

+++ Bauhaus +++ Conrad +++ Contorion +++ Elektroshop Wagner +++ Hagebau +++
Hellweg +++ Hornbach +++ Obi +++ Reuter +++ Screwfix ++ + Bauhaus +++ Conrad +

Studiensteckbrief
E-Shop-Analyse
Heimwerkerbedarf 2015

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

Juni 2015

Informationen zur Studie

Ausgewählte Ergebnisse:

- Der Sortimentsumfang reicht von rund 10.000 bis hin zu über 400.000 gelisteten Einzelprodukten für Heimwerkerbedarf. Die Markenabdeckung ist mit durchschnittlich 51 Prozent im Branchenvergleich eher gering ausgeprägt.
- Die Onlinehändler setzen unterschiedliche Schwerpunkte in ihrem Warengruppenangebot. Neben Fokussierungen auf den Elektronikbereich bietet ein Onlineshop überwiegend Produkte aus dem Bereich Bad & Sanitär.
- Als zusätzliche Kaufanreize werden hauptsächlich Ermäßigungen bei der Newsletteranmeldung gewährt. Die Mehrzahl der Onlineshops hat rabattierte Produkte im Angebot.
- Umfangreiche Preisvergleiche offenbaren Preisunterschiede von 20 Prozent und mehr. Beinahe alle Shops offerieren mindestens einmal das günstigste und das teuerste Angebot.
- Die Beratungshotlines der Shops sind durchschnittlich an 79 Stunden pro Woche erreichbar. Ein Shop bietet die Option eines Rückrufs.
- Die Zahlungsformen PayPal, Rechnung und Vorkasse werden nicht von allen E-Shops angeboten. Hingegen ist die Akzeptanz von Mastercard und Visa durchgehend.
- Als spezielle Features im Kundenservice weist ein Shop einen B2B-Bereich auf. Ein weiterer Shop hat ein Kundenforum eingerichtet.

Informationen zur Studie

Sie möchten wissen:

- wie gut unterstützen die E-Shops für Heimwerkerbedarf die Orientierung der Kunden?
- wie ist das Sortiment der E-Shops im Wettbewerbsvergleich strukturiert?
- welche Warengruppen zeichnen einzelne E-Shops aus?
- wie sind die E-Shops im Wettbewerbsumfeld preislich ausgerichtet?
- wie serviceorientiert sind die E-Shops aufgebaut?
- wie wirken sich die Stärken und Schwächen der E-Shops auf die Performance aus?
- wo positionieren sich die E-Shops im Wettbewerbsumfeld?

Forschungsdesign:

Die vorliegende Studie basiert auf Daten, die im Zeitraum April bis Mai 2015 von research tools auf den einzelnen Seiten der Top 10 eVisibility-Onlineshops für Heimwerkerbedarf von **Bauhaus, Conrad, Contorion, Elektroshop Wagner, Hagebau, Hellweg, Hornbach, Obi, Reuter** und **Screwfix** untersucht wurden. Die E-Shops wurden im Hinblick auf Orientierung, Produktsortiment, Konditionen und Service entlang des Kundenpfads für sämtliche Customer Touchpoints analysiert und bewertet. Mit Hilfe eines Scoringsystems wurde darüber hinaus ein Ranking der untersuchten Anbieter vorgenommen, dass mit Hilfe einer statistischen Similarity-Analyse die Positionierung der zehn Anbieter im Markt visualisiert.

Die 141 Seiten umfassende Studie ist für 2.400 EUR zuzüglich Mehrwertsteuer erhältlich und wird als PDF- und PowerPoint-Datei per E-Mail und auf CD zur Verfügung gestellt.

Informationen zur Studie

Detaillierte Analyse der Customer Touchpoints
von zehn Onlineshops mit der größten eVisibility



Orientierung

- USP
- Shopstruktur
- Navigation-Features
- Navigation-Suchfunktion
- Shopdesign
- Gütesiegel & Testergebnisse
- Datenschutz
- Besonderheiten



Produkte

- Sortimentsumfang
- Warengruppen
- Top-Marken
- branchenfremde Warengruppen
- Angebote
- Besonderheiten



Konditionen

- Preisvergleiche
- durchschnittliche Rabattierung
- Bezahlkonditionen
- Versandkosten
- Ermäßigungen
- Besonderheiten



Service

- Beratung
- Kundenservice-Features
- Registrierung
- Kontaktwege
- Bezahlverfahren
- Lieferservice
- Besonderheiten

Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	4
➤ Forschungsdesign	8
➤ Orientierung	10
▪ USP	13
▪ Shopstruktur	15
▪ Navigation – Features	27
▪ Navigation – Suchfunktion	28
▪ Shopdesign	38
▪ Gütesiegel & Testergebnisse	42
▪ Datenschutz	44
▪ Besonderheiten	45
➤ Produkte	46
▪ Sortiment	49
▪ Warengruppen	52
▪ Standard-Marken	65
▪ branchenfremde Warengruppen	69
▪ Angebote	70
▪ Besonderheiten	71

