

Kontakt:

ECC Köln
Christina Fingerhut
Leiterin Unternehmenskommunikation

Tel.: +49 (0) 221 94 36 07-92
c.fingerhut@ifhkoeln.de
www.ecckoeln.de

Neue Studie: Top-Online-Shops in Österreich 2015

Drei Drogerie- und Kosmetikanbieter unter den ersten zehn – Esprit ist bester Online-Shop aus Kundensicht

Neue Studie „Erfolgsfaktoren im E-Commerce – Top-Online-Shops in Österreich 2015“ von ECC Köln, Handelsverband Österreich, Österreichischer Post und Google Austria veröffentlicht. Esprit ist bester Online-Shop aus Kundensicht. Drogerie- und Kosmetikanbieter stark unter Top 10 vertreten.

Köln, 20. Mai 2015 – Gerade Händler, die stationär einen starken Auftritt haben, können im Netz von ihrer Markenbekanntheit profitieren – und ihre Kunden dabei überzeugen. Das zeigen die Ergebnisse der aktuellen Studie „Erfolgsfaktoren im E-Commerce – Top-Online-Shops in Österreich 2015“, für die das ECC Köln in Zusammenarbeit mit dem Handelsverband Österreich, der Österreichischen Post und Google Austria rund 2.300 österreichische Online-Shopper zu ihren Erfahrungen mit 40 Online-Shops befragt hat.

Drogerie- und Kosmetik-Shops insbesondere bei Service vorn

Offenbar gelingt dies Drogerie- und Kosmetikanbietern besonders gut, denn gleich drei Cross-Channel-Händler aus diesem Bereich haben es unter die Top 10 der besten Online-Shops aus Kundensicht geschafft: BIPA, dm und Marionnaud. Sie liegen bei allen untersuchten Erfolgsfaktoren – Websitedesign, Usability, Preis-Leistung, Sortiment, Service, Bezahlung & Check-out sowie Versand & Lieferung – auf den Topplätzen. Insbesondere in puncto Service können die Shops ihre Kunden überzeugen. So sind mehr als 91 Prozent der befragten BIPA-Kunden mit dem ausführlichen Servicebereich zufrieden und Marionnaud überzeugt 88 Prozent seiner Kunden mit guter Beratung. „Das gute Abschneiden der Drogerie- und Kosmetik-Shops zeigt, dass die Branche für den österreichischen Online-Markt gut gerüstet ist. Auch wenn sich die Online-Anteile aktuell noch auf vergleichsweise niedrigem Niveau bewegen, gehen wir davon aus, dass immer mehr Kunden Schönheitsprodukte online kaufen werden“, so Dr. Kai Hudetz, Geschäftsführer des IFH Köln.

Top-Online-Shop 2015: Esprit punktet mit Websitedesign, Usability und Bezahlung

Der beste Online-Shop Österreichs aus Kundensicht ist in diesem Jahr Esprit. Der Fashion-Anbieter lag 2014 bereits auf Platz zwei des Rankings der Top-Online-Shops, konnte sich mit einem Online-Shop-Index-Wert von 83,6 Punkten jedoch nun an die Spitze setzen. Der knappe Vorsprung vor dem Zweitplatzierten Tchibo/EDUSCHO (83,0 Punkte) ist u. a. auf die höhere Kundenzufriedenheit in puncto Websitedesign, Usability und Bezahlung zurückzuführen. So bietet Esprit aus Kundensicht beispielsweise die besten Produktbeschreibungen, die z. B. detaillierte Informationen zu Größe, Material und Passform der Artikel enthalten. Darüber hinaus gelingt dem Fashion-Anbieter die Kommunikation der Artikelverfügbarkeit am besten: Bereits in der Produktübersicht ist ersichtlich, welche Größen auf Lager sind und auf der Detailseite kann die Verfügbarkeit des Produkts im nächstgelegenen Store geprüft werden. Auch Esprits Bestellprozess überzeugt knapp 91 Prozent der befragten Kunden.

