

# E-Commerce-Studie

So entscheiden Onlinehändler

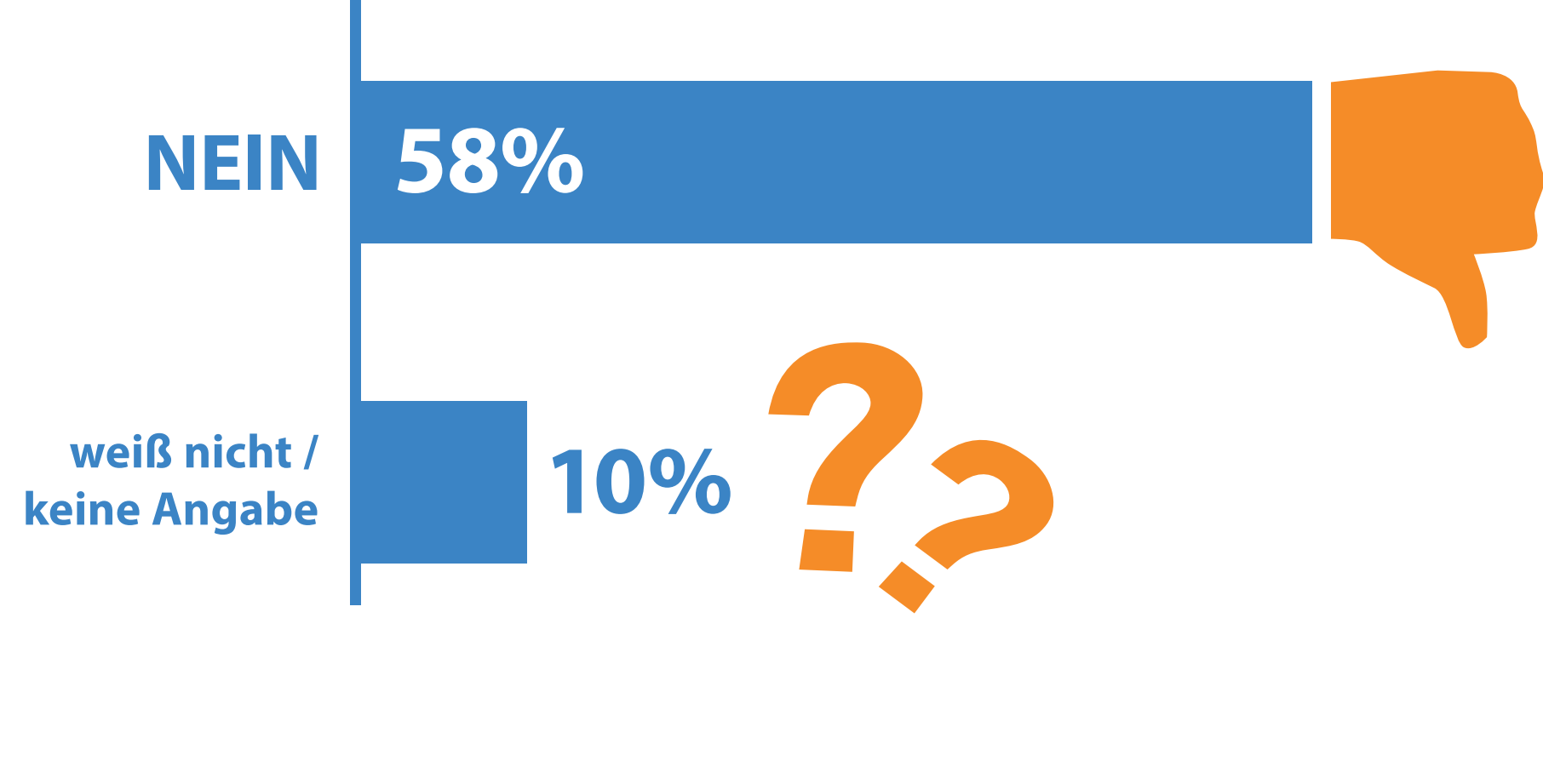
## Über welche Kanäle verkaufen Händler im Internet?<sup>1</sup>

