

# ECC-Konjunkturindex Handel

in Zusammenarbeit mit  
Tradoria und Trusted Shops

November 2010



Sehr geehrte Damen und Herren,

Beate Rank, Geschäftsführerin von Tradoria hat es vorausgesagt: Erwartungsgemäß haben alle Indizes zwei Monate vor dem Weihnachtsfest angezogen. Vor allem bei e-KIX zeigt sich diese Entwicklung mehr als deutlich. Kein Wunder, denn gerade zu Weihnachten ist das Online-Shopping für viele Verbraucher eine bequeme Alternative zum stressigen Einkauf in überfüllten Einkaufspassagen geworden. Das spüren die Händler ganz deutlich:



Erstmalig seit Januar 2010 überschreitet der Indexwert für die aktuelle Lage im e-Commerce wieder die Grenze von 100 Punkten. Im Vergleich zum Vormonat entspricht dies einer Steigerung von über 15 Prozent. Bei der Jahresprognose blicken die befragten Online-Händler nach wie vor optimistisch auf die verbleibenden zwei Monate.

Wir danken allen Online-Händlern für ihre Teilnahme und wünschen eine erfolgreiche, umsatzstarke Zeit.

A handwritten signature in dark ink that reads "Ulrich Hafenbradl".

**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:

- 22. November 2010 – 29. November 2010
- Wiederholung: monatlich

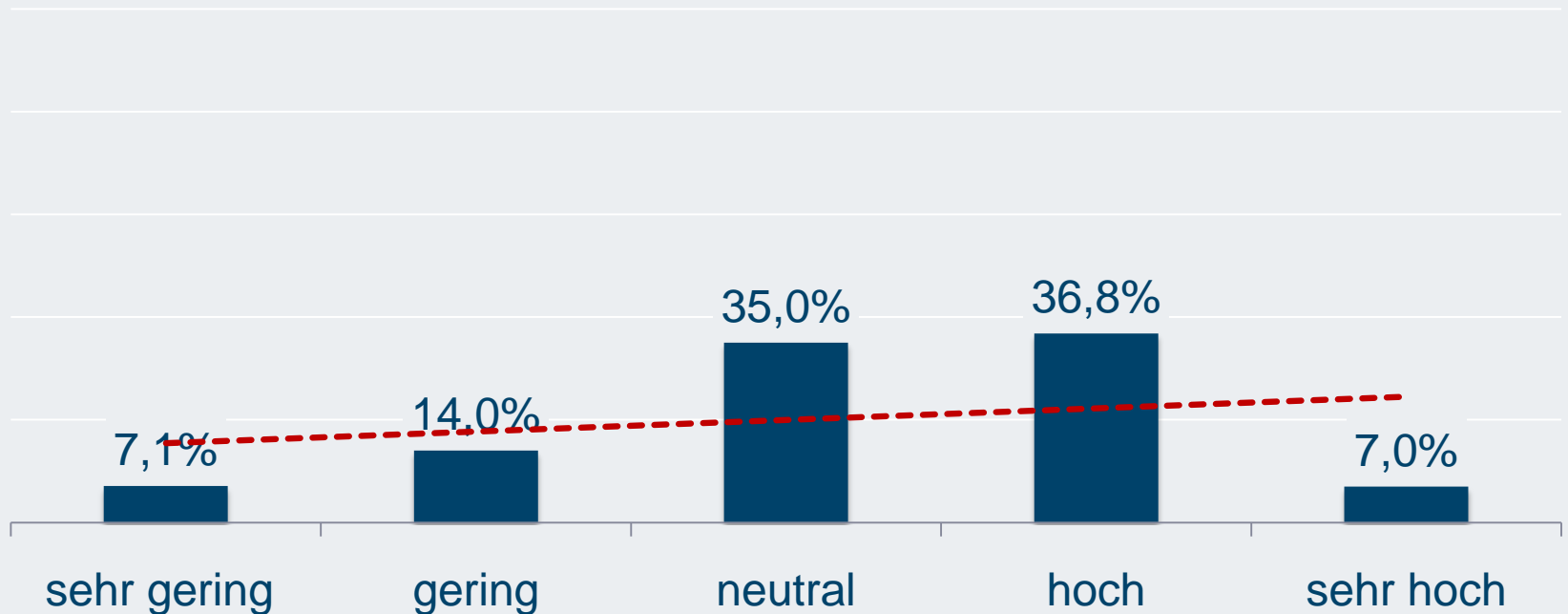
## ■ Stichprobe:

