

Die besten Shops Deutschlands

Im Rahmen einer glanzvollen Gala wurden am Vorabend der Internet World 24 Preisträger mit dem Shop-Award 2016 ausgezeichnet

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 Siegestrophäe nach Hause nehmen darf.

Der Gesamtsieg nach Punkten ging an einen alten Shop-Award-Bekanntesten: 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.

Alte Bekannte und neue Größen

Auch in den anderen Kategorien fanden sich einige alte Bekannte, die bereits in den Vorjahren einen Shop-Award in Empfang nehmen durften: Zalando entschied – wenig überraschend – die Kategorie der Online-Pure-Player für sich, die Otto-

Tochter About You überzeugt die Jury mit ihrem Mobile-Konzept.

Zu den erfolgreichsten Neueinsteigern des Wettbewerbs zählt dagegen die Supermarktkette Rewe, die für ihr durchaus mutiges Multichannel-Konzept ausgezeichnet wurde. Besonders hart umkämpft war in diesem Jahr der Shop-Award für den besten B2B-Shop. Unter sehr vielen sehr guten Bewerbern wurde schließlich der Kfz-Werkstatt-Ausrüster Normfest geehrt. Die besten Produktpräsentationen lieferte Devolo ab. Für das innovativste Geschäftsmodell wurde Schuhe.de ausgezeichnet. ■



Kategorie 1: Bester Online-Pure-Player

1. Zalando.de



Betreiber: Zalando SE
Konzept, Design, Umsetzung: Inhouse
Shop-Software: Inhouse
Begründung: Zalando hat 2015 ein Jahr der Superlative hingelegt und nur ganz knapp die Umsatzmarke von drei Milliarden Euro verpasst. Aber nicht nur in Sachen fabelhaftem Umsatz geht

der Modeversender, der mittlerweile in 15 europäischen Märkten aktiv ist, in der Branche voran. Auch bei der Customer Experience setzt Zalando weiterhin Maßstäbe, unter anderem mit den Personal Feeds, die über alle Geräte hinweg synchron gehalten werden, oder dem neuen Curated-Shopping-Service Zalon.

2. AO.de



Betreiber: AO Deutschland Ltd.
Konzept, Design, Umsetzung: Inhouse
Shop-Software: k. A.
Begründung: AO strebt auf den deutschen Markt und punktet mit perfektem Kundenservice, vor allem in Sachen Logistik und Preistransparenz.

3. Edited.de



Betreiber: Edited GmbH
Konzept, Design, Umsetzung: Inhouse
Shop-Software: Inhouse
Begründung: Der Collins-Ableger Edited ist dank seiner ganz eigenen Bildsprache unverwechselbar. Auf die Zielgruppe zugeschnittener Content verbessert das Einkaufserlebnis.

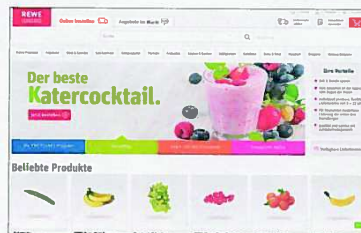
3. KellerSports.de



Betreiber: Keller Sports GmbH
Konzept, Design, Umsetzung: Inhouse
Shop-Software: Cobe / Inhouse
Shop-Software: Oxid
Begründung: Seit dem Relaunch im Sommer 2015 setzt der Shop voll auf emotionale Produktinszenierung, unterstützt von Beratungs-Tools.

Kategorie 2: Bester Multichannel-Anbieter

1. Rewe



Betreiber: Rewe Markt GmbH
Konzept, Design, Umsetzung: Inhouse
Shop-Software: Commercetools
Begründung: Rewe peitscht den deutschen Online-Lebensmittelmarkt vor sich her und bietet als einzige stationäre Supermarktkette ein wirklich überzeugendes Multichannel-Konzept. Der

Online-Shop überzeugt mit Design, Service und Inspiration, die kleinen Rewe-Lieferfahrzeuge gehören vielerorts bereits fest zum Stadtbild, gleichzeitig probiert das Unternehmen weiterhin fleißig Neues aus, zuletzt Selfservice-Abholstationen. Mit Beef.rewe.de verlängert das Unternehmen zudem die eigene Frischetheke. Vorbildhaft!

2. Deutsche See



Betreiber: Deutsche See GmbH
Konzept, Design, Umsetzung: Inhouse
Shop-Software: Shopware
Begründung: Schöner als im Webshop von Deutsche See kann Fisch nicht inszeniert werden. Bestellungen können geliefert oder in der Filiale abgeholt werden.

2. Douglas



Betreiber: Parfümerie Douglas GmbH
Konzept, Design, Umsetzung: Inhouse
Shop-Software: Hybris
Begründung: Douglas kann Multichannel: Filialverfügbarkeit, Click & Collect, Instore-Retouren, interaktive Berater-Tablets, mobile Kassen – alles schon erledigt.

3. Euronics



Betreiber: Euronics Deutschland eG
Konzept, Design, Umsetzung: Netformic
Shop-Software: Shopware
Begründung: Euronics punktet durch Service: Geräteanschluss und -reparaturen können online in Auftrag gegeben werden.