### Multi-Channel-Handel

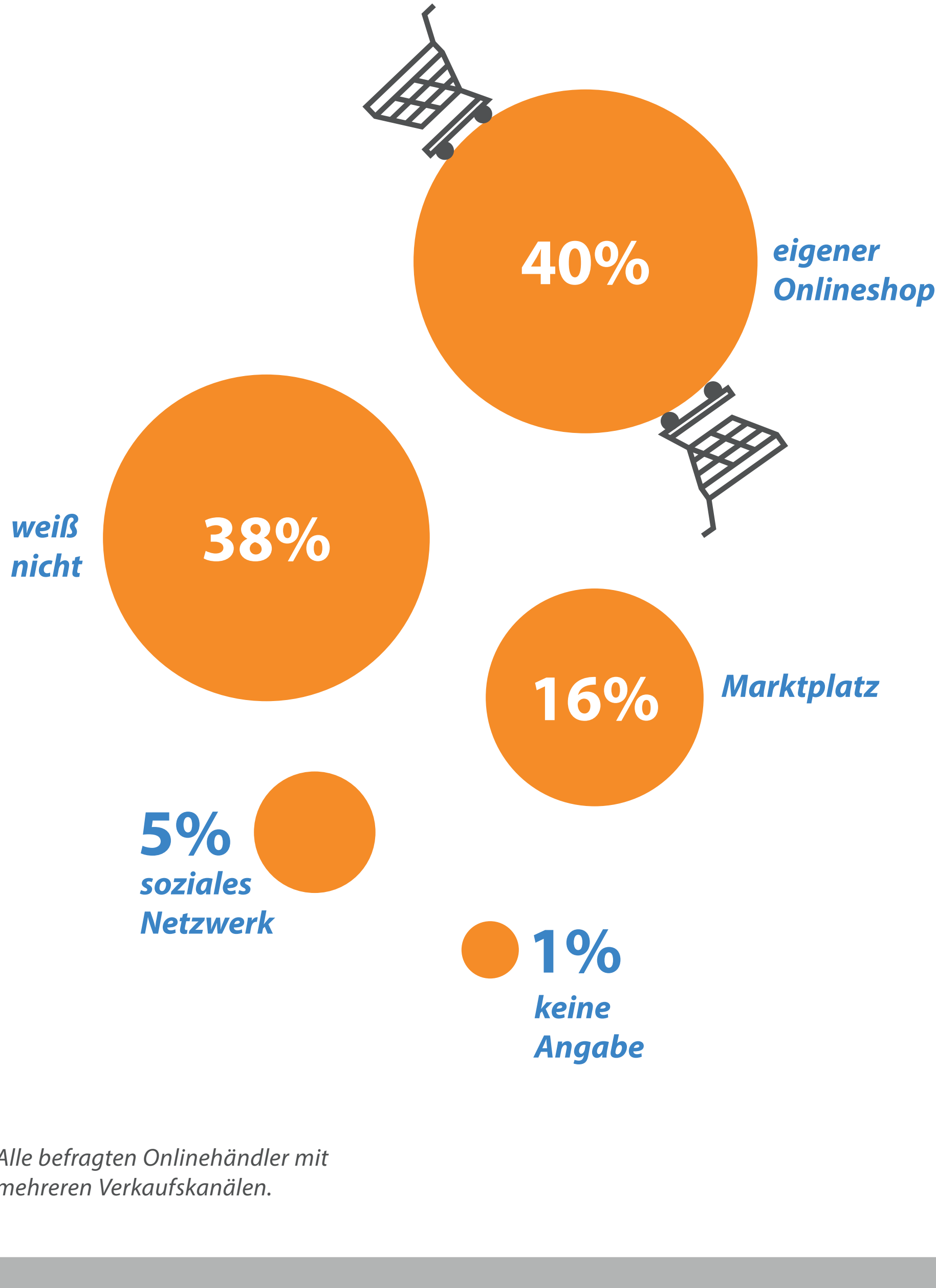


<sup>1</sup> Viele Onlinehändler verkaufen auf mehreren Plattformen im Internet.

