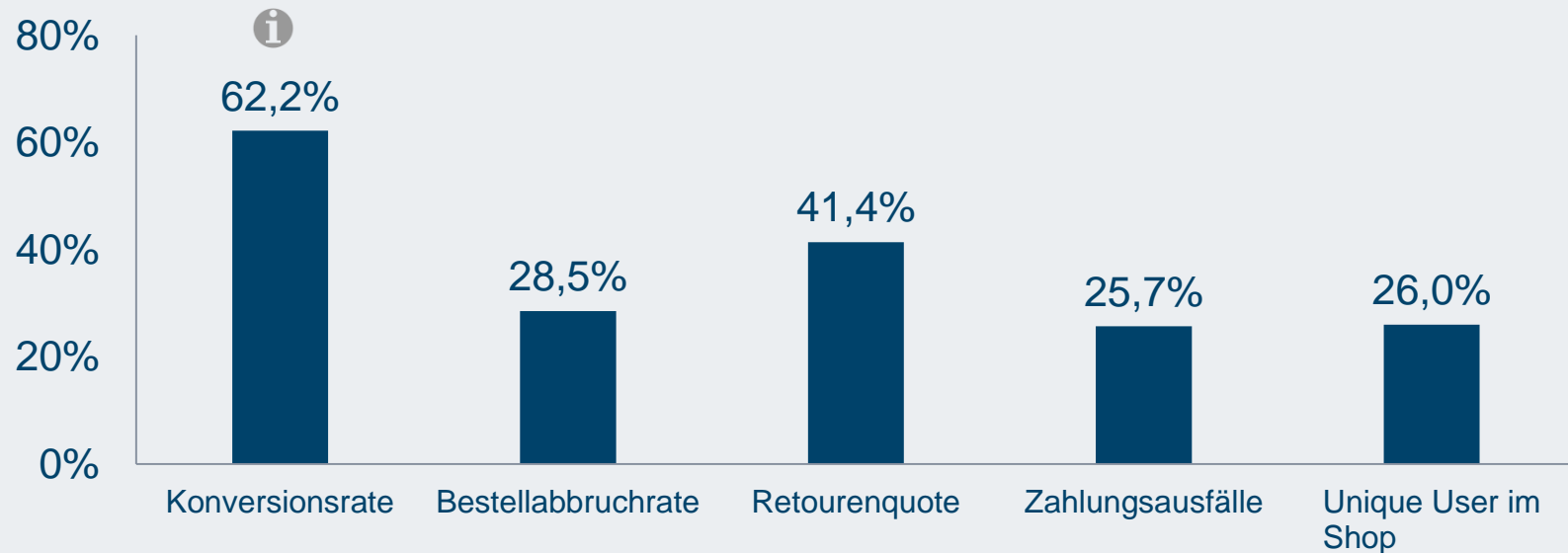
■ Stichprobe:

- Umfrage-Teilnehmer Juni 2011: N = 690



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

Frage: Welche Key Performance Indikatoren messen Sie in Ihrem Online-Shop?



Mehrfachnennungen möglich

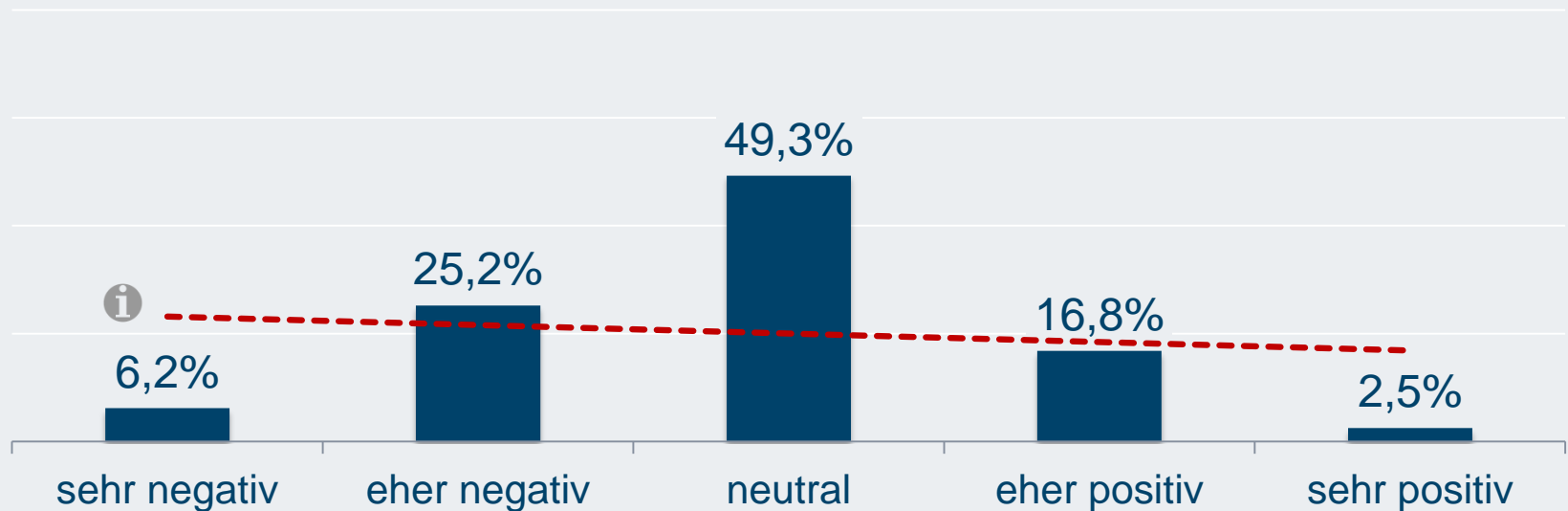
i **Lesebeispiel:** 62,2 Prozent der teilnehmenden Unternehmen messen die Konversionsrate.

