

ECC-Konjunkturindex Handel

in Zusammenarbeit mit
Tradoria und Trusted Shops

November 2011



Sehr geehrte Damen und Herren,

alle Jahre wieder beschert das Weihnachtsgeschäft den Onlinehändlern volle Kassen und dem e-KIX mit 102,9 Punkten den bisher höchsten Stand in diesem Jahr. Auch wenn die Umsatzerwartung für die kommenden 12 Monate etwas schlechter ausfällt als im Vormonat (-2,3 Skalenpunkte), bewertet ein Drittel aller Befragten die aktuelle Umsatzsituation positiv bis sehr positiv und mehr als 45 Prozent der Befragten rechnen in den nächsten zwölf Monaten mit steigenden Umsätzen.



Die Frage des Monats für Online-Händler und Online-Shopper zum kostenlosen Versand zu Weihnachten zeigt, dass knapp 80 Prozent aller befragten Online-Shopper ihre Geschenke lieber im Internet als im stationären Handel einkaufen würden, wenn der Versand kostenlos wäre. Allerdings bieten nur etwa 30 Prozent der befragten Onlinehändler kostenlosen Versand zur Weihnachtszeit an. Die Bereitstellung dieses Services kann demnach ein Alleinstellungsmerkmal sein, welches hilft, die weihnachtlichen Umsätze weiter zu steigern.

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 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. November 2011 – 28. November 2011
- Wiederholung: monatlich

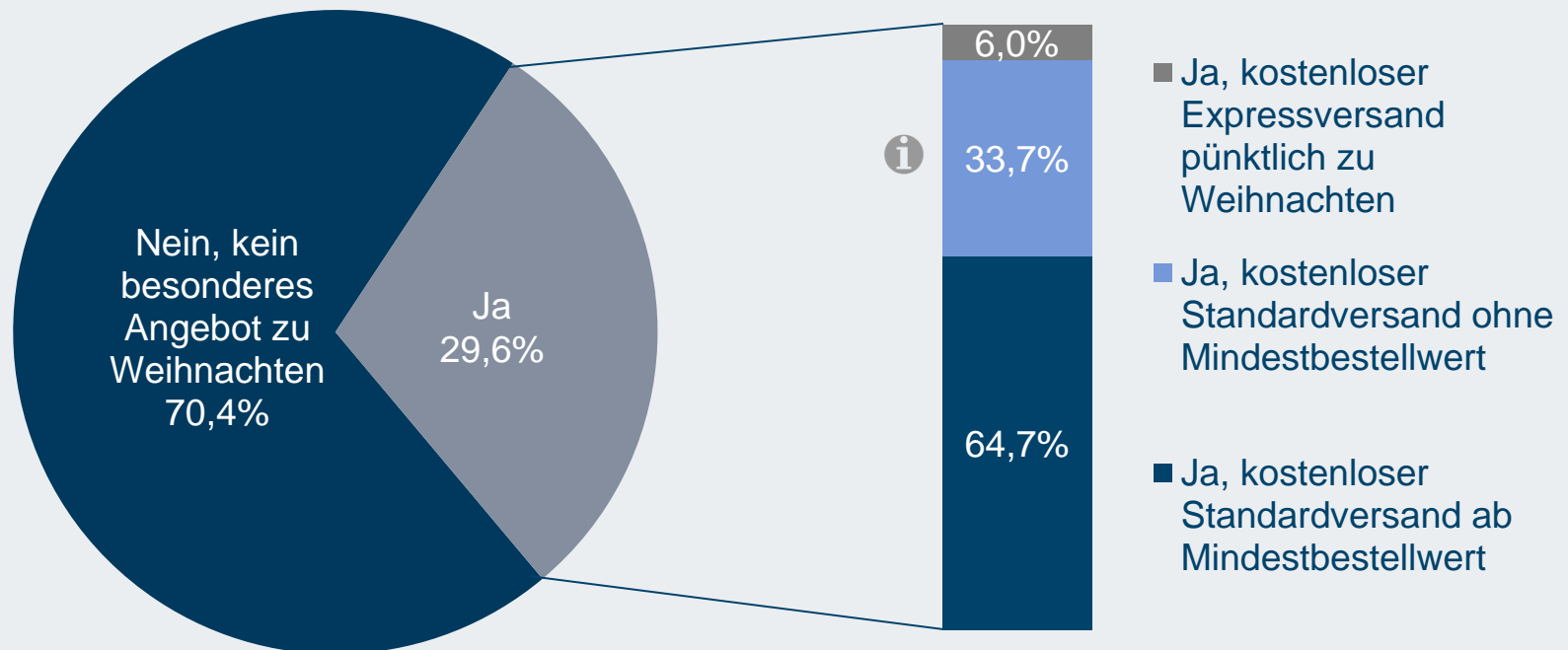
■ Stichprobe:

- Umfrage-Teilnehmer November 2011: N = 631



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

Frage: Bieten Sie Ihren Kunden speziell zu Weihnachten einen kostenlosen Versand an?



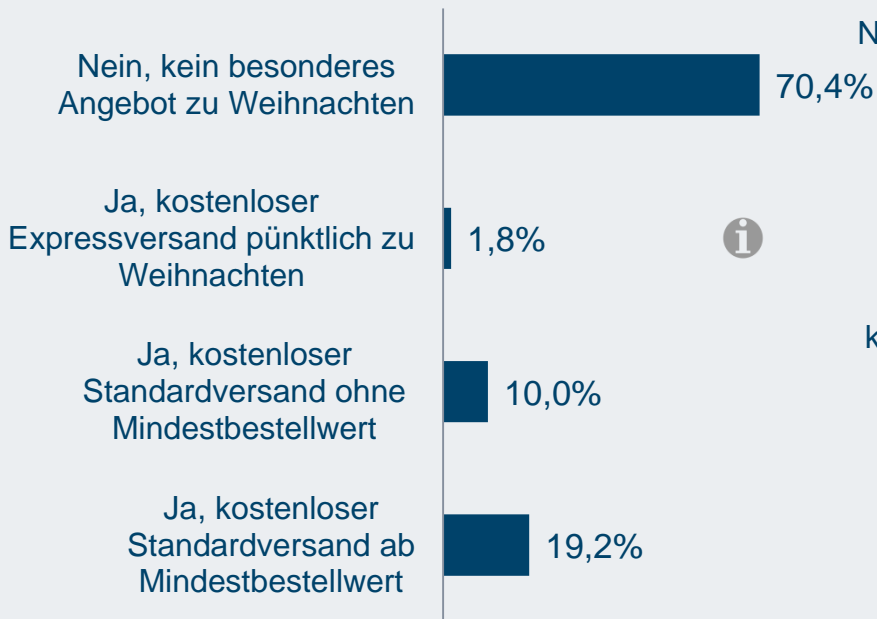
Lesebeispiel: 33,7 Prozent der befragten Online-Händler, die speziell zu Weihnachten einen kostenlosen Versand anbieten, bieten diesen ohne eine Mindestbestellwert an.