- Umfrage-Teilnehmer November 2010: N = 728



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

**Frage:** Wie bewerten Sie Ihren Online-Umsatz in diesem Monat?

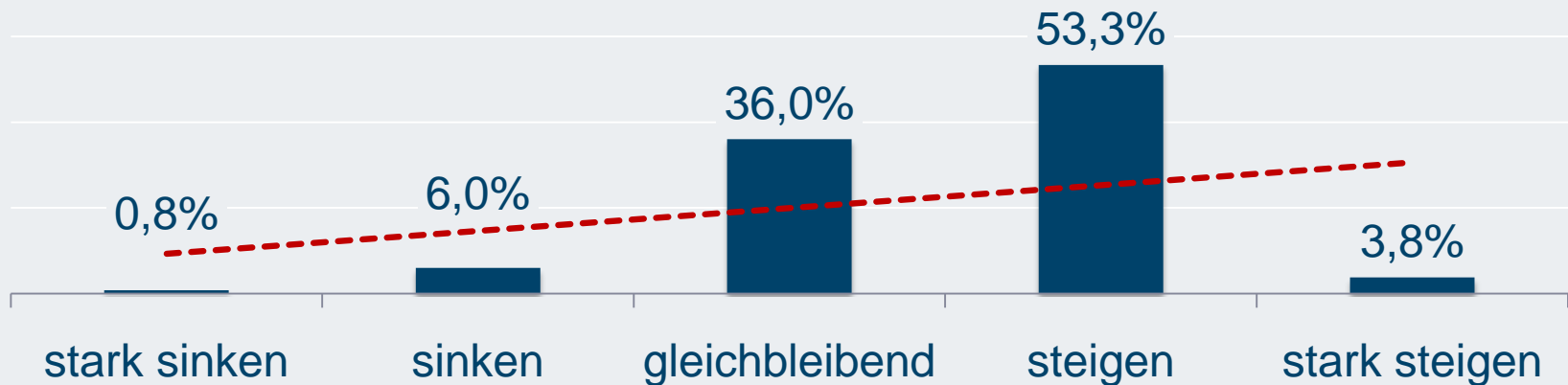


**Lesebeispiel:** 7,1 Prozent der befragten Unternehmen bewerten ihren Online-Umsatz dieses Monats als „sehr gering“.

**Basis:** n = 728



**Frage:** Wie wird sich Ihr Online-Umsatz in den nächsten 12 Monaten voraussichtlich entwickeln?

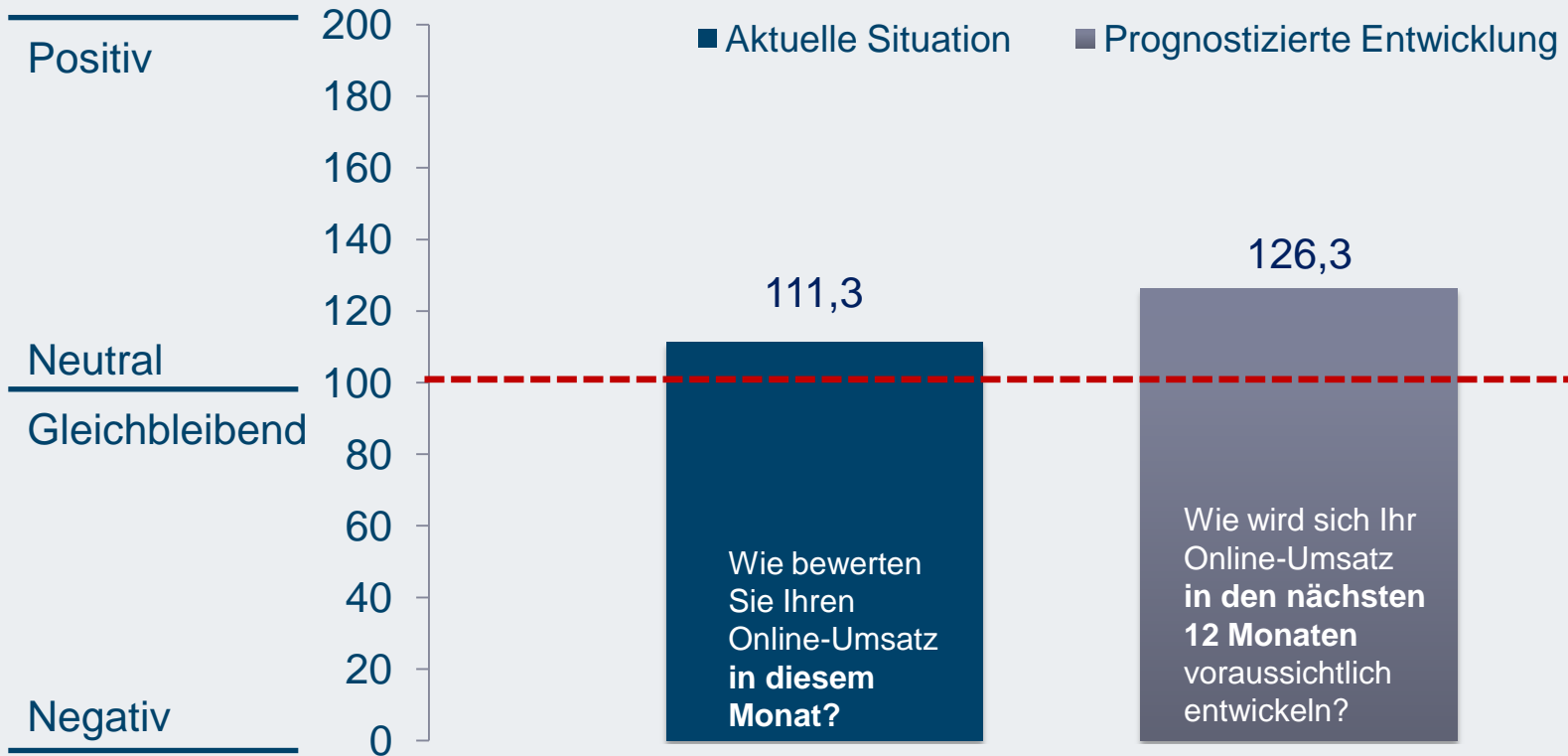


**Lesebeispiel:** 53,3 Prozent der befragten Unternehmen erwarten innerhalb der nächsten 12 Monate einen Anstieg des Online-Umsatzes.

