

+++ Braun Photo Technik +++ Fujifilm +++ Leica +++ Medion +++ Minox +++ Nikon +++ Olympus +++ Panaso  
nic +++ Ricoh Pentax +++ Rollei +++ Braun Photo Technik +++ Fujifilm +++ Leica +++ Medion +++ Minox +++

Studiensteckbrief

# E-Shop-Analyse Fotobedarf 2016

Ein Wettbewerbsvergleich der Herstellermarken

erarbeitet von:  
research tools, Esslingen am Neckar

März 2016



**research tools**

Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief E-Shop-Analyse  
Fotobedarf 2016

## Ausgewählte Ergebnisse:

- Die durchschnittliche Trefferquote bei der Produktsuche liegt bei den zehn untersuchten Herstellershops zwischen sechs und 40 Prozent und weist damit erhebliches Verbesserungspotenzial auf.
- Die Onlineshops erleichtern ihren Kunden die Produktsuche mit durchschnittlich fünf Sortier- und Filtermöglichkeiten.
- Die Anzahl gelisteter Artikel für Fotobedarf variiert deutlich und reicht von weniger als einhundert bis knapp 1500.
- Konditionenvergleiche hinsichtlich Preis und Preisspannen in zehn Warengruppen ergeben große Unterschiede. Nur wenige Shops positionieren sich hier eindeutig.
- Die Servicehotlines von zwei Markenshops stehen auch an Samstagen für Kundenanfragen zur Verfügung.
- Vier Herstellershops zeigen Präsenz in Social Media.

# Informationen zur Studie

## Wichtigste USPs:

Analyse aller relevanten **Customer Touchpoints** entlang des **Kundenpfads**

Analyseinhalte: **Orientierung, Produkte, Konditionen, Service**

zehn **Herstellershops** für **Fotobedarf** mit je weit über 100 Aspekten

alle Informationen im **Wettbewerbsvergleich**  
auf 189 PowerPoint-Seiten

als PDF- und PowerPoint-Datei **kurzfristig** verfügbar

die Studie ist **objektiv, unabhängig** und **neutral**

**Nutzen:** Basis für klare Positionierung und adäquaten  
Umgang mit Stärken und Schwächen der Wettbewerber

## zehn Herstellershops für Fotobedarf

- Braun Photo Technik
- Fujifilm
- Leica
- Medion
- Minox
- Nikon
- Olympus
- Panasonic
- Ricoh Pentax
- Rollei

# Informationen zur Studie

Detaillierte Analyse der Customer Touchpoints  
von zehn Herstellershops für Fotobedarf

## Orientierung

- USP
- Shopstruktur
- Navigation-Features
- Suchfunktion
- Shopdesign
- Gütesiegel
- Transparenz
- ....

## Produkte

- Sortimentsumfang
- Warengruppen-  
anteile
- branchenfremde  
Warengruppen
- Angebote
- Besonderheiten
- ...

## Konditionen

- Preisvergleiche
- Preisspannen  
Standardsortiment
- Rabattierung
- Versandkosten
- Ermäßigungen
- Besonderheiten
- ...

## Service

- Beratung
- Kundenservice-  
Features
- Warenkorb
- Registrierung
- Kontaktwege
- Bezahlverfahren
- ...

Stärken- / Schwächenanalyse

Ranking

E-Shop-Positionierung

Die Studie analysiert unter anderem folgende **Aspekte**:

- wie gut unterstützen die Herstellershops für Fotobedarf die Orientierung der Kunden?
- wie ist das Sortiment der E-Shops im Wettbewerbsvergleich strukturiert?
- welche Warengruppen zeichnen einzelne E-Shops aus und fehlen in anderen?
- welche Warengruppen sind in den untersuchten E-Shops für den Verbraucher preislich attraktiv?
- welche Serviceorientierung zeigen die E-Shops?
- wie wirken sich die Stärken und Schwächen der E-Shops auf die Performance aus?
- wo positionieren sich die E-Shops im Wettbewerbsumfeld?