Basis: n = 621

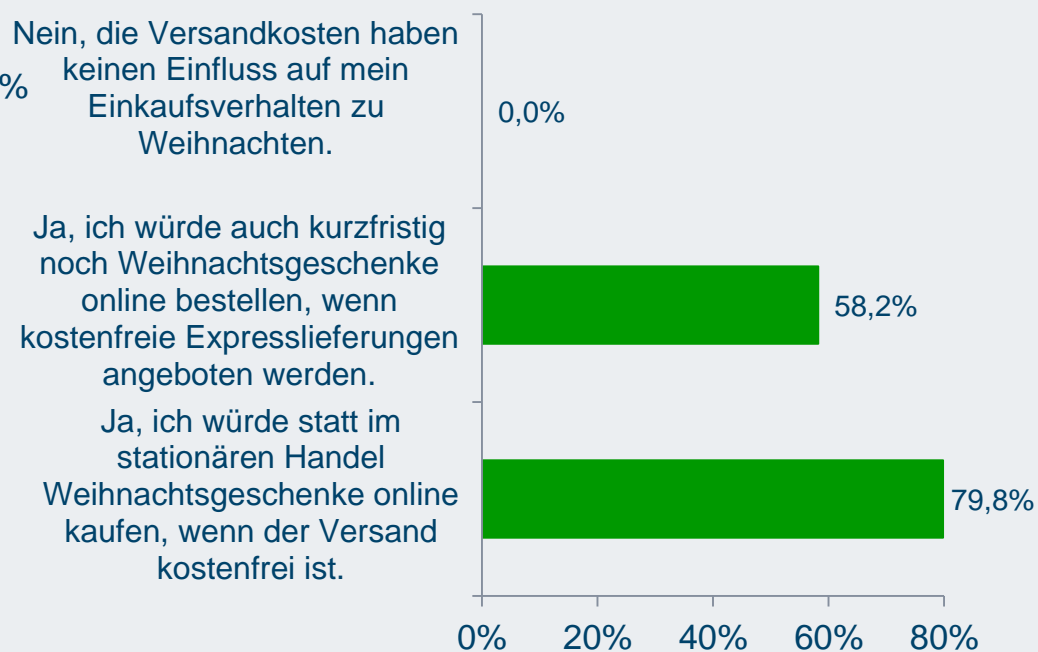
Fehlend: n = 10



Bieten Sie Ihren Kunden speziell zu Weihnachten einen kostenlosen Versand an? (e-KIX)



Würde sich Ihr Einkaufsverhalten zu Weihnachten durch kostenfreien Versand ändern? (s-KIX)

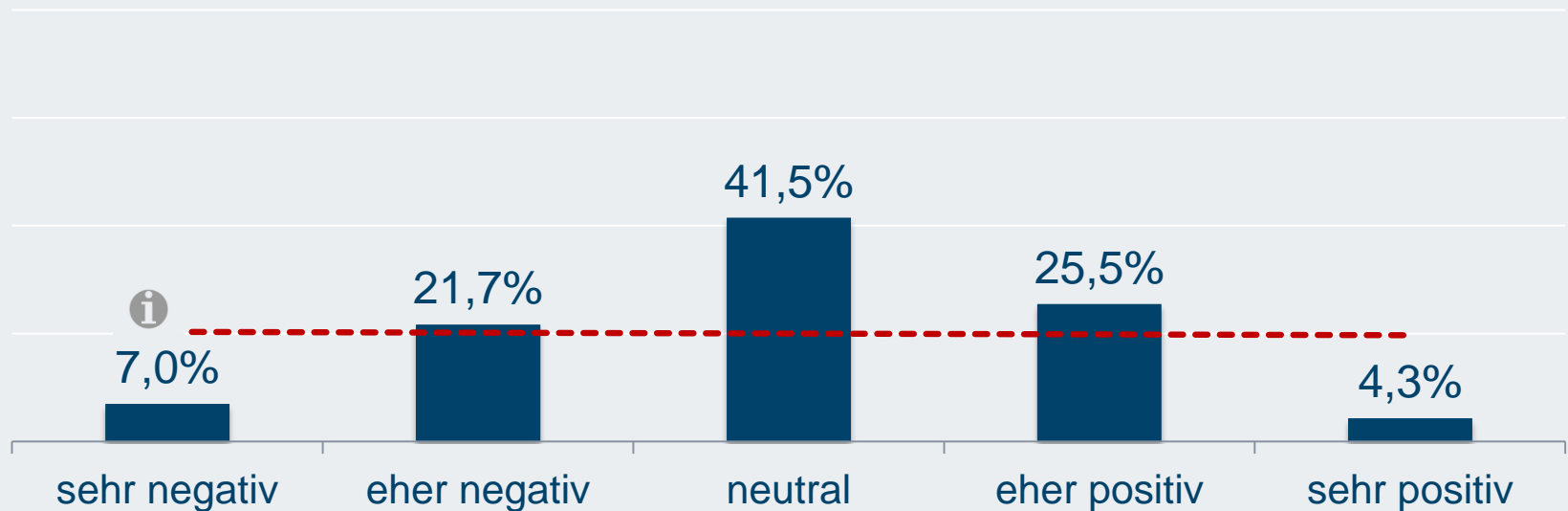


i Lesebeispiel: 1,8 Prozent der befragten Online-Händler bieten ihren Kunden speziell zu Weihnachten kostenlose Expresslieferungen an, 58,2 Prozent der befragten Online-Shopper würden Weihnachtsgeschenke auch kurzfristig noch online bestellen, wenn kostenlose Expresslieferungen angeboten würden.

Basis: n = 621 (e-KIX) | n = 1.594 (s-KIX)

Fehlend: n = 10 (e-KIX) | n = 189 (s-KIX)

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



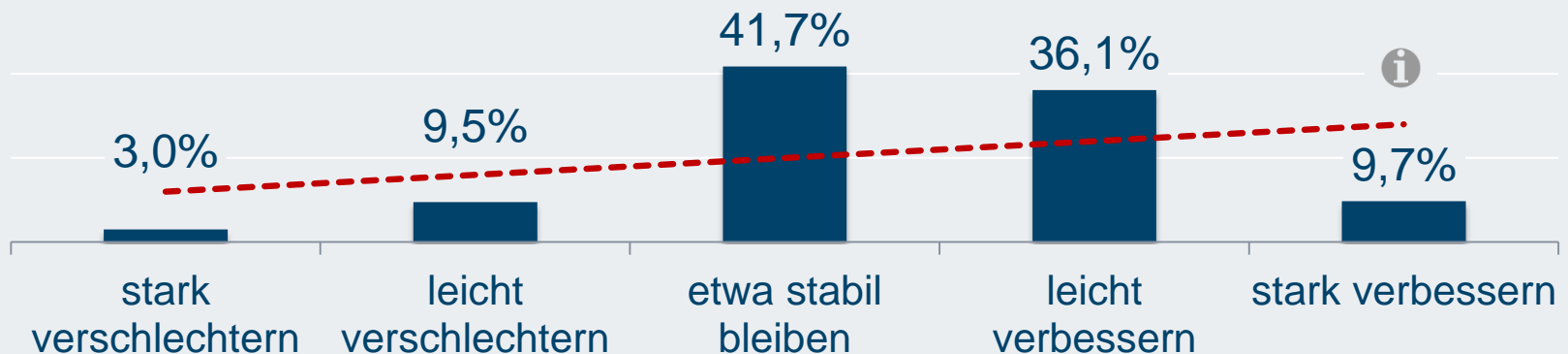
Lesebeispiel: 7,0 Prozent der befragten Unternehmen bewerten ihren Online-Umsatz diesen Monat als „sehr negativ“.

Basis: n = 631

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 ...



