

# ECC-Konjunkturindex Handel

in Zusammenarbeit mit  
Tradoria und Trusted Shops

September 2011

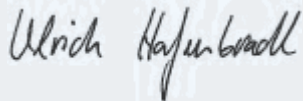


Sehr geehrte Damen und Herren,

es wird Zeit. Zeit, dass das Weihnachtsgeschäft auf Touren kommt. Denn die traditionell schwächeren Monate der Sommerferien sind vorbei. Für die meisten Online-Händler beginnt nur die umsatzstärkste Zeit des Jahres.

Auch wenn der Trend momentan noch ein wenig verhalten zu sein scheint, zeigen die Erfahrungswerte, dass gerade in den letzten drei Monaten des Jahres die Stimmung der Branche deutlich ins Plus dreht. Viele Shopbetreiber nutzen den Spätsommer, um ihre Shops für das Weihnachtsgeschäft fit zu machen,

Dass die Shopbetreiber einiges getan haben, zeigt der d-KIX. Im abgeschlossenen Monat haben die Dienstleister der e-Commerce-Branche augenscheinlich gute Geschäfte gemacht und auch die Erwartungshaltung für das Gesamtjahr ist positiv.



**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:

- 19. September 2011 – 26. September 2011
- Wiederholung: monatlich

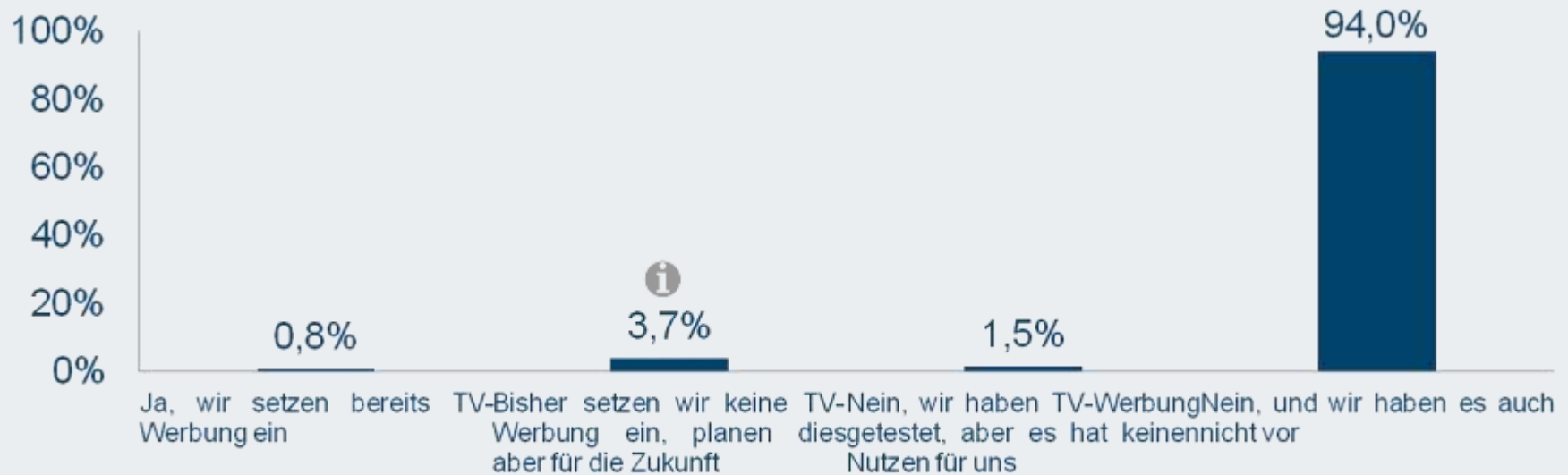
## ■ Stichprobe:

- Umfrage-Teilnehmer September 2011: N = 659



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

**Frage:** Setzen Sie in Ihrer Marketing-Strategie auch TV-Werbung ein?



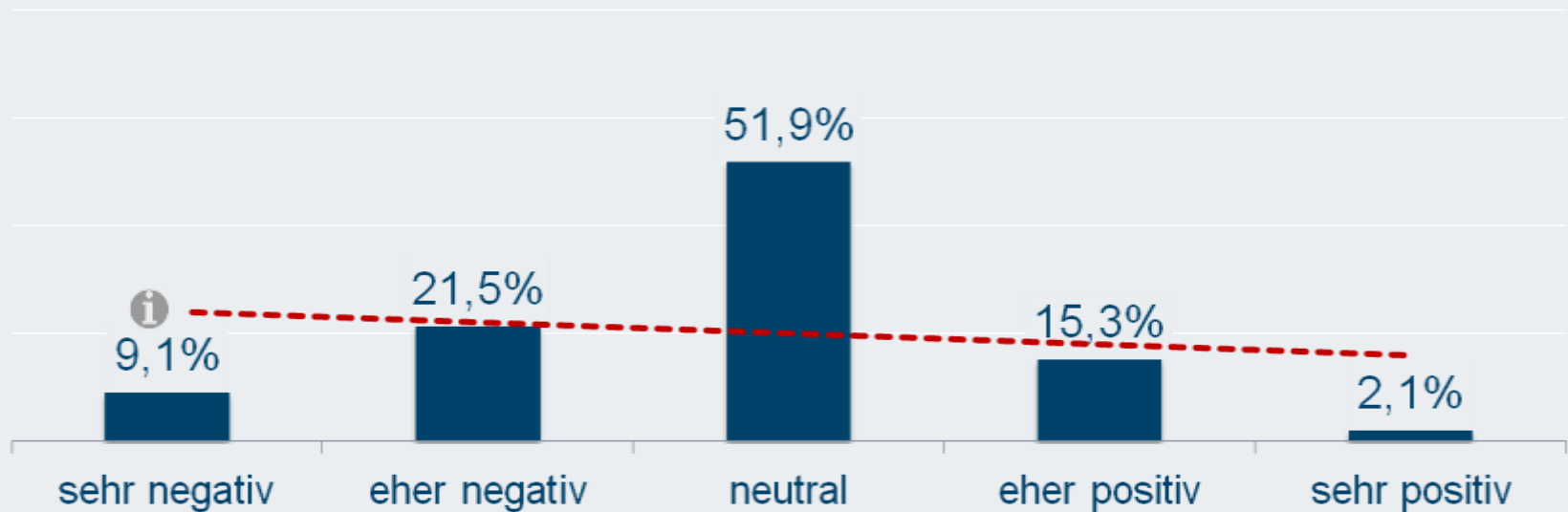
**Lesebeispiel:** 3,7 Prozent der Befragten setzen bislang keine TV-Werbung ein, planen dies aber für die Zukunft.