**Basis:** n = 728





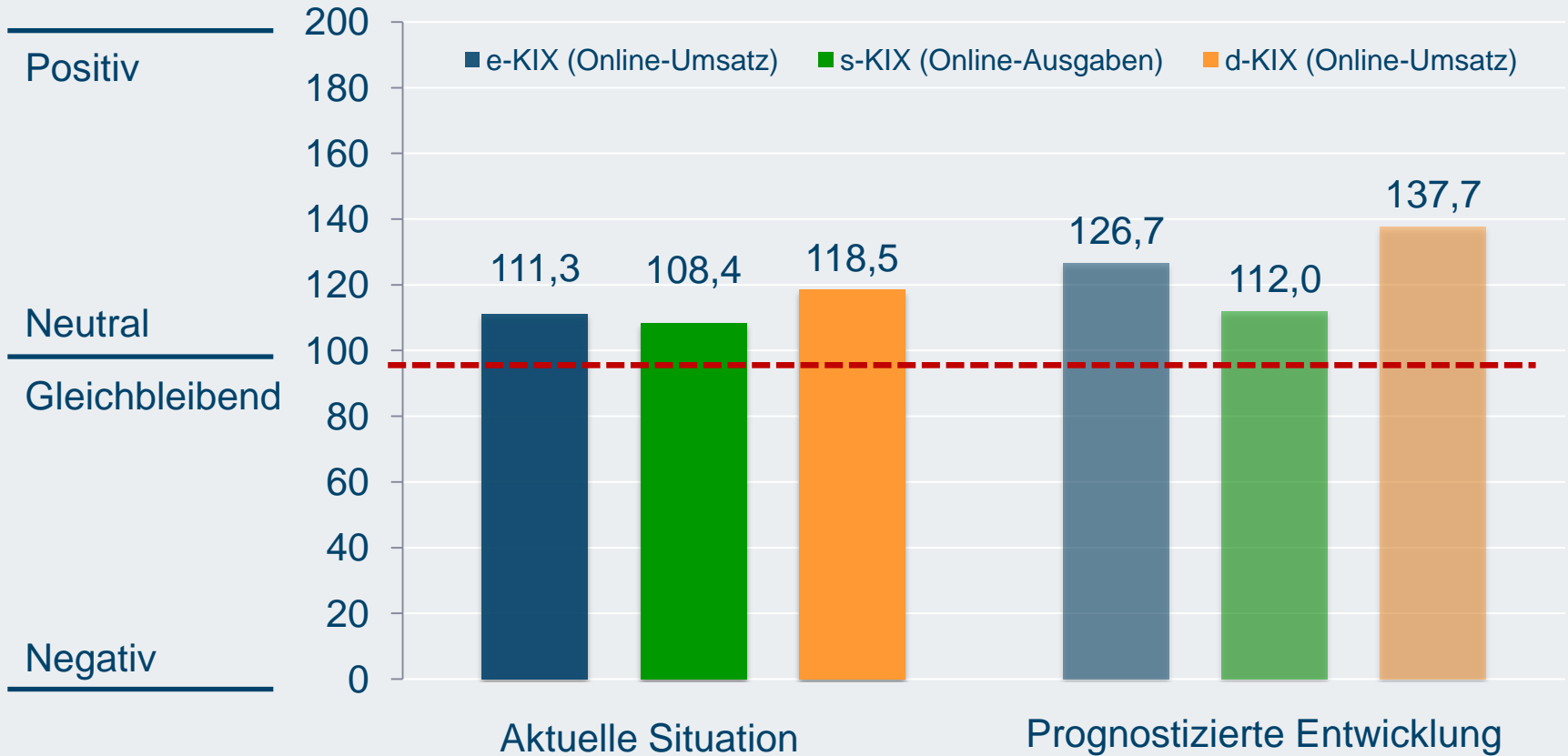


**Lesebeispiel:** Der e-KIX liegt bei 126,3 von 200 möglichen Skalenpunkten für die prognostizierte Entwicklung und steht damit für ein leichtes bis starkes Wachstum der erwarteten Online-Umsätze.

