

demandware
move faster, grow faster

Passende E-Commerce
Lösungen für Modeshops.

+49-89-12189-8001
info@demandware.de
www.demandware.de

97%
kaufen nicht.

Wir ändern das:
Web Arts ist Deutschlands führender Conversion-Optimierer. Mehr Infos > web-arts.com

hybris software
THE FUTURE OF COMMERCE

TOP 20 MODESHOPS

E-Commerce Umsatz Deutschland in Mio. Euro

- www.esprit.de 297,5
- www.hm.com/de 264,1
- www.c-und-a.com/de/de/shop 258,8
- www.zalando.de 195,3
- www.brands4friends.de 173,7
- www.heine.de 151,5
- www.walbusch.de 120,5
- www.soliver.de 96,3
- www.limango.de 86,0
- www.dress-for-less.de 80,5
- www.planet-sports.de 73,6
- www.vente-privee.com 63,0
- www.mirapodo.de 51,9
- www.sheego.de 48,2
- www.landsend.de 33,5
- www.schuhtempel24.de 33,1
- www.imwalking.de 33,0
- www.stylebop.de 32,8
- www.goertz.de 31,8
- www.vertbaued.de 31,1

MODE-AFFINE ANGBOTE

Rang	Mode Affinitätsindex	Brutto Reichweite (Kontakte in Mio.)
1.	erdbeerlounge.de	119 25,57
2.	RTL2.de	118 50,21
3.	QMNetwork.de	118 8,40
4.	songtexte.de	117 7,80
5.	BRIGITTE.de	117 84,26
6.	PromiFlash	117 45,05
7.	sixx	117 18,94
8.	NetMoms	117 10,61
9.	Womenweb	116 9,37
10.	WORLDS OF FOOD	116 15,52
11.	CinemaxX.de	116 7,71
12.	paradisi.de	116 3,58
13.	Spieletipps.de	116 38,26
14.	Moviepilot	115 8,32
15.	goFeminin.de	115 48,14
16.	MGO's its4families	115 26,62
17.	Urbia- We are family!	115 28,57
18.	amicella	115 12,81
19.	Glam Vertical	115 113,71
20.	ProSieben.de	114 66,09

ONLINE-PRODUKTAFFINITÄT DEUTSCHER SURFER FÜR...

Interesse	Suche	Kauf
43,4%	39,1%	25,0%
43,0%	39,9%	28,3%
54,9%	47,1%	27,7%

Online-Potenzial: Herrenbekleidung

Online-Potenzial: Damenbekleidung

Online-Potenzial: Schuhe

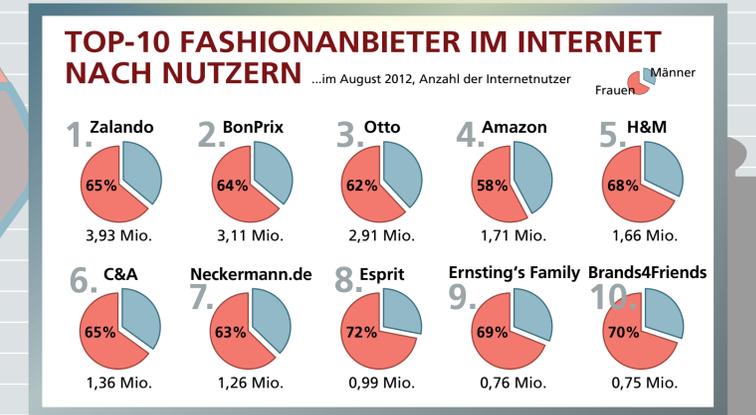
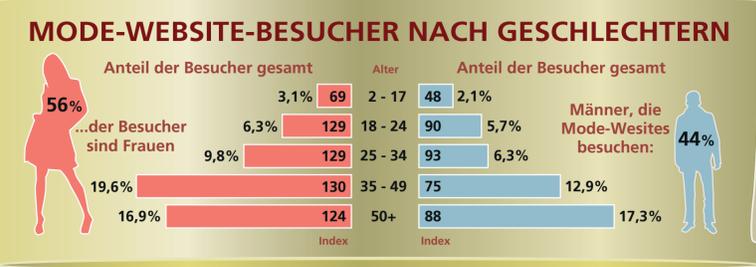
@iBusiness ONLINE-2013 MODEMARKT