**Basis:** n = 655

**Fehlend:** n = 44



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



**Lesebeispiel:** 9,1 Prozent der befragten Unternehmen bewerten ihren Online-Umsatz diesen Monat als „sehr negativ“.

**Basis:** n = 659

**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 ...



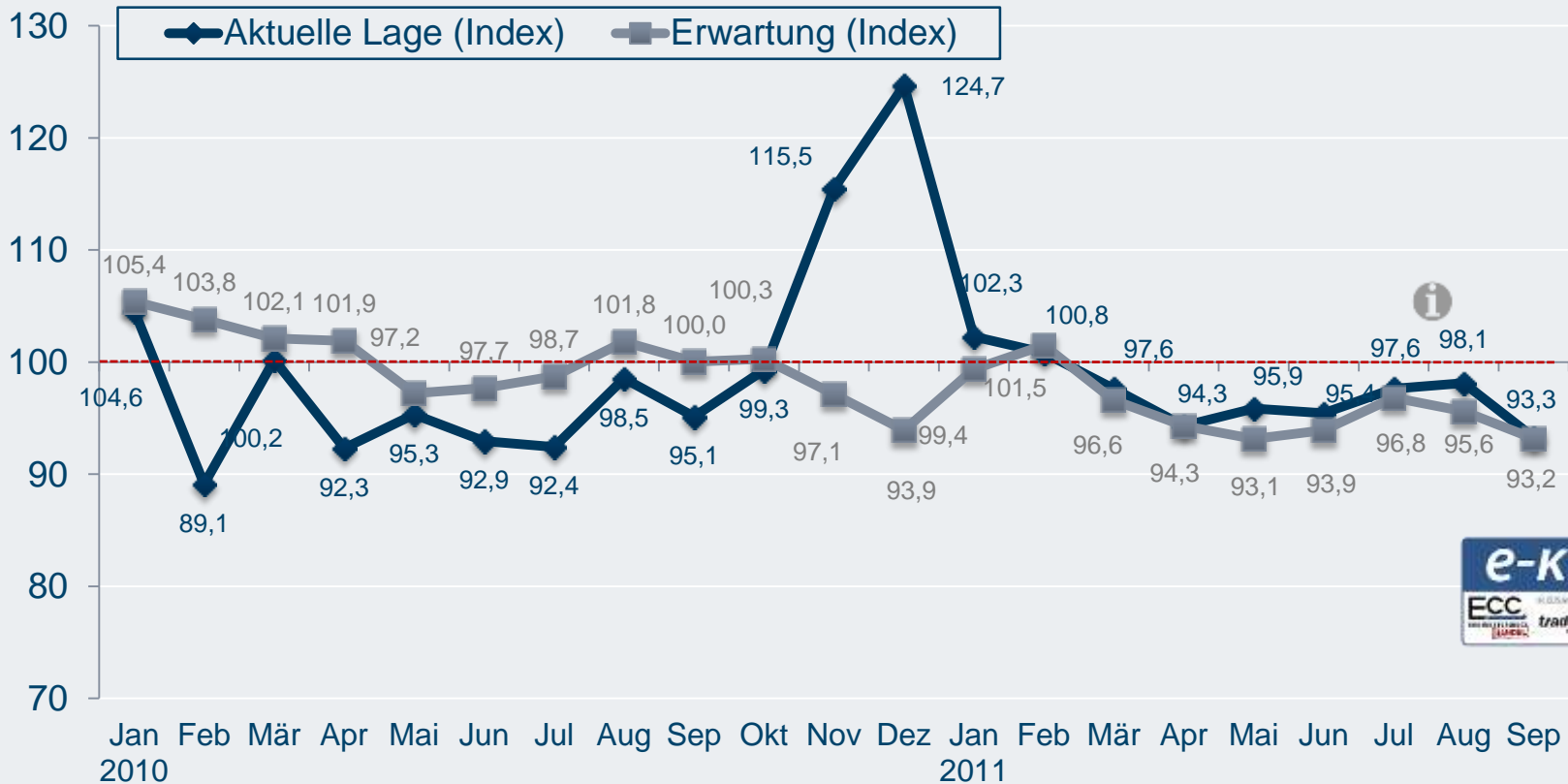
**i Lesebeispiel:** 11,4 Prozent der befragten Unternehmen erwarten innerhalb der nächsten 12 Monate eine starke Verbesserung des Online-Umsatzes.

