

Pressemitteilung

- sofort frei -

Düsseldorf, 04. September 2003

Die ungeschminkte Wahrheit

Kundenorientierung der Kosmetikmarken im Internet enttäuschend

Knapp zwei Jahre nach der ersten Web-Analyse namhafter Kosmetikmarken zeigt die Düsseldorfer Agentur netaspect GmbH in der Studie „Kosmetik Online 2003“ die Branche im Internet erneut ungeschminkt. In der aktuellen Studie wurde anhand von 20 Schlüsselkriterien erneut untersucht, wie die Kosmetikbranche das Web nutzt.

Obwohl gemäß des neusten AGIREV Online-Monitors mittlerweile Dreiviertel der Internetnutzer zwischen 14 und 69 Jahren – rund 16 Mio. Menschen – das Internet als digitales Schaufenster nutzen, bieten die Kosmetikmarken häufig nur mäßige Webauftritte.

Nicht nur die Kundeninformation, sondern auch die Kundenberatung auf den Webseiten fällt bei 70% der Anbieter schlecht aus. Ebenso sind 70% der Unternehmens- und Produktinformationen unzureichend und gehen zu 80% nicht über das hinaus, was bereits auf den Produktverpackungen zu finden ist. Auch Customer Service wird von der Kosmetikbranche vernachlässigt, knapp 70% der getesteten Kosmetikunternehmen antworteten auf Testmails spät oder gar nicht.

Die aktuelle Studie zeigt, dass der Großteil der Internetauftritte zwar technisch gut umgesetzt und grafisch ansprechend gestaltet ist, jedoch den Usern dabei kaum Mehrwerte bieten und die Benutzerfreundlichkeit der Seiten häufig mangelhaft ist. Neben einem langsamen Seitenaufbau stellen die Experten bei zwei Dritteln der Webauftritte eine mangelnde Übersichtlichkeit und keine klare Navigationsstruktur fest. Nur vier der überprüften Kosmetiksites können insgesamt überzeugen, darunter wie bereits in der letzten Studie die Auftritte von Nivea und Douglas.

„Bis auf wenige Ausnahmen sind die untersuchten Internetauftritte am Kunden vorbei entwickelt.“ sagt Jennifer Aplitz, Gründerin von netaspect. „Die Möglichkeiten, die das Internet für die eigene Markenpräsentation sowie für die Kundenbindung bietet, werden von der Branche derzeit noch nicht ausreichend genutzt.“

Besonders auffällig: Zwei Drittel der untersuchten Webauftritte machen unzureichende Angaben zum Datenschutz und erfüllen ihre gesetzlichen Anforderungen nicht. Nach Ausweitung des Teledienstegesetzes (TDG) ist ein vollständiges Impressum seit dem 1. Januar 2002 auf derartigen Websites Pflicht. Diese Nachlässigkeiten können für die Sitebetreiber unangenehme Konsequenzen haben: Bei Verstößen gegen das Teledienstegesetz drohen Bußgelder von bis zu 50.000 Euro.

(2.440 Zeichen)

Pressekontakt

netaspect gmbh
Sebastian Lortz
Public Relations

Tonhallenstr. 16
40211 Düsseldorf
Tel.: 0211 - 175 20 650
Fax: 0211 – 175 20 659
E-Mail: s.lortz@netaspect.com

Fragestellung der Studie „Kosmetik Online 2003“

Wie nutzt die Kosmetikbranche das Internet?

Wesentliche Ergebnisse (siehe auch beiliegender Presstext)

- Webauftritte der Kosmetikbranche von durchschnittlich mäßiger Qualität (Gesamtdurchschnittsnote 3,0)
- Kundenorientierung und Benutzerfreundlichkeit (Web-Usability) schneiden schlecht ab
- Spitzenreiter mit einer guten Website ist die Marke Nivea, gefolgt von dem Douglas-Online-Shop

Über netaspect

netaspect berät seit Jahren namhafte Unternehmen und entwickelt nachhaltige webbasierte Lösungen. Unternehmensschwerpunkt ist die Erstellung von Analysen und Konzeptionen durch interdisziplinäre Teams, bestehend aus Internet-, Multimedia- und Marketing-Spezialisten.

Erscheinungsdatum

September 2003

Umfang, Preis

260 Seiten A4

Studie inkl. ausführlichem Berichtsband und Digitalversion sowie einer Ergebnis-Präsentation EUR 1.650,- zzgl. MwSt.

Weitere Informationen und Pressematerial zur Studie zum Download unter:

<http://www.netaspect.de/kosmetikstudie/presse.html>