## Glauben Händler, dass eigene Onlineshops zukünftig unverzichtbar sind?

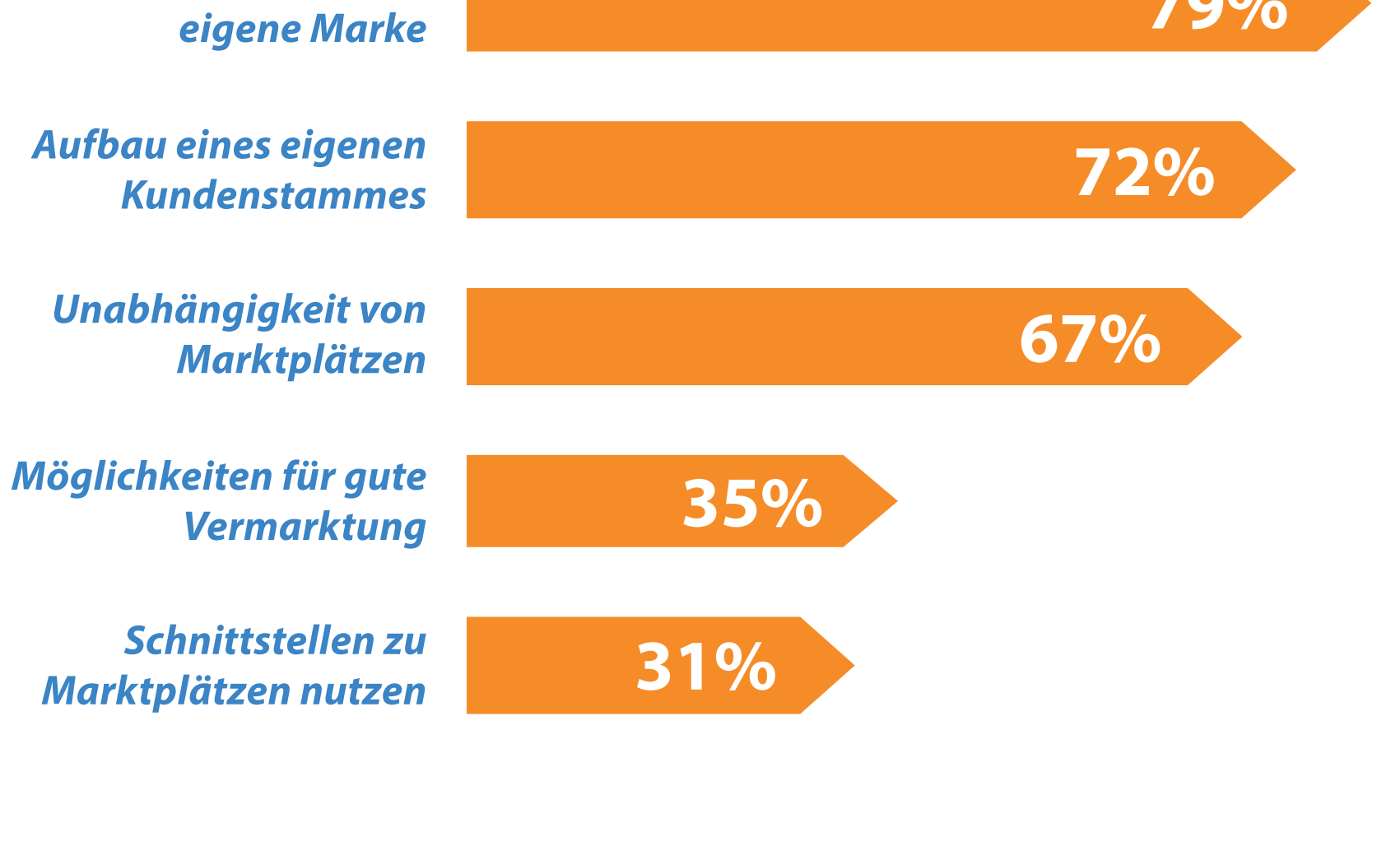


## Über welchen Kanal haben Onlinehändler die