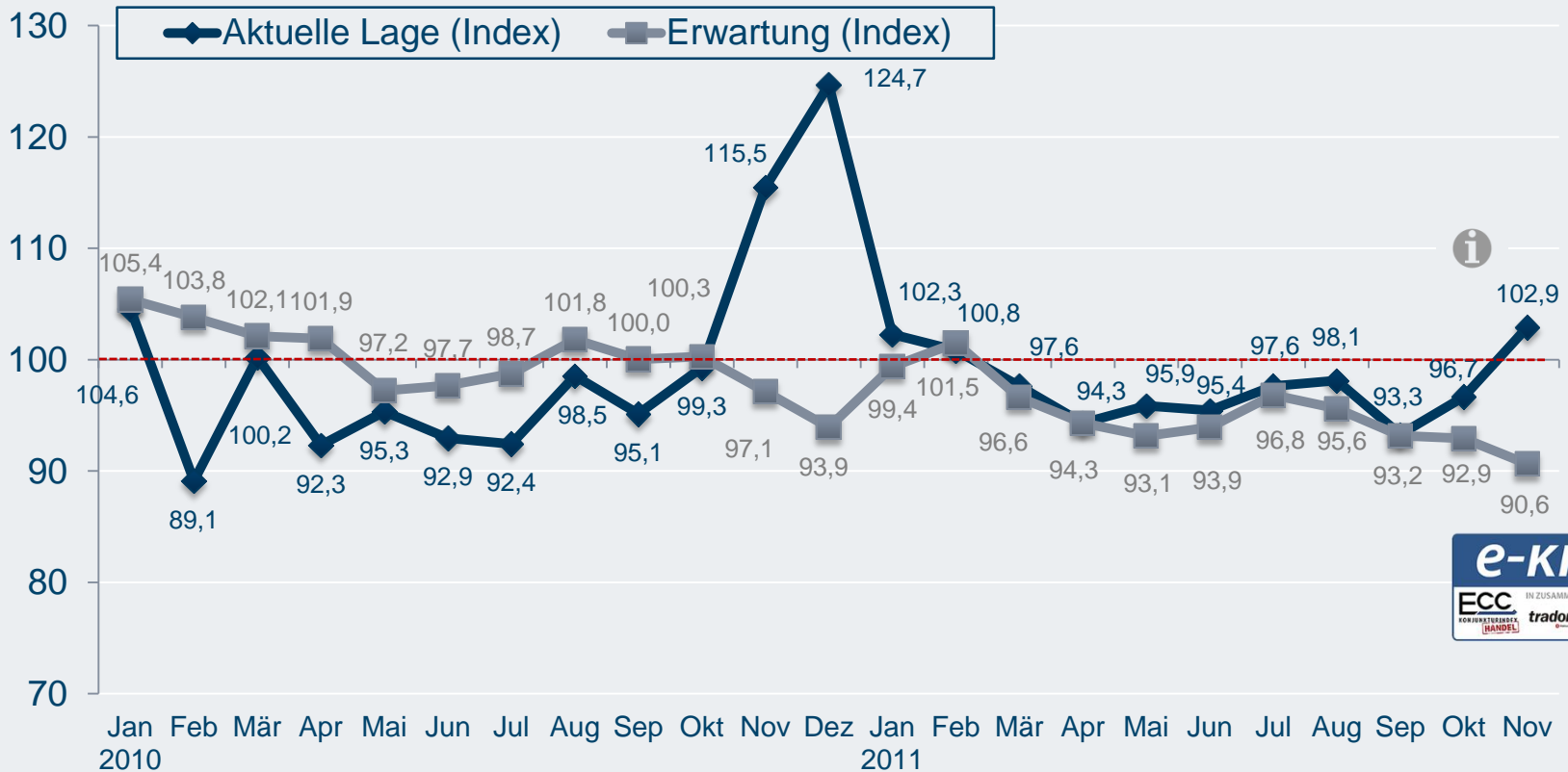
i **Lesebeispiel:** 9,7 Prozent der befragten Unternehmen erwarten innerhalb der nächsten 12 Monate eine starke Verbesserung des Online-Umsatzes.

Basis: n = 631

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



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

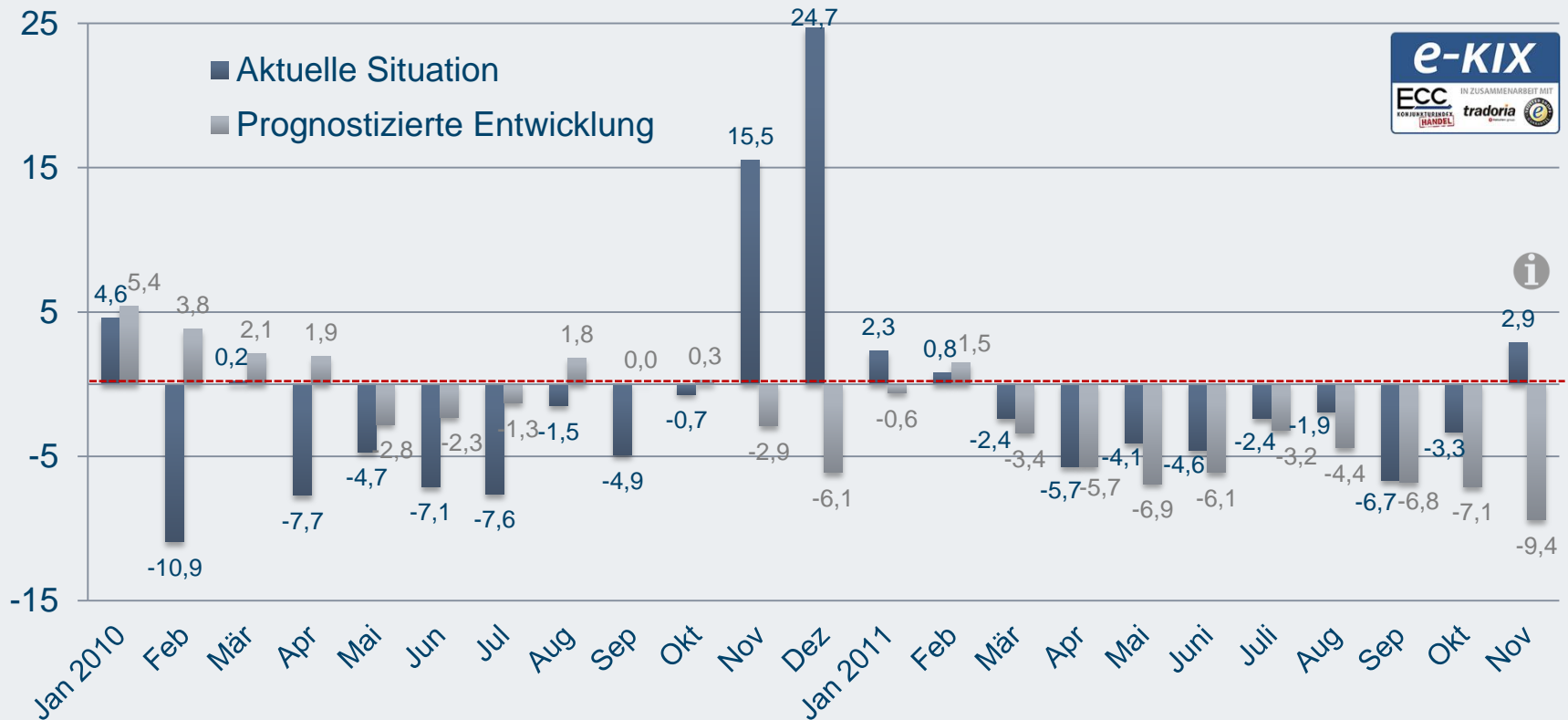


i Lesebeispiel: Die befragten Unternehmen bewerteten die aktuelle Situation im Oktober 2011 mit 96,7 und im November 2011 mit 102,9 Indexpunkten.

