

Sheego gewinnt "Best of Show"

Im Rahmen eines glanzvollen Gala-Dinners wurde gestern Abend der Shop-Award 2016 von INTERNET WORLD Business verliehen. 24 Shops durften sich über eine der begehrten Auszeichnungen freuen.



(Quelle: Foto Vogt)

Ehre, wem Ehre gebührt: Als das Moderatoren-Team Daniela Zimmer und Marcus Diekmann die Bühne des Münchner GOP-Variété-Theaters betrat, um die feierliche Verleihung des Shop-Award 2016 zu eröffnen, herrschte gespannte Stille unter den rund 250 geladenen Größen aus E-Commerce und Online-Marketing. Vor allem die Vertreter der 34 **Shortlist**-Kandidaten fieberten mit, wer die

Siegertrophäe nach Hause nehmen darf.

Der Gesamtsieg nach Punkten ging an einen alten Shop-Award-Bekannten: - Sheego, die Große-Größen-Tochter von Otto, hat in den letzten Jahren den Wandel zum Markenhersteller erfolgreich vollzogen und punktet nicht nur mit einem einheitlichen Markenerlebnis, sondern auch mit viel Inspiration und gutem Service. Die Belohnung für die Mühen: der Sonderpreis „Best of Show“ beim Shop-Award 2016. Trotz des uneingeschränkten Jury-Lobes zeigte sich der Preisträger reichlich überrascht. "Wir hatten nicht mit dem Preis gerechnet, der Markt ist ja sehr eng und die Konkurrenz stark", so Anastasia Lazaridou, Abteilungsleitung Shopmanagement bei Sheego. Besonders gelobt wurde Sheego für seine Kundennähe. "Darauf sind wir sehr stolz", so Lazaridou. "Wir arbeiten hart daran, unserer Kundin zeigen zu können, was sie braucht - nicht, was wir denken, dass sie braucht. Im nächsten Jahr wollen wir dafür unsere Offline-Online-Verknüpfung weiter verbessern."

Alte Bekannte und neue Größen

Den Shop-Award für den besten Online-Pureplayer nahm wenig überraschend Zalando mit nach Hause, vor dem deutschen Shop des britischen Weißwaren-Versenders AO sowie dem Collins-Projekt Edited und dem punktgleichen Keller-Sports auf Rang 3.

Enger lief das Rennen um die Auszeichnung für den besten Multichannel-Händler, bei dem letztlich Rewe mit seinem ausgefeiltes Lieferkonzept und seinen Experimenten mit Verticals wie Weinfreunde.de die Nase vorn behielt. "Für Rewe ist der Online-Bereich extrem wichtig, nirgends investiert das Unternehmen mehr als in das Thema Digitale Transformation", so Dirk Hörig, CEO der Technologietochter commercetools. "Man will frühzeitig dabei sein, wenn sich das Einkaufsverhalten im Lebensmittelhandel nachhaltig ändert und in Richtung Online verschiebt. Deshalb baut Rewe Know-How auf und probiert auch viele Innovationen aus." Auf dem zweiten Platz fanden sich die Vorjahressieger Douglas und Deutsche See, dahinter E-Commerce-Spätzünder Euronics, der mit seiner überragenden Kanalverknüpfung punktete. In der Kategorie „Bester Markenshop“, die Gesamtsieger Sheego für sich entschied, fanden sich Comma und Reishunger auf den Plätzen, die sich gegen viele größere Marken durchgesetzt hatten, deren Online-Auftritt oft Mut und Überzeugung missen ließ.

Daran mangelte es wiederum den B2B-Shops nicht: In ihrer Kategorie verzeichnete die Redaktion gegenüber dem Vorjahr einen gewaltigen Quantitäts- und Qualitätssprung. Die besten von vielen sehr guten Bewerbern waren letztlich der sehr überraschte KFZ-Werkstattausrüster Normfest vor Watt24 und Vorjahressieger Rajapack - der gleich mal ankündigte, sich im nächsten Jahr im Kampf um den 1. Platz mit vielen neuen Features zurückzumelden.

Sheego gewinnt "Best of Show"

Responsiver Einheitsbrei

Auch in der Kategorie Mobile fiel der Jury die Entscheidung schwer, allerdings aus anderen Gründen: Hier gab es deutlich weniger Einreichungen, die sich noch dazu oft ähnelten wie ein Ei dem anderen. Drei Bewerber stachen aber doch aus dem responsiven Einheitsbrei heraus: Tochter About You landete dabei vor Mutter Otto und Breuniger.

Für die beste Produktpräsentation wurde devolo ausgezeichnet. Der IT-Hersteller beweist eindrucksvoll, wie man auch wenig bildstarke Produkte mit vielen Detailinformationen, Videos, FAQs und Testberichten kundenfreundlich in Szene setzen kann. Auch von CamforPro und Gourmetfleisch auf den Plätzen 2 und 3 könnten sich größere Shops eine Scheibe abschneiden.

In der Kategorie Innovation tat sich die Jury schwer: Unter den Einreichern fand sich in diesem Jahr nur wenig wirklich bahnbrechend Neues. Den Pokal nach Hause nehmen durfte letztlich Schuhe.de; der Online-Shop der Verbundgruppe ANWR schafft das Kunststück, über 5.000 stationäre Schuhhändler unter einem Dach zu vereinen. Für die zauberhaften handgenähten Stofftiere nach Kinderzeichnungen von Ella & Paul gab es unter enthusiastischem Applaus aus dem Podium Platz 2, der Local Commerce-Ansatz von SugarTrends wurde mit dem dritten Platz belohnt.

Shop-Award 2016: Die Sieger in der Übersicht

Best of Show: Sheego

Bester Online-Pure-Player

1. Zalando
2. AO
3. Edited
3. Keller-Sports

Bester Multichannel-Anbieter

1. Rewe
2. Douglas
2. Deutsche See
3. Euronics

Bester Markenshop

1. Sheego
2. Comma
3. Reishunger

Bester B2B-Shop

1. Normfest
2. Watt24
3. Rajapack

Bester Mobile-Shop

1. Aboutyou
2. Otto
3. Breuninger

Bester Produktpräsentation

1. Devolo
2. Camforpro
3. Gourmetfleisch

Innovation

1. Schuhe.de
2. Ellapaul
3. Sugartrends.com