meisten wiederkehrenden Kunden?<sup>2</sup>



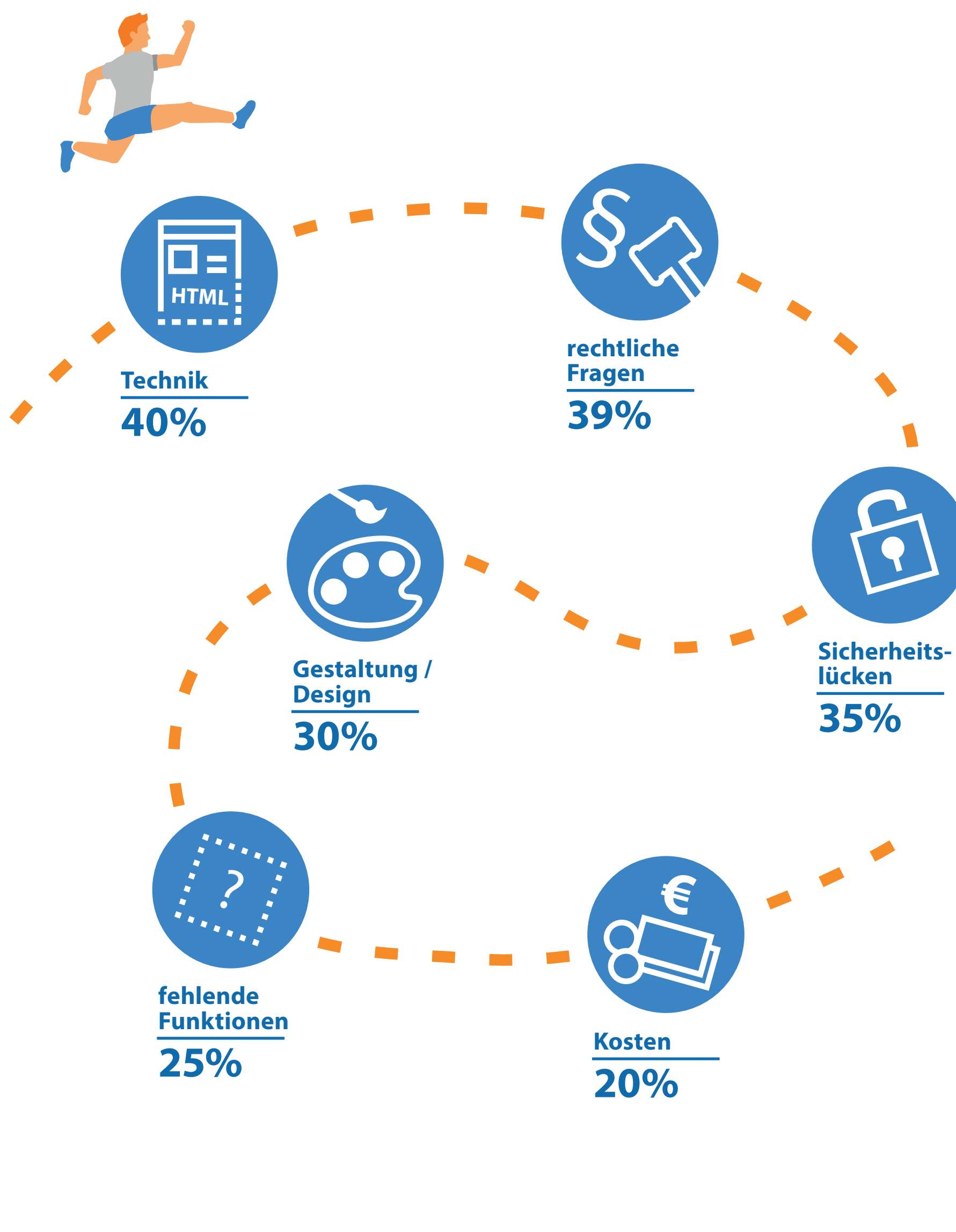
<sup>2</sup> Alle befragten Onlinehändler mit mehreren Verkaufskanälen.

