

ECC-Konjunkturindex Handel

in Zusammenarbeit mit
Tradoria und Trusted Shops

März 2011



Sehr geehrte Damen und Herren,

trotz langsam steigender Temperaturen im Frühjahr scheint sich das Konsumklima im Bereich des E-Commerce merklich abzukühlen.



Sowohl die Entwicklung der aktuellen Umsätze als auch die der erwarteten Umsätze in den Folgemonaten fällt im März 2011 negativer aus als im Vormonat. Die beiden Komponenten des e-KIX bewegen sich im Gleichklang weiter leicht nach unten und weisen somit auf eine negative Entwicklung zum Abschluss des ersten Quartals 2011 hin.

Im Laufe der folgenden Monate wird sich zeigen, ob diese Entwicklung lediglich ein saisonaler Effekt oder auf die gedämpften Erwartungen in Bezug auf die allgemeine wirtschaftliche Entwicklung zurückzuführen ist oder doch ein erstes Indiz für eine abnehmende Wachstumsdynamik des E-Commerce darstellt.

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:

- 21. März 2011 – 29. März 2011
- Wiederholung: monatlich

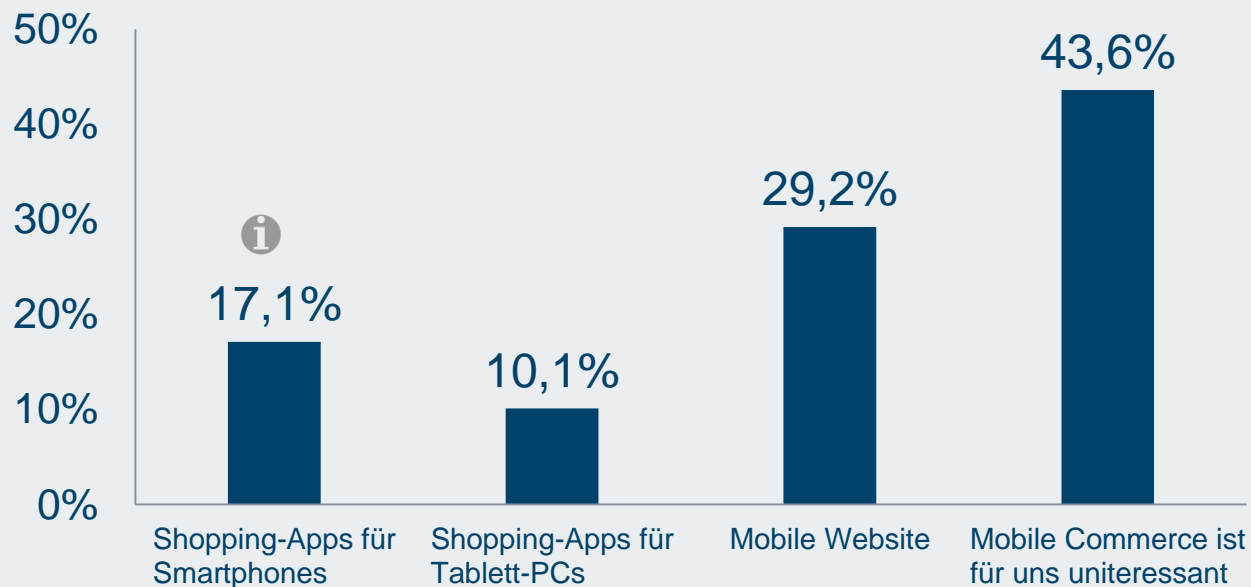
■ Stichprobe:

- Umfrage-Teilnehmer März 2011: N = 705



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

Frage: Welchen Bestellkanal würden sie für Ihre Mobile-Commerce-Strategie bevorzugen?



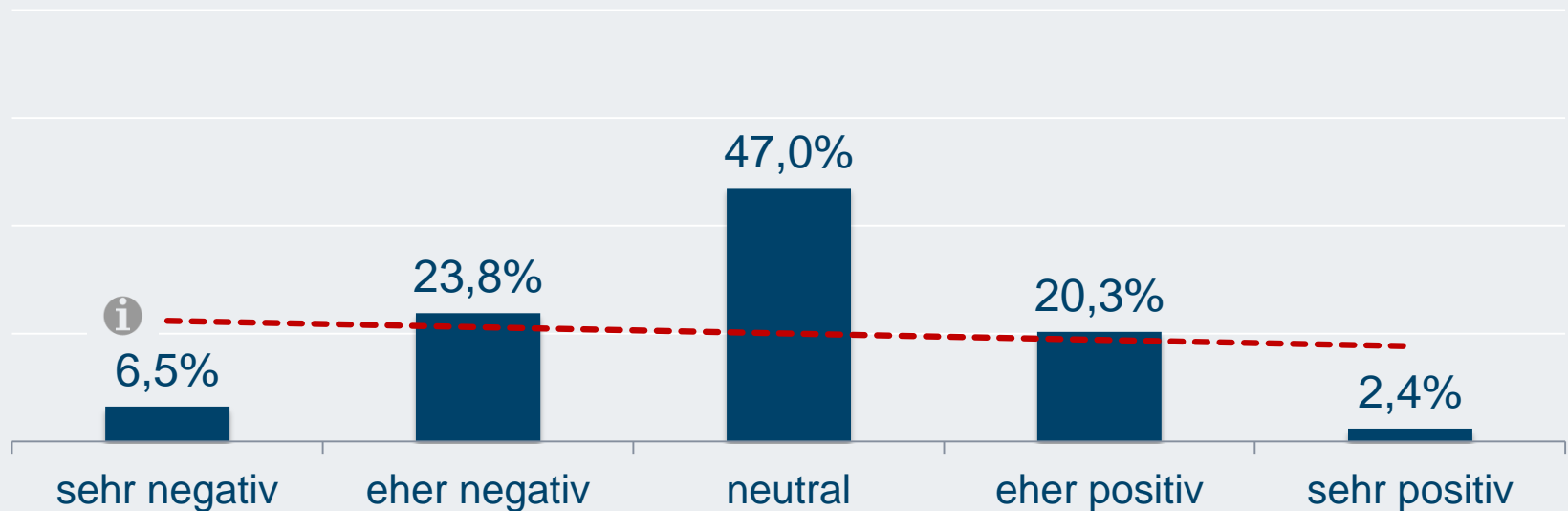
Lesebeispiel: 17,1 Prozent der teilnehmenden Unternehmen bevorzugen Shopping-Apps für Smartphones für ihre Mobile-Commerce-Strategie.