**Basis:** n = 659

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



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

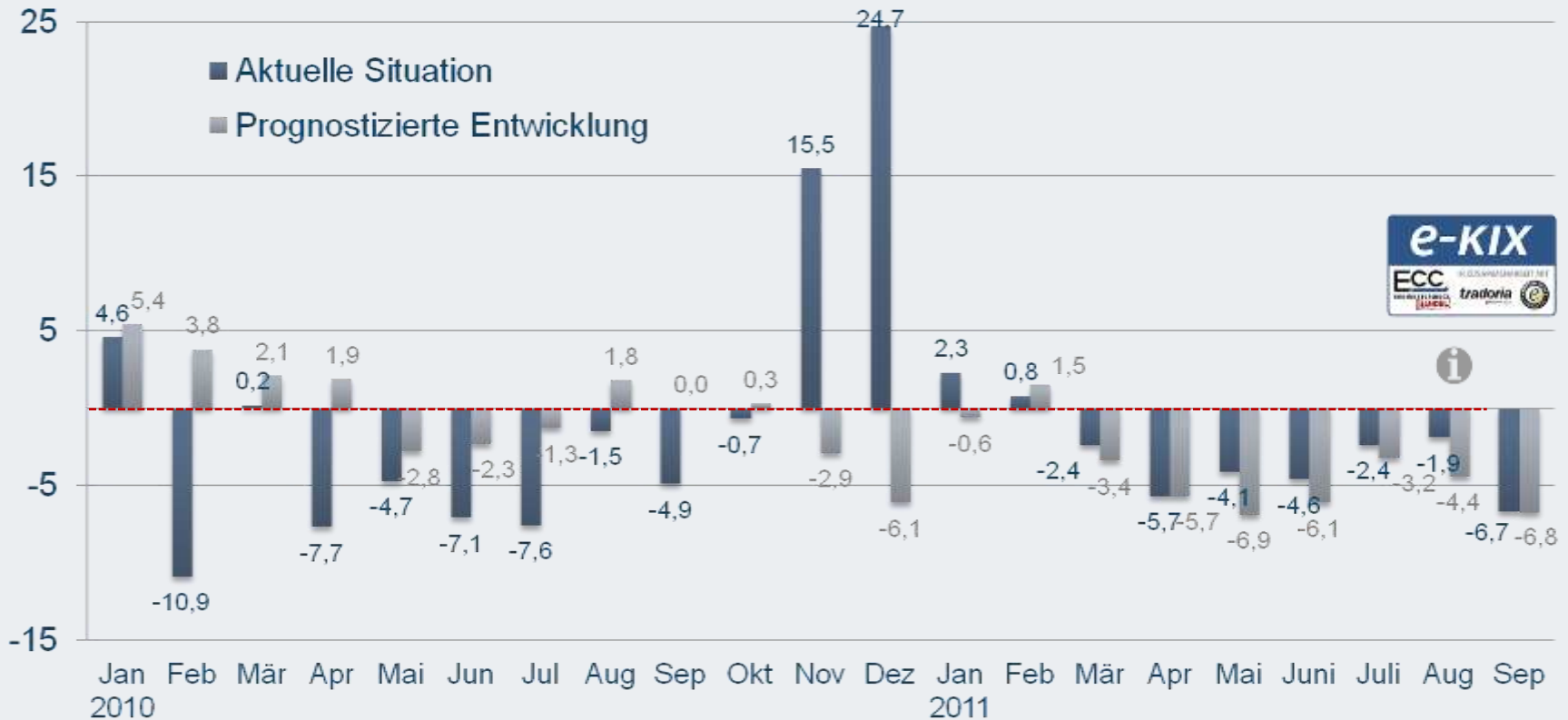


**Lesebeispiel:** Die befragten Unternehmen bewerteten die aktuelle Situation im August 2011 mit 98,1 und im September 2011 mit 93,3 Indexpunkten.

**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.

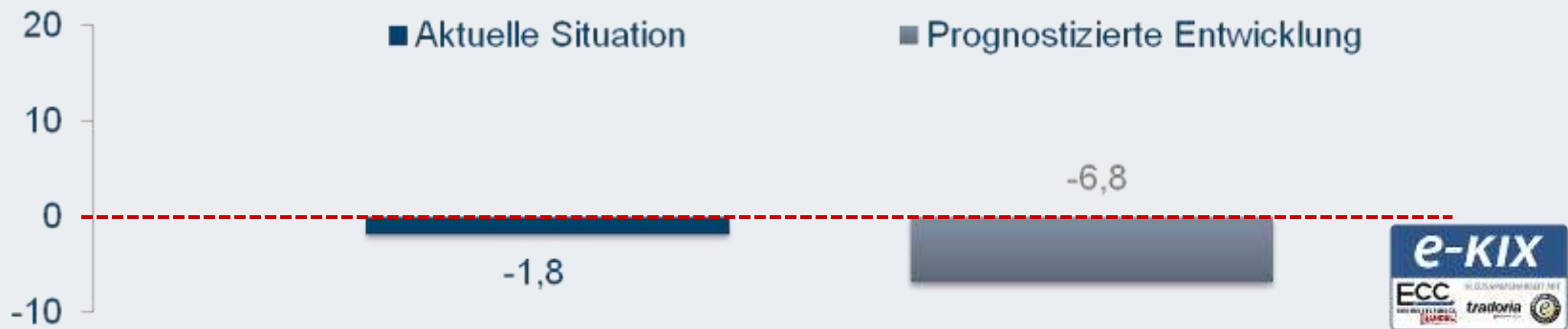
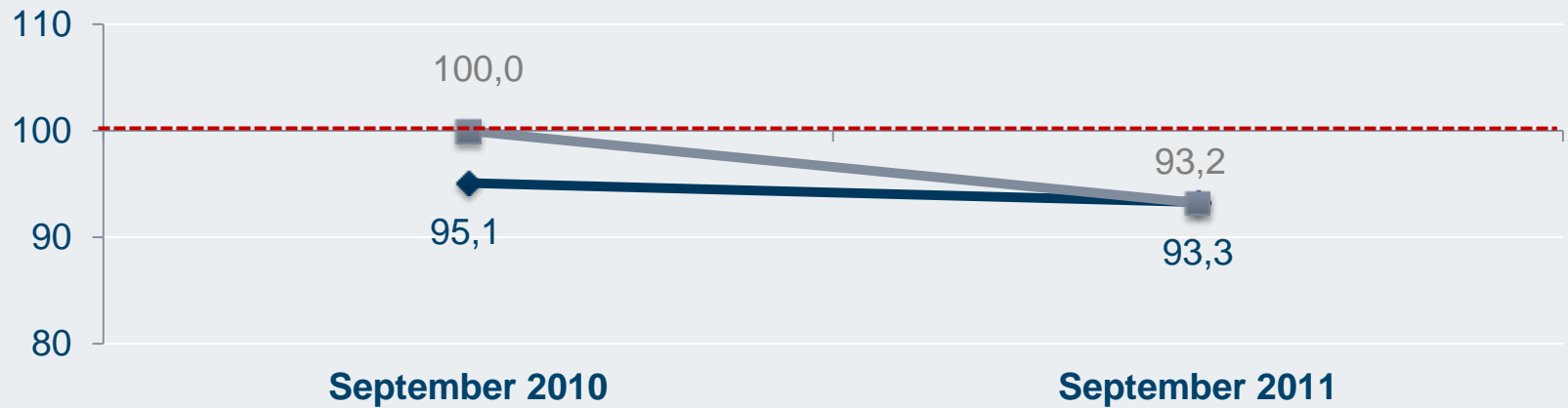
# e-KIX: Januar 2010 bis September 2011 – Abweichungen im Vergleich zum Basiszeitraum



