

Pressemitteilung

Hamburg, 2. Dezember 2013

Fünf Unternehmen der Otto Group unter den Top Ten der besten Online-Shops

Die Verbraucher wählten fünf Marken unter die besten Online-Shops Deutschlands. Das belegt die repräsentative Studie „Top Shops 2013“ der Fachzeitschrift Textilwirtschaft. Den ersten Rang der besten Online-Shops für Mode nimmt Heine ein, auf weiteren Rängen folgen Schwab, Baur, Bonprix und OTTO.

Eine repräsentative Umfrage unter 4.000 Online-Käufern hat ergeben, dass Heine in Summe die besten Leistungen für die Kunden bietet. Es folgen die Online-Shops von Schwab auf Rang 5, Baur auf Rang 6, Bonprix auf Rang 7 und OTTO auf Rang 8. Bekannte Online-Shops wie Amazon, Zalando oder Tchibo folgen auf mittleren Rängen. „Wir freuen uns sehr, dass die Kunden den großen Service und das ausgewählte Mode-Sortiment unserer Unternehmen schätzen“, sagt Dr. Rainer Hillebrand, Konzern-Vorstand Konzernstrategie, E-Commerce und Business Intelligence. „Diese Qualitätsmerkmale sind für die Kunden vermutlich wichtiger als nur lautstarkes Marketing.“

In der Unterkategorie der loyalsten Kunden belegen OTTO den Rang 1 und Bonprix den 3. Platz. „Diese gute Platzierung zeigt, wie gut es uns gelungen ist, unsere Kunden beim Übergang vom traditionellen Katalog-Geschäft in den E-Commerce mitzunehmen und für die neue Art des Shoppings zu begeistern“, freut sich Dr. Hillebrand über die gelungene Transformation.

Die Studie wurde von der Fachzeitschrift Textilwirtschaft in Kooperation mit dem Marktforschungs-Unternehmen Konzept & Markt zum dritten Mal erstellt. Erstmals wurde ermittelt, wie die Kunden der 28 bekanntesten Online-Shops den digitalen Modeeinkauf bewerten.

Otto Group · Unternehmenskommunikation · Wandsbeker Straße 3-7 · D-22172 Hamburg
Telefon +49 (0) 40 64 61 4010 · Fax +49 (0) 40 64 61 4490
www.ottogroup.com

Informationen zum Studiendesign finden Sie hier: http://www.konzept-und-markt.com/tl_files/PDFs/Studien%20Inhalt/Flyer%20Top%20Shops%202013%20Distanzhandel.pdf

Otto Group

1949 in Deutschland gegründet, ist die Otto Group heute eine weltweit agierende Handels- und Dienstleistungsgruppe mit rund 53.800 Mitarbeitern (Stand Februar 2013). Die Gruppe ist mit 123 wesentlichen Unternehmen in mehr als 20 Ländern Europas, Nord- und Südamerikas und Asiens präsent. Ihre Geschäftstätigkeit erstreckt sich auf die drei Segmente Multichannel-Einzelhandel, Finanzdienstleistungen und Service. Im Geschäftsjahr 2012/13 (28. Februar) erwirtschaftete die Otto Group einen Umsatz von 11,8 Milliarden Euro. Sie ist weltweit größter Online-Händler für Fashion und Lifestyle und weltweit zweitgrößter Online-Händler mit dem Endverbraucher (B2C). E-Commerce, Kataloggeschäft und der stationäre Einzelhandel bilden die drei Säulen des Multichannel-Einzelhandels der Otto Group. Weltweite Konzernaktivitäten und eine Vielzahl von strategischen Partnerschaften und Joint Ventures bieten Otto ausgezeichnete Voraussetzungen für Know-how-Transfer und die Nutzung von Synergiepotenzialen. Ein hohes Maß an Eigenverantwortlichkeit der Konzernunternehmen garantiert zugleich Flexibilität und Kundennähe sowie eine optimale Zielgruppenansprache in den jeweiligen Ländern.

Nähere Informationen zur Otto Group liegen im Internet unter www.ottogroup.com für Sie bereit.

Pressekontakt:

Thomas Voigt, Telefon: +49 (0) 40 6461-4010, Fax: -4490, E-Mail: thomas.voigt@ottogroup.com