Basis: n = 677

Fehlend: n = 13



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



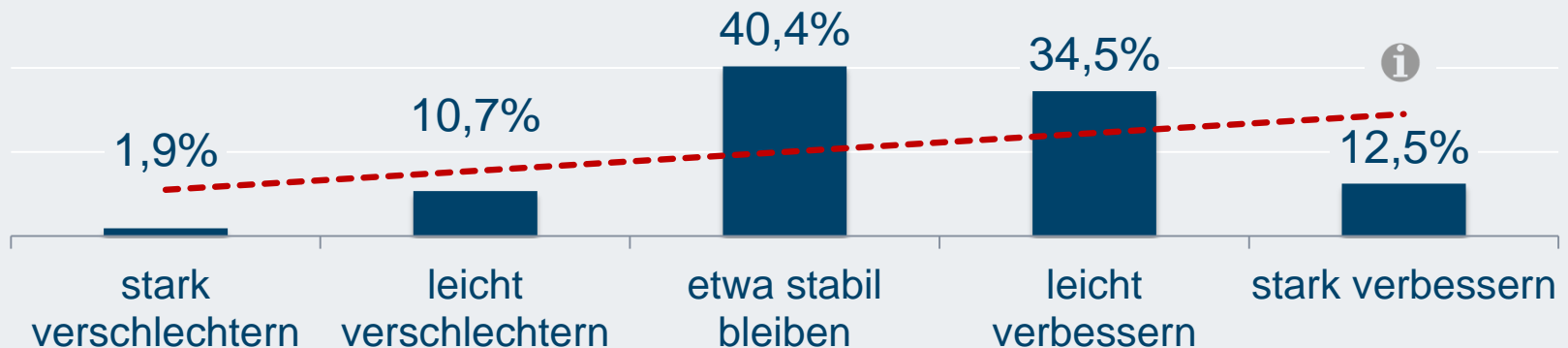
Lesebeispiel: 6,2 Prozent der befragten Unternehmen bewerten ihren Online-Umsatz dieses Monat als „sehr negativ“.

Basis: n = 690

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 ...

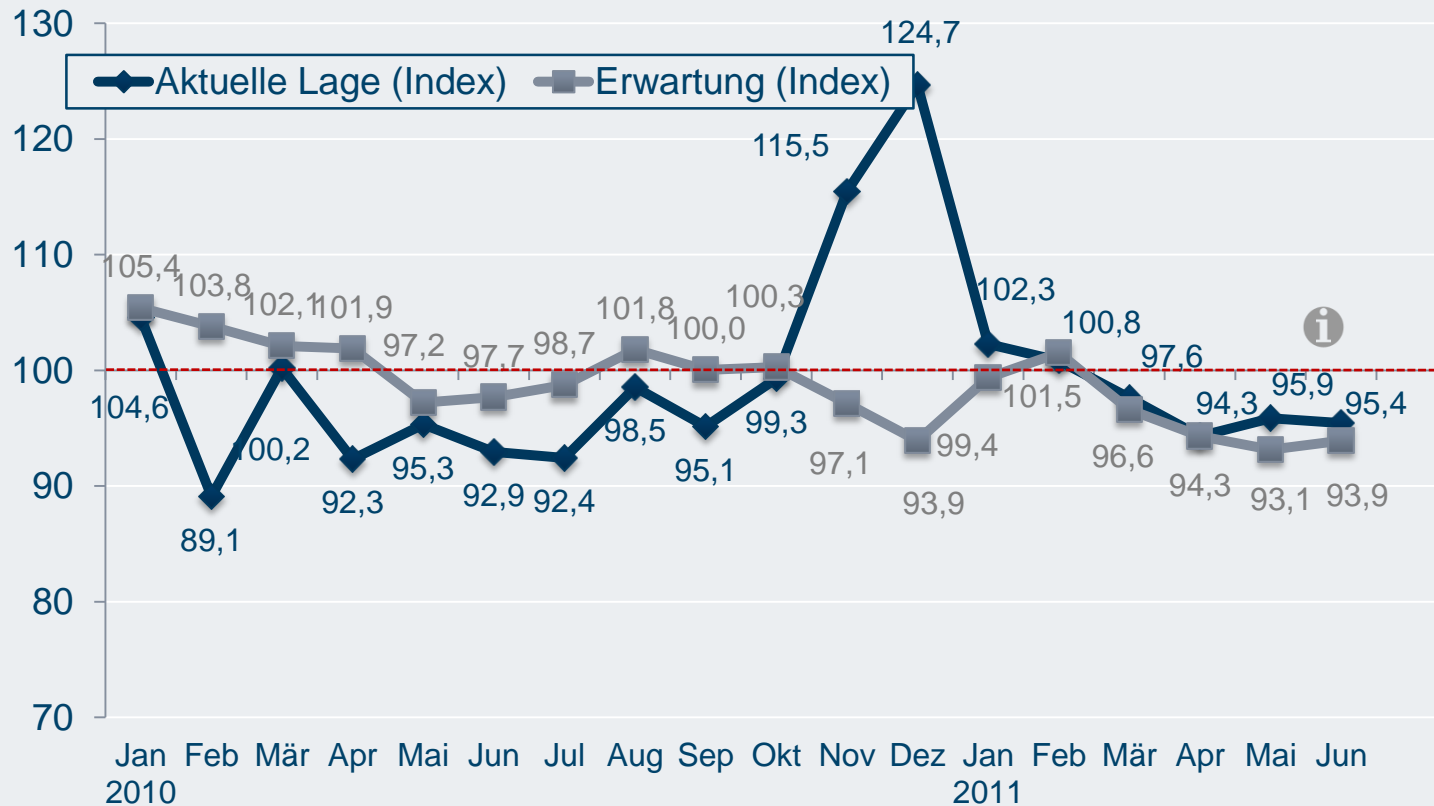


Lesebeispiel: 12,5 Prozent der befragten Unternehmen erwarten innerhalb der nächsten 12 Monate eine starke Verbesserung des Online-Umsatzes.

