

Die Kunden haben entschieden:

Musikhaus Thomann ist bester Onlineanbieter 2019

ECC Köln verleiht zum achten Mal den Deutschen Onlinehandel Award auf Basis von über 15.000 Kundenbewertungen. Auch Alternate, bonprix, Douglas, Erwin Müller und zooplus unter den Gewinnern.

Köln, 04. April 2019 – „And the Winner is ...“ hieß es gestern Abend gleich 13 Mal in Köln, als im Rahmen der Community Night des ECC FORUM der „Deutsche Onlinehandel Award“ vergeben wurde. Bereits zum achten Mal zeichnete das ECC Köln damit die aus Kundensicht besten Onlineanbieter in Deutschland aus. Basis des Preises ist die ECC-Untersuchung „Customers' Choice“ unterstützt von dotSource und Paysafe Pay Later, für die die ECC-Experten über 15.000 Kundenbewertungen zu insgesamt über 120 Onlineanbietern ausgewertet haben.

Digital Experience: Musikhaus Thomann macht aus seinen Kunden Fans

Neben zehn Branchen- und zwei Sonderpreisen wurde der „Deutsche Onlinehandel Award“ auch an den kategorieübergreifend besten Onlineanbieter vergeben. Und der heißt 2019 Musikhaus Thomann. Der Spezialversender setzt sich damit seit 2012 bereits zum vierten Mal an die Spitze des Rankings der besten Onlineanbieter aus Kundensicht. Und warum? „Musikhaus Thomann schafft es, seine Strategie exakt auf die Bedürfnisse der Zielgruppe abzustimmen und erreicht so eine exzellente Digital Experience“, erklärt Sabrina Mertens, Leiterin des ECC Köln. Die Auswertung zeigt, dass Musikhaus Thomann vor allem in den Dimensionen „Service & Beratung“ und „Vertrauen“ überdurchschnittlich gut abschneidet. Gepunktet wird mit vielseitigen Produktinformationen, Klangbeispielen und vielfältigen Supportleistungen. „Thomann schafft es aus seinen Kunden echte Fans zu machen“, so Mertens weiter.

Sonderpreise für bonprix und Douglas

Die 2019 erstmals vergebenen Sonderpreise gingen an Douglas und bonprix. Die ECC-Experten zeichneten Douglas auf Basis der Untersuchungsergebnisse als besten Onlineanbieter aus Sicht der „always-on“-Onlineshopper (intensive v. a. mobile Nutzung im Alltag) mit dem „Smart Consumer Award“ aus. „Douglas hat die steigende Bedeutung von Smart Consumern als Kundengruppe mit hohem Wachstumspotenzial erkannt und es perfekt verstanden, sich dies im Zuge der neuen Digitalstrategie zunutze zu machen“, erläutert Dr. Kai Hudetz, Geschäftsführer des IFH Köln, die ECC-Entscheidung. Die Vertreter von bonprix durften sich gleich zweimal freuen. Neben Platz eins in der Kategorie Fashion, durfte der Modeversender auch den „Breakthrough Award“ mit nach Hause nehmen. Die ECC-Experten würdigten damit die absolute Kundenfokussierung und den erfolgreichen Wandel des Unternehmens vom Katalogversender zum innovativen E-Commerce-Player, der sich aus den 2019er Befragungsergebnissen ablesen lässt.

mytoys, Alternate und zooplus heimsen Branchenpreise ein

Grund zum Feiern hatten gestern Abend in Köln auch die weiteren Preisträger, die in Sachen Kundenzufriedenheit, Wiederkaufabsicht und Weiterempfehlungsbereitschaft unter ihren Kunden am besten abgeschnitten haben. In der Kategorie ‚Baby & Kind‘ konnte sich in diesem Jahr mytoys

durchsetzen. Der Preis im Bereich Consumer Electronics ging an Alternate und zooplus freute sich über den Kategoriepreis FMCG. Auch der Onlinegigant Amazon ging natürlich nicht leer aus: Trotz starker Aufholjagd der zweit- und drittplatzierten Otto und Tchibo, setzte sich Amazon unter den Generalisten durch.

Grafik: Alle Preisträger des „Deutschen Onlinehandel Award“ im Überblick



Daten und Grafiken aus dieser Pressemitteilung dürfen nur im Rahmen journalistischer oder redaktioneller Zwecke genutzt werden. Die werbliche und kommerzielle Nutzung sowie Aufbereitung für eine vertragsbasierte Weitervermarktung sind untersagt. Dies gilt insbesondere für Statistikportale.