Basis: 768 ≥ n ≥ 528

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.

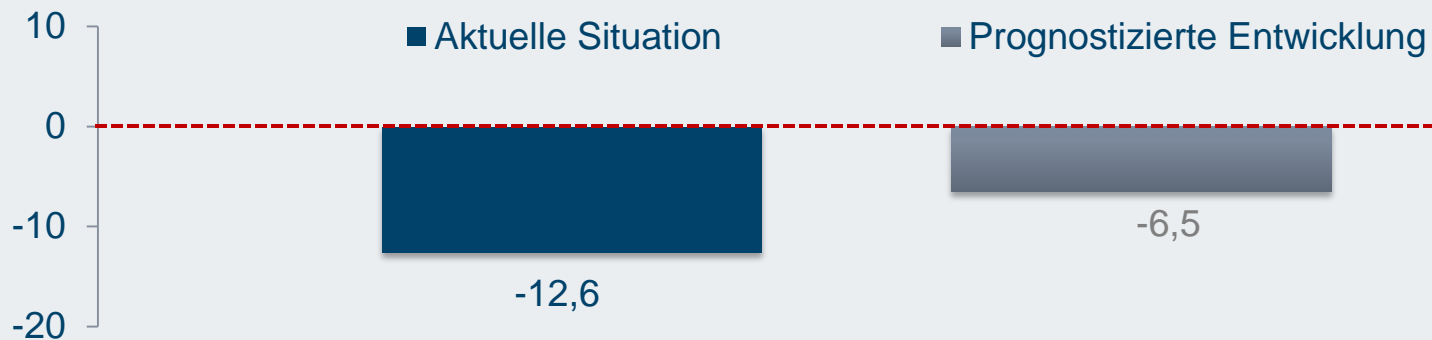
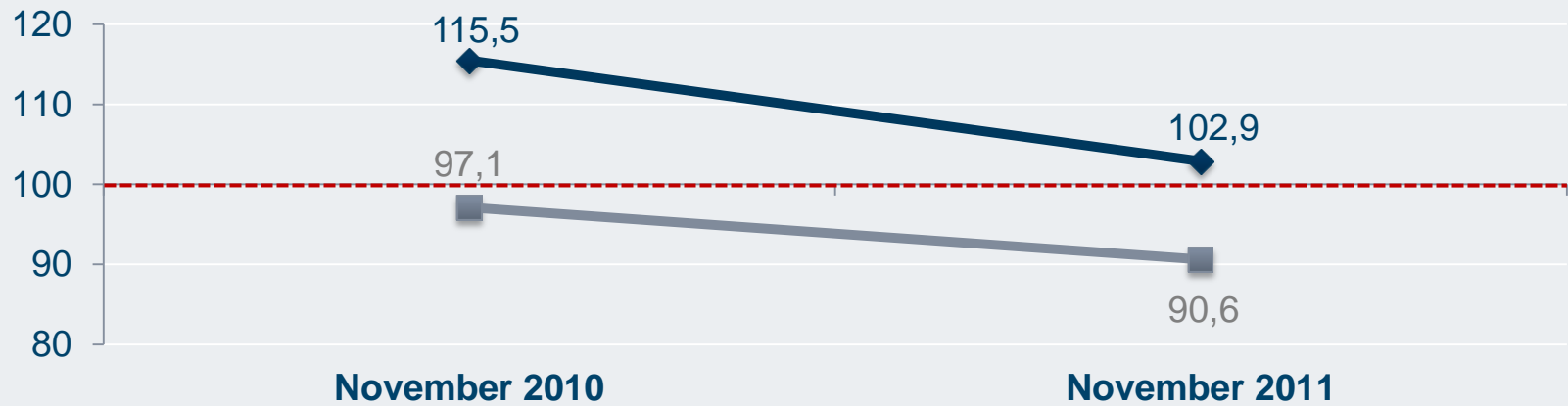
e-KIX: Januar 2010 bis November 2011 – Abweichungen im Vergleich zum Basiszeitraum



Lesebeispiel: Die befragten Unternehmen bewerteten die aktuelle Situation im November 2011 mit 2,9 Punkten besser und die erwartete Umsatzentwicklung mit 9,4 Punkten schlechter im Vergleich zum Jahresdurchschnitt 2010.

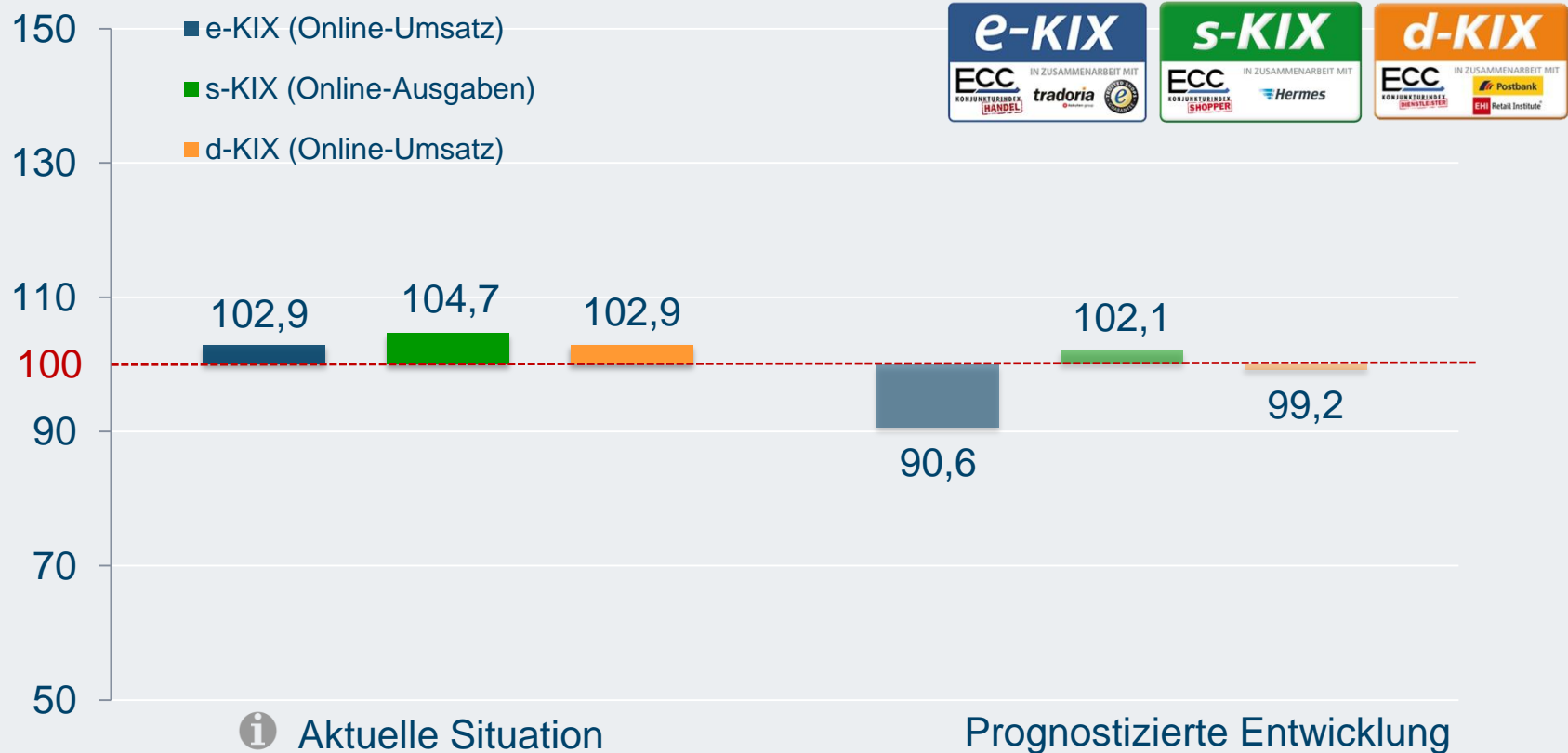
Basis: 768 ≥ n ≥ 528

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 November 2011 12,6 Punkte unter der Einschätzung der aktuellen Situation im November 2010. Die prognostizierte Entwicklung für die 12 Folgemonate liegt im November 2011 6,5 Indexpunkte unter den Erwartungen der Online-Händler im November 2010.