**Lesebeispiel:** Die befragten Unternehmen bewerteten die aktuelle Situation im September 2011 mit 6,7 Punkten schlechter und die erwartete Umsatzentwicklung mit 6,8 Punkten schlechter als im Vergleich zum Jahresdurchschnitt 2010.

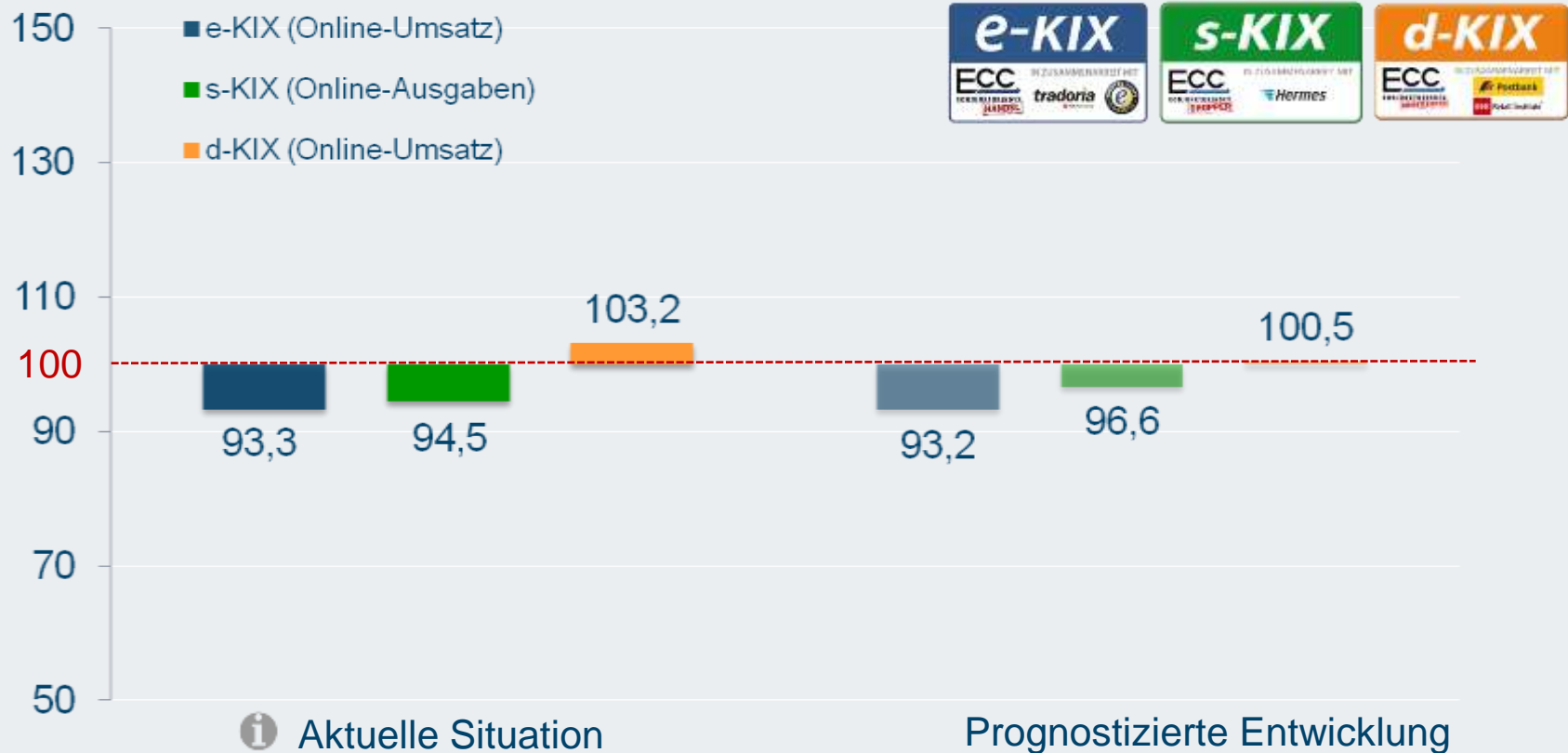
**Basis:** 768 ≥ n ≥ 599

**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 September 2011 1,8 Punkte unter der Einschätzung der aktuellen Situation im September 2010. Die prognostizierte Entwicklung für die 12 Folgemonate liegt im September 2011 6,8 Indexpunkte unter den Erwartungen der Online-Händler im September 2010.

