

Einkaufen leicht gemacht

Neue Webshops spriessen wie Pilze aus dem Boden. Es gibt kaum etwas, was man mittlerweile nicht auch im Internet kaufen könnte. Doch was erwarten die Konsumenten, und was macht eigentlich einen guten Onlineshop aus?

Genau diesen Fragen ging das in Deutschland ansässige E-Commerce-Center (ECC) an der IFH Institut für Handelsforschung GmbH auf den Grund. In den 2013 erschienenen Studien wurden die Erfolgsfaktoren im E-Commerce sowie die Top-Onlineshops in Deutschland, Österreich und der Schweiz untersucht.

Unterschiedliches Einkaufsverhalten

Für die Bewertung der Erfolgsfaktoren und die Erstellung der Rangfolgen der Top-Onlineshops wurde auch das Einkaufsverhalten der Konsumenten untersucht. Es erstaunt nicht, dass dieses – wie auch die Rankings selbst – in den drei Ländern Unterschiede aufweist.

So sind die Schweizer zwar im Hinblick auf die Online-Bestellhäufigkeit das Schlusslicht, übertreffen aber interessanterweise ihre deutschsprachigen Nachbarn bei der Nutzung mobiler Endgeräte. Nur 20 Prozent der Schweizer gaben an, mehrmals im Monat online einzukaufen. Bei den Österreichern beläuft sich der Anteil auf

22 Prozent, bei den Deutschen wird er gar mit 37 Prozent beziffert. Dafür haben 40 Prozent der Schweizer gegenüber 30 Prozent der Deutschen und der Österreicher bereits mit mobilen Endgeräten online geshoppt. Einigkeit besteht übrigens in Bezug auf die beliebteste Shopkategorie: In allen drei Ländern erfreuen sich die Generalisten der grössten Beliebtheit.

Die sieben Erfolgsfaktoren

Die Studien haben insgesamt sieben Erfolgsfaktoren ermittelt:

- Website-Gestaltung
- Benutzerfreundlichkeit
- Sortiment
- Preis-Leistungs-Verhältnis
- Service
- Bezahlung
- Versand und Lieferung

Die Ergebnisse zeigen, dass die Konsumenten in den D-A-CH-Ländern insgesamt sehr hohe Anforderungen an die Webshops stellen, wenngleich auch mit unterschiedlichen Schwerpunkten.

Hierzulande stehen verständliche und gut sichtbare Informationen über Versandbedingungen und -kosten sowie die Offenlegung aller Kosten an erster Stelle. Die Österreicher legen weiterhin grossen Wert auf die gute Qualität der Produkte. Signifikante Unterschiede zeigen sich beim Preis-Leistungs-Verhältnis, das es zwar in beiden Ländern unter die zehn wichtigsten Punkte geschafft hat, aber in Österreich von deutlich höherer Relevanz ist.

Der Vergleich macht deutlich, dass die Konsumenten in den drei Märkten neben divergierendem Einkaufsverhalten auch unterschiedliche Priorisierungen in Bezug auf die sieben identifizierten Erfolgsfaktoren zeigen. Ob optimierte Darstellung für die Anzeige auf mobilen Endgeräten, Sortimentsgestaltung oder transparente Darstellung von Informationen – langfristig werden nur jene Onlineshops ihre Plätze behaupten können, welche die Bedürfnisse ihrer Kunden zu identifizieren und zu befriedigen wissen. ||

Katharina Birk



Swiss E-Commerce Champion 2013: zalando.ch

Der im Mai 2013 zum zweiten Mal verliehene Swiss E-Commerce Award geht an www.zalando.ch. Der Mode- und Lifestyleanbieter, der erst 2011 in den Schweizer Markt eingetreten ist und dort seitdem für Furore sorgt, sicherte sich die Auszeichnung mit einem hauchdünnen Vorsprung gegenüber dem Zweitplatzierten www.thelook.com.

Die Jury hob unter anderem die Benutzerfreundlichkeit hervor, wonach Kunden zielgenau zum Produkt geführt und ohne Reibungsverluste durch den Checkout-Prozess geleitet werden. Unterstrichen wurde zudem die optimale Präsentation des schnell drehenden Sortiments.

«Die Jury hat Zalando.ch zum Swiss E-Commerce Champion 2013 gekürt, weil unbeachtet der hohen Marketingkompetenz die E-Commerce-Gesamtleistung in der vollen Breite am überzeugendsten war: vom Auftritt über die Sortimentsauswahl und -präsentation, Checkout, Usability, rechtliche Bestimmungen bis hin zu Logistikdienstleistungen und Prozesskompetenz», so Thomas Lang, Mitglied der Jury.

Der Swiss E-Commerce Award ist eine Initiative des E-Business- und E-Commerce-Beratungsunternehmens Carpathia Consulting in Zürich. Mit dem Award sollen herausragende Leistungen, innovative Konzepte und mutige Initiativen des Onlinehandels, der einen hohen Anteil am Wachstum des Schweizer Detailhandels einnimmt, honoriert werden.

Die Top 10 der Onlineshops in der Schweiz

Im Rahmen der ECC-Studie wurde eine internetrepräsentative Konsumentenbefragung durchgeführt. Anhand von Einzelkriterien und den sieben Erfolgsfaktoren bewerteten die User die jeweils fünf umsatzstärksten Webshops nur aus den Bereichen Mode und Generalisten. Daraus wurde der sogenannte Onlineshop-Index gebildet, der aus den Komponenten Zufriedenheit und Kundenbindung besteht. Die Rangfolge leitet sich von den Werten dieses Onlineshop-Index ab.

- | | |
|--------------|--------------------|
| 1. Nespresso | 6. LeShop |
| 2. Esprit | 7. Heine |
| 3. Amazon | 8. Jelmoli Versand |
| 4. Bonprix | 9. La Redoute |
| 5. Coop | 10. Ackermann |

Auffallend ist die Platzierung von drei Onlineshops aus dem Food-Bereich in der oberen Hälfte. Dieses Ergebnis verwundert etwas weniger, wenn man die GfK-Untersuchung «Der Schweizer Online- und Versandhandel 2012» hinzuzieht. Ihr zufolge nimmt der Food-Bereich mit 16,6 Prozent den drittgrössten Anteil am Gesamtmarkt ein. Er wird nur durch die Sektoren Multimedia (28,2 Prozent) und Textil (26,9 Prozent) übertroffen.