Unsere Jury



Johannes Altmann, Gründer der Usability-Beratung Shoplupe



Marcus Diekmann, Mitgründer von Shopmacher und E-Commerce-Buchautor



Susanne Fittkau, Mitgründerin des Online-Marktforschers Fittkau & Maaß



Gerrit Heinemann, Leiter des eWeb Research Center an der Hochschule Niederrhein



Sabine Heukrodt-Bauer, Fachanwältin für IT- und E-Commerce-Recht



Thomas Karst, Geschäftsführer des Shop-Zertifizierers Trusted Shops



Jochen Krisch, E-Commerce-Berater und Betreiber des Blogs „Exciting Commerce“



Thomas Lang, Gründer der Schweizer Carpathia Consulting für den Online-Handel

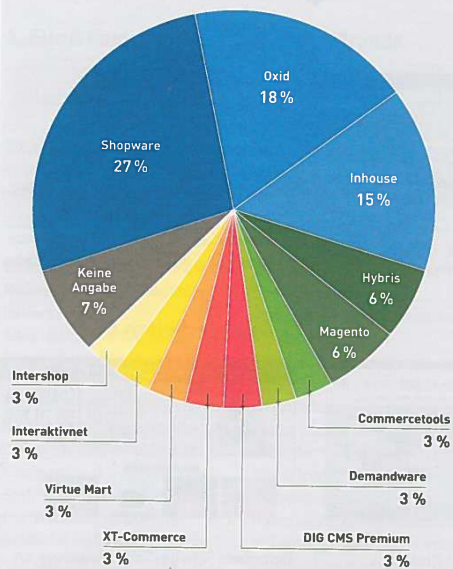


Tijen Onaran, Gründerin der Initiative „WIE – Women in E-Commerce“



Diana Versteeg, Mitgründerin der E-Commerce-Beratung She Commerce

Die Shop-Systeme der Shortlist-Kandidaten

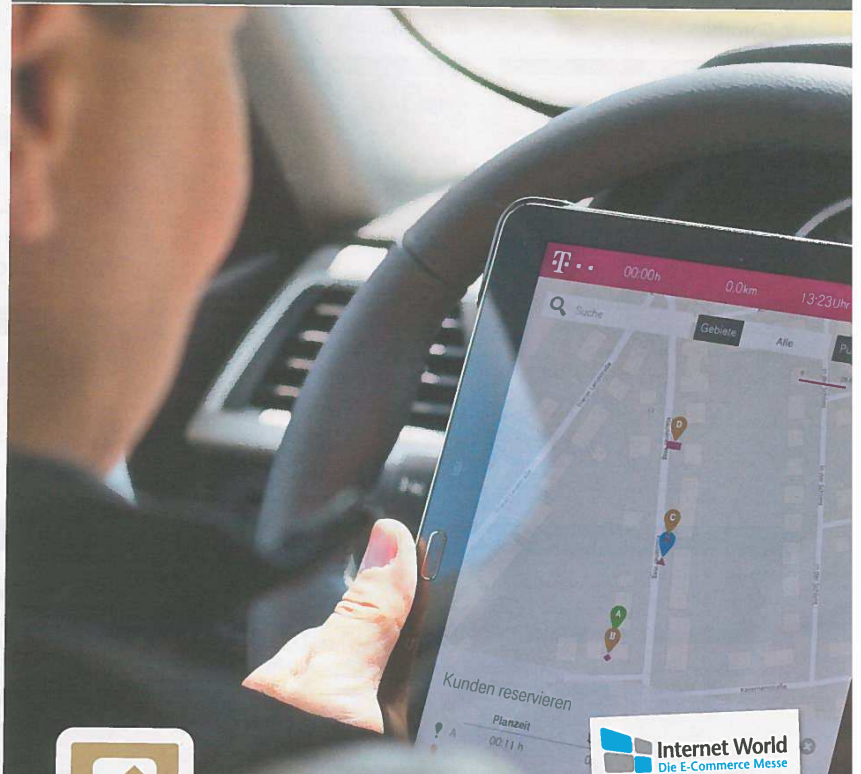


↑ Auch in diesem Jahr ist Shopware das beliebteste Shop-System der Shortlist-Kandidaten, dicht gefolgt von Oxid. 15 Prozent entwickelten selbst

INTERNET WORLD Business 5/16
Basis: 34 Shortlist-Teilnehmer des Shop-Award 2016



Regionaler beraten. Erfolgreicher verkaufen.



- ✓ 60% mehr Vertriebsaktive Zeit
- ✓ 30% Steigerung der Abschlussquote

Ihre große Herausforderung für mehr Umsatz in der Region. Die Steuerung von Bestandskunden- und deren Umsatzpotenziale. Keine digitale Steuerung könnte Sie Umsatz kosten. Sie und Ihren Vertrieb. Das muss nicht sein!

Die Sales App ist bereits heute erfolgreich im Einsatz. Realtime stehen sämtliche Kundeninformationen zur Verfügung. Dazu gibt es eine dynamische Vertriebssteuerung, die jeden Vertrieb effizient und pünktlich zum Zielort führt. Somit geht keine Zeit im täglichen Kundenanfang verloren, inklusive maximaler Verkaufschance. Natürlich datenschutzkonform!

Eine Revolution für jede Marke die regional MEHR verkaufen will!

Internet World
Die E-Commerce Messe
01.-02. März 2016, München
Halle B6 | Stand A036

www.aeins.de/mobile

A=1NS verkaufen im Netzwerk