

Studie E-Fashion 2011: 120 Fashion-Online-Shops getestet

Die Studie "E-Fashion 2011: Erfolgsfaktoren von Fashion-Online-Shops" untersuchte zum zweiten Mal über 120 Mode-Shops nach ihrer Wettbewerbsfähigkeit und Qualität von Online-Aktivitäten. Erstmals wurden auch Social Media und Mobile getestet.

Das sind die Top-Modeshops 2011

Die von der Beratungsgesellschaft MEDIA ECONOMICS durchgeführte Studie „E-Fashion 2011: Erfolgsfaktoren von Fashion-Online-Shops“ hat erneut Online-Modeshops von Grund auf untersucht. Angefangen von Produktbeschreibung und -visualisierung, über den gesamten Check-Out-Prozess hinweg bis hin zum Kundenservice wurden die Fashion-Online-Shops auf Herz und Nieren geprüft. Neu hinzugekommen sind Analysen zu Aktivitäten auf Facebook, Twitter und YouTube sowie Untersuchungen zu Anwendungen der Online-Modemarken auf Smartphones und Tablets.

In den Top Ten des Gesamtrankings befinden sich weiterhin die Online-Shops von Promod, Tommy Hilfiger, Puma, reFashion (Otto-Gruppe), Haburi, Planet Sports sowie Elegance. In Punkto Usability konnte 7trends auftrumpfen. Asos siegte vor Hugo Boss und Zalando im Social Media-Ranking. Otto führt das Ranking der Mobile-Analyse an. Welche Fashion-Shops noch zu den Gewinnern gehören, ist in der kompletten Studie nachlesbar, die bei Media Economics erworben werden kann.

Auf der Grundlage von mehr als 90 gewichteten Vergleichsfaktoren wurden Punkte vergeben, die mittels Scoring-Verfahren zu Endergebnissen sowohl in einer Gesamtrangliste (über alle Untersuchungskriterien hinweg) als auch in einzelnen Kategorien führten. Die 120 untersuchten Fashion-Online-Shops, die sowohl aus Hersteller- als auch aus Händlershops bestehen, lassen sich in vier Untergruppen einteilen:



Bei den untersuchten Unternehmen handelt es sich zu 77% um Modeunternehmen, die im Multikanal-Modus (zumeist stationär und online) vertreiben und zu 23% um pure Online-Player.