

TOP SHOPS 2013

DEUTSCHLANDS BESTE MODEHÄNDLER
Online/Katalog

Konzept & Markt GmbH
Bischof-Blum-Platz 2
65366 Geisenheim

+ 49 (0) 6722 75034 10
www.konzept-und-markt.com

Repräsentative Online-Befragung

Eine Gemeinschaftsstudie von:
Konzept & Markt GmbH in Kooperation
mit der TextilWirtschaft

August 2013



KONZEPT & MARKT

TextilWirtschaft
NEWS | FASHION | BUSINESS



Vorwort

Mit der Studie „Top Shops 2013“ analysieren die TextilWirtschaft und Konzept & Markt zum dritten Mal umfassend die Stärken und Schwächen des deutschen Bekleidungshandels aus Verbrauchersicht. Neu ist hierbei die explizite Betrachtung des **Distanzhandels**, also der Katalog- und Online-Shops.

Die Studie ermittelt dabei vor allem:

- die Zufriedenheit der privaten Kunden mit den Leistungen der Distanzhändler,
- die Markenstärke und die Performance im Markentrichter,
- die wahrgenommenen Images und deren Treiberwirkung für den Unternehmenserfolg.

Hierzu wurden 4.000 repräsentativ ausgewählte Modekäufer online befragt, die den Einkauf bei Online-Shops oder Katalogversendern bevorzugen.

Vor dem Hintergrund der aktuellen wirtschaftlichen Situation und der zunehmenden Globalisierung im Handel liefert diese Studie Händlern sowie Produzenten wichtige und umfassende Informationen und Benchmarks. Und dies vor dem Hintergrund, dass der Verbraucher immer multioptionaler handelt und Multichannel-Vertriebsformen längst etabliert sind. Auch kleinere regionale Händler, die in der Studie nicht erwähnt werden, profitieren von den Ergebnissen, da sie die spezifischen Stärken und Schwächen ihrer überregionalen Wettbewerber in kompakter Form analysieren können.

Inhaltsverzeichnis

	Seite
1 Multichannel beim Modekauf	4
2 Erfolgskennziffern: Von der Bekanntheit zum Top-Händler	19
3 Markentrichter und Markenstärke	41
4 Idealprofil: Die Anforderungen der Kunden	49
5 Image der Distanzhändler	56
5.1 Waren- und Sortimentsleistung	59
5.2 Preis-Leistung	68
5.3 Kommunikation	73
5.4 Service	78
5.5 Website	85
5.6 Erfolgsindex über die relevanten Leistungskategorien	95
5.7 Sortimentskompetenz	98
5.8 Katalog	108
5.9 Verantwortung	115
6 Käufertypologie	122
7 Leistungsprofile der Distanzhändler	133
8 Untersuchungsdesign	258

8 Untersuchungsdesign

Konzeption:	Konzept & Markt GmbH, Bischof-Blum-Platz 2, 65366 Geisenheim/Rheingau TextilWirtschaft, Mainzer Landstraße 251, 60326 Frankfurt am Main
Realisierung:	Konzept & Markt GmbH
Grundgesamtheit:	Deutschsprachige Personen im Alter von 16 bis 79 Jahren
Betrachtete Handelsunternehmen:	Es wurden nur die Leistungen von Distanzhandelsunternehmen abgefragt, die mindestens eine Käuferreichweite von 2% erzielen
Art der Stichprobe:	Repräsentative Bevölkerungsbefragung (Zufallsauswahl)
Stichprobe:	n=4.011 Befragte Männer n=1.838; Frauen n=2.173 16-29 Jahre n=1.145; 30-49 Jahre n=1.644; 50+ Jahre n=1.222
Zielperson:	Personen, die selbst Bekleidung für sich kaufen und den Online- oder Katalogversandhandel für den Modekauf bevorzugen
Feldarbeit:	Mai / Juni 2013
Erhebungsmethode:	Online-Befragung anhand eines strukturierten Fragebogens

Ihr Konzept & Markt - Serviceteam



Senior-Projektmanager

☎ +49 (0) 6722 750 34 11
✉ franzen@
konzept-und-markt.com



Senior-Projektmanager

☎ +49 (0) 6722 750 34 12
✉ fuchs@
konzept-und-markt.com



Projektmanagerin

☎ +49 (0) 6722 750 34 16
✉ grumm@
konzept-und-markt.com