Basis: n = 690

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



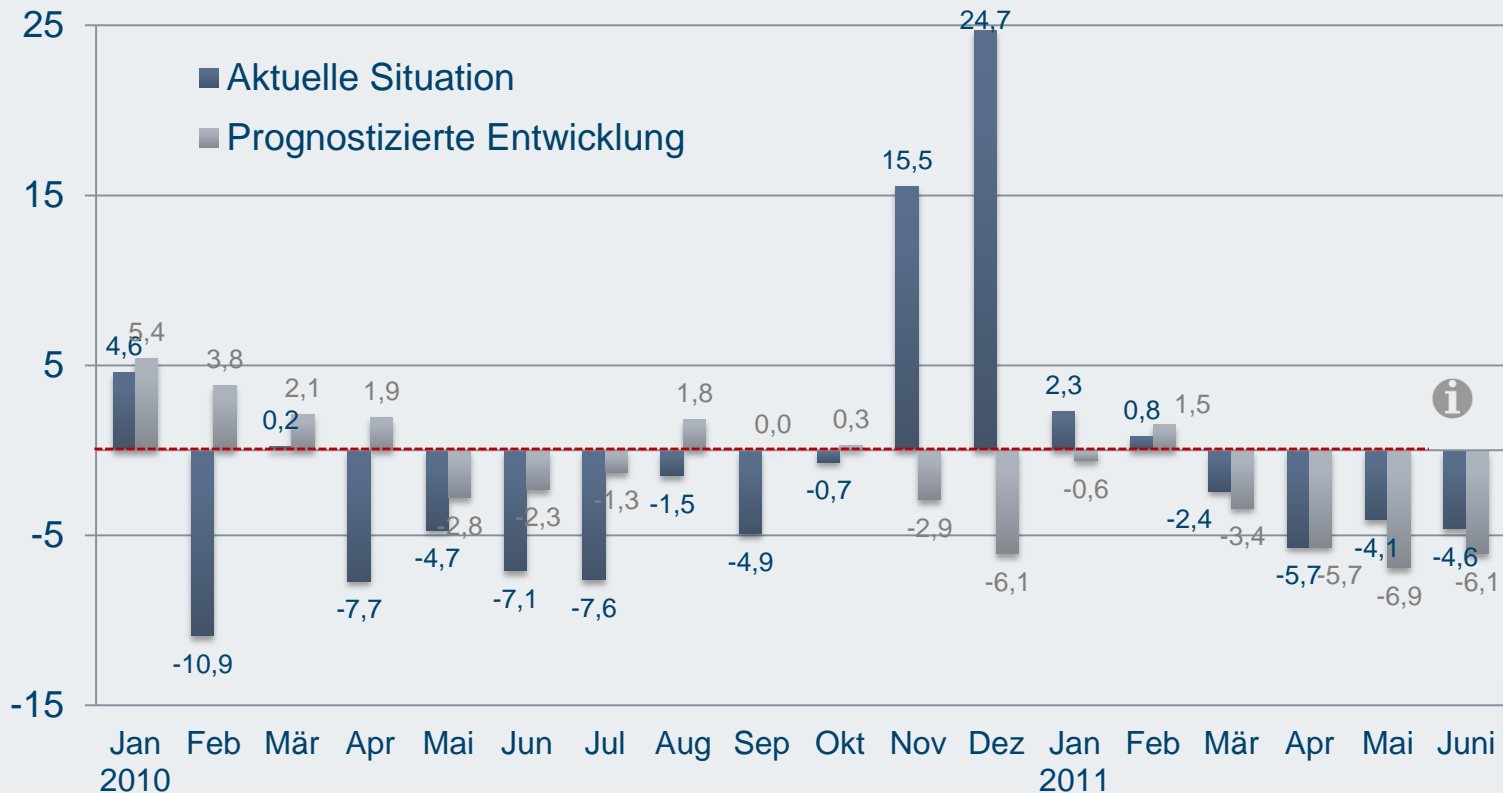


i Lesebeispiel: Die befragten Unternehmen bewerteten die aktuelle Situation im Mai 2011 mit 95,9 und im Juni 2011 mit 95,4 Indexpunkten.

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.

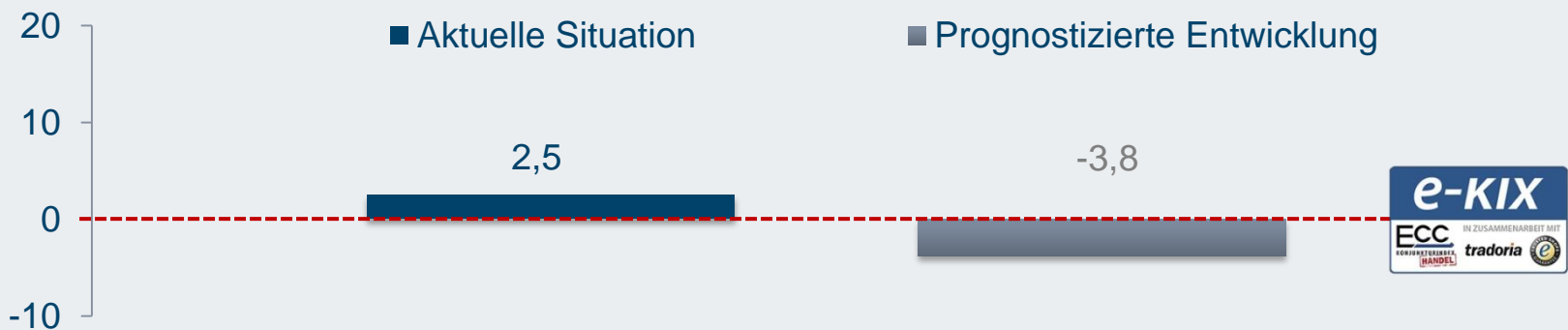
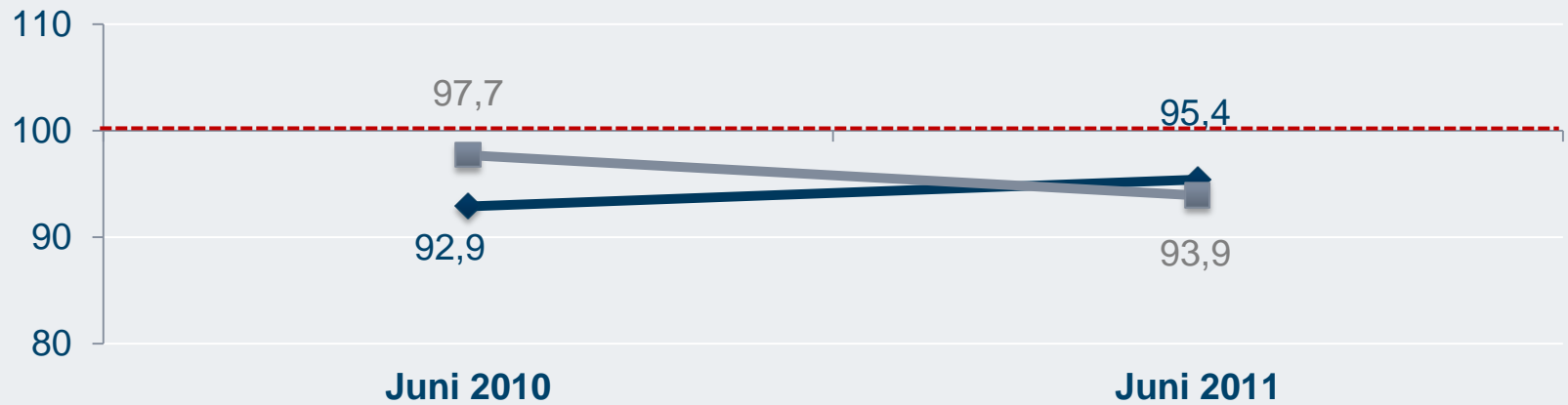
e-KIX: Januar 2010 bis Juni 2011 – Abweichungen im Vergleich zum Basiszeitraum