**Die 189 Seiten umfassende Studie kostet 2.400 EUR** zzgl. MwSt.

**Die Studie in Zahlen:**

- Suchfunktionstest:  
100 Suchläufe für zehn Produktbegriffe
- Sortimentsanalyse:  
9 Produktkategorien
- Konditionenanalyse:  
50 Einzelprodukte & 50 Produktgruppen, Versandkosten in fünf Warengruppen
- Serviceanalyse:  
12 Zahlungsarten, 8 Kontaktwege, 6 Social Media-Kanäle

**Forschungsdesign:**

Die vorliegende Studie basiert auf Daten, die von research tools auf den Seiten der Herstellershops für Fotobedarf erhoben wurden. Für die vorliegende Analyse wurden keine externen Daten verwendet, weshalb die Studie objektive, unabhängige und neutrale Ergebnisse liefert. Die Studie ist im März 2016 erschienen.

# Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	5
➤ Forschungsdesign	10
➤ Orientierung	12
▪ USP	16
▪ Shopstruktur	19
▪ Navigation – Features	31
▪ Navigation - Suchfunktion	32
▪ Filter- und Sortiermöglichkeiten	46
▪ Erlebnisorientierung	50
▪ Shopdesign	54
▪ Angebotsfeatures	60
▪ Gütesiegel & Testergebnisse	61
▪ Transparenz	64
▪ Besonderheiten	65
➤ Produkte	66
▪ Sortiment	69
▪ Warengruppen	72
▪ Standard-Warengruppen	84



# Inhaltsverzeichnis

▪	branchenfremde Warengruppen	89
▪	Produktbeschreibung	90
▪	Angebote	92
▪	Besonderheiten	95
➤	Konditionen	96
▪	Preisvergleiche Standardprodukte	103
▪	Preisspanne Standardsortiment	111
▪	Rabattierung	124
▪	Versandkosten	125
▪	Ermäßigungen	129
▪	Besonderheiten	130
➤	Service	131
▪	Beratung	135
▪	Kundenservice	136
▪	Warenkorb	140
▪	Ländershops	141
▪	Registrierungsangaben	144



# Inhaltsverzeichnis

▪ Kontaktmöglichkeiten	147
▪ Zahlungsmöglichkeiten	150
▪ Lieferservice	154
▪ Besonderheiten	158
➤ Stärken und Schwächen	159
➤ Ranking	166
➤ E-Shop-Positionierung	180
➤ Kontakt	188

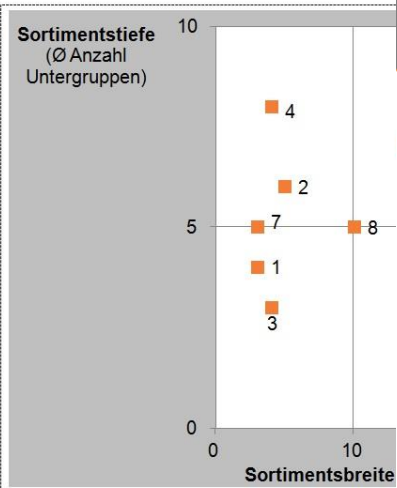




# Beispieleiten (1)

## Die Beispieleiten enthalten fiktive Daten

### Orientierung Shopstruktur



Positionierung der Anbieter anhand der Sortimentsbreite und -tiefe

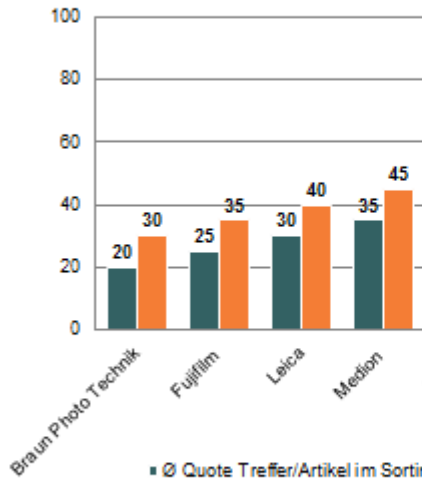


**Welche Sortimentspolitik verfolgen die Anbieter?**

### Orientierung

Navigation – Suchfunktion

Navigation – Suchfunktion (Angaben in %)