Wörter der Meldung: 464
 Zeichen (inkl. Leerzeichen): 3.399

Über den „Deutschen Onlinehandel Award“ / „Customers' Choice“

Der Deutsche Onlinehandel Award wurde 2019 zum achten Mal durch das ECC Köln vergeben. Der Award basiert auf der ECC-Untersuchung „Customers' Choice“ in Zusammenarbeit mit dotSource und Paysafe Pay Later, für die über 15.000 Kundenbewertungen zu über 120 Onlineanbietern ausgewertet wurden. Die Untersuchung fokussiert das ganzheitliche digitale Einkaufserlebnis. So stehen neben den Erfolgsfaktoren im E-Commerce (User Experience, Convenience, Service, Content & Inspiration, Preis-Leistung und Sortiment) auch Aspekte wie die Social Media-Verknüpfung, das einheitliche Einkaufserlebnis über verschiedene Kanäle und emotionale Dimensionen wie Vertrauen und Sicherheit im Fokus. Das Ranking ergibt sich über einen Index, in den die Kundenzufriedenheit, die Wiederkaufabsicht sowie die Weiterempfehlungsbereitschaft einfließen.

Vergeben wurden insgesamt zehn Branchenpreise und ein Preis für den Gesamtsieger aus Kundensicht sowie zwei Sonderpreise der ECC-Experten.

Ausgewählte Ergebnisse der Untersuchung „Customers' Choice“ des ECC Köln in Zusammenarbeit mit dotSource und Paysafe Pay Later können auf der [Website des ECC Köln](https://www.iffkoeln.de/events/deutscher-onlinehandel-award/) kostenfrei heruntergeladen werden.

<https://www.iffkoeln.de/events/deutscher-onlinehandel-award/>

Pressekontakt

Christina Bunnenberg
Leiterin Unternehmenskommunikation
0221-943607-92
presse@ifhkoeln.de

Über das ECC Köln

Eingebunden in das IFH Köln ist das ECC Köln erster Ansprechpartner für Trends und Entwicklungen in der digitalen Handelswelt. Händler, Hersteller und Dienstleister profitieren von einzigartigen Market und Customer Insights sowie individueller Marktforschung und Strategieberatung. Mit dem ECC-Club (www.ecc-club.de) bietet das ECC Köln eine einzigartige Content- und Networkingplattform für Entscheider im E-Commerce. Content. Commerce. ONE Community – Dafür steht das ECC Köln. Mehr unter: www.ecckoeln.de

Über dotSource

dotSource, das sind über 200 Digital Natives mit einer Mission: Seit 2006 unterstützen wir Unternehmen bei der digitalen Transformation. Ob E-Commerce- und Content-Plattformen, Kundenbeziehungs- und Produktdatenmanagement oder Digitalmarketing und künstliche Intelligenz: Unsere Lösungen sind nutzerorientiert und emotional, gezielt und intelligent. Von der Strategieberatung und Systemauswahl über Konzeption und UX-Design bis zum Betrieb in der Cloud - gemeinsam entwickeln und realisieren wir skalierbare Digitalprodukte. Dabei setzen wir auf New Work und agile Methoden wie Scrum oder Design-Thinking. Unserer Kompetenz vertrauen Unternehmen wie EMP, BayWa, Axel Springer, hagebau, C.H. Beck, Würth und Stabilo. www.dotsource.de

Über Paysafe Pay Later™

Paysafe Pay Later™ (payolution GmbH) entwickelt Zahlungslösungen für den online und offline Handel. Bewährte Produkte wie Kauf auf Rechnung, Ratenzahlung (online & am POS), Monatsrechnung und SEPA Basis-Lastschrift ermöglichen Händlern die Conversion Rate und damit ihren Umsatz zu steigern. Kennzeichnend dabei ist auch der White Label Ansatz, bei dem zwar die gesamte operative Abwicklung für die Partner übernommen wird, der Kunde jedoch das gewohnte Design des Merchants vor sich sieht. Als Teil der internationalen Paysafe Group, einem der führenden Anbieter von End-to-End Paymentlösungen mit über 20 Jahren Erfahrung im Online-Zahlungsgeschäft, bietet Paysafe Pay Later™ individuelle Lösungen für den DACH-Raum. Plug into Paysafe. Weitere Informationen finden Sie unter www.paysafepaylater.com