Transparenz und Vertrauen sind besonders wichtig

Die Konsumenten stellen insgesamt sehr hohe Anforderungen an Online-Shops. Auffallend relevant in allen Kategorien ist das Thema Transparenz: Bei der Bezahlung etwa geht es um die Offenlegung aller anfallenden Kosten, im Lieferprozess um Versandoptionen und Sendungsnachverfolgung, und bei den Produktbeschreibungen um möglichst ausführliche und informative Angaben. Transparenz schafft Vertrauen. Den höchsten Wert bei der absoluten Wichtigkeit erzielte das Kriterium „Der sichere Umgang mit meinen Daten“.

Die Top 10 Online-Shops in Österreich

| | | Websitedesign | Usability | Sortiment | Preis-Leistung | Service | Bezahlung & Check-out | Versand & Lieferung | Kundenbindung | Online-Shop-Index |
|----|------------------------|---------------|-----------|-----------|----------------|---------|-----------------------|---------------------|---------------|-------------------|
| 1 | Esprit (80) | ★★★★★ | ★★★★★ | ★★★★★ | ★★★ | ★★★★ | ★★★★★ | ★★★★ | ● | 83,6 |
| 2 | Tchibo/EDUSCHO (81) | ★★★★ | ★★★★ | ★★★★ | ★★★★ | ★★★ | ★★★★★ | ★★★★ | ● | 83,0 |
| 3 | BIPA (80) | ★★★★ | ★★★★ | ★★★★★ | ★★★★ | ★★★★ | ★★★★★ | ★★★★ | ● | 82,4 |
| 4 | Thalia (80) | ★★★★ | ★★★★ | ★★★★★ | ★★★ | ★★★ | ★★★★★ | ★★★★ | ● | 82,3 |
| 5 | dm-drogerie markt (81) | ★★★★ | ★★★★ | ★★★★★ | ★★★★ | ★★★★ | ★★★★★ | ★★★ | ● | 82,2 |
| 6 | Marionnaud (83) | ★★★★★ | ★★★★★ | ★★★★★ | ★★★ | ★★★★ | ★★★★★ | ★★★★ | ● | 82,1 |
| 7 | Spar Weinwelt (81) | ★★★★ | ★★★★ | ★★★★★ | ★★★ | ★★★ | ★★★★★ | ★★★ | ● | 82,0 |
| 8 | Deichmann (80) | ★★★★ | ★★★★ | ★★★★ | ★★★★ | ★★★ | ★★★★★ | ★★★★ | ● | 81,8 |
| 9 | Amazon (83) | ★★★★ | ★★★★ | ★★★★★ | ★★ | ★★★ | ★★★★ | ★★★ | ● | 81,2 |
| 10 | HAPPY-FOTO (80) | ★★★★ | ★★★ | ★★★★★ | ★★★ | ★★★ | ★★★★★ | ★★★ | ● | 81,1 |

ECC Köln 2015

Wörter der Meldung: 472

Zeichen der Meldung (inkl. Leerzeichen): 3.626

Über die Studie

Im Rahmen der Studie „Erfolgsfaktoren im E-Commerce – Top Online-Shops in Österreich 2015“ des ECC Köln in Zusammenarbeit mit dem Handelsverband Österreich, der Österreichischen Post und Google Austria wurden 2.308 österreichische Konsumenten (internetrepräsentativ) zu ihrem Online-Kaufverhalten (Warenkorbgrößen, Shopping-Häufigkeit und Kaufimpulse), ihrem Online-Shopperlebnis und 40 umsatzstarken österreichischen Online-Shops befragt. Ziel der Studie ist es, die relevanten Kriterien für exzellente Online-Shops aus Kundensicht herauszuarbeiten. Hierfür knüpft die Studie an das deutsche Studienpendant an. Die sieben Erfolgsfaktoren Websitedesign, Usability, Preis-Leistung, Sortiment, Service, Bezahlung & Check-out sowie Versand & Lieferung wurden aus Konsumentensicht hinsichtlich Relevanz und Zufriedenheit bewertet und der Einfluss der Zufriedenheit mit diesen Faktoren auf die Kundenbindung analysiert. Hierfür bewerteten die Konsumenten über 60 Einzelkriterien.

