

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

Methodik

Top Shops 2021

1. Schritt : Longlist-Erstellung

- **7.629** Online-Shops (idealo-gelistete Shops + Top 1.000 Shops der E-Commerce-Studie 2020 + alle untersuchten Top Shops aus 2020 und Trend Shops 2021)
- Reduktion um alle Marketplace-Anbieter (z.B. Ebay, Rakuten), B2B-Shops und Shops mit rein fremdsprachigem Auftritt

2. Schritt : Shortlist-Erstellung

- Aus den verbleibenden **7.017** 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 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 2020 (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 in der Erhebung zwischen subjektiven Merkmalen (Einschätzung des Shops durch Befragte in Bezug auf Optik, Übersichtlichkeit etc.) und objektiven Merkmalen (Überprüfung, ob Lieferdauer, Übersicht der Zahlungsmethoden etc. auf der Website angegeben sind) 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
- 111.153 Prüfpunkte
- Durchschnittlich 17 Bewertungen der Online-Shopper je Online-Shop
- 1.407 Screenshots für die Online-Umfrage
- 542 Stunden für Test Stufe 2 und 3