

e-KIX: Ostergeschäft verpufft bei deutschen Online-Händlern

✖ Die Auswertung des ECC-Konjunkturindex Handel für den Monat April zeigt: Das Ostergeschäft brachte Shopbetreibern kaum ein Umsatzplus. Das Gegenteil ist der Fall. Die deutschen Online-Händler sind mit dem April wenig zufrieden und blicken pessimistisch in die Zukunft.

Die Ergebnisse der e-KIX-Umfrage im April.

Freude kommt bei deutschen Online-Händlern nach dem Osterfest kaum auf. Das zeigen ECC Handel, Tradoria und Trusted Shops im aktuellen e-KIX. Der e-KIX bildet auf Monatsebene zum einen die aktuelle Geschäftssituation des Online-Handels ab und gibt zum anderen eine Vorschau darauf, wie die Shopbetreiber die Entwicklung bis zum Jahresende einschätzen.

So liegt der Index-Wert für die aktuelle Lage bei 94,3 Punkten. Das sind 5,7 Punkte unter dem Mittelwert von 100. Zum Vergleich: Ende Dezember erreichte der Index einen Wert von 125,7 Punkten.

Auch für die Zukunft sehen viele Shopbetreiber schwarz: Der Erwartungsindex hat im April 2011 seinen Tiefstand von 92,9 Punkten erreicht.



Kein Interesse an Social Media

Jede e-KIX-Umfrage beinhaltet zudem eine Frage mit allgemeinem Branchenbezug. Diesmal wollten die Studienautoren wissen, ob die Shopbetreiber Social Media Monitoring betreiben. Die Antwort ist mehr als deutlich: Über 50 Prozent der befragten Online-Händler sehen darin keine Notwendigkeit.

Aber ein positiver Trend zeichnet sich ab. Etwas mehr als 25 Prozent betreiben regelmäßig oder unregelmäßig Social Media Monitoring. 16,9 Prozent planen dies zu tun.



Social Media Monitoring wird in Zukunft für Unternehmen auch außerhalb des Online-Handels immer wichtiger. Die persönlichen Netzwerke in den Industrienationen wachsen künftig durch die sozialen Medien wie Facebook oder Twitter rasant an. Zudem wird ein Teil der Kommunikation in diesen Netzwerken in den sozialen Medien stattfinden.

Dies bedeutet, dass sich die Internetnutzer auch über ihre Erfahrungen beim Online-Shopping austauschen und somit zu starken Multiplikatoren einer Marke werden. Wer wissen möchte, wie in den sozialen Medien über ihn geredet wird, sollte sich mit dem Thema Social Media Monitoring beschäftigen.