

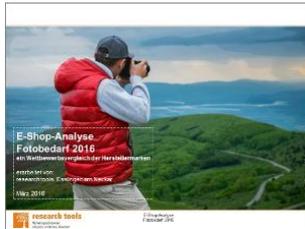


research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Pressemitteilung

Onlineshops für Fotobedarf offenbaren Licht und Schatten



Onlineshops für Fotobedarf zeigen ein buntes Spektrum an Orientierungsfeatures, lassen aber den Erlebnischarakter weitgehend vermissen. Laut der ‚E-Shop-Analyse Fotobedarf 2016‘ bestehen beim Sortimentsumfang besonders große Unterschiede. Einzelne Shops führen bis zu 1500 Fotobedarfsartikel.

Esslingen am Neckar, 10. März 2016 – Die zehn untersuchten Markenshops für Fotobedarf präsentieren in ihrem Sortiment bis zu 1500 gelistete Fotobedarfsartikel. Bei der Produktsuche unterstützen acht E-Shops ihre Kunden mit Filter- oder Sortiermöglichkeiten. Olympus hebt sich hier durch eine Vielzahl an speziellen Filteroptionen wie Akkulebensdauer oder effektive Bildpixel ab. In der Erlebnisorientierung stellen die Herstellermarken Produktinformationen, pdf-Datenblätter oder Anleitungen bereit. Rollei geht weit darüber hinaus und zeigt beispielsweise mit Produktvideos und Userbewertungen ein buntes Spektrum an Design-, Themen- und Medienelementen.

Umfangreiche Preisvergleiche in zehn unterschiedlichen Warengruppen belegen eine Positionierung von Medion im unteren Preissegment. Leica hingegen spricht mit breiten Preisspannen unterschiedliche Käufergruppen an. Bei den Versandkosten zeigen sich Nikon, Ricoh Pentax und Rollei besonders zuvorkommend und verschicken ihre Ware im Standardversand innerhalb Deutschland generell kostenfrei.

Für Kundenfragen veröffentlichen nur sechs der zehn untersuchten Fotoshops Betriebszeiten. Dabei beschränken sich die Shops überwiegend auf die Werktage, lediglich zwei sind auch samstags erreichbar. Auffallend ist die inhomogene Social Media-Präsenz der zehn Markenshops. Nur vier Marken sind hier vertreten. Diese vier zeigen sich dafür gleich auf mehreren Plattformen und bieten zudem auf YouTube Videos an.

Für zwei der zehn untersuchten Onlineshops, Medion und Panasonic, ist der Fotobedarf nur ein nachrangiger Sortimentsteil. Bemerkenswert ist, dass sich ausgerechnet diese beiden im Gesamtranking vorne platzieren.



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Über die Studie:

Die „E-Shop-Analyse Fotobedarf 2016“ von research tools untersucht auf 189 Seiten zehn Onlineshops von Herstellermarken für Fotobedarf Braun Photo Technik, Fujifilm, Leica, Medion, Minox, Nikon, Olympus, Panasonic, Ricoh Pentax und Rollei. Entlang des Kundenpfads werden mit den vier Bereichen Orientierung, Produktsortiment, Konditionen und Service sämtliche Customer Touchpoint-Bereiche der E-Shops analysiert. Eine Stärken-Schwächen-Analyse und ein Ranking runden die Studie ab. Eine Korrespondenzanalyse führt die Ergebnisse visuell zusammen und verdeutlicht die Positionierung der E-Shops im Wettbewerbsvergleich.

Über research tools:

Die Marktforschungsberatungsgesellschaft research tools mit Sitz in Esslingen am Neckar bei Stuttgart bietet umsetzungsstarke, marketingorientierte Marktforschung. Ein Fokus liegt auf der Analyse unternehmerischer Marketingmaßnahmen.
Weitere Informationen: www.research-tools.net

Pressekontakt:

Uwe Matzner
research tools
Kesselwasen 10
73728 Esslingen am Neckar
Tel. +49 (0)711 – 55090381
Fax +49 (0)711 – 55090384
uwe.matzner@research-tools.net