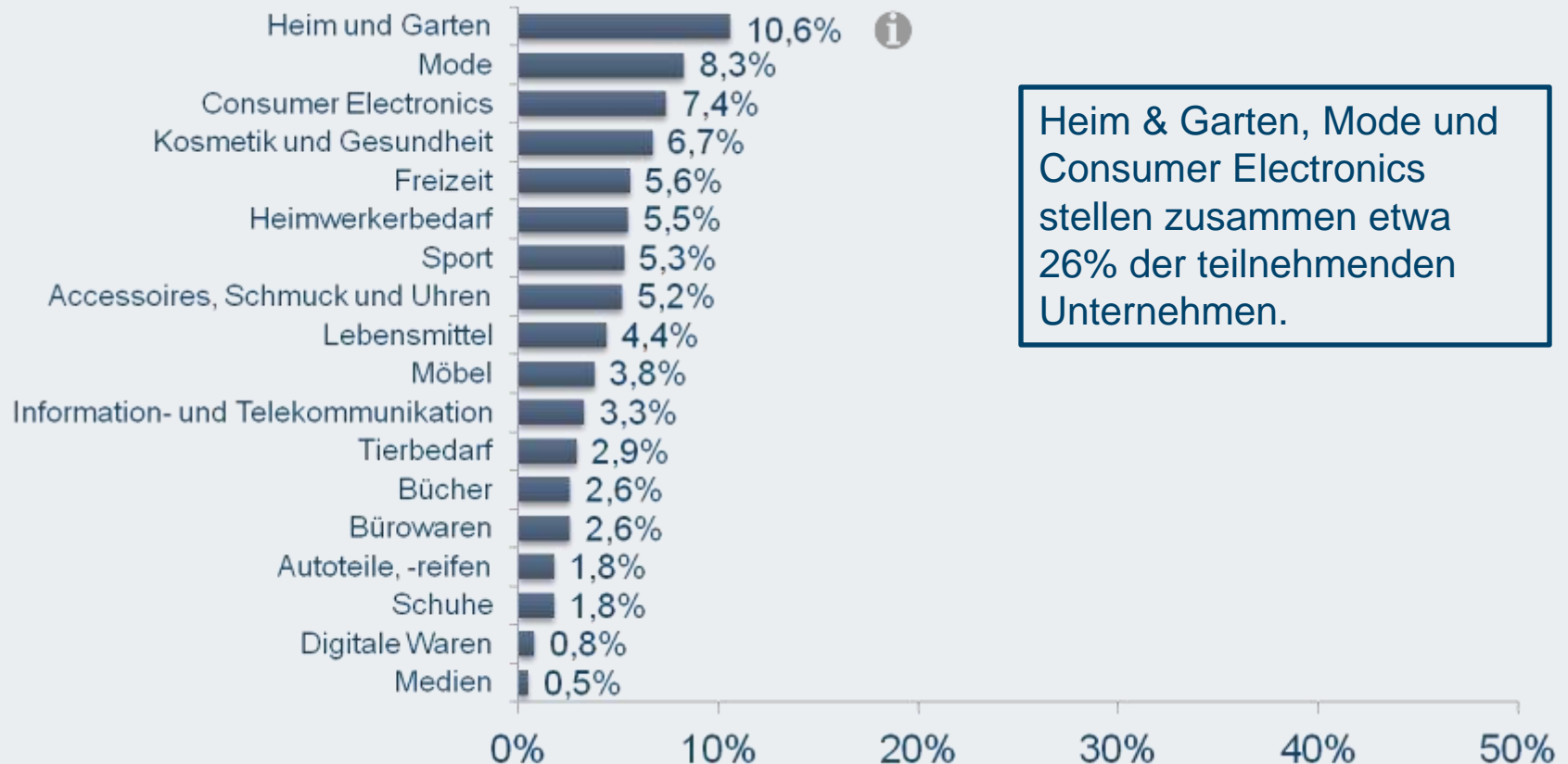
**Basis:** 734 ≥ n ≥ 659



**i** **Lesebeispiel:** Der e-KIX liegt bei 93,3 der s-KIX bei 94,5 und der d-KIX bei 103,2 Indexpunkten für die aktuelle Situation.

**Basis:** n = 659 (e-KIX) | n = 1.856 (s-KIX) | n = 46 (d-KIX)

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

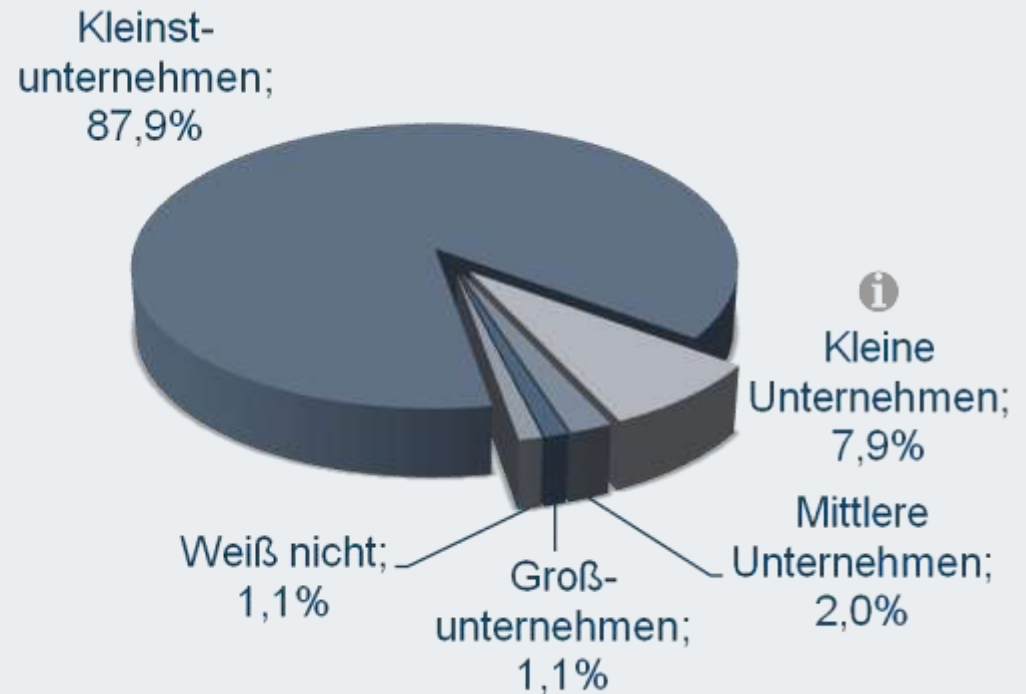


**Lesebeispiel:** 10,6 Prozent der teilnehmenden Unternehmen kommen aus dem Bereich Heim & Garten.

**Basis:** n = 659



Die Stichprobe setzt sich zu fast 88 Prozent aus Unternehmen mit weniger als zehn Mitarbeitern zusammen.