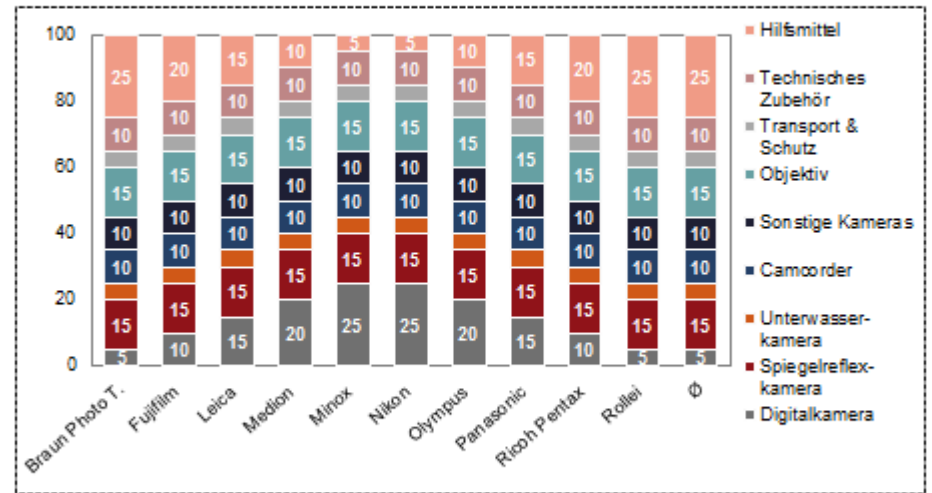


**Welche Schwerpunkte hinsichtlich der Warengruppen setzen die E-Shops?**

### Produkte

Standard-Warengruppen

Verteilung der Artikel auf die Standard-Warengruppen (ohne branchenfremde Artikel) (Angaben in %)



E-Shop-Analyse  
Fotobedarf 2016

# Beispielseiten (2)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Produkte

Produktbeschreibung

#### Produktbeschreibung

E-Shop	EAN / Art.-Nr.	techn. Angaben
Braun Photo Technik	X	X
Fujifilm	-	-
Leica	-	-
Medion	-	-
Minox	-	-
Nikon	-	-
Olympus	-	-
Panasonic	-	-
Ricoh Pentax	-	-
Rollei	X	X

### Konditionen

Preisspanne Standardsortiment

Ranking nach Warengruppen\* (Angaben als Rang)

E-Shop	1	2	3	4
Braun Photo Technik	10	8	2	
Fujifilm	1	10	5	
Leica	7	1	10	
Medion	3	6	1	
Minox	2	3	4	
Nikon	4	8	3	
Olympus	5	2	1	
Panasonic	6	1	10	
Ricoh Pentax	1	10	7	
Rollei	10	8	6	

1. Digitalkamera, 2. Spiegelreflexkamera, 3. Unterwasserkamera, 4. C-Produkte

In welchen Bereichen zeigt sich Potenzial zum Ausbau des Kundenservice?

### Service

Kundenservice

#### Zielgruppen

E-Shop	Händlersuche	Firmenkundenseite	Großkunden-Service	Sprachauswahl
Braun Photo Technik	-	-	-	X
Fujifilm	-	-	X	-
Leica	-	X	-	-
Medion	X	-	-	-
Minox	-	-	-	-
Nikon	-	-	-	-
Olympus	X	-	-	-
Panasonic	-	X	-	-
Ricoh Pentax	-	-	X	-
Rollei	-	-	-	X



Mit welchen Detailinformationen unterstützen die Onlineshops die Kunden bei der Produktsuche?