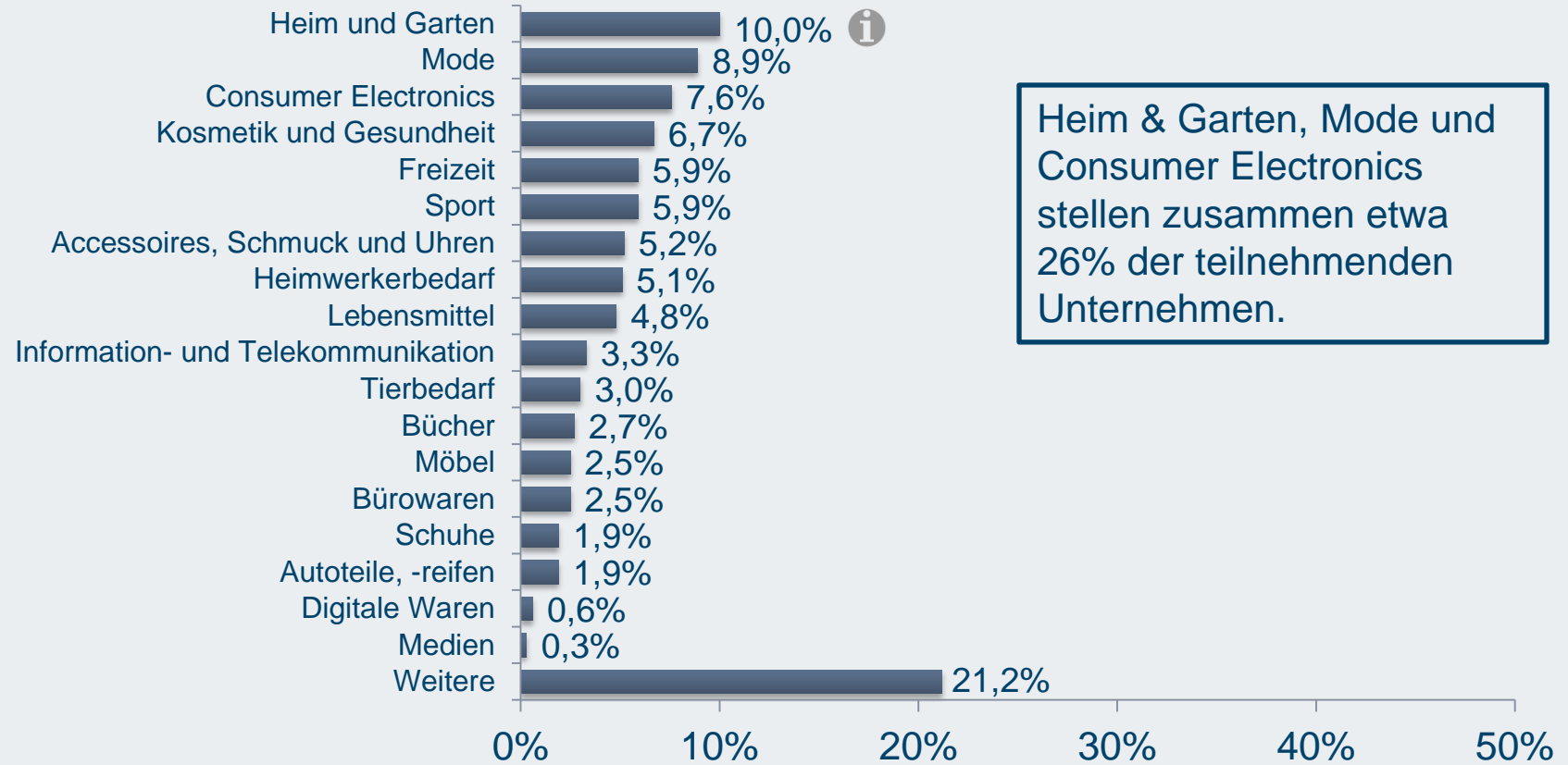
Basis: 728 ≥ n ≥ 631



i **Lesebeispiel:** Der e-KIX liegt bei 102,9 der s-KIX bei 104,7 und der d-KIX bei 102,9 Indexpunkten für die aktuelle Situation.

Basis: n = 631 (e-KIX) | n = 1.783 (s-KIX) | n = 47 (d-KIX)

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



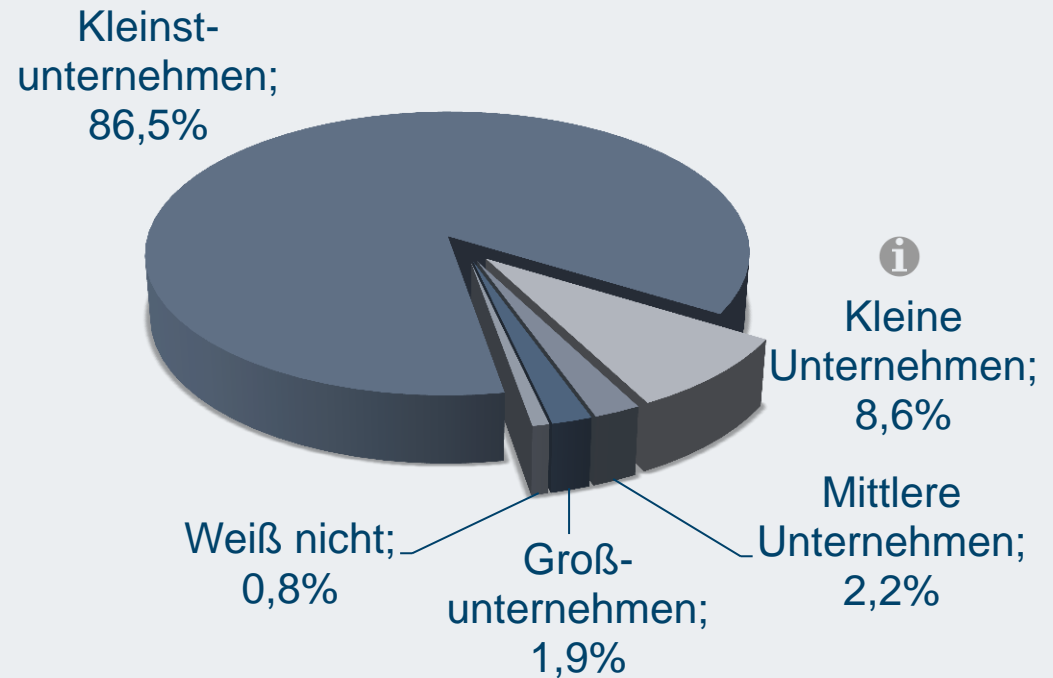
Heim & Garten, Mode und Consumer Electronics stellen zusammen etwa 26% der teilnehmenden Unternehmen.

i **Lesebeispiel:** 10,0 Prozent der teilnehmenden Unternehmen kommen aus dem Bereich Heim und Garten.