i Lesebeispiel: Die befragten Unternehmen bewerteten die aktuelle Situation im Juni 2011 mit 4,6 Punkten schlechter und die erwartete Umsatzentwicklung mit 6,1 Punkten schlechter als im Vergleich zum Jahresdurchschnitt 2010.

Basis: 768 ≥ n ≥ 599

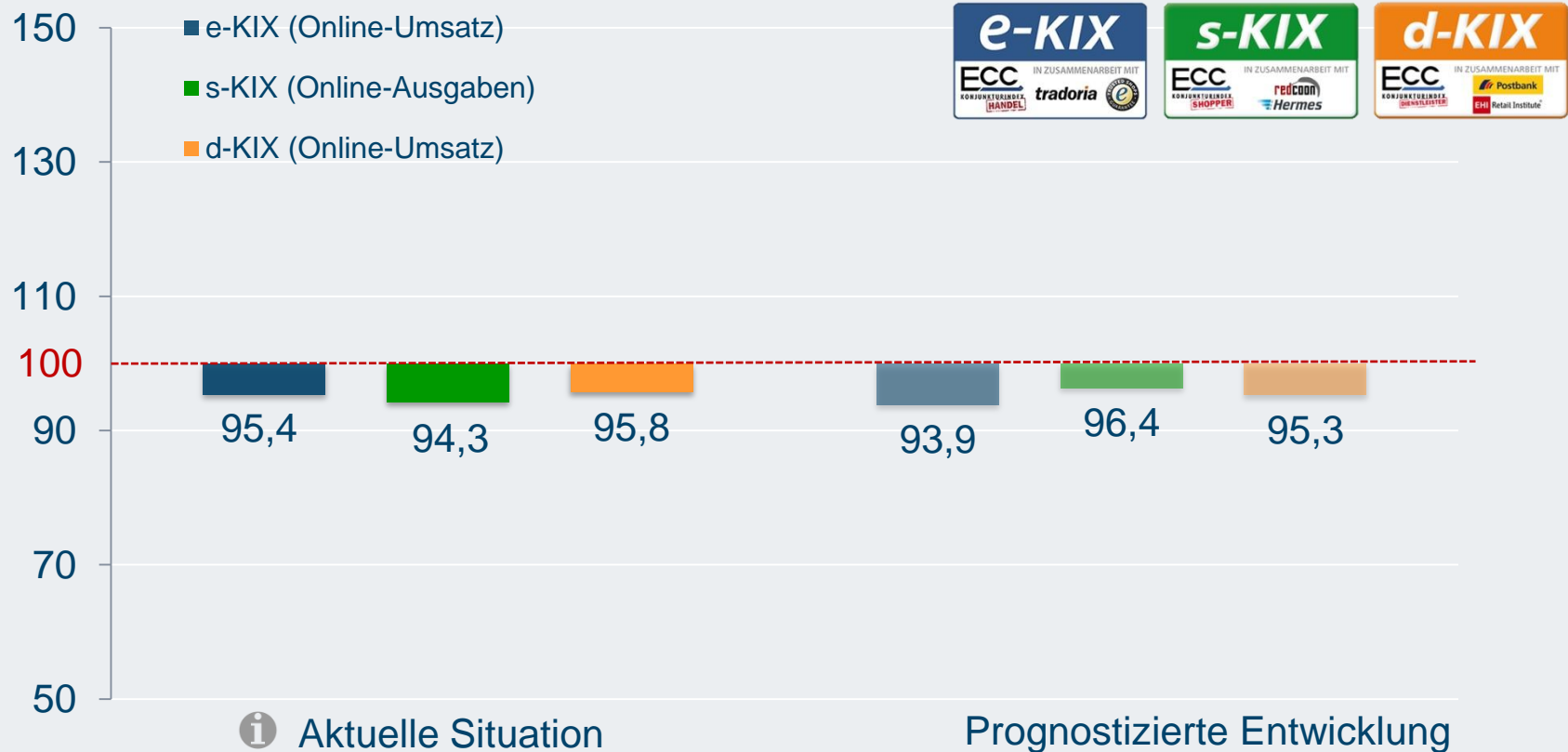
Anmerkung: Die Abweichungswerte ergeben sich aus dem entsprechenden Index – 100. Der Index für die aktuelle Lage berechnet sich aus dem aktuellen Wert/96,4, der Index bezüglich der Erwartungen aus dem erwarteten Wert/130,4.



Lesebeispiel: Der e-KIX liegt im Juni 2011 2,5 Punkte über der Einschätzung der aktuellen Situation im Juni 2010. Die prognostizierte Entwicklung für die 12 Folgemonate liegt im Juni 2011 3,8 Indexpunkte unter den Erwartungen der Online-Händler im Juni 2010.