KAUFHÄUFIGKEIT IM DEUTSCHEN E-COMMERCE-BEREICH MODE

- 12,6% ein- bis zweimal im Jahr
- 12,3% mehrmals im Monat
- 21,2% einmal im Monat
- 25,2% alle zwei Monate
- 72% ONLINE-NUTZER HABEN SCHON MODE IM NETZ GEKAUFT
- 26,4% drei- bis viermal im Monat

MARKTANTEIL AM LEDERWARENMARKT

Fachhandel 90%
Online 10%

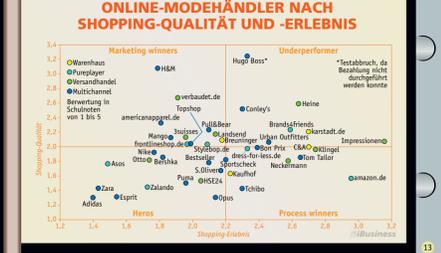


DIE GRÖSSTEN ONLINE-MODEVERMARKTER

Vermarkter	Rang	Mode-Affinität (Affinitäts-Index, n=100)
TOMORROW FOCUS MEDIA	1.	23,79
InteractiveMedia CCSP	2.	21,78
United Internet Media	3.	21,14
Axel Springer Media Impact	4.	20,89
eBay Advertising Group	5.	19,77
IP Deutschland	6.	19,60
SevenOne Media	7.	19,56
Ströer Interactive	8.	17,62
OMS	9.	17,49
G+J Electronic Media Sales	10.	16,49
Yahoo! Deutschland	11.	15,36
ad pepper media	12.	13,16
iq digital	13.	13,22
freeXmedia	14.	11,76
SPIEGEL QC	15.	11,51
Hi-Media Deutschland	16.	11,61
Glam Media	17.	9,07
Unister Media	18.	7,79
Microsoft Advertising	19.	7,78
Urban Media	20.	7,19

26%
DURCHSCHNITTliche RETOURENQUOTE BEKLEIDUNG

Durchschnittliche Retourenkosten: 7,39 Euro



ANTEIL ONLINE-HANDEL...

...am gesamten Einzelhandel: 9,2%

...am Bekleidungs-handel: 6,3%

ABER...
...Onlineanteil an Modewerbung liegt bei nur 4,0%



KOMBINIERTE SEO/SEA-PERFORMANCE DER TOP-WERBETREIBENDEN

Top-Werbetreibende im Bereich: Mode

Kombinierte SEO/SEA-Performance der Top-Werbetreibenden: Das Ranking der SEO/SEA-aktiven Werbetreibenden beruht auf der Auswertung von mehr als 38 Millionen Werbeanzeigen und 2,2 Milliarden Suchergebnissen durch Dienstleister Xamine. Aufgenommen wurden Unternehmen, die sowohl durch SEO- als auch durch SEA-Aktivitäten unter das Top-100-Ranking gelangten.

SEA-Rang: Durchschnittliche Position der Suchanzeigen innerhalb der Branche, sowie Hochrechnung des Traffic-Aufkommens
SEO-Rang: Durchschnittliche Position im Natural Search sowie Hochrechnung des Such-Traffic
Kreisläufe: Prozentuale Abdeckung der Suchanzeigen in der relevanten Keyword-Wölke
Durchschnittliche Position der Suchanzeigen:
Oben (1-3), Durchschnittlich (4-6), Unten (7-11)

In Zusammenarbeit mit **XAMINE**

@iBusiness
Zukunftsforschung für Interaktives Business

AGOF
Retail Institute

Einzelpreis 10,- €, Onlinebestellung portofrei auf www.ibusiness.de/shop

Dieses Poster zum Ausdrucken für die Pinwand in A3 oder A4: www.ibusiness.de/poster

www.123-Bildbearbeitung.de
Profı-Service für Ihren Online-Shop!