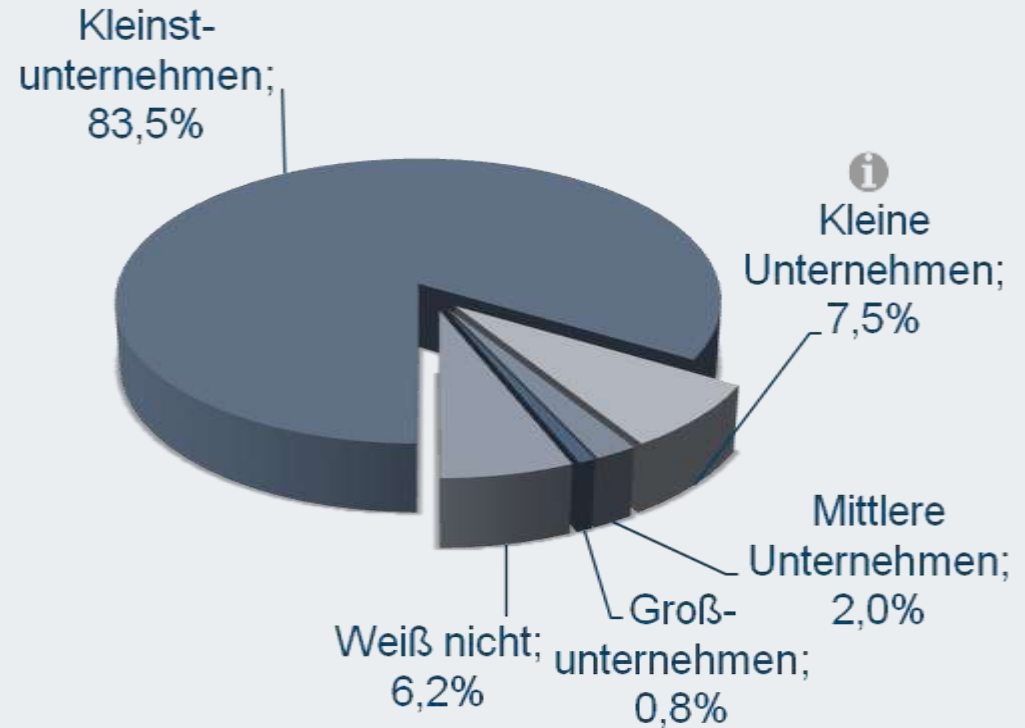
**Kleinstunternehmen:** 1-9 Mitarbeiter  
**Kleine Unternehmen:** 10-49 Mitarbeiter  
**Mittlere Unternehmen:** 50-249 Mitarbeiter  
**Großunternehmen:** mehr als 250 Mitarbeiter

**i** **Lesebeispiel:** 7,9 Prozent der befragten Unternehmen sind kleine Unternehmen mit 10 bis 49 Mitarbeitern.

**Basis:** n = 659



83,5 Prozent der Befragten generieren jährlich bis zu zwei Millionen Euro Umsatz.

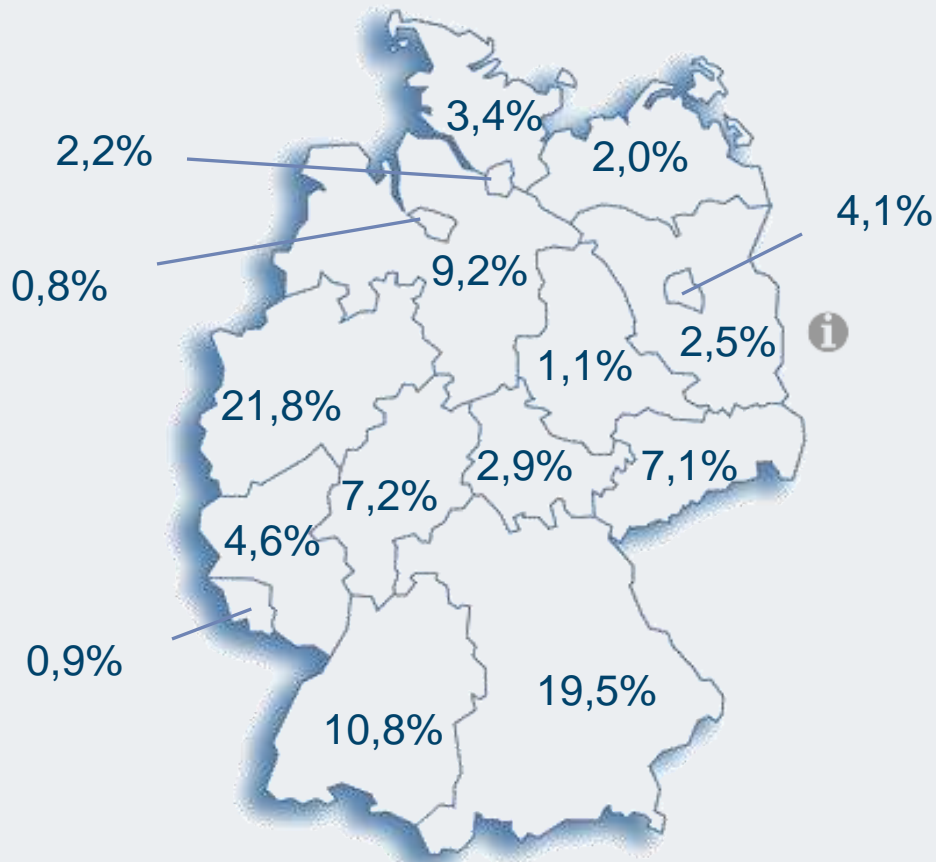


**Kleinstunternehmen:** Bis zu 2 Mio. Umsatz  
**Kleine Unternehmen:** 2-10 Mio. Umsatz  
**Mittlere Unternehmen:** 10-50 Mio. Umsatz  
**Großunternehmen:** Mehr als 50 Mio. Umsatz

**Lesebeispiel:** 7,5 Prozent der teilnehmenden Unternehmen generieren einen Umsatz zwischen 2 und 10 Millionen Euro pro Jahr.