Basis: 709 ≥ n ≥ 690

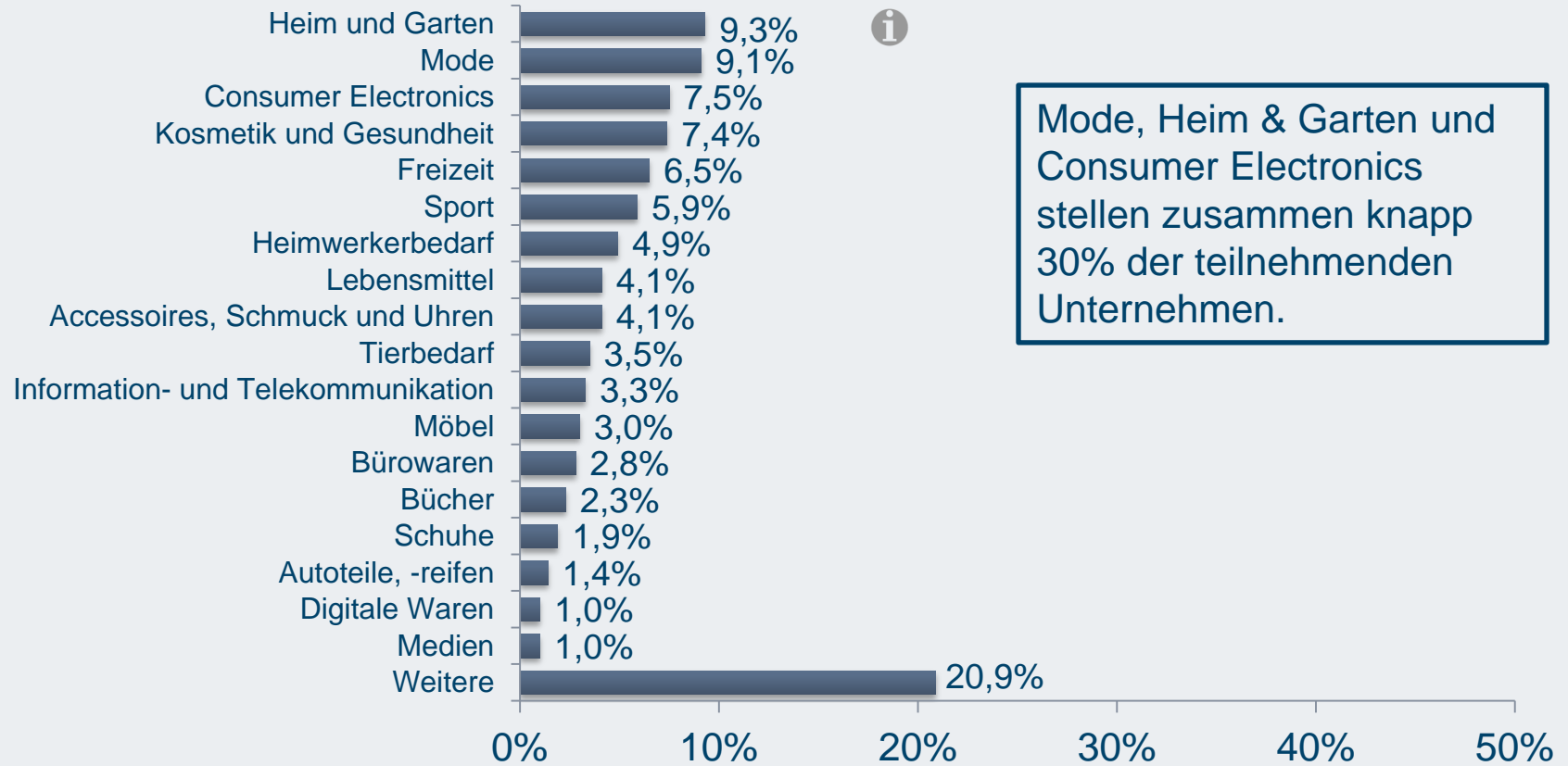
e-KIX, s-KIX und d-KIX im Vergleich – Juni 2011



i **Lesebeispiel:** Der e-KIX liegt bei 95,4, der s-KIX bei 94,3 und der d-KIX bei 95,8 Indexpunkten für die aktuelle Situation.

Basis: n = 690 (e-KIX) | n = 1.870 (s-KIX) | n = 50 (d-KIX)

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

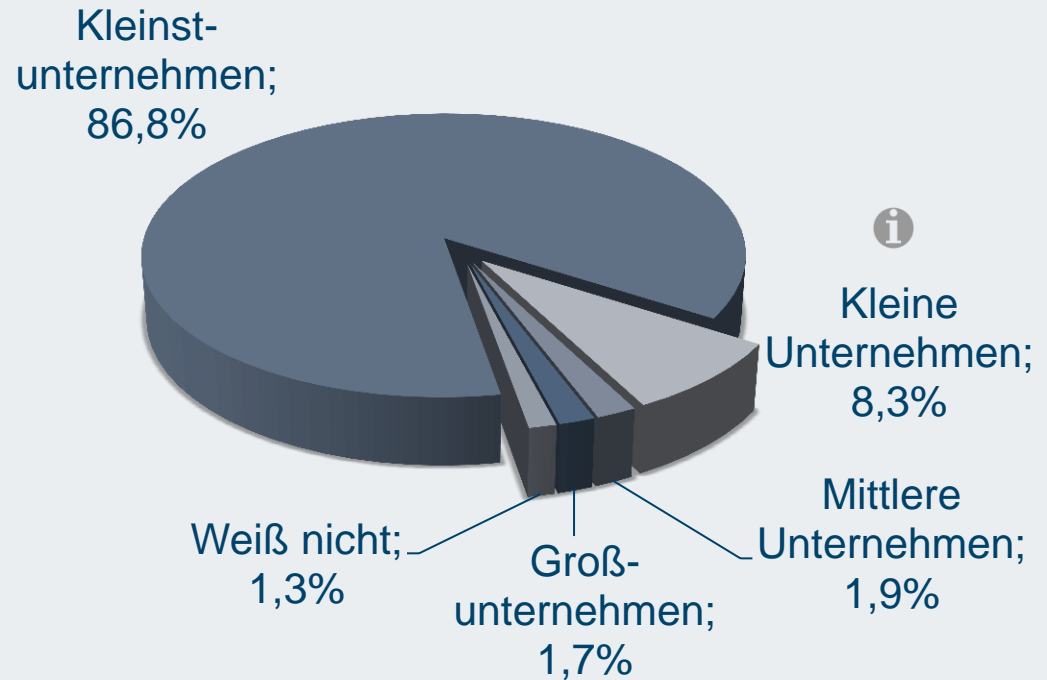


Lesebeispiel: 9,3 Prozent der teilnehmenden Unternehmen kommen aus der Branche „Heim und Garten“.