3 Freisteller gratis, jetzt kostenlos testen!
Ihr Gutscheincod: **iBusiness2013**

Freisteller, Ghostmodel, Schatten & Reflexion

123
Bildbearbeitung
schnell | einfach | günstig

1 Umsatz 2011, ohne Generalisten und andere Shops mit Mode-Sortiment; Quelle: EHI/Statista (Business-Shopping 2012)
2 Quelle: AGOF Internet facts 2012-12; Bin (sehr) interessiert: Damenbekleidung ODER Schuhe; (72.409 Fälle; 36,58 Mio.); Affinitäts: Angabe in Affinitäts-Index, mit mindestens >3% Netto-Reichweite in der Zielgruppe; Brutto-Reichweite: Angabe Kontakte in Mio.
3 Quelle: AGOF Internet facts 2012-12; Basis: 101.316 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate = WKN); 50,84 Mio.; „An welchen der folgenden Produkte sind Sie (sehr) interessiert?“ ... „Zwischen der folgenden Produkte haben Sie schon einmal Informationen im Internet gesucht?“ ... „Haben Sie in den letzten 12 Monaten folgende Produkte über das Internet gekauft?“; Quelle: AGOF e.V. / Internet facts 2012-12
4 Basis: 304 < n <= 1.672; Werte unter 4,0% nicht ausgewiesen; Quelle: Erfolgsfaktoren im E-Commerce - Deutschlands Top-Online-Shops, ECC-Studie, 2013
5 Basis: n = 10.090; Quelle: Erfolgsfaktoren im E-Commerce - Deutschlands Top-Online-Shops, ECC-Studie, 2013
6 Bundesverband des Deutschen Lederwareneinzelhandels (BLE), 2011; Quelle: BLE, Statistisches Bundesamt, Typologie der Wünsche 2012 - EHI/Statista
7 Quelle: Nielsen NetView, Home & Work Panel, August 2012
8 Quelle: Nielsen NetView, Home & Work Panel, August 2012; Nielsen Werbestatistik
9 Quelle: IFH Köln
10 Ranking der AGOF Vermarkter, Internet facts 2012-12; Grundlage sind jeweils die in der AGOF gemessenen Angebote aus dem jeweiligen Portfolio des Vermarkters, Darstellung 20 von 64 Vermarktern. Netto-Reichweite: Angaben in Mio. Unique User für den durchschnittlichen Monat im Drei-Monatszeitraum (04-Dez 2012); Basis: 101.316 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate); Affinitäts: Angabe in Affinitäts-Index; Zeitraum: Durchschnittlicher Monat im Drei-Monatszeitraum (04-Dez 2012); Zielgruppe: Bin (sehr) interessiert: Damenbekleidung ODER Herrenbekleidung ODER Schuhe (72.409 Fälle - 72,0% - 36,58 Mio.); Affinitäts-Index: Anteil der Zielgruppe an den Nutzerschaft eines Angebots im Verhältnis zum Anteil dieser Zielgruppe an der AGOF Grundgesamtheit. Quelle: AGOF, Internet facts 2012-12
11 Quelle: Ibi Research
12 Quelle: Forschungsgruppe Retourenmanagement Uni Bamberg
13 Quelle: Retailing University
14 Quelle: Statistisches Bundesamt, VUMA, EHI und Statista Analyse: AGOF facts & figures „Mode & Schuhe“, AGOF e.V., Februar 2013
15 Quelle: IFH Retail Consultants, 2012