



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Pressemitteilung

Musik-Onlineshops: große Unterschiede im Sortimentsumfang



Der Onlinehandel für Musikinstrumente und -equipment bietet neben einem breiten Markenangebot viel zusätzliche Informationen, Produktfotos und -videos. Dem über weite Strecken austauschbaren Produktangebot begegnen die Shops mit speziellen Serviceangeboten.

Esslingen am Neckar, 14. April 2016 – Das Artikelangebot der zehn untersuchten Onlineshops reicht von knapp 10.000 bis über 100.000 Artikel. Die drei Onlineshops mit dem größten Sortimentsumfang offerieren mehr als die fünffache Artikelzahl des kleinsten E-Shops. Insofern ist bemerkenswert, dass die E-Shops dennoch mit durchschnittlich 77 Prozent der bedeutendsten Marken eine breite Auswahl an Herstellern führen. Zudem verwöhnen die Shops den Kunden mit zusätzlichen Informationen zum Produkt. Foren, persönliche Berichte und Blogs machen das Produkt lebendig, auch Produktfotos, -videos und Sounds tragen zum Erleben bei.

Preisvergleiche in elf Warengruppen lassen ein durchmisches Preisgefüge erkennen. Jeder der zehn Onlineshop bietet in mindestens einer Kategorie günstigste Preise an. Auffallend ist dabei die hohe Anzahl identischer Preise. Die Versandkosten unterscheiden sich, einzig Music Store gewährt Versandkostenfreiheit ohne Einschränkung.

In der Serviceorientierung entsprechen die Beratungszeiten überwiegend den gängigen Ladenöffnungszeiten. Möglichkeit zur Gastbestellung oder Kundenbewertung sowie Finanzierungsangebote bietet ein Großteil der Shops. Auffallend ist die internationale Ausrichtung: vier Shops bieten mehr als sechs Sprachen an. Besonderen Service gewähren einige Shops mittels erweiterter gesetzlicher Gewährleistungen wie verlängerter Rücksendefristen bis zu 60 Tagen oder ausgedehnte 5-Jahres-Garantien.



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Über die Studie:

Die „E-Shop-Analyse Musikinstrumente und -equipment 2016“ von research tools untersucht auf 173 Seiten zehn Onlineshops für Musikinstrumente und -equipment von Bax-Shop, Conrad, Keymusic, Kirstein, Music Store, Musik-Produktiv, Musikhaus Korn, Session, Soundland und Thomann. 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