Basis: n = 690



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



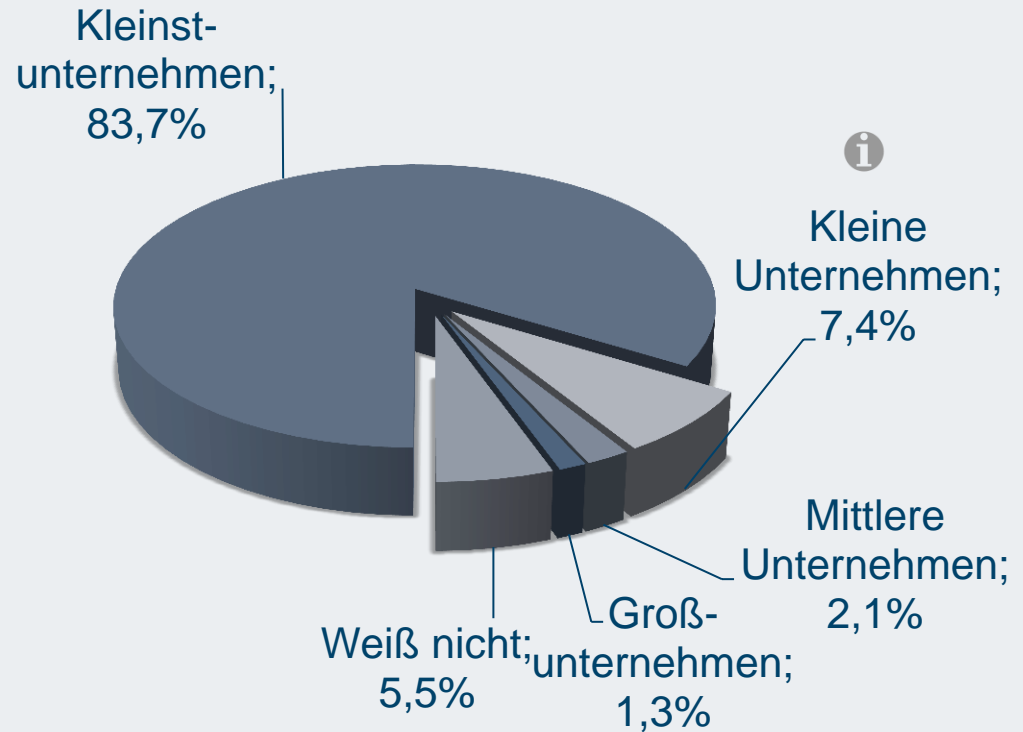
Kleinstunternehmen: 1-9 Mitarbeiter
Kleine Unternehmen: 10-49 Mitarbeiter
Mittlere Unternehmen: 50-249 Mitarbeiter
Großunternehmen: mehr als 250 Mitarbeiter

i **Lesebeispiel:** 8,3 Prozent der befragten Unternehmen sind kleine Unternehmen.

Basis: n = 690



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

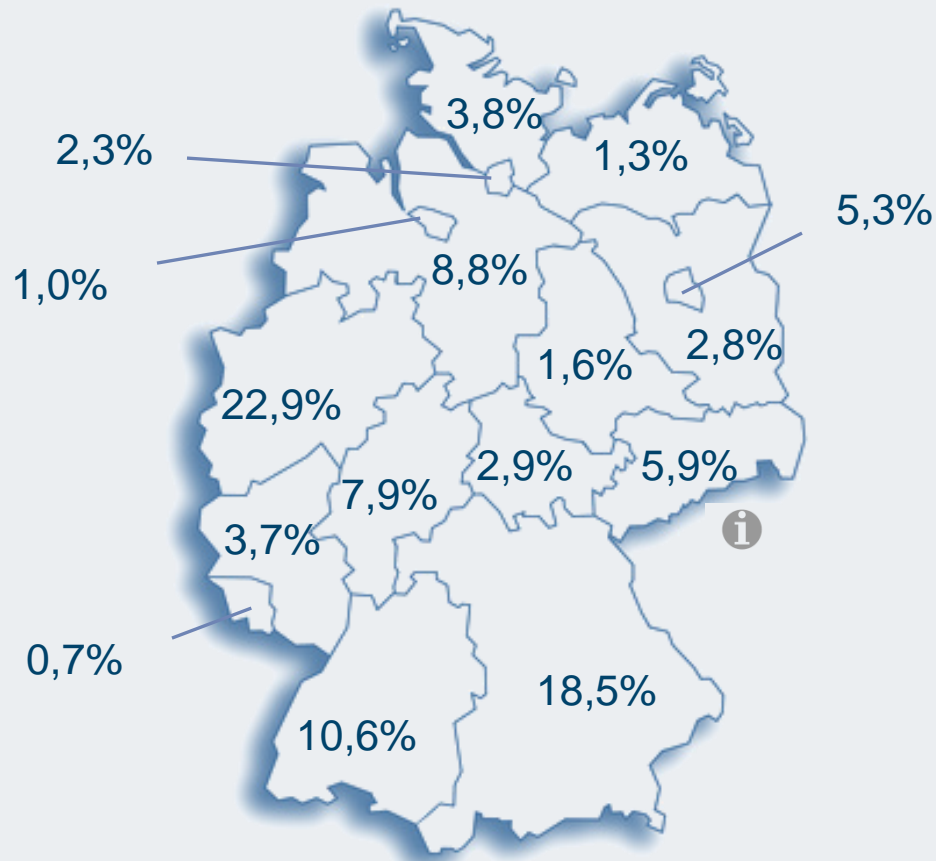


Kleinstunternehmen: Bis zu 2 Mio. Umsatz
Kleine Unternehmen: 2-10 Mio. Umsatz
Mittlere Unternehmen: 10-50 Mio. Umsatz
Großunternehmen: Mehr als 50 Mio. Umsatz

Lesebeispiel: 7,4 Prozent der teilnehmenden Unternehmen generieren einen Umsatz zwischen 2 und 10 Millionen Euro pro Jahr.