## Wie wichtig waren die folgenden Gründe bei der Eröffnung eines eigenen Onlineshops?<sup>3</sup>



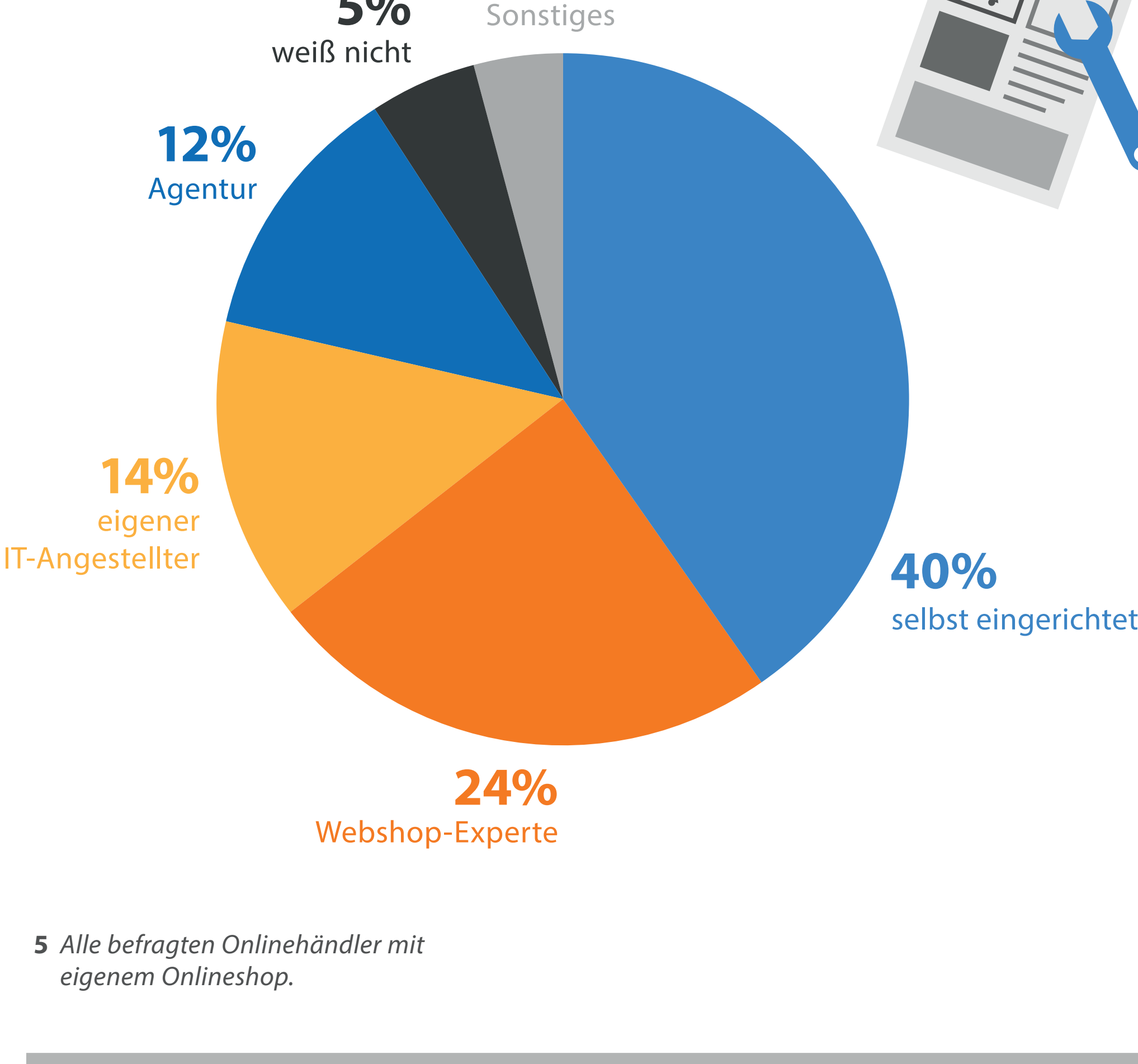
<sup>3</sup> Alle befragten Onlinehändler mit eigenem Onlineshop.