Basis: n = 695

Fehlend: n = 10



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



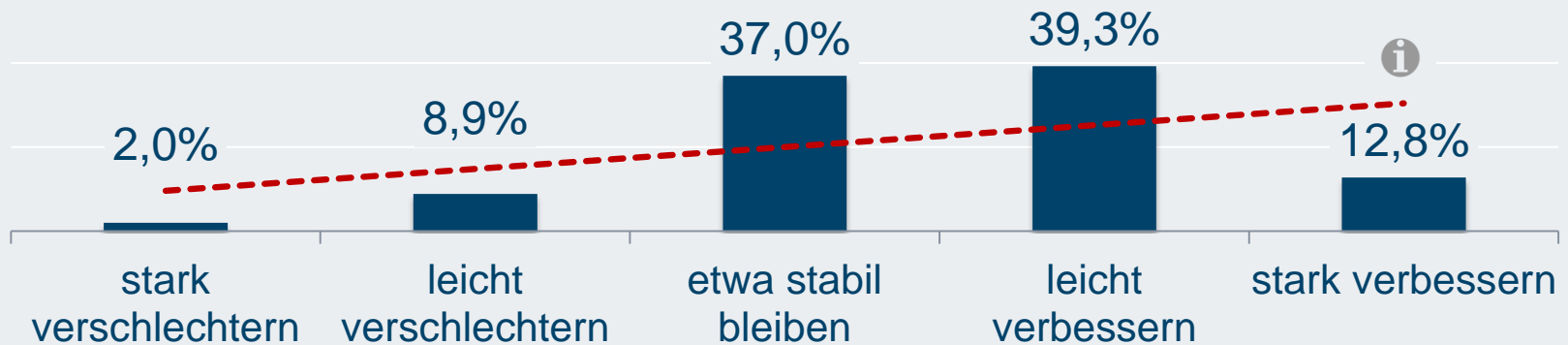
i **Lesebeispiel:** 6,5 Prozent der befragten Unternehmen bewerten ihren Online-Umsatz dieses Monats als „sehr negativ“.

Basis: n = 705

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 ...



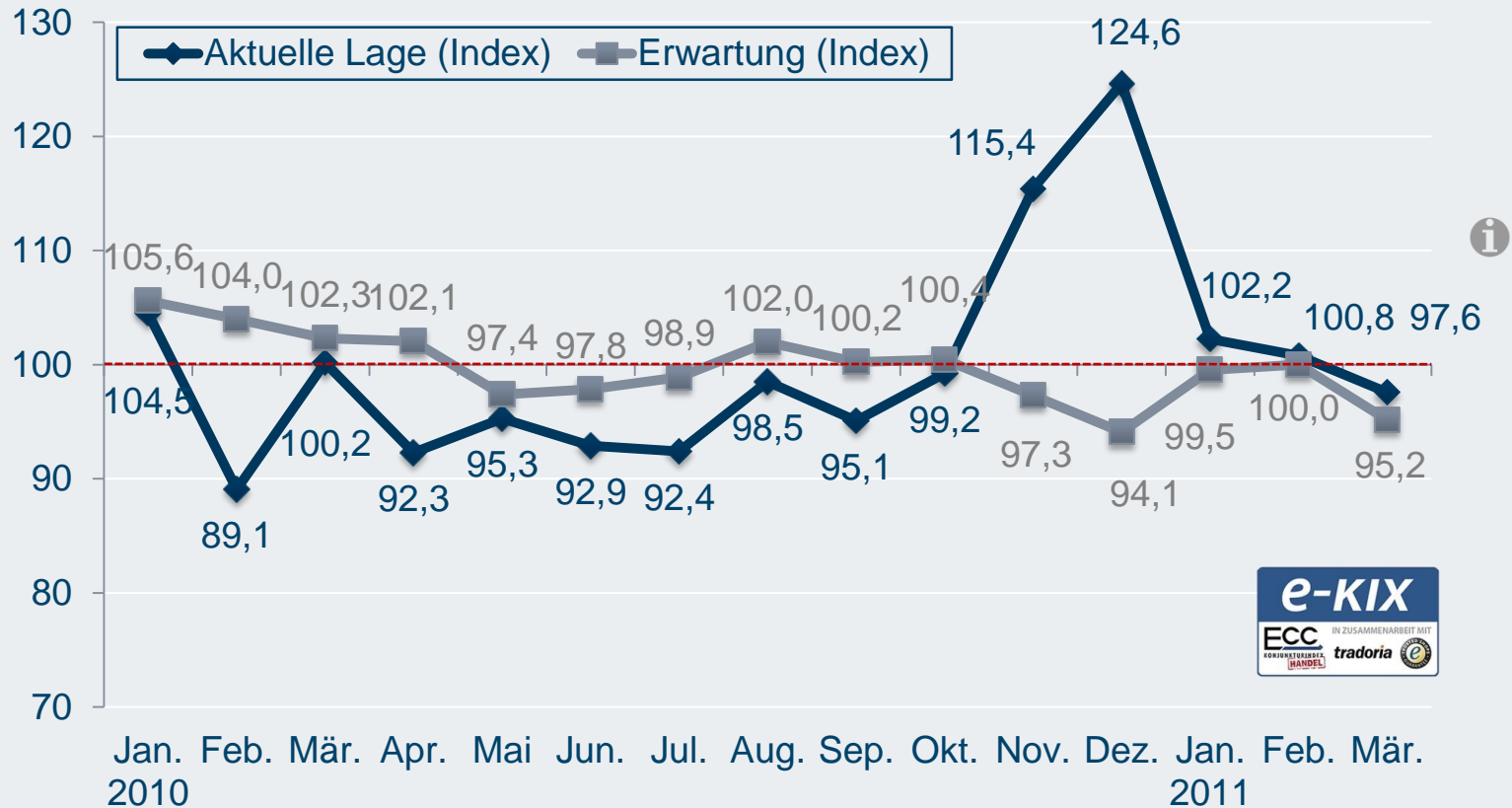
Lesebeispiel: 12,8 Prozent der befragten Unternehmen erwarten innerhalb der nächsten 12 Monate eine starke Verbesserung des Online-Umsatzes.