[Hier finden Sie weitere Informationen zur Studie und den Bestellmöglichkeiten.](#)

Über das ECC Köln

Das ECC Köln ist Experte für den Handel im digitalen Zeitalter. Eingebunden in das renommierte IFH Köln und sein großes Netzwerk begleiten die Experten des ECC Köln den E-Commerce bereits seit 1999. Händler, Hersteller und Dienstleister profitieren von der hohen Methodenkompetenz, den umfangreichen Marktdaten

und dem strategischen Know-how des engagierten Teams. Das ECC Köln erstellt Forschungsarbeiten und Studien zu wichtigen Zukunftsthemen des Handels wie Cross-Channel-Management, Mobile Commerce oder Payment. In unternehmensspezifischen Projekten werden Kunden bei konkreten strategischen Fragen rund um E-Commerce- und Cross-Channel-Strategien, die Entwicklung neuer Märkte und Zielgruppen oder Fragen der Kanalexzellenz unterstützt.

Über den Handelsverband

Der Handelsverband ist die freiwillige Interessenvertretung von rund 100 österreichischen Mittel- und Großbetrieben des Handels, die in Österreich mit ca. 100.000 Mitarbeitern an über 8.000 Standorten einen Jahresumsatz von etwa 16 Mrd. Euro erzielen. Für seine Mitglieder nimmt der Verband seit über neunzig Jahren die Funktionen eines Wirtschafts-, Berufs- und Arbeitgeberverbandes wahr, indem er sich aktiv im Fachdialog mit der öffentlichen Verwaltung, der Zivilgesellschaft und anderen Wirtschaftszweigen engagiert. Darüber hinaus ist der Verband ein zentraler Informationsdienstleister für die Branche, der mit Studien, einem Branchenmagazin und zahlreichen Fachveranstaltungen wichtigen Input liefert. Mit Richtlinien, Kennzeichen und Gütesiegeln setzt der Handelsverband Standards und fördert das Qualitätsbewusstsein und Vertrauen der KonsumentInnen zum Handel. www.handelsverband.at.

Über Google

Google ist ein weltweit führendes Technologieunternehmen, das Menschen neue Zugangsmöglichkeiten zu Informationen ermöglicht. Googles Innovationen im Bereich der Internetsuche und -werbung haben die Google Start-seite zu einer Top-Adresse im Internet und die Marke Google zu einer der bekanntesten der Welt gemacht. Google ist seit 2006 in Österreich tätig. Google ist eine Marke der Google Inc.; alle anderen Unternehmens- und Produktbezeichnungen können Handelsmarken der jeweiligen Unternehmen sein, mit denen sie assoziiert sind. www.google.at.

Über die Österreichische Post

Mit einem Jahresumsatz von knapp 2,4 Milliarden Euro und fast 24.000 Mitarbeitern ist die Österreichische Post AG der landesweit führende Logistik- und Postdienstleister und mit Tochtergesellschaften in zwölf europäischen Ländern auch international stark positioniert. Zu den Hauptgeschäftsbereichen zählen die Beförderung von Briefen, Werbesendungen, Printmedien und Paketen sowie diverse Logistikdienstleistungen. Das flächendeckende Filialnetz der Post zählt mit über 1.800 Geschäftsstellen zu den größten Privatkundennetzen des Landes und bietet hochwertige Produkte und Services in den Bereichen Post, Bank und Telekommunikation. Das Logistiknetz umfasst sechs Brief- und sieben Paketzentren in Österreich. www.post.at