**Basis:** n = 728



# Der e-KIX im Vergleich zum s-KIX und d-KIX – November 2010

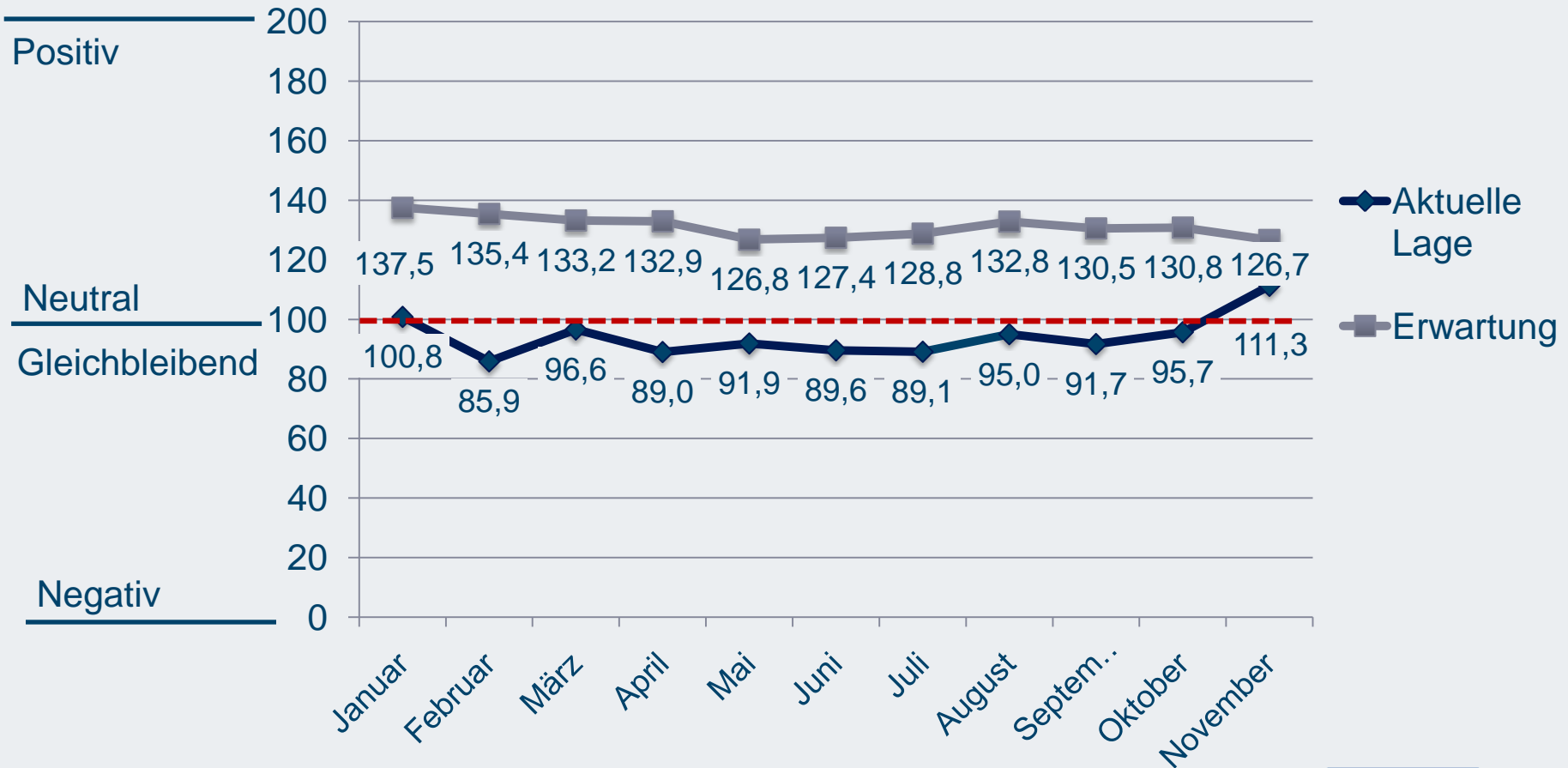


**Lesebeispiel:** Der e-KIX liegt bei 126,7, der s-KIX bei 112,0 und der d-KIX bei 137,7 von 200 möglichen Skalenpunkten für die prognostizierte Entwicklung.