Basis: n = 673
Fehlend: n = 17





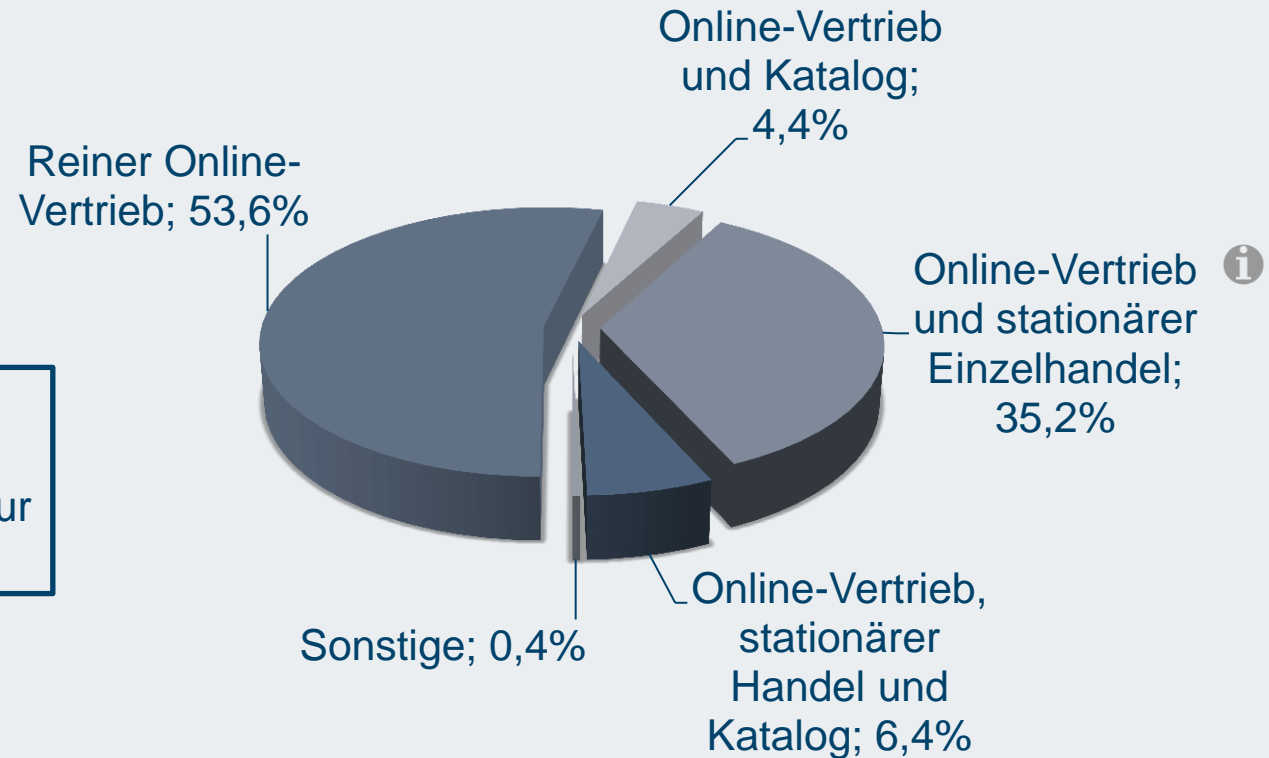
Mit der Erhebung konnte eine bundesweite Stichprobe generiert werden.

i **Lesebeispiel:** 5,9 Prozent der teilnehmenden Unternehmen haben ihren Firmensitz in Sachsen.