Basis: n = 705

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



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



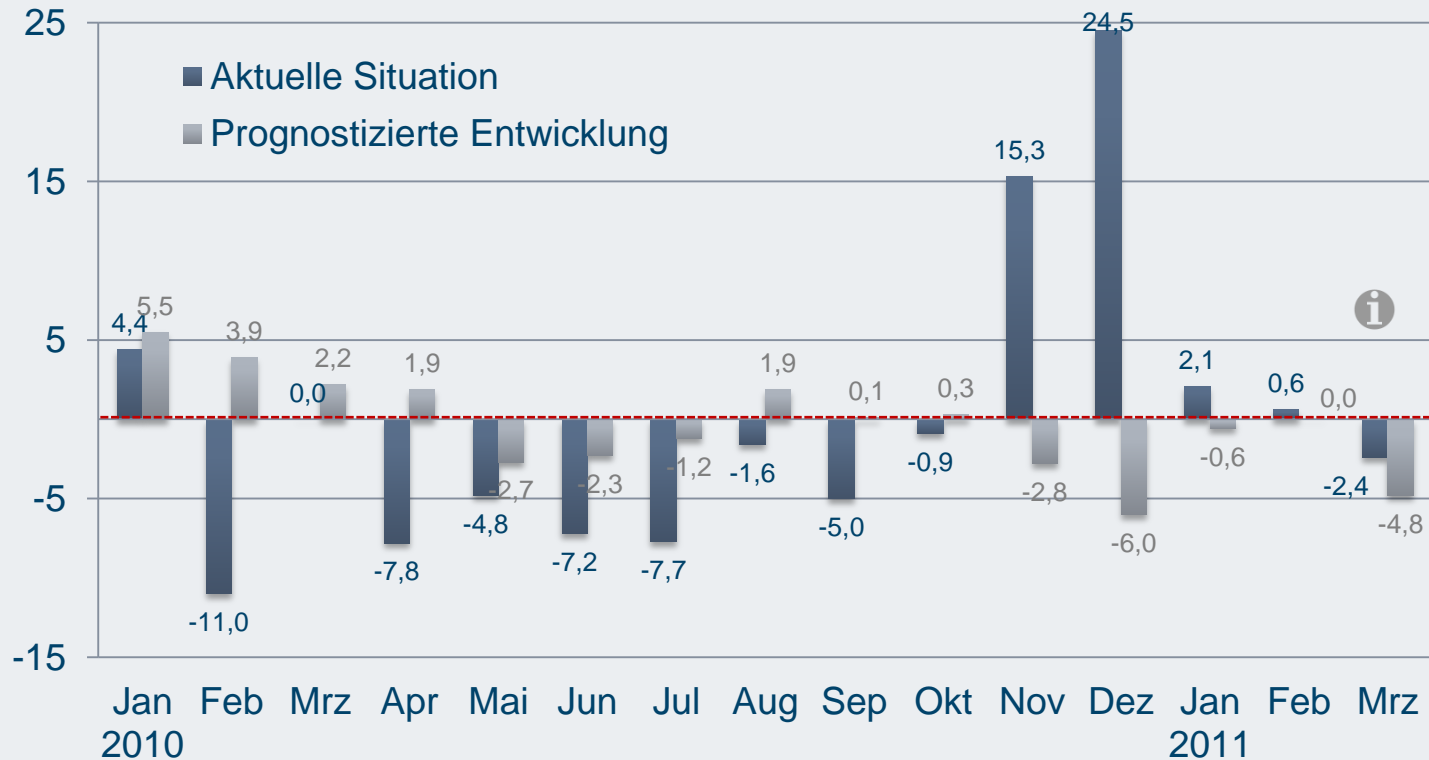
Lesebeispiel: Die befragten Unternehmen bewerteten die aktuelle Situation im Februar 2011 mit 100,8 und im März 2011 mit 97,6 Punkten.

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.