**Basis:** n = 728 (e-KIX) | n = 2.256 (s-KIX) | n = 73 (d-KIX)



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

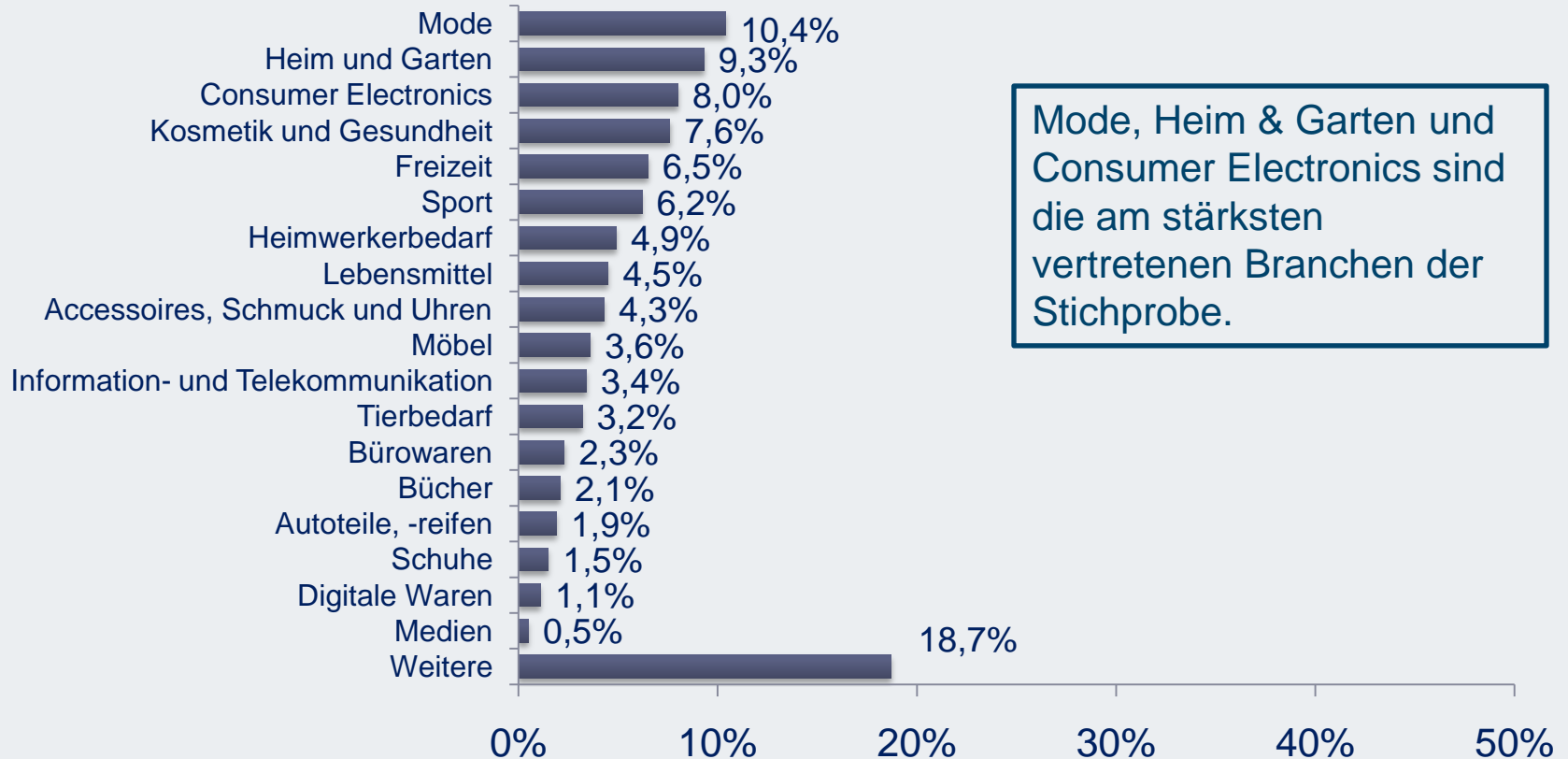


**Lesebeispiel:** Die befragten Unternehmen bewerteten die aktuelle Situation im Oktober mit 95,7 und im November mit 111,3 von 200 möglichen Skalenpunkten.

**Basis:** 766 ≥ n ≥ 599



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



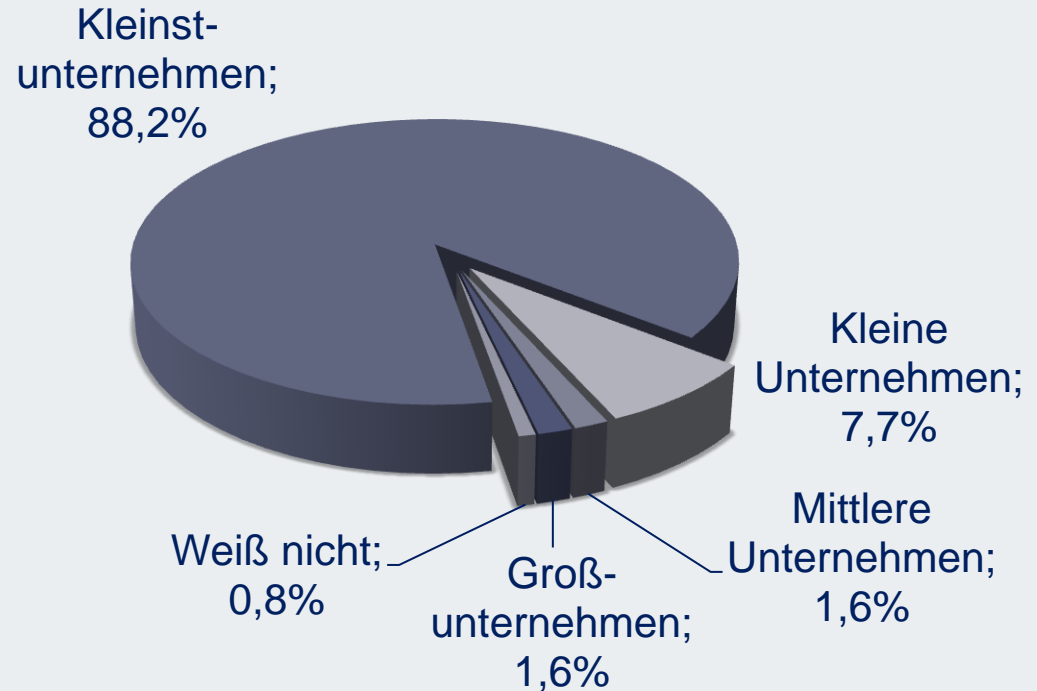
Mode, Heim & Garten und Consumer Electronics sind die am stärksten vertretenen Branchen der Stichprobe.

**Lesebeispiel:** 10,4 Prozent der teilnehmenden Unternehmen kommen aus der Modebranche

**Basis:** n = 728



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



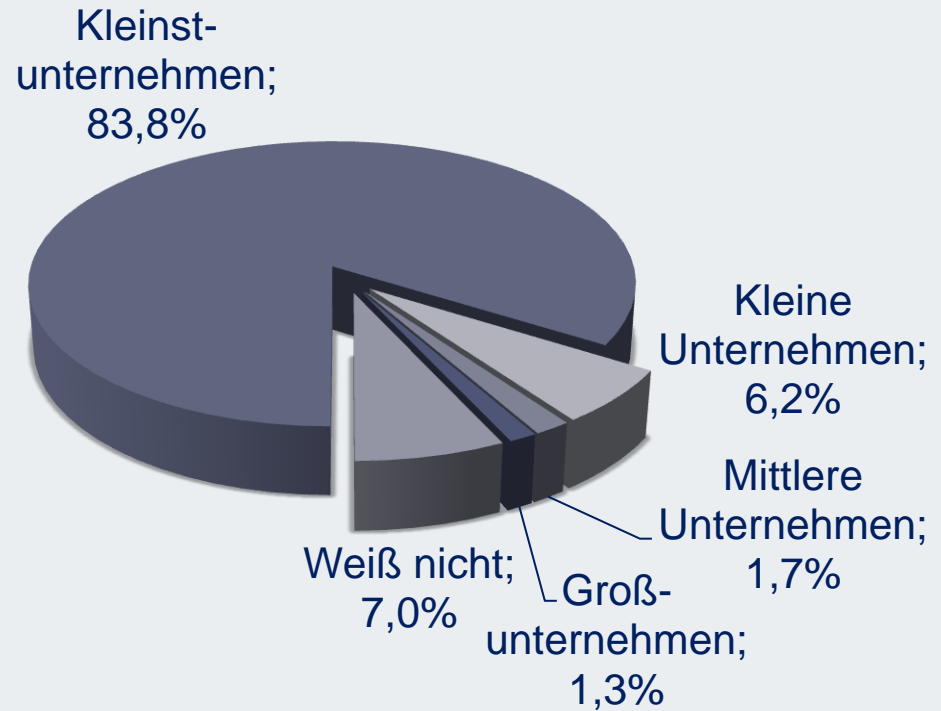
**Kleinstunternehmen:** 1-9 Mitarbeiter  
**Kleine Unternehmen:** 10-49 Mitarbeiter  
**Mittlere Unternehmen:** 50-249 Mitarbeiter  
**Großunternehmen:** mehr als 250 Mitarbeiter