Basis: n = 705

Fehlend: n = 10

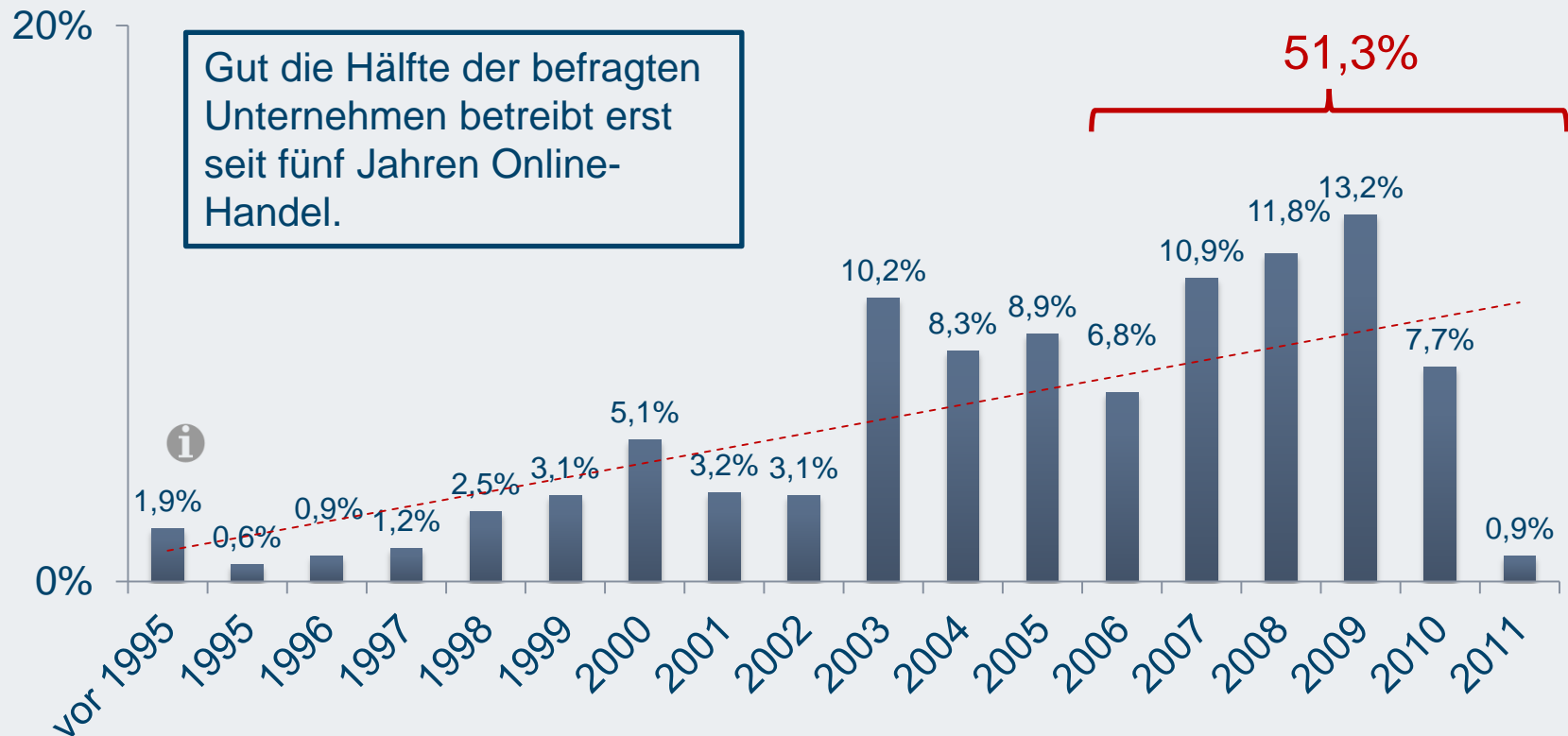




Über die Hälfte der Befragten Händler vertreiben Ihre Waren nur über Distanzkanäle.

- i** **Lesebeispiel:** 35,2 Prozent der teilnehmenden Unternehmen verkaufen sowohl über einen Online-Shop als auch im stationären Handel.
- Basis:** n = 687
- Fehlend:** n = 3





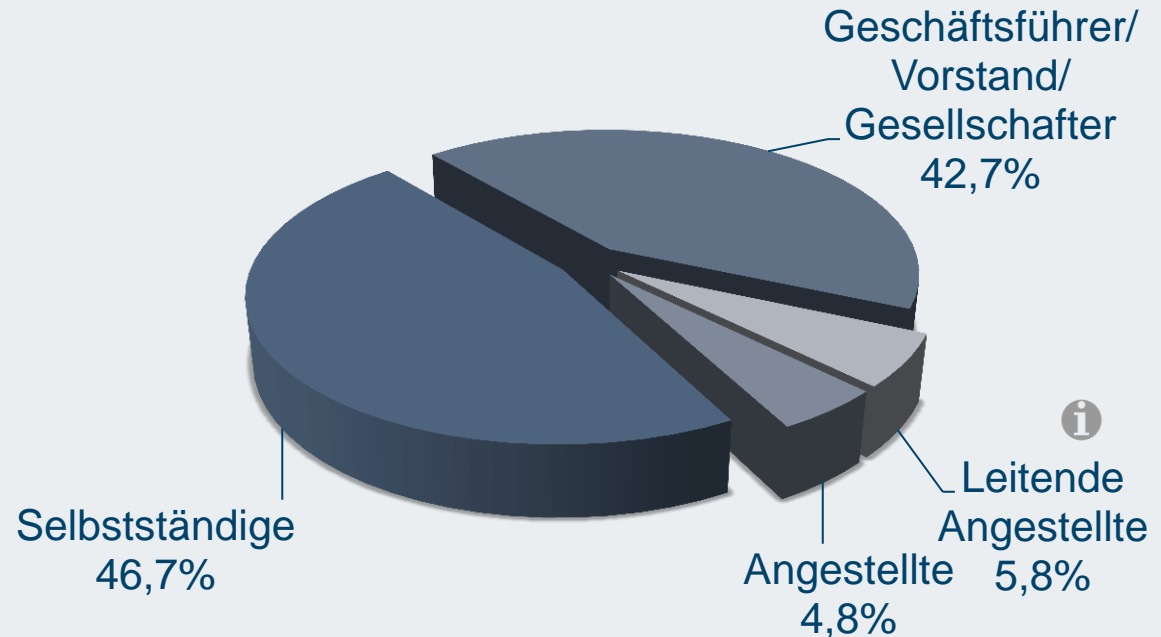
Lesebeispiel: 1,9 Prozent der teilnehmenden Unternehmen betreibt bereits seit 1995 Online-Vertrieb.

Basis: n = 688

Fehlend: n = 2



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



Lesebeispiel: 5,8 Prozent der Ansprechpartner dieser Erhebung sind leitende Angestellte des jeweiligen Unternehmens.

Basis: n = 672

Fehlend: n = 18



Sehr geehrte Damen und Herren,

Diesen Monat bestätigt sich, was sich letzten Monat bereits abzeichnete: die Entwicklung der Online-Umsätze im E-Commerce stabilisiert sich. Mit 95,4 Punkten liegt der e-KIX bezüglich des aktuellen Umsatzes auf Vormonatsniveau. Die Online-Händler profitieren vom noch immer stabilen Wachstum und der Shopping-Ausdauer der Konsumenten.



Ein leichter Anstieg des e-KIX bezüglich der erwarteten Umsätze der 12 Folgemonate auf 93,9 Punkte deutet an, dass die Online-Händler zunehmend Vertrauen in die fortwährende Kauflaune ihrer Kunden fassen. 47 Prozent der Online-Händler rechnen mit einer weiteren Verbesserung ihrer Umsatzsituation. Trotz eines etwas verhaltenen Starts im ersten Quartal 2011 entwickelt sich das zweite Quartal recht positiv. Im Vergleich zum Vorjahresmonat hat der e-KIX um 2,5 Punkte zugelegt – trotz Sommer und Ferienzeit scheinen die Online-Shopper ausgabewilliger als noch im Juni 2010.

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 7,2 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 Produkte 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



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