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



i Lesebeispiel: Die befragten Unternehmen bewerteten die aktuelle Situation im Februar 2011 mit 0,6 Punkten besser und im März 2011 mit 2,4 Punkten schlechter als im Vergleich zum Jahresdurchschnitt 2010

Basis: 768 ≥ n ≥ 599

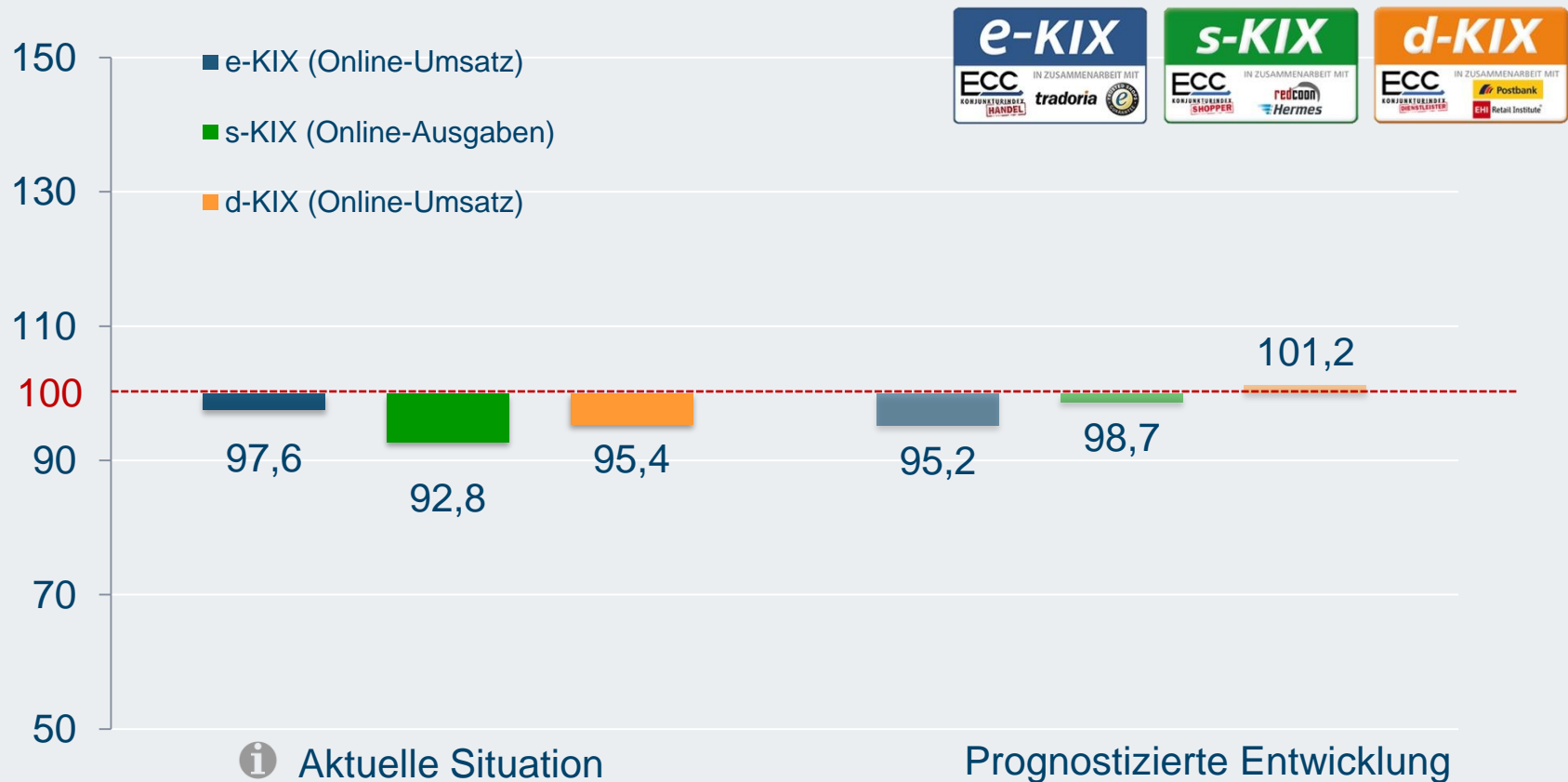
Anmerkung: Ab Januar 2011 basiert der e-KIX auf einem konkreten Index mit Basisjahr 2010 anstatt auf Skalenwerten. Dieser Index leitet sich aus dem arithmetischen Mittel der Monatswerte des Jahres 2010 ab. Die Werte aus 2010 wurden entsprechend angepasst und stellen ebenfalls die Abweichung zum Basisjahr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



Lesebeispiel: Der e-KIX liegt im März 2011 2,6 Punkte unter der Einschätzung der aktuellen Situation im März 2010. Die prognostizierte Entwicklung für das Jahr 2011 liegt im März 2011 sogar 7,1 Indexpunkte unter den Erwartungen der Online-Händler für das Jahr 2011.

