

Mode-Online-Shops: Wie gut sie wirklich sind!

☒ Wie gut sind Online-Shops aus dem Modesortiment im Markt wirklich aufgestellt? Dazu hat der E-Commerce-Dienstleister Shopmacher die 100 größten Textileinzelhändler Deutschlands nach vielen unterschiedlichen Kategorien unter die Lupe genommen.

Wie gut aufgestellt sind Textilhändler im Mobile-Commerce, beim Multichannel, dem Cross- und Upselling sowie dem Kundenservice? Untersucht wurden die Online-Angebote der 100 größten Textileinzelhändler Deutschlands. Hier die interessantesten Ergebnisse der Shopmacher-Analyse:

Mobile Commerce

Gerade einmal **51 Prozent der Shops sind für die Nutzung auf mobilen Endgeräten optimiert**. Unabhängig davon, ob nun wirklich von unterwegs gekauft wird oder der Kunde in Wirklichkeit mit seinem Tablet auf dem heimischen Sofa sitzt, ist es im Hinblick auf eine nachhaltige Geschäftsentwicklung fahrlässig heute auf eine mobile Shop-Variante zu verzichten.

Ob dies durch eine App, eine mobile Webseite oder eine Responsive Site umgesetzt wird, muss jeder Händler für sich entscheiden. Die Vor- und Nachteile der einzelnen Lösungen hat unser Mobile-Experte Alexander Legge hier im Blog beschrieben.

Cross- und Upselling

Eigentlich zählen Cross- und Upselling-Funktionen zur Grundausstattung vieler Shopsoftware-Lösungen. Insoweit ist es nicht nachzuvollziehen, warum laut Studie lediglich **51 Prozent der Web-Shops den Kunden Zubehörartikel präsentieren**, die zum ausgewählten Produkt passen.

Auch bei den Empfehlungsfunktionen besteht Nachholbedarf. **Produktbewertungen stehen nur bei 33,6 Prozent der Online-Shops zur Verfügung**. Dabei sind Produktbewertungen für Shopbetreiber ein Muss. Sie steigern nicht nur signifikant die Kaufbereitschaft sondern sind ausweislich der Retouren-Forscher der Universität Jena ein **absoluter Retourenkiller**.

Multichannel

Hier lassen wir eine kurze Infografik sprechen, die die wesentlichen Inhalte zum Thema Multichannel zusammenfasst.



Kundenservice

Zunächst haben sich die Studienautoren damit beschäftigt, wer Versand- und Rücksendekosten beim Kauf zu tragen hat. Die Ergebnisse verwundern nicht. Die **Versandkosten zahlt mehrheitlich der Kunde**. Nur jeder fünfte Online-Händler erhebt keine Versandkosten. Bei den **Rücksendekosten hat sich die kostenlose Retoure durchgesetzt**.



Weitere Ergebnisse aus dem Bereich Service:

Ratenzahlung ist bei 22 Prozent der Mode-Online-Shops möglich

Rechnungskauf wird von 76 Prozent der Online-Shops angeboten. Kreditkarten akzeptieren 97 Prozent und 80 Prozent haben PayPal eingebunden

Fast **73 Prozent der Mode-Online-Shops verfügen über Gütesiegel**, um das Vertrauen in den Shop erfolgreich zu steigern. Es dominieren mit 64 Prozent das Siegel von **Trusted Shops** und des **EHI Retail Institute**.