Basis: n = 631



Die Stichprobe setzt sich zu 86,5 Prozent aus Unternehmen mit weniger als zehn Mitarbeitern zusammen.



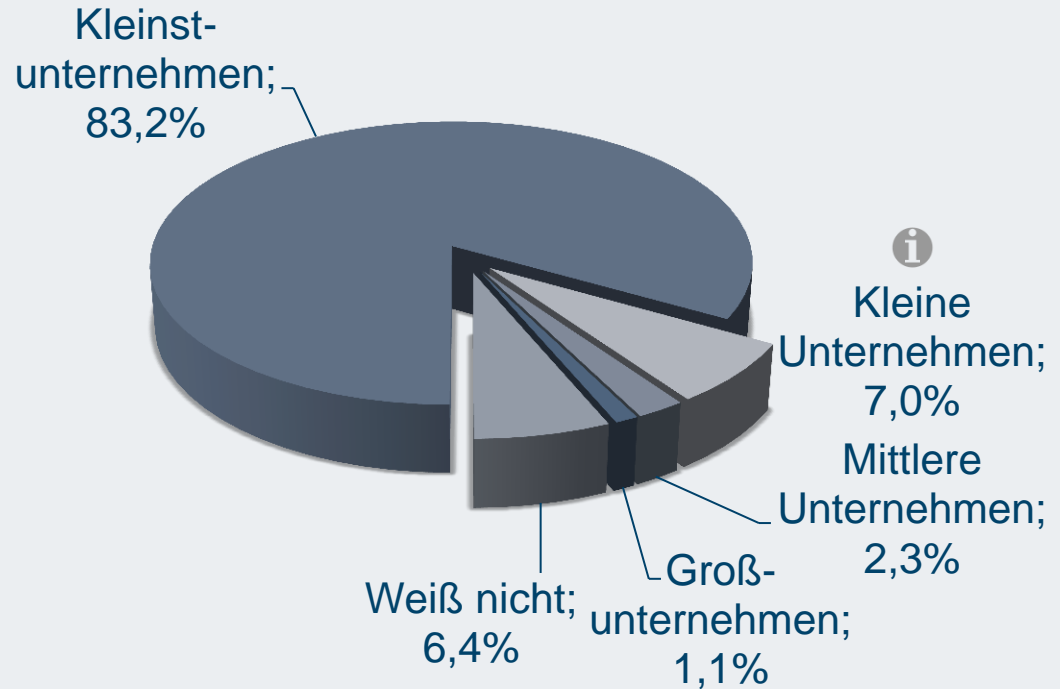
Kleinstunternehmen: 1-9 Mitarbeiter
Kleine Unternehmen: 10-49 Mitarbeiter
Mittlere Unternehmen: 50-249 Mitarbeiter
Großunternehmen: mehr als 250 Mitarbeiter

i **Lesebeispiel:** 8,6 Prozent der befragten Unternehmen sind kleine Unternehmen mit 10 bis 49 Mitarbeitern.

Basis: n = 631



Etwa 83 Prozent der Befragten generieren jährlich bis zu zwei Millionen Euro Umsatz.

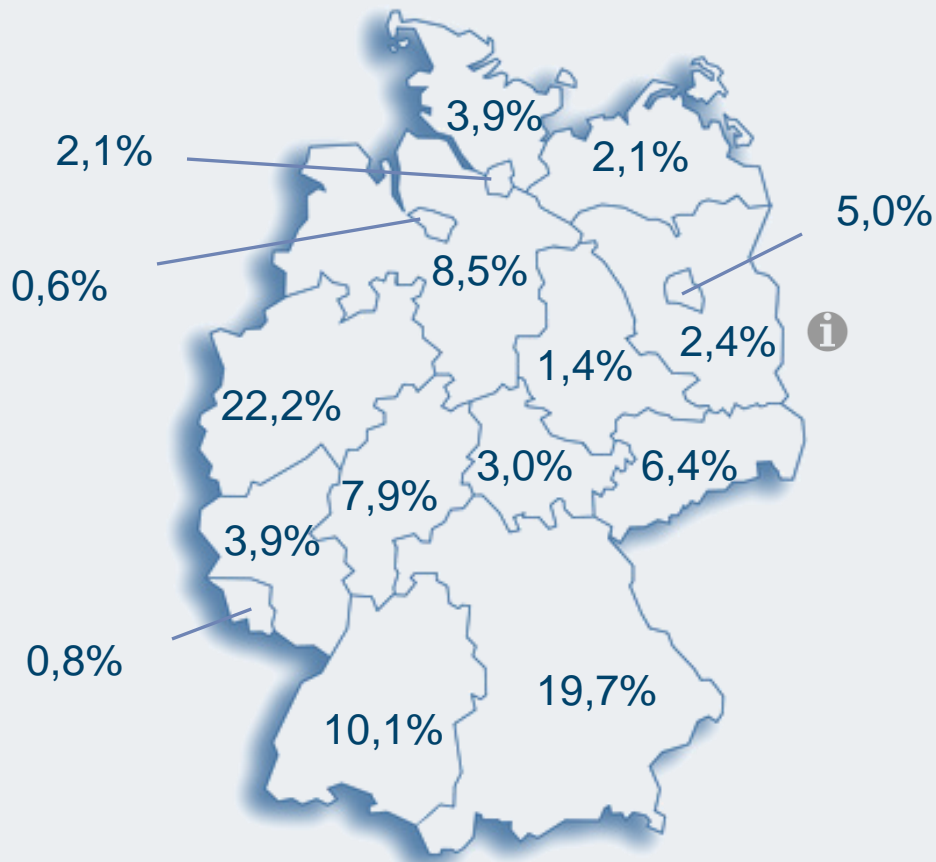


Kleinstunternehmen: Bis zu 2 Mio. Umsatz
Kleine Unternehmen: 2-10 Mio. Umsatz
Mittlere Unternehmen: 10-50 Mio. Umsatz
Großunternehmen: Mehr als 50 Mio. Umsatz

Lesebeispiel: 7,0 Prozent der teilnehmenden Unternehmen generieren einen Umsatz zwischen 2 und 10 Millionen Euro pro Jahr.