**Lesebeispiel:** 88,2 Prozent der befragten Unternehmen sind Kleinstunternehmen.

**Basis:** n = 728



Knapp 84 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

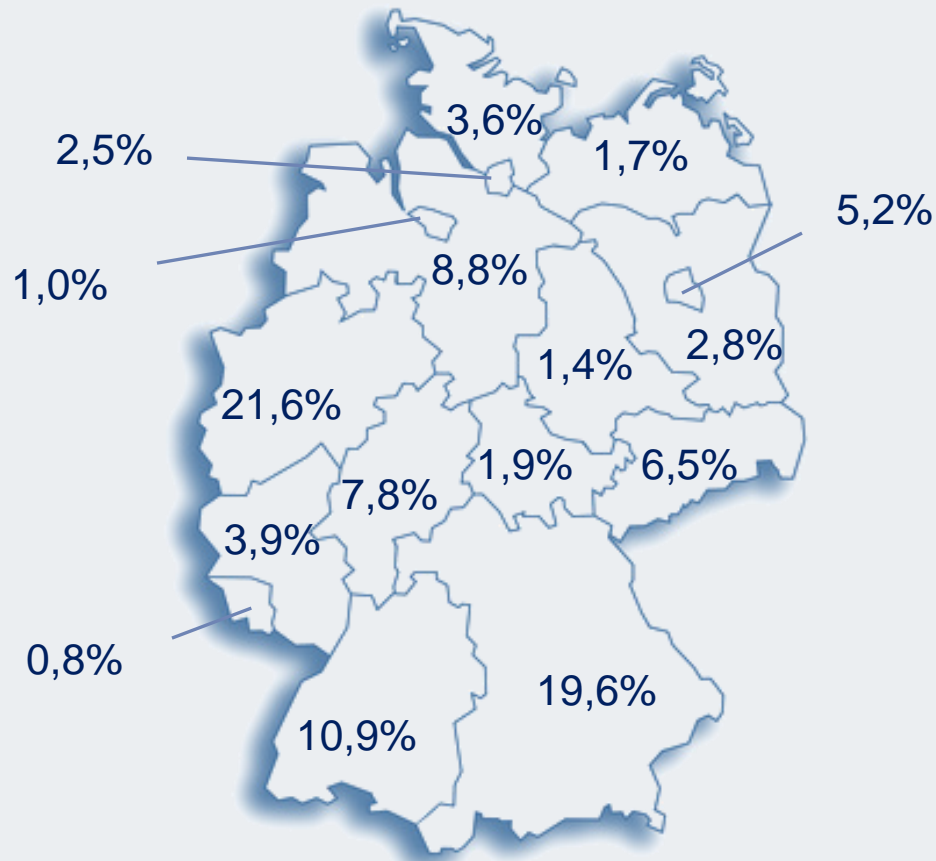
**Großunternehmen:** Mehr als 50 Mio. Umsatz

**Lesebeispiel:** 83,8 Prozent der teilnehmenden Unternehmen generieren einen Umsatz von bis zu 2 Millionen Euro pro Jahr.

**Basis:** n = 710

**Fehlend:** n = 18





Mit der Erhebung konnte eine bundesweite Stichprobe generiert werden.