Basis: 761 ≥ n ≥ 705

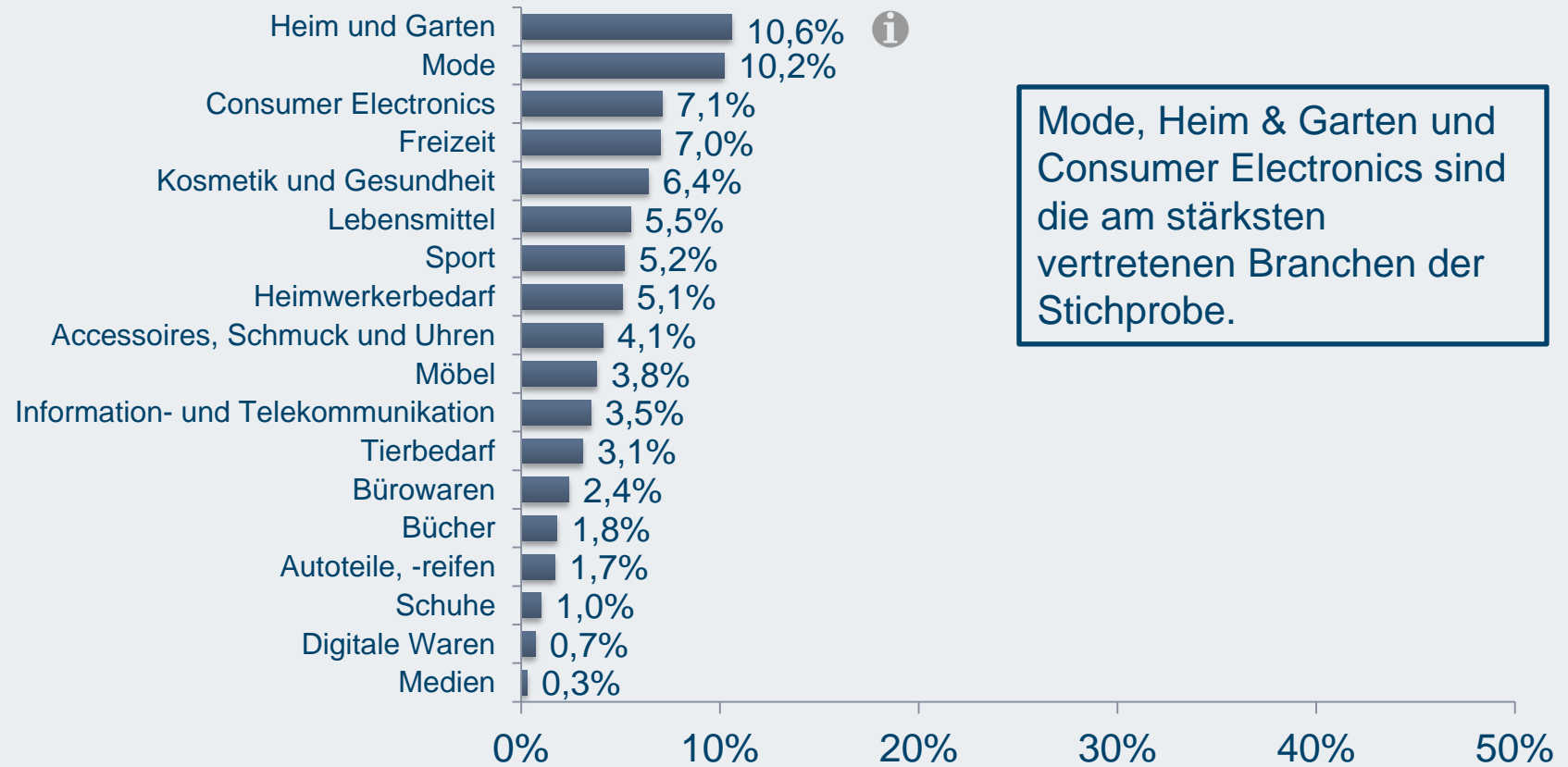
e-KIX, s-KIX und d-KIX im Vergleich – März 2011



i Lesebeispiel: Der e-KIX liegt bei 97,6, der s-KIX bei 92,8 und der d-KIX bei 95,4 Indexpunkten für die aktuelle Situation.

Basis: n = 705 (e-KIX) | n = 2.082 (s-KIX) | n = 60 (d-KIX)

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



Mode, Heim & Garten und Consumer Electronics sind die am stärksten vertretenen Branchen der Stichprobe.

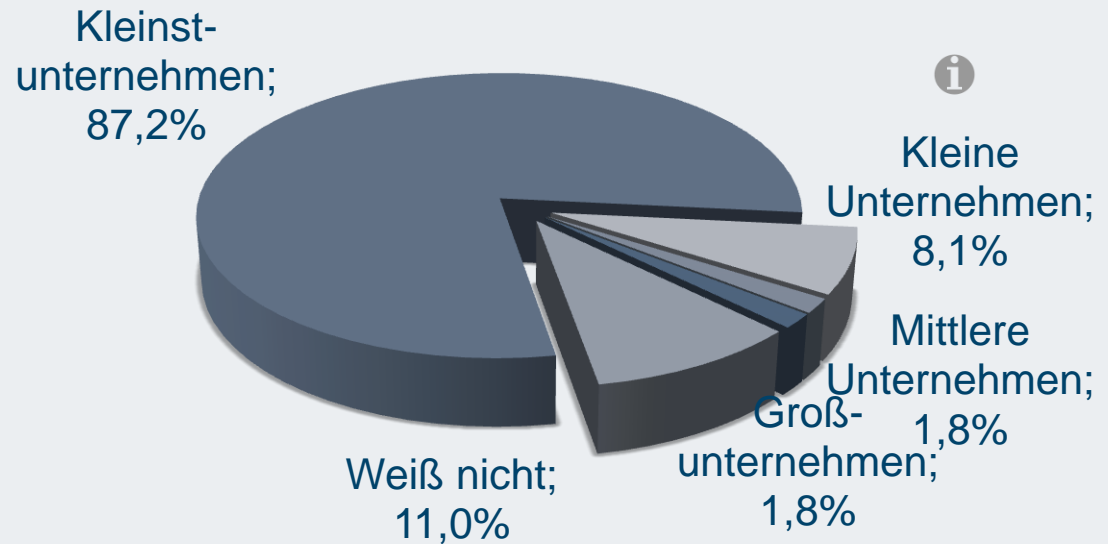


Lesebeispiel: 10,6 Prozent der teilnehmenden Unternehmen kommen aus der Branche „Heim und Garten“.