Basis: n = 614
Fehlend: n = 17





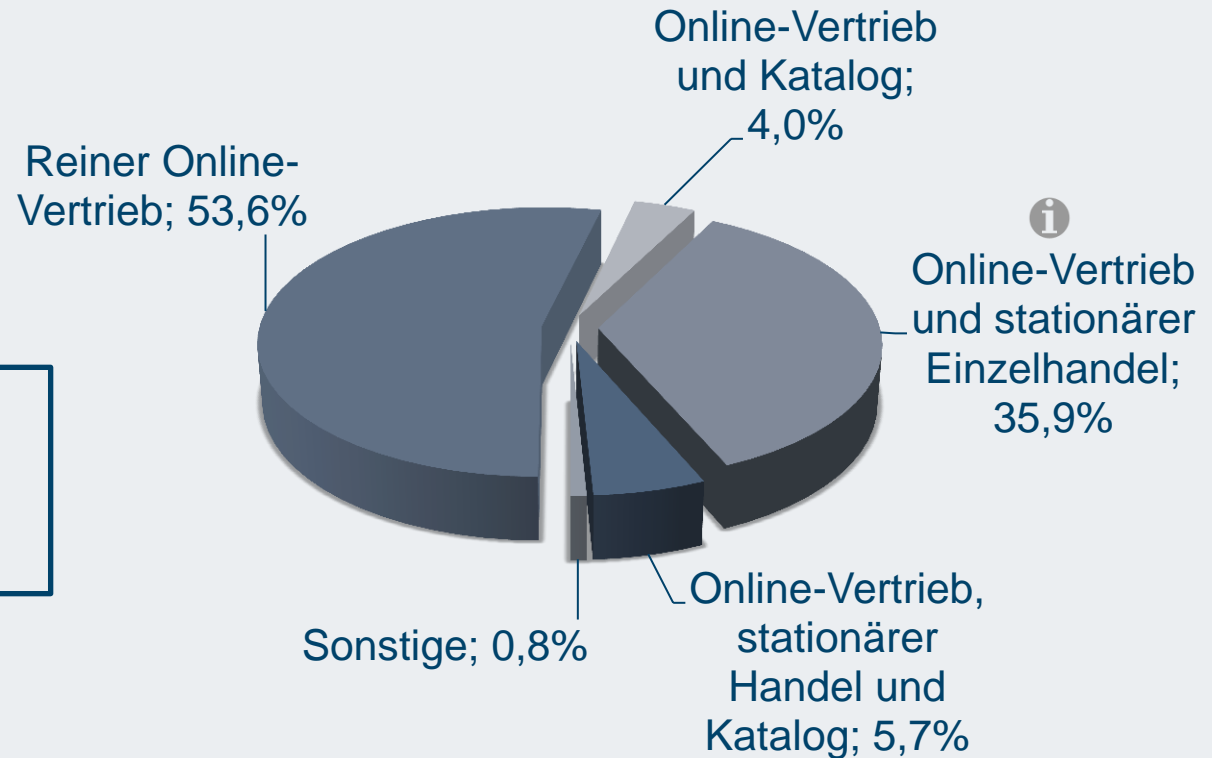
Mit der Erhebung konnte eine bundesweite Stichprobe generiert werden.

i **Lesebeispiel:** 2,4 Prozent der teilnehmenden Unternehmen haben ihren Firmensitz in Brandenburg.

Basis: n = 623

Fehlend: n = 8

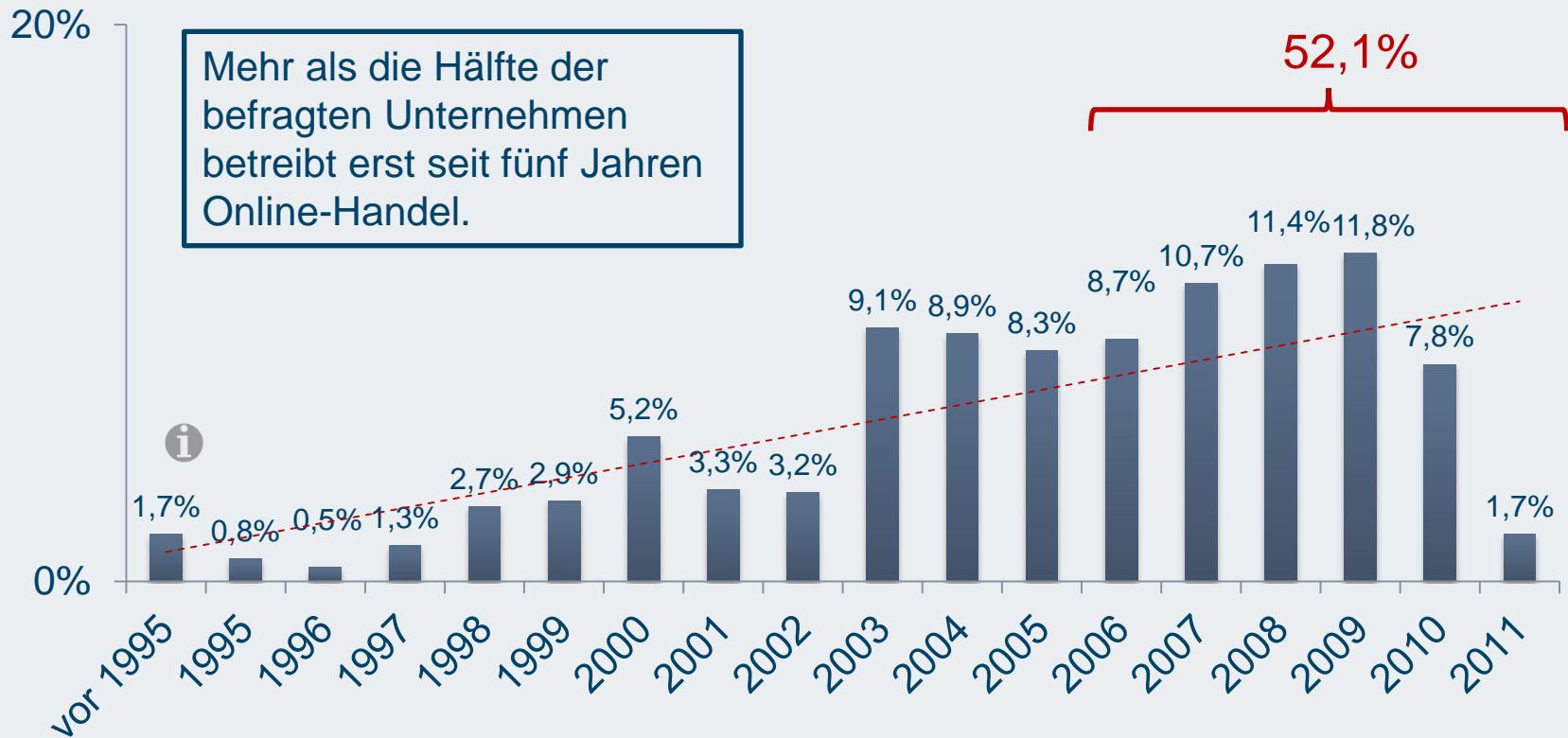




Über die Hälfte der befragten Händler vertreibt Ihre Waren nur über Distanzkanäle.

- i** **Lesebeispiel:** 35,9 Prozent der teilnehmenden Unternehmen verkaufen sowohl über einen Online-Shop als auch im stationären Handel.
- Basis:** n = 629
- Fehlend:** n = 2