E-Shop-Analyse  
Fotobedarf 2016

# Beispieleiten (3)

## Die Beispieleiten enthalten fiktive Daten

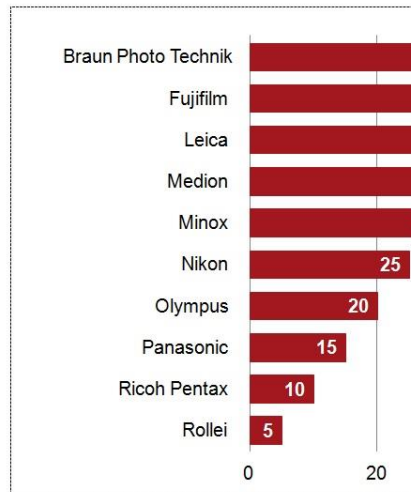
### Stärken und Schwächen

Stärken und Schwächen der Anbieter

E-Shop	Stärken
Anbieter 1	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ einheitliches Design</li> <li>+ viele Filter- und Sort</li> <li>+ viele Zahlungsmögli</li> </ul>
Anbieter 2	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ einheitliches Design</li> <li>+ großes Sortiment</li> <li>+ Gratisversand mögl</li> </ul>

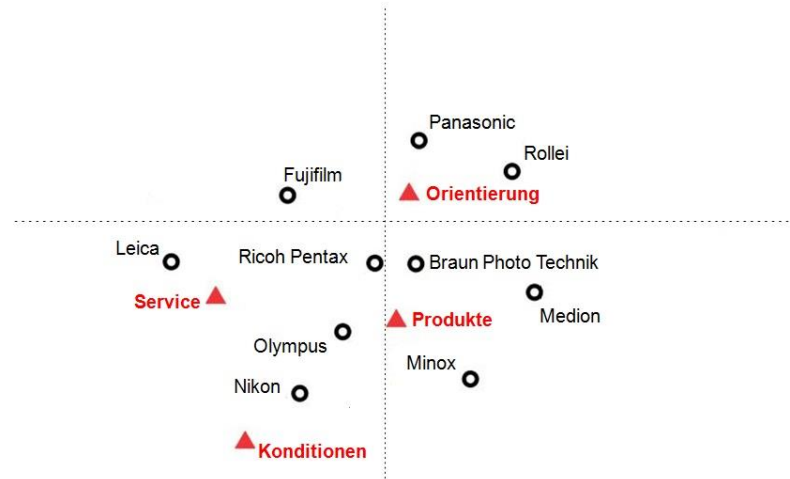
### Ranking

Gesamtranking (Angaben in % als Mittelwert der 4 Analysebereiche)



### E-Shop-Positionierung

Positionierung/Ähnlichkeit der Anbieter



Welche Positionierung nehmen die E-Shops im Wettbewerbsumfeld ein?



Welche Auswirkungen haben Stärken und Schwächen auf die Performance?



E-Shop-Analyse  
Fotobedarf 2016

# Bestellformular

**FAX: +49 (0)711 – 55090384**

**Auftragnehmer:**

research tools, Kesselwasen 10, 73728 Esslingen am Neckar

Hiermit bestellen wir zum Preis in Höhe von 2.400 EUR zzgl. MwSt. die  
**E-Shop-Analyse Fotobedarf 2016.**