**Lesebeispiel:** 21,6 Prozent der teilnehmenden Unternehmen haben Ihren Firmensitz in Nordrhein-Westfalen.

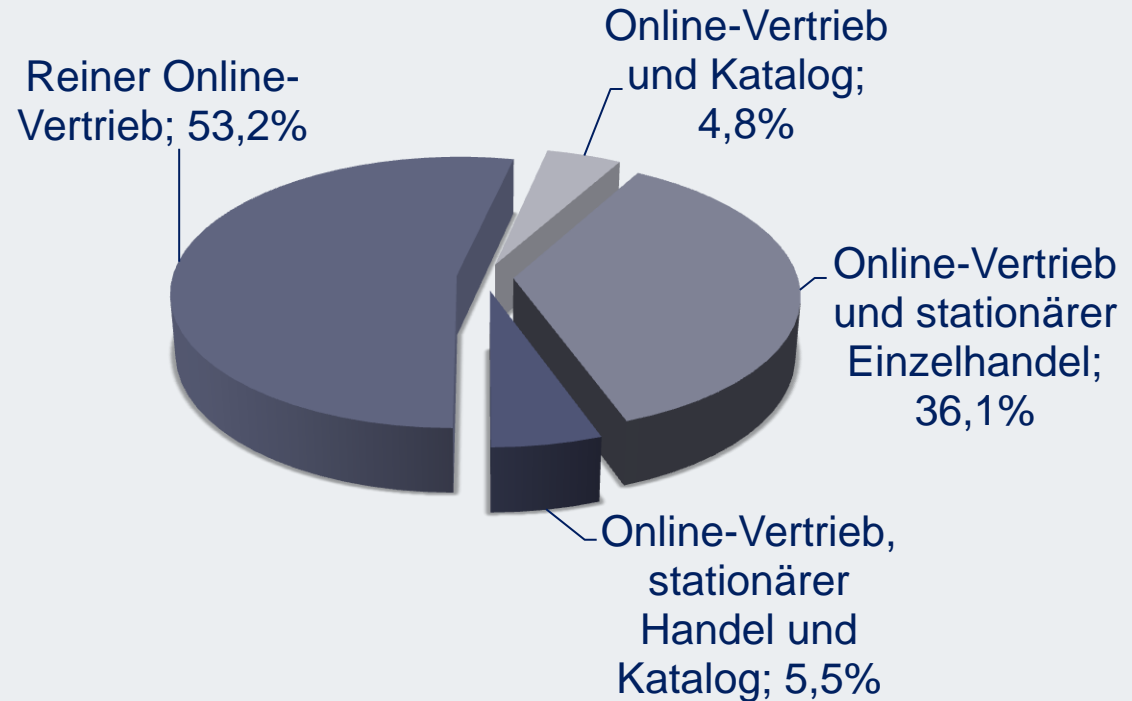
**Basis:** n = 718

**Fehlend:** n = 10





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

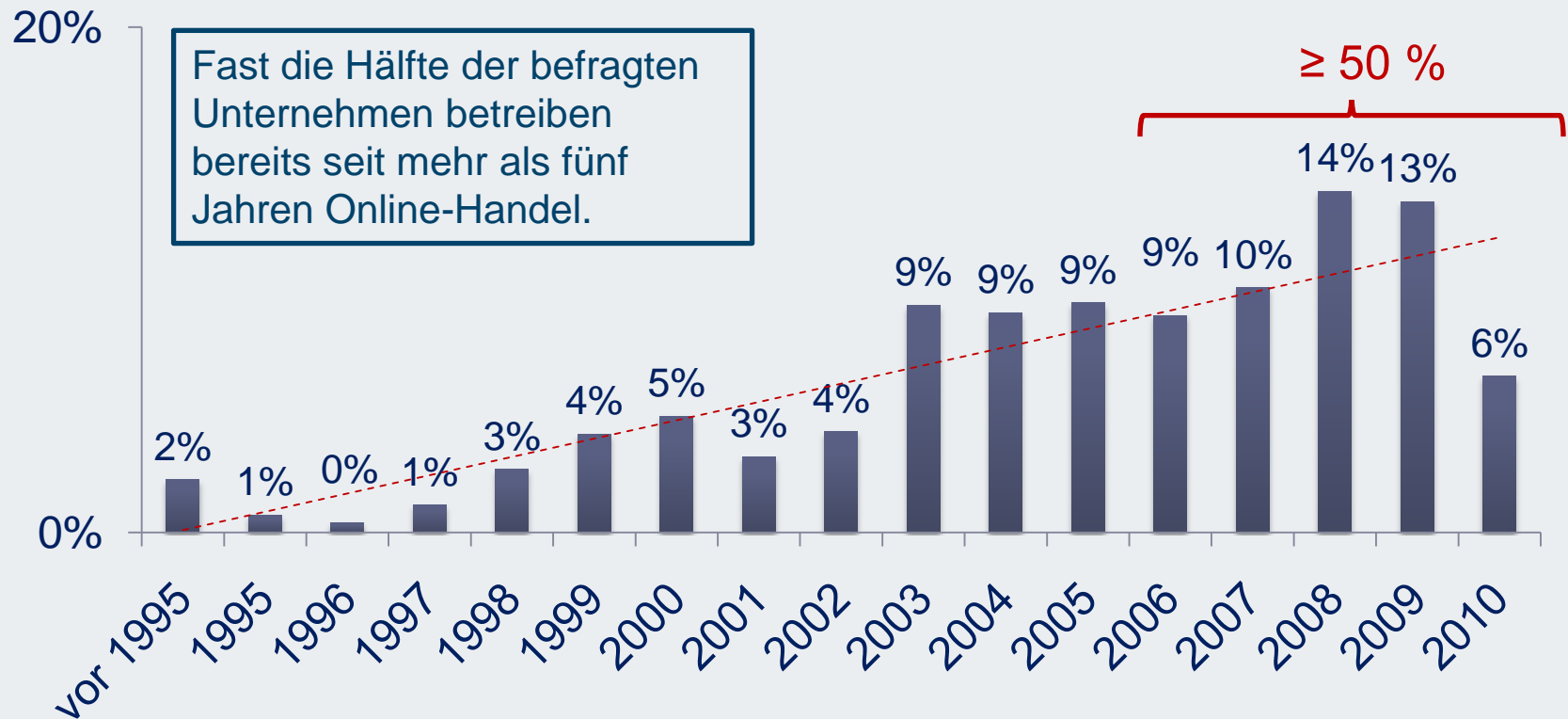


**Lesebeispiel:** 36,1 Prozent der teilnehmenden Unternehmen verkaufen sowohl über einen Online-Shop als auch im stationären Handel.

