

Die kundenorientiertesten Internetseiten 2015

04.02.2015, 18:52 | Handel, Wirtschaft, Finanzen, Banken & Versicherungen

Pressemitteilung von: *ServiceValue GmbH*

Internetauftritt von über 300 Online-Shops analysiert

Um als Unternehmen das Potenzial im Internet voll nutzen zu können, sollte die eigene Homepage nicht nur gut auffindbar, sondern auch in ihrer Kundenorientierung überzeugen. ServiceValue bewertet jährlich die Internetseiten von Unternehmen in verschiedenen Kategorien und anhand eines differenzierten Prüfkatalogs. Bei den „Online-Shops“ erzielen jak-o.de, otto.de und tausendkind.de die besten Bewertungen für ihren kundenorientierten Internetauftritt.

Dies zeigt die aktuelle Untersuchung „Kundenorientierte Internetseiten“ für die Kategorie „Online-Shops“. Über 300 Anbieter aus 29 unterschiedlichen Kaufsegmenten wurden analysiert. Anhand des 7-K-Modells aus der Customer Value Forschung der Universität St. Gallen, Schweiz, erfolgt die Begutachtung über 37 verschiedene Teilkriterien und 21 Prüfkriterien. Zusammengefasst auf sieben K-Dimensionen werden die Ergebnisse zur Bestimmung der Kundenorientierung in den sog. COWS („customer oriented website score“) skaliert und in ein Rating überführt. Dabei erhalten Internetauftritte, deren COWS 90 oder mehr Indexpunkte (von max. 100) beträgt, das Prädikat Gold. Die besten Internetseiten / URLs eines Kaufsegmentes gelten als best practice und werden als Segmentgewinner ausgewiesen.

Die kundenorientiertesten Internetseiten in den untersuchten Kaufsegmenten der Kategorie „Online-Shops“:

Kaufsegment | Segmentgewinner

Accessoires ohne Schmuck: www.fashionette.de

Auto und Motorrad, inkl. Zubehör: www.louis.de

Bekleidung, Textilien, Schuhe: www.mirapodo.de

Blumen: www.valentins.de

Bürobedarf: www.engelbert-strauss.de

Computer, Unterhaltungselektronik, Handys, Zubehör: www.logitech.com/de-de

Digitale Medien: buy.norton.com

Do it yourself: www.hagebau.de

Drogerieartikel, Kosmetik: www.douglas.de

Foto, Druck, Book-on-Demand: www.pixum.de

Gartenbedarf: www.poetschke.de

Generalist: www.jako-o.de

Haushaltswaren, Haushaltsgeräte: www.3pagen.de

Haustechnik: www.jalousiescout.de

Hobby-, Sammel- und Freizeitartikel: www.weddix.de

Koffer, Taschen, Lederwaren: www.koffer-arena.de

Lebensmittel: www.gefro.de

Medien: www.hugendubel.de

Medikamente: www.aponeo.de

Möbel, Dekorationsartikel: www.fashionforhome.de

Optiker: www.misterspex.de

Outdoor: www.globetrotter.de

Schmuck, Uhren: www.christ.de

Spielwaren, Baby: www.tausendkind.de

Sportartikel: www.runnerspoint.de

Sportartikel - Fahrrad: www.fahrrad.de

Sportartikel - Tennis: www.tennis-point.de

Telekommunikation: www.placetal.de/shop

Tierbedarf: www.loesdau.de

(Die Auflistung ist alphabetisch nach Kaufsegmenten sortiert)

Die Gesamtliste aller untersuchten Anbieter, unabhängig vom jeweiligen Kaufsegment, wird von jako-o.de (COWS = 98,2), einem Versandhändler für alle möglichen Kinderartikel, angeführt, dicht gefolgt von otto.de (98,0) und tausendkind.de (96,6). Ebenfalls einen COWS von über 96,0 weisen mirapodo.de, valentins.de, logitech.com/de-de, hagebau.de, vbs-hobby.com, fahrrad.de und placetal.de/shop auf.

„Dass ausgerechnet die Generalisten und nicht etwa auf ein Kaufsegment spezialisierte Online-Shops in der Kundenorientierung überzeugen, ist auf den ersten Blick vielleicht überraschend“, kommentiert Dr. Claus Dethloff, Geschäftsführer der ServiceValue GmbH, „doch gerade die Herausforderung, eine riesige Vielfalt unterschiedlichster Produkte sinnvoll zu klassifizieren, übersichtlich darzustellen und erfolgreich anzubieten, bedarf einer besonderen Sensibilität für die unterschiedlichsten Kundenbedürfnisse“.

Hintergrundinformationen

Die Untersuchung „Kundenorientierte Internetseiten“ wird in Kooperation mit DIE WELT durchgeführt. Die kundenorientiertesten Internetseiten / Unternehmen weisen einen COWS von über 90 auf und werden mit dem Prädikat „Gold“ versehen. Die besten URLs / Unternehmen innerhalb eines Kaufsegmentes werden separat ausgewiesen. Die Definition und Einteilung der Kaufsegmente erfolgt anhand der Zuordnungen des EHI Retail Institute. Das konkrete Prüfverfahren sowie das komplette Rating für die Kategorie „Online-Shops“ finden Sie unter:

www.kundenorientierte-website.de

Portrait

ServiceValue ist eine auf Servicequalität und Relationship Management spezialisierte Analyse- und Beratungsgesellschaft aus Köln, gegründet 2009. Sie schafft Werte, indem sie analytisch und betriebswirtschaftlich den Zusammenhang zwischen Kunde, Mitarbeiter oder Partner und dem Unternehmen aufdeckt, misst und erklärt. Eine besondere Bedeutung kommt dabei der optimalen Gestaltung der Servicequalität in alle Richtungen zu.

Die Kernleistungen finden sich in der Beratung, Marktforschung sowie Personal- und Organisationsentwicklung wieder. Zudem führt ServiceValue regelmäßig Benchmarkstudien durch und erstellt Service Ratings.

News-ID: 837722 • Views: 1077 (Stand: 02.08.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/837722/Die-kundenorientiertesten-Internetseiten-2015.html>