**Auftraggeber:**

Firma: \_\_\_\_\_

Ansprechpartner: \_\_\_\_\_

E-Mail: \_\_\_\_\_

Position/Funktion: \_\_\_\_\_

Datum, Ort, Unterschrift: \_\_\_\_\_

## Ihr Ansprechpartner für diese Studie ist:

### Uwe Matzner



Geschäftsführer

Diplom-Kaufmann, Marktforscher BVM

Tel. +49 (0)711 - 55090381, Fax +49 (0)711 - 55090384

E-Mail: [uwe.matzner@research-tools.net](mailto:uwe.matzner@research-tools.net)

research tools

Kesselwasen 10, 73728 Esslingen am Neckar

[www.research-tools.net](http://www.research-tools.net)

research tools: Marketingmaßnahmen erfassen – verstehen – bewerten

Zuletzt erschienen zur Fotobranche:

- Studie eVisibility Fotografiebedarf 2015
- Studie Vergleichsportal-Marketing Fotografie 2015
- Studie Fotomarkt-Zielgruppe Junge Erwachsene 2014

Zuletzt erschienene E-Shop-Analysen:

- E-Shop-Analyse Haushaltsgroßgeräte 2016
- E-Shop-Analyse Sanitätsbedarf 2016

Seit 2005 forscht research tools marketing- und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Marketingstudien-Spezialist. In der Studienreihe E-Shop-Analysen sind seit 2011 Marktstudien zu 30 Branchen erschienen.



# Ausgewählte analysierte Aspekte

Abmessungen, Actioncam, AGBs, American Express, Angebotsverknappung, Anzahl gelisteter Artikel, App, Artikelvergleich, Autoergänzungsfunktion, Bankeinzug, Barzahlung, Beliebtheit, Besonderheiten, Betriebszeiten, Blendenöffnung, Blitz, Brennweite, Hotline, Bewertung, Bezahlkonditionen, Blog, branchenfremde Artikel, branchenfremde Warengruppen, Breadcrumbs, Bundles, Camcorder, Datenschutz, Digitalkamera, Displayschutz, Einheitlichkeit, Eingabemöglichkeiten, eMail, Erlebnisorientierung, Ermäßigungen, E-Shop-Positionierung, Expresskosten, Eyecatcher, Facebook, FAQ, Farbgebung, Fernauslöser, Filtermöglichkeiten, Firmenkundenseite, Finanzierung, Firmenkundenseite, Gastbestellung, Gebühren Hilfsmittel, Hotline, Gesamtranking, Google+, Großkundenservice, Gütesiegel, Händlersuche, Instagram, Konditionen, Kontakt per eMail, Kontakt per Fax, Kontakt per Post, Kontakt per SMS, Kontaktformular, Kontaktmöglichkeiten, Kontrast, Kundenbewertung, Ladegerät, Lieferzeit, LiveChat, Markenpräsenz, Mastercard, Megapixel, Menüpunkte, Merkzettel, mobiler Shop, Nachnahme, Navigation-Features, Newsletter, Objektiv, Orientierung, Packstation, PayPal, Pinterest, Preis, Preisspannen, Preisvergleiche, Produktberater, Produkthighlights, Produktvergleich, Programmierfehler, Rabattierung, Ranking nach Kategorien, Ranking Preisspannen nach Warengruppen, Ranking Preisvergleich nach Warengruppen, Rechnung, Registrierungsangaben, Service, Shopdesign, Shopstruktur, Social Media, Sofortüberweisung, Sortiermöglichkeiten, Sortiment, Sortimentsstruktur, Sortimentsbreite, Sortimentstiefe, Spiegelreflexkamera, Sprache, Standard-Warengruppen, Stativ, Stärken und Schwächen, Suchfunktion, Telefonkontakt, Testergebnisse, Titel, Treffergenauigkeit, Trefferquote Suchfunktion, Technisches Zubehör, Transport & Schutz, Twitter, Übersichtlichkeit, Untergruppen, Unterwasserkamera, Versanddienstleister, Versandkosten, Visa, Vorkasse, Warenart, Warenkorb, Webcam, Werbung, Widerrufsfrist, Xing, YouTube, Zahlungsmöglichkeiten, zusätzliche Angebote