**Basis:** n = 725

**Fehlend:** n = 3





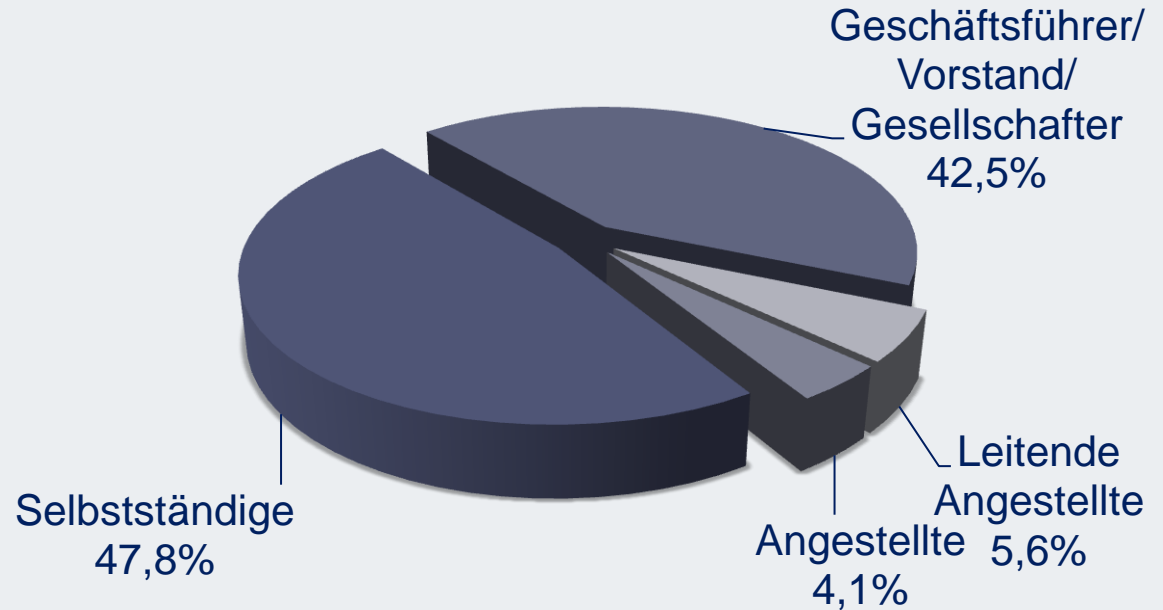
**Lesebeispiel:** 1 Prozent der teilnehmenden Unternehmen betreibt bereits seit 1995 Online-Vertrieb.

**Basis:** n = 725

**Fehlend:** n = 3



Über 90 Prozent der Befragten sitzen in Entscheidungspositionen der Unternehmen – 42,5 Prozent als Geschäftsführer, Vorstand oder Gesellschafter.



**Lesebeispiel:** 5,6 Prozent der Ansprechpartner dieser Erhebung sind leitende Angestellte des jeweiligen Unternehmens.

**Basis:** n = 709

**Fehlend:** n = 19



Sehr geehrte Damen und Herren,

Seit dem Start des e-KIX im Januar 2010, können wir nun zum ersten Mal auch die Auswirkungen des Weihnachtsgeschäftes auf den Index verfolgen und diese sind durchaus positiv: Der e-KIX für die aktuelle Situation konnte 15,7 Skalenpunkte dazu gewinnen und erreicht damit sein Rekordhoch von 111,3 von 200 möglichen Skalenpunkten. Damit stieg der e-KIX seit Beginn des Weihnachtsgeschäftes im Oktober um insgesamt 19,7 Skalenpunkte.

Leider wirken sich die gestiegenen Online-Umsätze und die damit verbundene positive Stimmung nicht auf eine zuversichtliche Einschätzung der insgesamt prognostizierten Umsätze der Online-Händler aus. Hier verlor der e-KIX 4,1 Skalenpunkte und erreichte damit im November ein Niveau von 126,7 von 200 möglichen Skalenpunkten.

Wir sind gespannt, ob die vorweihnachtliche Shopping-Laune der Online-Kunden dem e-KIX zu einem weiteren Anstieg im Dezember verhelfen kann. Da die nächste Erhebung erst nach Heiligabend stattfindet, wünschen wir allen e-KIX-Teilnehmern sowie unseren Partnern bereits jetzt ein frohes Weihnachtsfest!



**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 blickte im Jahr 2009 auf 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 Web 2.0 zur Verfügung.



Tradoria bietet eine einzigartige E-Commerce-Lösung, die Miet-Shops, den Marktplatz und einen zentralen Bestellvorgang in einem Angebot vereint. Die Shop-Software ermöglicht einen sehr einfachen Aufbau des eigenen Online-Shops. Einmalig ist dabei, dass Tradoria-Shops automatisch und ohne Aufpreis das begehrte Gütesiegel von Trusted Shops erhalten. Das gemeinsame Shopping Portal, auf dem die Produkte aller Tradoria-Shops gebündelt sind, sorgt zudem für einen zusätzlichen Absatzkanal.

Tradoria übernimmt die komplette Abwicklung der Zahlungsprozesse. Dadurch müssen sich Händler nicht mehr um Dinge wie z.B. Adressvalidierung, Bonitätsprüfung oder Anbindung an Payment-Dienstleister kümmern.

Zudem trägt Tradoria für den Händler das Risiko eines Zahlungsausfalles, auch bei Rechnungskauf. Die rechtlich geprüften, einheitlichen AGB, werden von Tradoria zur Verfügung gestellt und laufend aktuell gehalten.

Die mehrfach ausgezeichnete Komplettlösung eignet sich perfekt für E-Commerce-Einsteiger oder als leistungsstarker Vertriebskanal für bestehende Onlineshops und „eBay-Powerseller“

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

[www.ecc-konjunkturindex.de](http://www.ecc-konjunkturindex.de)

