

Statista GmbH • Johannes-Brahms-Platz 1 • 20355 Hamburg

Methodik

Top Shops 2020

1. Schritt: Longlist-Erstellung

- **6.512** Online-Shops (idealo-gelistete Shops + Top 1.000 Shops der E-Commerce-Studie 2019 + alle untersuchten Top Shops aus 2019)
- Reduktion um alle Marketplace-Anbieter (z.B. Amazon, Ebay, Rakuten), B2B-Shops und Shops mit fremdsprachigem Auftritt

2. Schritt: Shortlist-Erstellung

- Aus den verbleibenden **6.189** Shops wurden diejenigen aussortiert, die keine physischen Güter anboten, sondern nur digitale Güter im Repertoire hatten (Downloadanbieter wie z.B. Audible) oder den Fokus auf Abos oder Verträge (z. B. Telekommunikationsdienstleister) legten
- Für die verbleibenden 6.189 Shops wurde der Traffic erhoben
- In die Detailuntersuchung wurden anschließend alle Online-Shops, die eines der nachstehenden zwei Merkmale erfüllten, aufgenommen:
 - Unter den Gewinnern der Top Shops 2019 (zur Überprüfung, ob immer noch unter den Top Shops)
 - Shops mit einer gewissen Mindestreichweite (Traffic-stärkste Shops)

3. Detailuntersuchung

- Der Untersuchungskatalog umfasste die gleichen Kernthemen wie in den vergangenen Jahren. Insgesamt wurden **79 Merkmale** erhoben
- Es wurde dabei zwischen subjektiv (Einschätzungen zu Optik etc.) und objektiv (xxx ist auf der Website vorhanden) zu erhebenden Merkmalen unterschieden
- die objektiven Merkmale wurden von 15 unabhängigen Testern überprüft
- Online-Panelisten bewerteten die subjektiven Merkmale zu Start- und Produktseite jeder Website. Durchschnittlich wurde so jede Start- und Produktseite der relevanten Online-Shops 17-mal bewertet

4. Fun Facts

- 15 unabhängige Tester
- 112.891 Prüfpunkte
- Durchschnittlich 17 Bewertungen der Online-Shopper je Online-Shop
- 1.429 Screenshots für die Online-Umfrage
- 550 Stunden für Teststufe 2 und 3