Basis: n = 705



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



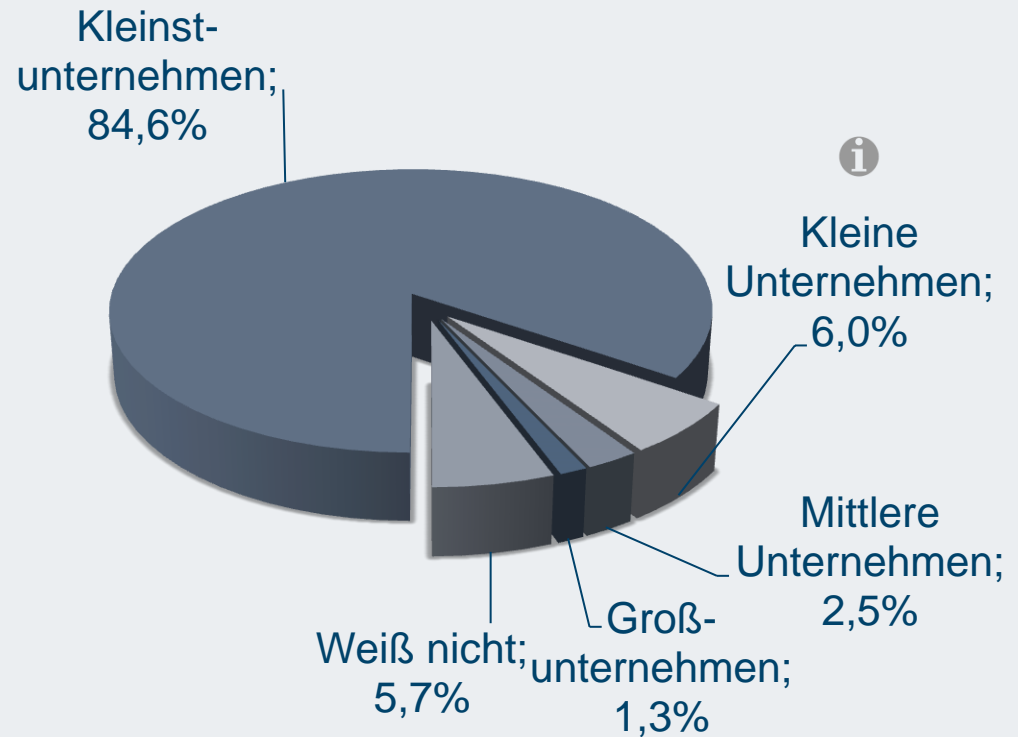
Kleinstunternehmen: 1-9 Mitarbeiter
Kleine Unternehmen: 10-49 Mitarbeiter
Mittlere Unternehmen: 50-249 Mitarbeiter
Großunternehmen: mehr als 250 Mitarbeiter

i **Lesebeispiel:** 8,1 Prozent der befragten Unternehmen sind kleine Unternehmen.

Basis: n = 705



Knapp 85 Prozent der Befragten generiert jährlich bis zu zwei Millionen Euro Umsatz.

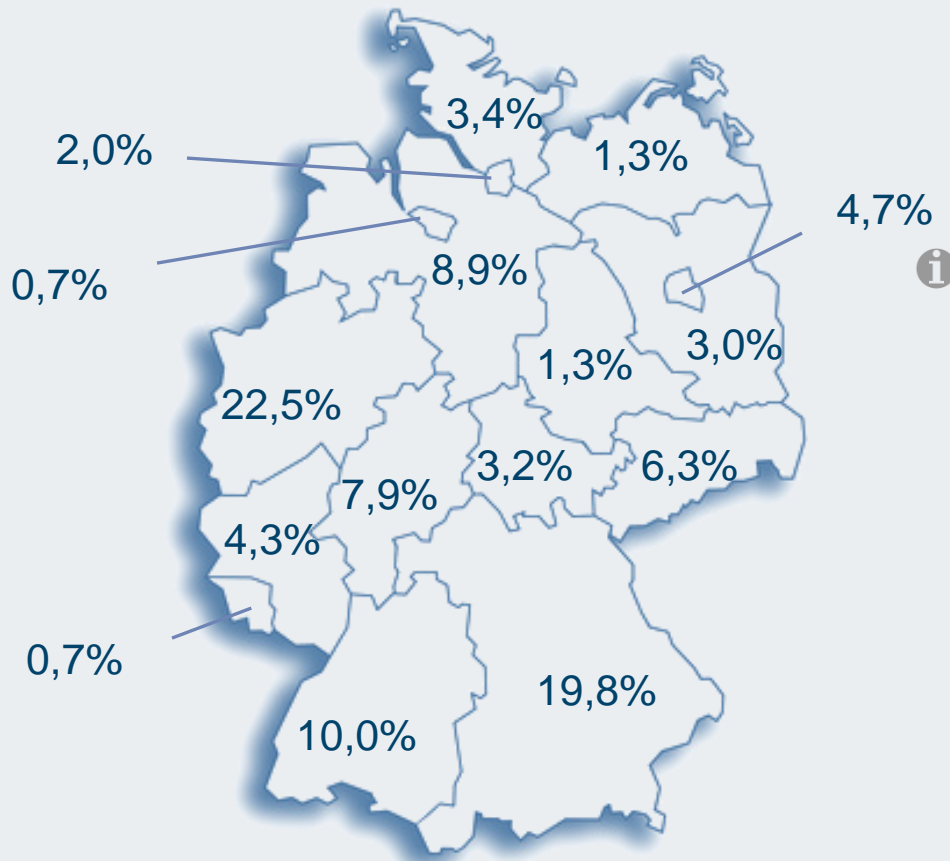


Kleinstunternehmen: Bis zu 2 Mio. Umsatz
Kleine Unternehmen: 2-10 Mio. Umsatz
Mittlere Unternehmen: 10-50 Mio. Umsatz
Großunternehmen: Mehr als 50 Mio. Umsatz

