



Kontakt zur Pressemitteilung:

ECC Handel
c/o IfH Institut für Handelsforschung GmbH
Maria Klees

PRESSEMITTEILUNG

Tel.: +49 (0) 221 94 36 07-70
Fax: +49 (0) 221 94 36 07-59
m.klees@ecc-handel.de

www.ifhkoeln.de
www.ecc-handel.de

E-Commerce – Online-Shopper steigern Ausgaben zum dritten Mal in Folge *April-Ergebnisse des e-KIX, d-KIX und s-KIX liegen vor*

Köln, 05. Mai 2011 – Wie weit Wahrnehmungen auseinander gehen können, zeigt auch diesen Monat die aktuelle Erhebung des ECC-Konjunkturindex. Obwohl die Online-Shopper den dritten Monat in Folge ihre Online-Ausgaben steigern, bewerten die Online-Händler ihre Umsätze den dritten Monat in Folge etwas schwächer als im Vorjahreszeitraum.

Konsumlust der Online-Shopper steigt weiter

Die Erwartungen der vergangenen Monate haben sich bestätigt: Auch im zweiten Quartal 2011 steigt die Ausgabenbereitschaft der Online-Shopper. Der s-KIX bezüglich der aktuellen Online-Ausgaben erreicht nach dem dritten Anstieg in Folge im April mit 95,6 Indexpunkten den höchsten bisher verzeichneten Wert für 2011. Dies entspricht einem Anstieg im Vergleich zum März um knappe drei Punkte und deutet auf einen stetigen Aufwärtstrend hin. Der s-KIX bezüglich der erwarteten Online-Ausgaben für die zwölf Folgemonate gibt nur leicht nach und erreicht 97,8 Indexpunkte.

e-KIX, s-KIX und d-KIX im Vergleich – April 2011



Rekordjahr 2010 sorgt für leicht abgeschwächte Wachstumspotenziale

Demgegenüber weisen die Urteile der Online-Händler einen leichten Abwärtstrend auf. Der e-KIX bezüglich der aktuellen Umsätze sinkt im April auf 94,3 Indexpunkte. Auch die Bewertung der erwarteten Umsätze für die zwölf Folgemonate fällt mit 92,9 Indexpunkte schwächer aus als im Vorjahr (-9 Skalenpunkte). Vor dem Hintergrund eines äußerst erfolgreichen Jahres 2010 bedeuten die ausgewiesenen Indexwerte aber lediglich eine leicht reduzierte Erwartungshaltung bezüglich der zukünftigen Umsatzsteigerungen. So scheint es, als würden die Online-Händler ihre Erwartungen temporär an die Entwicklung des stationären Handels anpassen. Der Handelsverband Deutschland (HDE) erklärte erst Ende April, dass ein reales Nullwachstum der Umsätze im stationären Handel durchaus realistisch wäre.

Aussagekräftiger als der reine Indexwert ist die Tatsache, dass fast die Hälfte der Befragten der zukünftigen Entwicklung gegenüber optimistisch sind und eine verbesserte oder stark verbesserte Umsatzsituation in den kommenden zwölf Monaten erwarten. Zu Recht, denn solange die Online-Shopper ihre Ausgaben weiter steigern, eröffnen sich für die Online-Händler nach wie vor deutliche Wachstumspotenziale.

E-Commerce-Monatsfrage

Auch im April wurde im Rahmen des e-KIX die wechselnde Monatsfrage erhoben. In der aktuellen Erhebung wurden die Online-Händler befragt, ob sie Social Media-Monitoring betreiben. 27,8 Prozent gaben an, dass sie in regelmäßigen oder unregelmäßigen zeitlichen Intervallen bereits heute Social Media-Monitoring durchführen. Weitere 17 Prozent erklärten, dies in absehbarer Zeit tun zu wollen. Dies verdeutlicht, dass knapp die Hälfte aller befragten E-Commerce-Unternehmen Social Media-Monitoring für relevant erachtet. Somit scheint Social Media an sich inzwischen als eine erfolgskritische Komponente des E-Commerce wahrgenommen zu werden.