## Welche Hürden haben den Aufbau des eigenen Onlineshops erschwert?<sup>4</sup>



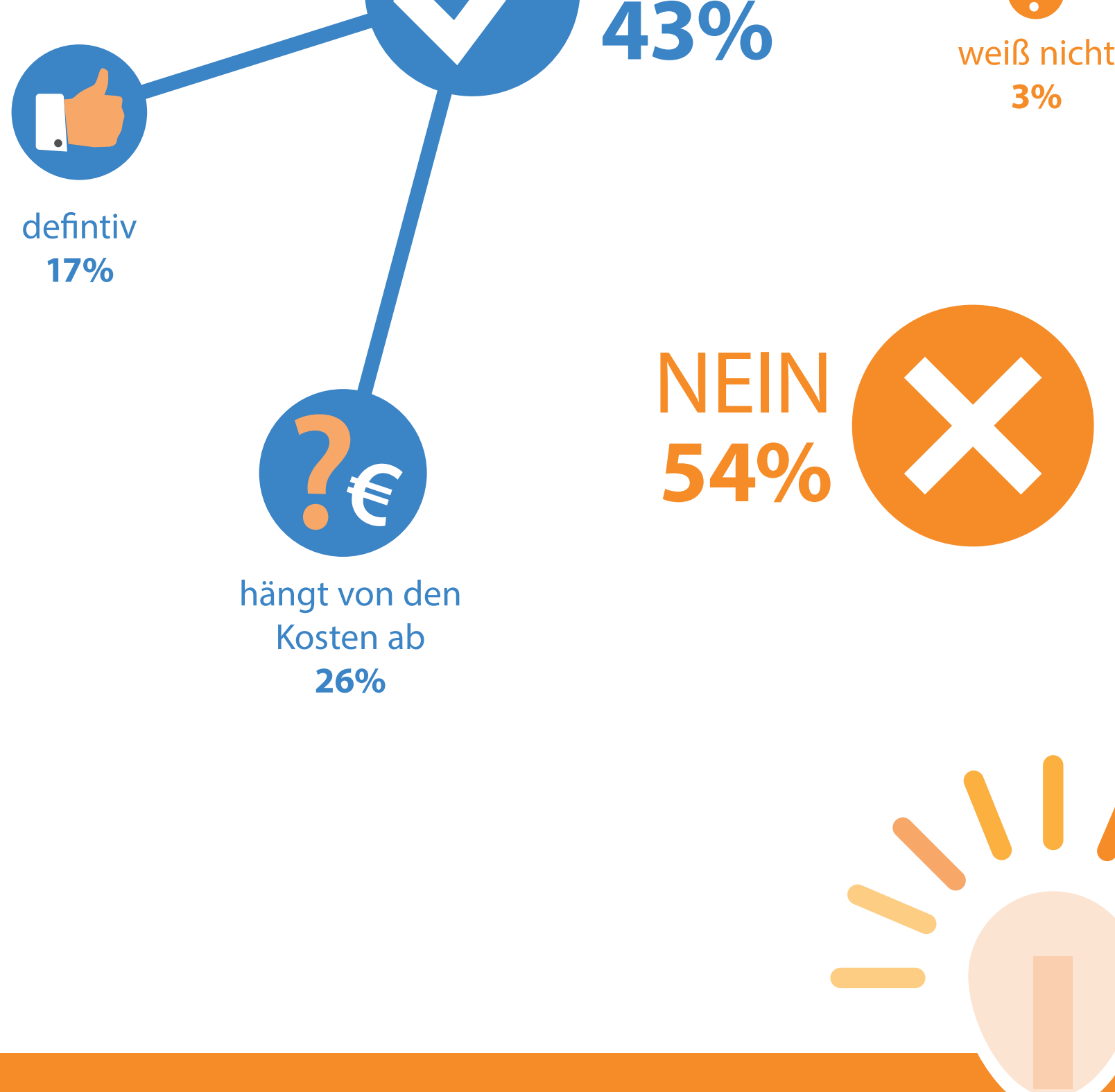
<sup>4</sup> Alle befragten Onlinehändler mit eigenem Onlineshop.

## Wer hat den Onlineshop hauptsächlich eingerichtet?<sup>5</sup>



<sup>5</sup> Alle befragten Onlinehändler mit eigenem Onlineshop.

## Hätten Onlinehändler grundsätzlich Interesse an einer Internetadresse mit der Endung .shop?



### FAZIT:

Viele Onlinehändler verschenken Potenzial.

#### 1. Bei der Kundenbindung:

Zwei Drittel der Onlinehändler haben keinen eigenen Onlineshop. Dieser bringt aber die meisten Stammkunden.

#### 2. Beim Multi-Channel-Handel:

Marktplatzschnittstellen haben nur eine geringe Bedeutung. Sie sind aber wichtig, um mehrere Verkaufsplattformen effizient zu managen.