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

Basis: n = 687
Fehlend: n = 18





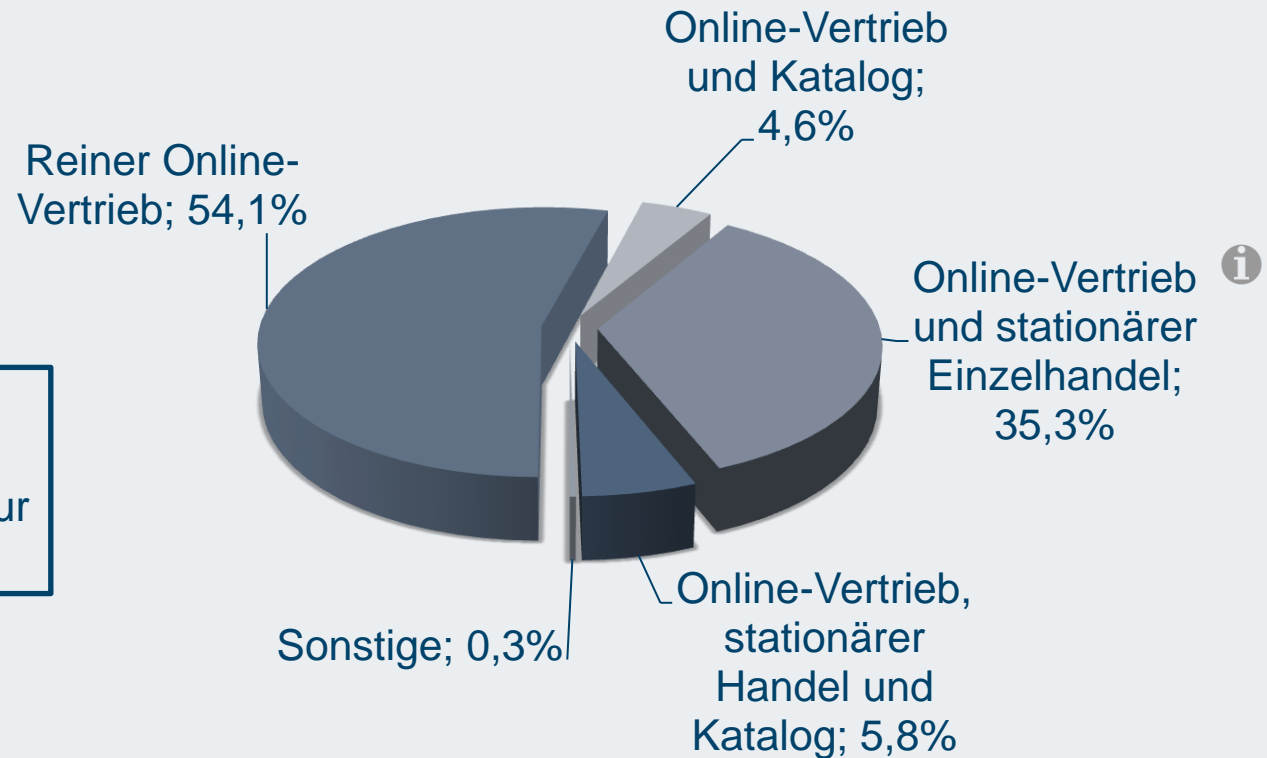
Mit der Erhebung konnte eine bundesweite Stichprobe generiert werden.

i **Lesebeispiel:** 4,7 Prozent der teilnehmenden Unternehmen haben ihren Firmensitz in Berlin.