**Basis:** n = 642  
**Fehlend:** n = 17





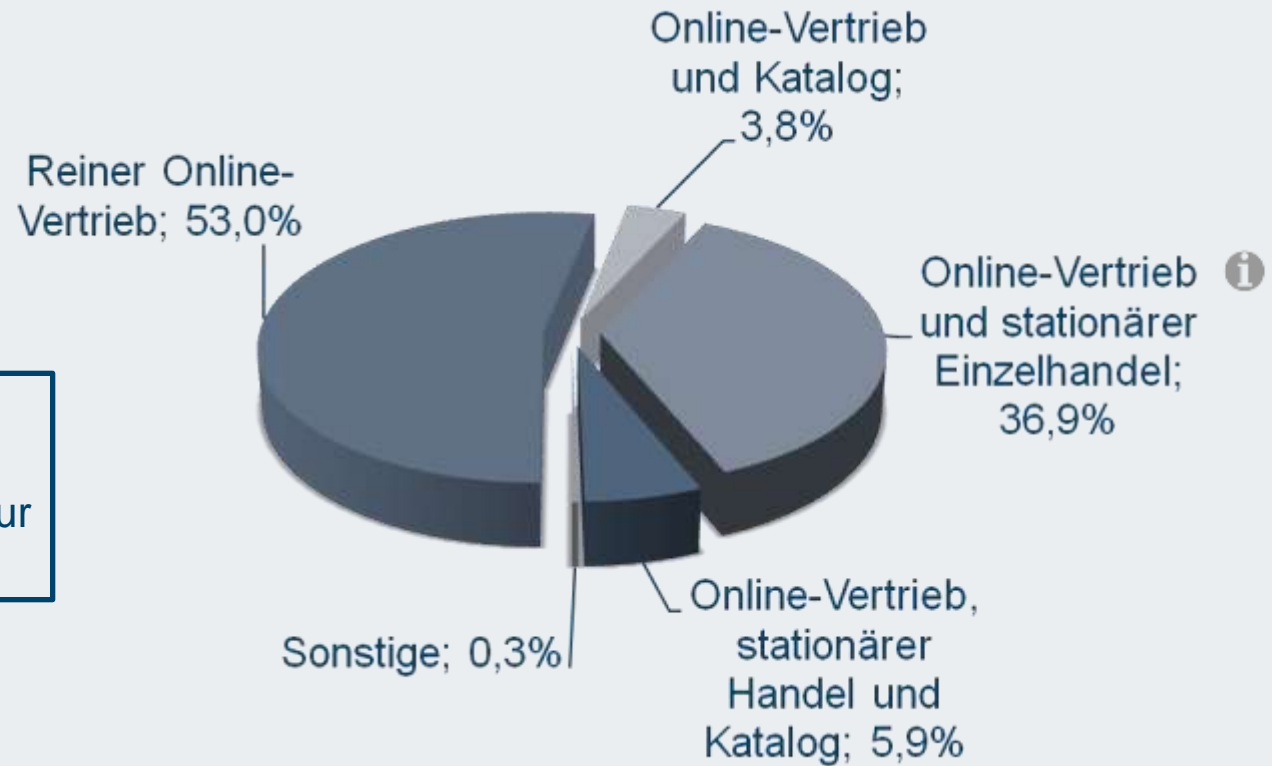
Mit der Erhebung konnte eine bundesweite Stichprobe generiert werden.

