



Post

Google

ECC
ONLINE EXPERTS



**HANDELS
VERBAND**

PRESSEKONFERENZ

Erfolgsfaktoren im E-Commerce – Top-Online-Shops in Österreich 2015

**Präsentation einer Studie des ECC Köln in Zusammenarbeit mit dem
Handelsverband, Google Austria und der Österreichischen Post AG**

Mittwoch, 20. Mai 2015 um 9.00 Uhr
Handelsverband, Alser Straße 45, 1080 Wien

Im Pressebereich unter www.handelsverband.at finden Sie den Inhalt der Pressemappe zum kostenfreien Download.



Post

Google

ECC
ONLINE EXPERTS



**HANDELS
VERBAND**

© Handelsverband 2015

Referenten



Ing. Mag. Rainer Will

Geschäftsführer, Handelsverband Österreich



Dr. Eva Stüber

Leiterin Research und Consulting, ECC Köln (Studienleiterin)



DI Walter Hitziger

Vorstand für Brief, Werbepost & Filialen, Österreichische Post AG



DI Klaus Müller

Industry Head Multi Vertical, Google Austria

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.

Wien, 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“.

**Post****Google****ECC**
ONLINE EXPERTS**HANDELS
VERBAND****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

Download der Pressemappe und Bilder: www.handelsverband.at**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, 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.

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. Weitere Informationen unter www.ecckoeln.de.

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 dem Trustmark Austria, Richtlinien und Kennzeichen 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 Startseite 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

Lebensläufe der Referenten

Ing. Mag. Rainer Will

Geschäftsführer, Handelsverband Österreich

Ende 2014 übernahm Will die Geschäftsführung im Handelsverband. Zuvor war er im Kabinett von Vizekanzler und Wirtschaftsminister Mitterlehner als wirtschaftspolitischer Berater und beim Austria Wirtschaftsservice (aws) tätig. Überdies sammelte Will jahrelang in der Privatwirtschaft Erfahrung. Er studierte Betriebswirtschaft an der WU Wien und der London School of Economics.

Dr. Eva Stüber

Leiterin Research und Consulting, ECC Köln (Studienleiterin)

Dr. Eva Stüber ist Leiterin Research und Consulting am IFH Köln. Bereits in ihrer Funktion als Senior Projektmanagerin ECC Köln beschäftigte sie sich seit 2012 schwerpunktmäßig mit Fragestellungen des Cross-Channel-Managements und der Logistik. Auch zuvor während ihres Diplom-Studiums der Betriebswirtschaftslehre an der Universität des Saarlandes, Saarbrücken und ihrer Tätigkeit als wissenschaftliche Mitarbeiterin an der BTU Cottbus hatte sie zahlreiche Berührungspunkte mit dem Handel allgemein und speziell dem E-Commerce. In ihrer Promotion hat sie sich empirisch mit der „Personalisierung im Internethandel“ beschäftigt.

DI Walter Hitziger

Vorstand für Brief, Werbepost & Filialen, Österreichische Post AG

Walter Hitziger, geb. 1960, startete seine Karriere nach Abschluss des Studiums des Wirtschaftsingenieurwesens für Maschinenbau an der Technischen Universität in Graz in der Steirerbrau AG – Steirische Brauindustrie AG (Gösser/Puntigamer), verantwortlich für die Distributionslogistik. Jeweils als Bereichsleiter im Consulting war er in den Jahren 1990 bis 1997 bei Aiplan Planungsgesellschaft sowie der Econsult Betriebsberatungsgesellschaft in Wien beschäftigt. Von 1997 bis zu seiner erstmaligen Bestellung zum Vorstandsmitglied der Österreichischen Post mit Mai 2004 war er als Vorstand der bauMax Handels AG für Einkauf und Logistik verantwortlich. 2006 wurde er in seiner Funktion als Verantwortlicher für die Division Brief & Logistik wiederbestellt. Seit September 2011 verantwortet er die neu zusammengeführte Division Brief, Werbepost & Filialen.

DI Klaus Müller

Industry Head Multi Vertical, Google Austria

DI Klaus Müller berät in seiner Funktion als Industry Head bei Google Austria unter anderem Handelsunternehmen hinsichtlich einer zukunftsgerichteten Digital-Strategie. Er ist seit Juli 2011 in dieser Funktion für alle Agenden in den Bereichen Handel, Reise, B2B und weiteren Industrien verantwortlich. In seiner Karriere kann er bereits auf über 14 Jahre Erfahrung im Bereich Mobilfunk & Telekommunikation zurückblicken. Unter anderem hat er 2002 bei T-Mobile den Blackberry nach Österreich gebracht, leitete dann das Produktmanagement und später Produktmarketing & CRM bei H3G „3“ und war unmittelbar vor Google als Geschäftsführer bei Zed für die gesamte B2B Geschäftsentwicklung in CEE verantwortlich.

Rückfragehinweis für Medienvertreter

Handelsverband – Verband österreichischer Mittel- und Großbetriebe des Handels

Susanne Schöfnagl

Communications Manager

Tel. +43 (1) 406 22 36-77 | E-Mail susanne.schoefnagl@handelsverband.at

ECC Köln c/o IFH Institut für Handelsforschung GmbH

Christina Fingerhut

Leiterin Unternehmenskommunikation

Tel. +49 (221) 943607-92 | E-Mail c.fingerhut@ifhkoeln.de

Google Austria

Samuel Leiser

Corporate Communications & Public Affairs Sr. Associate

Tel. +41 (44) 668 12 14 | E-Mail sleiser@google.com

Österreichische Post AG

Michael Homola

Pressesprecher

Tel.: +43 (0) 57767 32010 | E-Mail michael.homola@post.at