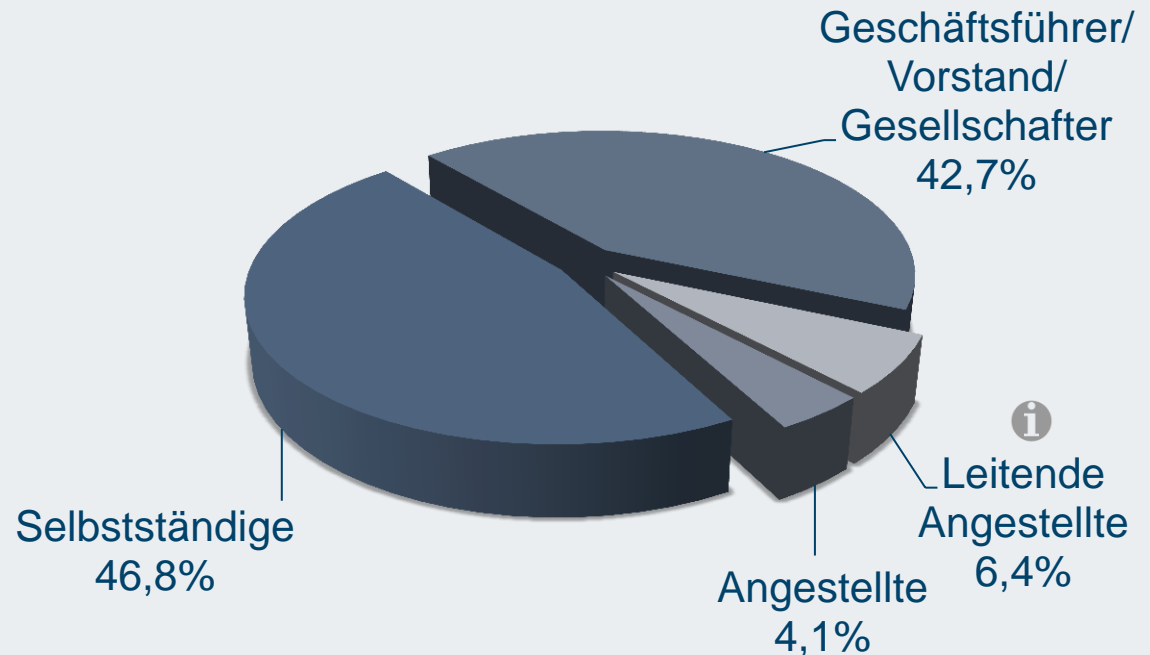
Lesebeispiel: 1,7 Prozent der teilnehmenden Unternehmen betreibt bereits seit 1995 Online-Vertrieb.

Basis: n = 629

Fehlend: n = 2



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



i **Lesebeispiel:** 6,4 Prozent der Teilnehmer an dieser Erhebung sind leitende Angestellte des jeweiligen Unternehmens.

Basis: n = 613

Fehlend: n = 18



Sehr geehrte Damen und Herren,

wie nicht anders zu erwarten konnte der e-KIX mit dem Weihnachtsgeschäft erneut an Punkten dazugewinnen. Mit einem Plus von 6,2 Punkten erreicht er einen Wert von 102,9 Indexpunkten und damit den Jahreshöchstwert. Leider lässt sich an die Euphorie im vergangenen Jahr nicht anknüpfen: Im November 2010 erreichte der e-KIX einen Wert von sogar 115,5 Indexpunkten. Dabei bewerten die Online-Shopper ihre Online-Ausgaben in diesem Jahr sogar höher als im November 2010.



Während der e-KIX in den letzten zwei Monate Zuwächse generiert sinkt der e-KIX für die Umsatzerwartungen an die nächsten 12 Monate leider weiter und erreicht einen Wert von 90,6 Indexpunkten. Dabei geben die Online-Shopper den Händlern gar keinen Grund zur negativen Stimmung: Auch die geplanten Online-Ausgaben für die nächsten 12 Monate liegen über dem Halbjahresdurchschnitt von II.2010.

Bleibt zu hoffen, dass die kostenlosen Versandangebote, die fast ein Drittel der Online-Händler speziell zu Weihnachten anbieten, viele zusätzliche Kunden anziehen werden und die Kassen im nächsten Monat klingeln lassen.

Wir wünschen allen Online-Shop-Betreibern weiterhin ein erfolgreiches Weihnachtsgeschäft und anschließend ein frohes Weihnachtsfest.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'M. Klees'.

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 4.800 aktiven Onlinehändlern und mehr als 8,6 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.



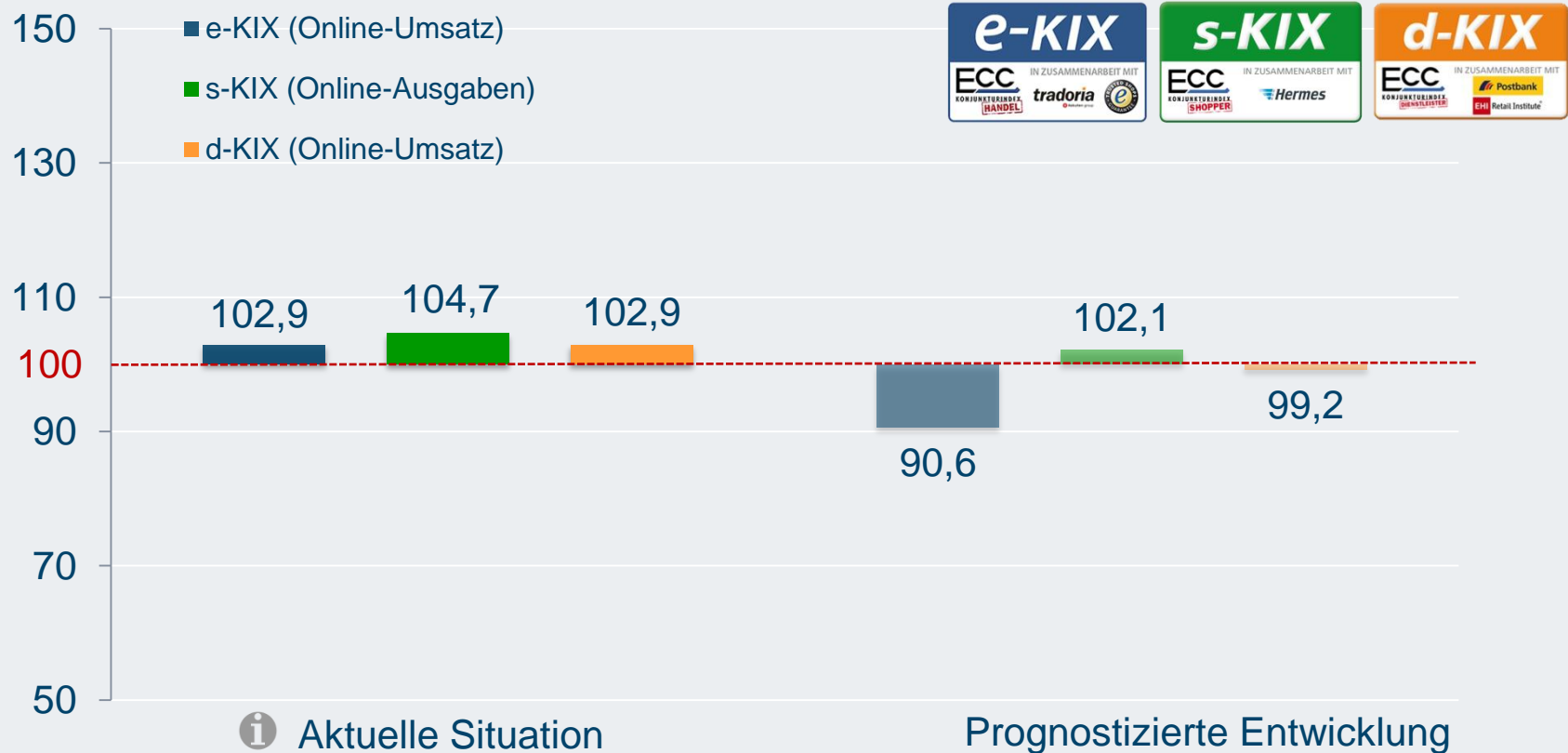
Maria Klees
m.klees@ecc-handel.de



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





i **Lesebeispiel:** Der e-KIX liegt bei 102,9 der s-KIX bei 104,7 und der d-KIX bei 102,9 Indexpunkten für die aktuelle Situation.

Basis: n = 631 (e-KIX) | n = 1.783 (s-KIX) | n = 47 (d-KIX)