Basis: n = 698

Fehlend: n = 7

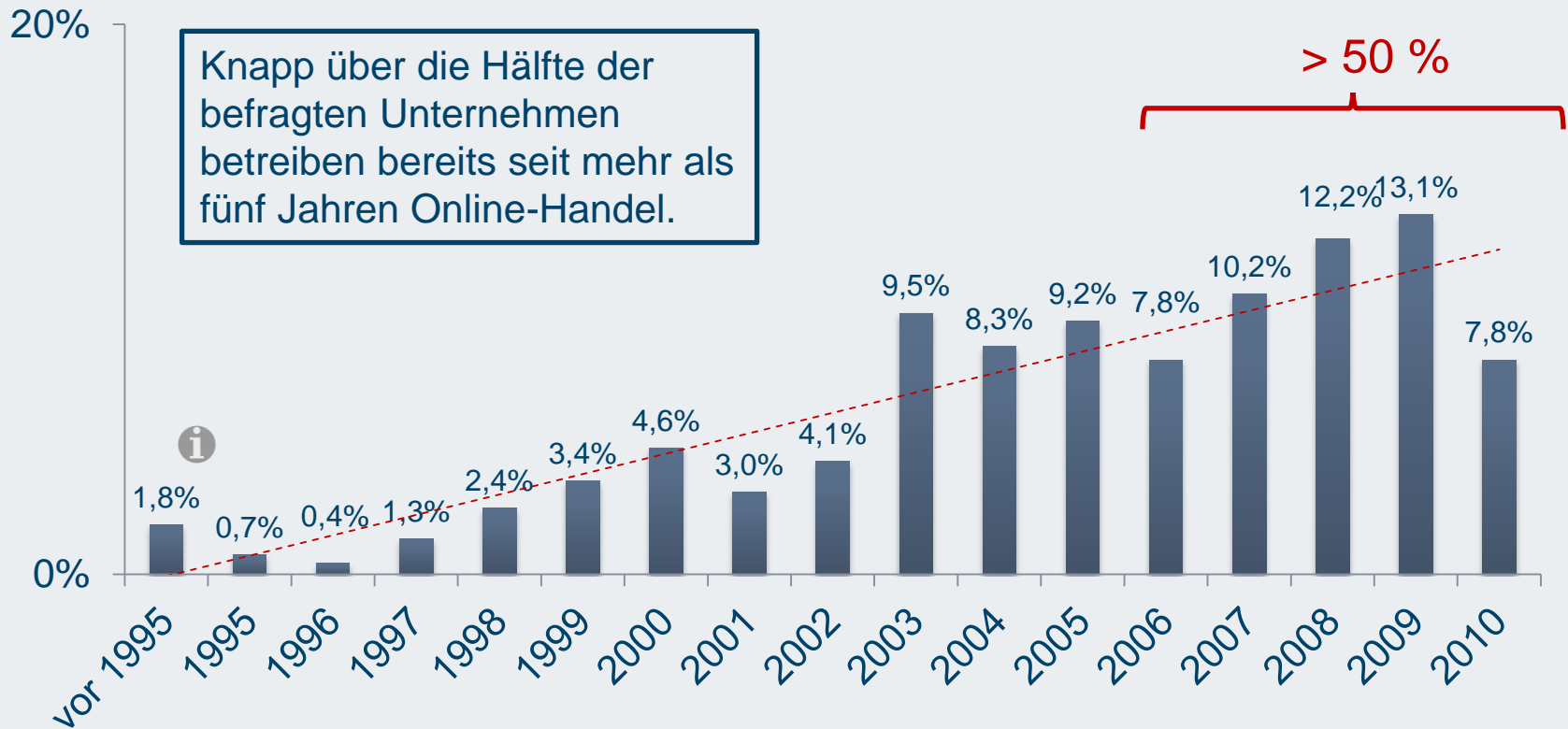




Über die Hälfte der Befragten Händler vertreiben Ihre Waren nur über Distanzkanäle.

- i** **Lesebeispiel:** 35,3 Prozent der teilnehmenden Unternehmen verkaufen sowohl über einen Online-Shop als auch im stationären Handel.
- Basis:** n = 703
- Fehlend:** n = 2





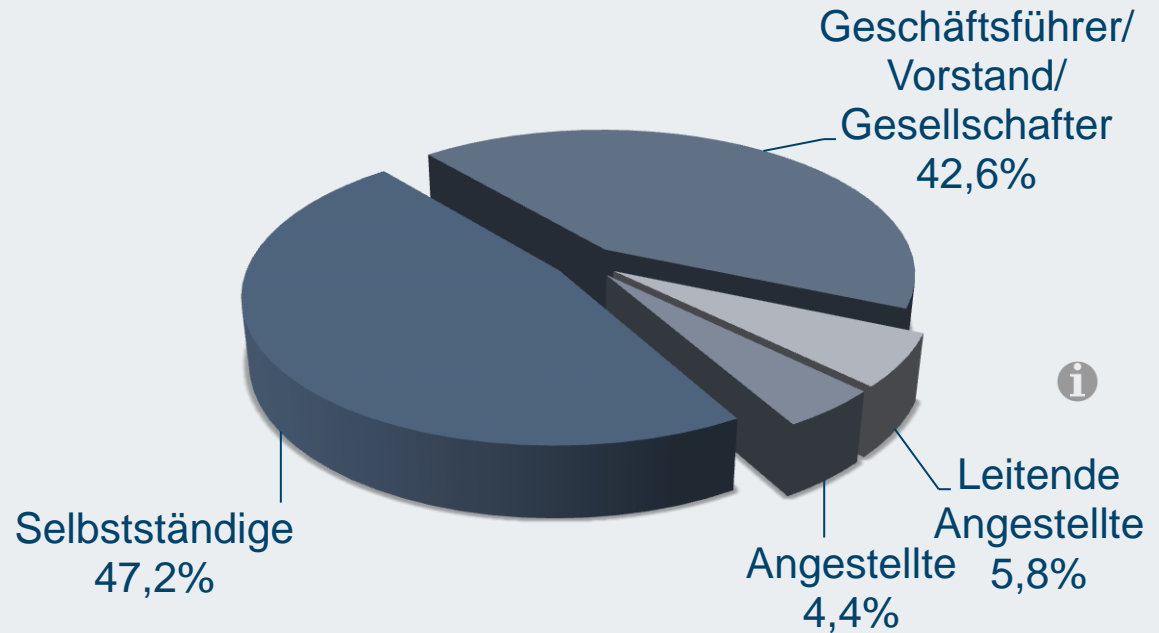
Lesebeispiel: 1,8 Prozent der teilnehmenden Unternehmen betreibt bereits seit 1995 Online-Vertrieb.

Basis: n = 703

Fehlend: n = 2



Über 90 Prozent der Befragten sitzen in Entscheidungspositionen der Unternehmen – 42,6 Prozent als Geschäftsführer, Vorstand oder Gesellschafter.



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

Basis: n = 688

Fehlend: n = 17



Sehr geehrte Damen und Herren,

lassen sie mich zunächst einmal mit der weniger schlechten Nachricht beginnen: Trotz eines weiterhin leichten Rückgangs der aktuellen Umsätze um ca. 3 Indexpunkte im Vergleich zum Februar 2011 auf 97,6 Punkte, fällt die Bewertung noch immer wesentlich positiver aus als die zum bisherigen Tiefpunkt im Juli 2010 mit 92,4 Indexpunkten. Nichts desto trotz zeigen die Werte des e-KIX, dass die erzielten Umsätze weniger positiv als im entsprechenden Vorjahresmonat bewertet werden.



Nun zur unerfreulichen Nachricht: Der e-KIX für die erwarteten Umsätze der 12 Folgemonate ist im März auf 95,2 Indexpunkte gesunken und fällt damit nur noch geringfügig höher aus als der bis dato geringste Wert im Dezember 2010 mit 94,1 Punkten. Während dieser Wert eine Konsequenz der damaligen positiven aktuellen Ertragslage war, bleibt zu hinterfragen, weshalb sich die Umsatzerwartungen im März 2011 weiter eingetrübt haben. Fast scheint es so, als ob der E-Commerce zumindest temporär einen Teil seiner bislang beeindruckenden Wachstumsdynamik eingebüßt hat und sich eventuell sogar dem Status eines gereiften Marktes annähert.

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



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