**i** **Lesebeispiel:** 2,5 Prozent der teilnehmenden Unternehmen haben Ihren Firmensitz in Brandenburg.

**Basis:** n = 651

**Fehlend:** n = 8

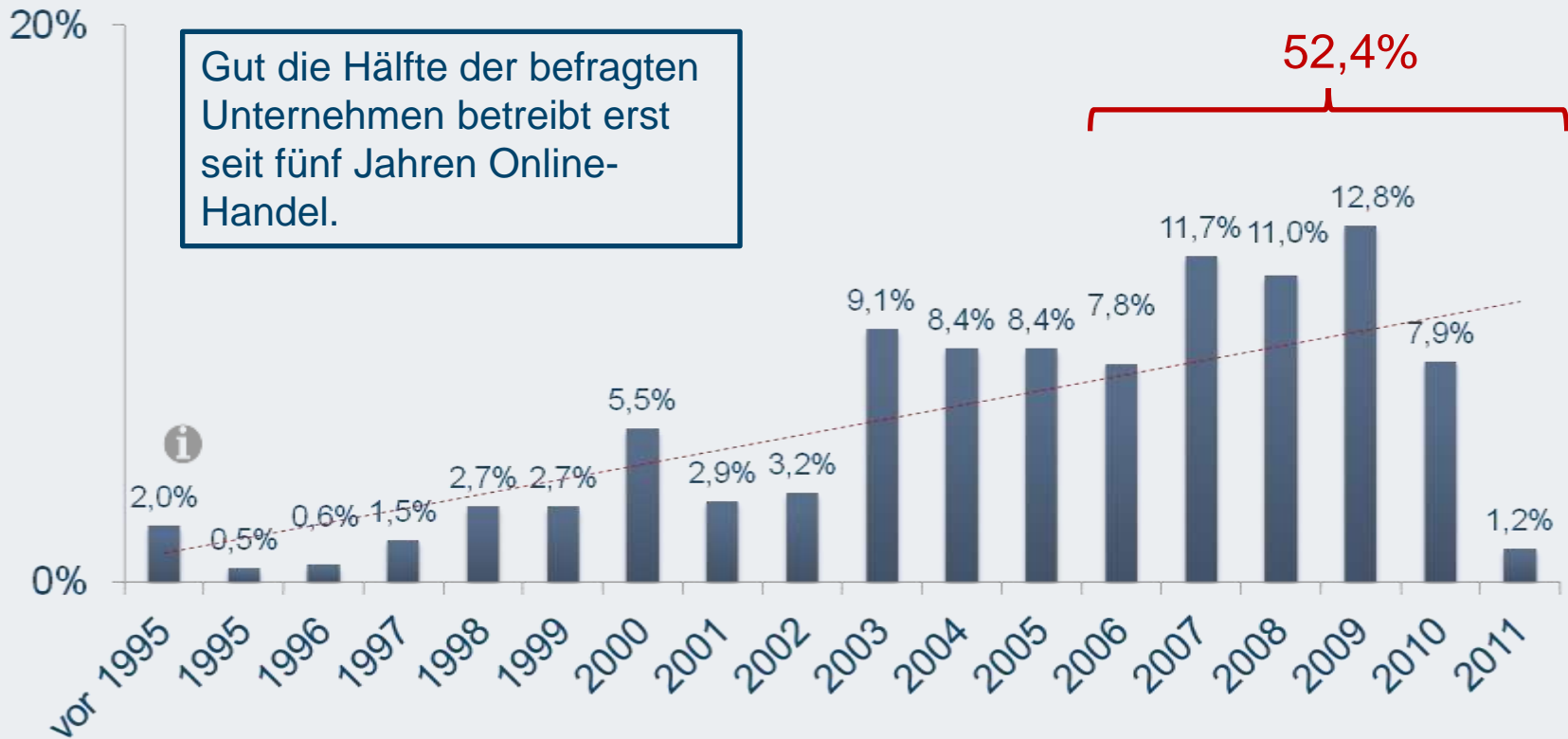




Über die Hälfte der Befragten Händler vertreiben Ihre Waren nur über Distanzkanäle.

- i** **Lesebeispiel:** 36,9 Prozent der teilnehmenden Unternehmen verkaufen sowohl über einen Online-Shop als auch im stationären Handel.
- Basis:** n = 656
- Fehlend:** n = 3





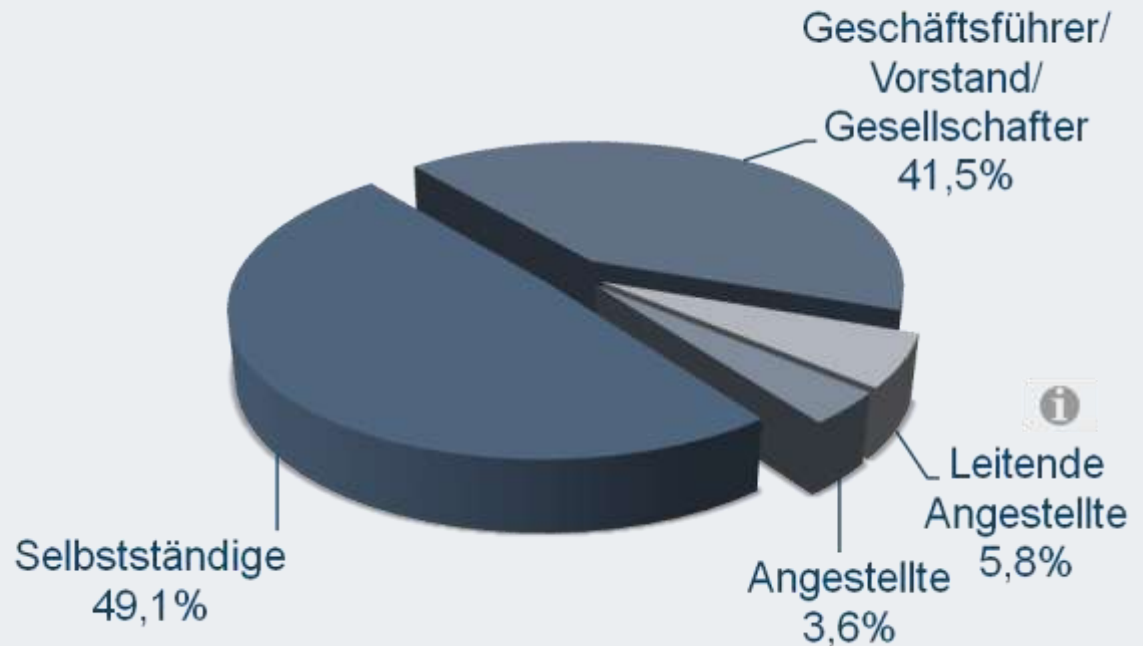
**Lesebeispiel:** 2,0 Prozent der teilnehmenden Unternehmen betreibt bereits seit 1995 Online-Vertrieb.

**Basis:** n = 656

**Fehlend:** n = 3



Ca. 90 Prozent der Befragten sitzen in Entscheidungspositionen der Unternehmen – 41,5 Prozent als Geschäftsführer, Vorstand oder Gesellschafter.



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

**Basis:** n = 641

**Fehlend:** n = 18



Sehr geehrte Damen und Herren,

leider hat sich der positive Trend der Vormonate im Monat September nicht fortgesetzt. Der e-KIX bezüglich der aktuellen Umsätze verlor fast fünf Punkte und landet damit auf einem Wert von 93,3 Punkten. Nicht einmal jeder fünfte Online-Händler schätzt seine aktuellen Umsätze positiv ein, während fast jeder Dritte sie als negativ einstuft. Dies passt zu der Einschätzung der Online-Ausgaben durch die Online-Shopper – auch der s-KIX sinkt im September leicht, was die Online-Händler offenbar deutlich spüren.



Die Umsatzerwartungen für die nächsten zwölf Monate waren bereits im August leicht gesunken und sinken im September erneut um 2,4 Punkte auf einen Wert von 93,2 Punkten. Dennoch sind die Online-Händler leicht positiv gestimmt: Knapp die Hälfte der Befragten erwartet steigende Online-Umsätze in den nächsten zwölf Monaten und etwa 37 Prozent erwarten zumindest stabil bleibende Umsätze.

Da die Online-Shopper aber im Vergleich zum August planen, ihre Ausgaben wieder leicht zu steigern und das Weihnachtsgeschäft fast schon wieder vor der Tür steht, könnten die Online-Händler bald wieder an den positiven Trend der vergangenen Monate anknüpfen – vorausgesetzt, sie stellen jetzt die richtigen Weichen.

**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 4.700 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](mailto: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](http://www.ecc-handel.de)  
[www.ecc-konjunkturindex.de](http://www.ecc-konjunkturindex.de)