Die Befragung

Um die aktuelle Situation des deutschen Online-Handels adäquat abbilden zu können, nimmt das ECC Handel in Zusammenarbeit mit den Partnern Tradoria und Trusted Shops (e-KIX), Postbank P.O.S. Transact und EHI Retail Institute (d-KIX) sowie redcoon und Hermes (s-KIX) eine monatliche Befragung vor. Die kommende Mai-Erhebung läuft vom **23. bis 30. Mai 2011**. Teilnehmen können alle Online-Händler, Dienstleister des Online-Handels und Online-Shopper. **Beteiligen auch Sie sich an den Umfragen des ECC-Konjunkturindex** – tragen Sie dazu bei, mehr Transparenz in den deutschen Online-Handel zu bringen.

Zur Umfrage gelangen Sie über den Link:

<http://umfrage.ifhkoeln.de/umfragecenter/start.aspx?a=14>

Gegenstand der Befragung sind die Beurteilung der derzeitigen Lage und eine Einschätzung der Entwicklungen des Online-Handels aus Sicht der Käufer, Verkäufer und Dienstleister während einer Zeitspanne von insgesamt zwölf Monaten. Die monatliche Befragung ist nach einer einmaligen Registrierung mit fünf Klicks zu beantworten.

Die drei daraus ermittelten Konjunkturindizes werden monatlich kostenfrei veröffentlicht und sollen dazu beitragen, die zunehmende Bedeutung des elektronischen Handels hervorzuheben, branchen- und größenspezifische sowie soziodemografische Vergleichsmöglichkeiten zu

gewinnen und darüber hinaus zuverlässige Kennzahlen für die strategische Planung zu liefern. Monatlich finden attraktive Verlosungen statt und den regelmäßigen Teilnehmern der Befragung wird eine Sonderauswertung kostenfrei zur Verfügung gestellt. Unter allen Online-Shoppern, die kontinuierlich an der Umfrage teilnehmen, werden außerdem ein Full HD LCD-TV sowie monatlich je 10 iPod Shuffle 2GB verlost.

Weitere Informationen unter www.ecc-konjunkturindex.de

Die Berechnung

Die aktuelle Situation und prognostizierte Entwicklung der Online-Umsätze und Online-Ausgaben werden als Durchschnittswerte berechnet und können jeweils zwischen 0 (negativ) und + 200 (positiv) schwanken. Der berechnete Index-Wert wird in Relation zu einem Referenzwert (=100) ausgewiesen und zeigt somit die Abweichung zur Basis auf. Als Basis dient beim



der Durchschnitt der Monatswerte aus dem Jahr 2010
(Durchschnitt Jan-Dez 2010 = 100),



der Durchschnitt der Monatswerte August-Dezember 2010
(Durchschnitt Aug-Dez 2010 = 100),



der Durchschnitt der Monatswerte aus dem zweiten Halbjahr 2010
(Durchschnitt Jul-Dez 2010 = 100).

ECC-Konjunkturindex = (aktueller Skalenwert / Referenzwert) x 100

Somit zeigt ein Wert <100 eine Verschlechterung und ein Wert >100 eine Verbesserung gegenüber dem Basiswert an.

Über das E-Commerce-Center Handel (ECC Handel)

Das ECC Handel (www.ecc-handel.de) wurde 1999 als Forschungs- und Beratungsinitiative unter der Leitung der IfH Institut für Handelsforschung GmbH ins Leben gerufen. Das Ziel ist es, insbesondere kleine und mittelständische Handelsunternehmen zum Thema E-Commerce fundiert und neutral zu informieren. Individuelle Fragen zum E-Commerce von Unternehmen, Verbänden und öffentlichen Institutionen beantwortet das ECC Handel im Rahmen von Auftragsprojekten. Zahlreiche Aspekte des E-Commerce im Handel hat das ECC Handel zudem in eigenen Studien untersucht. Es wird vom Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi) für spezifische Projekte gefördert und ist in das Netzwerk Elektronischer Geschäftsverkehr (NEG) als Branchenkompetenzzentrum mit Themenfokus Handel eingebunden.

Ausführliche Informationen finden Sie unter: www.ecc-handel.de