Inhaltsverzeichnis

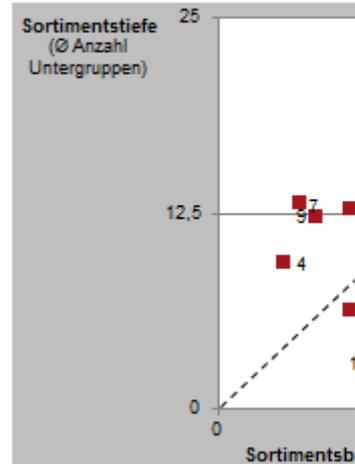
➤ Konditionen	72
▪ Preisvergleiche Standardsortiment	75
▪ Durchschnittliche Rabattierung	93
▪ Bezahlkonditionen	94
▪ Versandkosten	95
▪ Ermäßigungen	97
▪ Besonderheiten	98
➤ Service	99
▪ Beratung	103
▪ Kundenservice - Features	104
▪ Registrierungsangaben	106
▪ Kontaktmöglichkeiten	108
▪ Zahlungsmöglichkeiten	109
▪ Lieferservice	111
▪ Besonderheiten	112
➤ Stärken und Schwächen	113
➤ Ranking	120
➤ E-Shop-Similarity	133
➤ Kontakt	140

Beispielseiten (1)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Orientierung Shopstruktur

Positionierung der Anbieter anhand der Sortimentsbreite und -tiefe



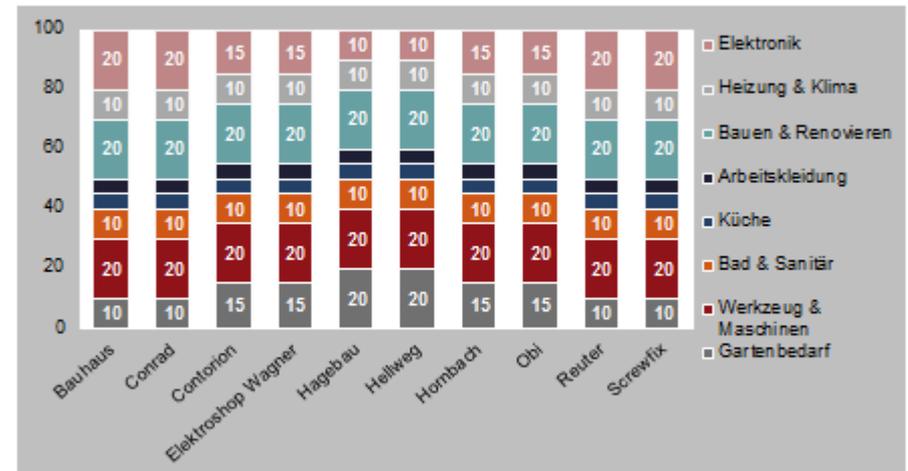
Produkte Standard-Marken

Standard-Marken im Sortiment

E-Shop	1	2	3
Bauhaus	X	-	-
Conrad	-	X	-
Contorion	-	-	X
ElektroschopWagner	-	-	-
Hagebau	-	-	-
Hellweg	-	-	-
Hornbach	-	-	-
Obi	-	-	-
Reuter	-	X	-
Screwfix	X	-	-

Produkte Warengruppen

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



Welche Schwerpunkte hinsichtlich der Warengruppen setzen die E-Shops?

Welche Sortimentspolitik verfolgen die Anbieter?



E-Shop-Analyse
Heimwerkerbedarf 2015

Beispielseiten (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Konditionen

Preisvergleiche Standardsortiment

Preisspanne – 1. Gartenbedarf (in Euro, außer Index)

E-Shop	Rasenmäher
Bauhaus	X9 – X.199
Conrad	X9 – X.999
Contorion	X4 – X.158
ElektroshopWagner	X8 – X.499
Hagebau	X9 – X.300
Hellweg	X9 – X.500
Hornbach	X9 – X.199
Obi	X9 – X.499
Reuter	X3 – X.239
Screwfix	X9 - X19

Konditionen

Ermäßigungen

Ermäßigungen

E-Shop	Freundschaftsprämie
Bauhaus	-
Conrad	-
Contorion	-
ElektroshopWagner	-
Hagebau	-
Hellweg	-
Hornbach	-
Obi	-
Reuter	-
Screwfix	-

Service

Zahlungsmöglichkeiten

Zahlungsmöglichkeiten (1)

E-Shop	Rechnung	Bank-einzug	Sofort-Überweisung	Nachnahme	Vorkasse	Abholung / EC-Karte
Bauhaus	X	-	-	-	-	-
Conrad	-	X	-	-	-	-
Contorion	-	-	X	-	-	-
ElektroshopWagner	-	-	-	X	-	-
Hagebau	-	-	-	-	X	-
Hellweg	-	-	-	-	X	-
Hornbach	-	-	-	X	-	-
Obi	-	-	X	-	-	-
Reuter	-	X	-	-	-	-
Screwfix	X	-	-	-	-	-

In welchen Servicebereichen zeigt sich Potenzial zum Ausbau des Kundenservice?

Welche E-Shops punkten durch ein breites Produktangebot in unterschiedlichen Preisklassen?



E-Shop-Analyse
Heimwerkerbedarf 2015

Beispielseiten (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

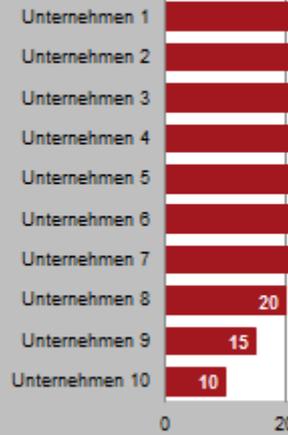
Stärken und Schwächen

Stärken und Schwächen der Anbieter

E-Shop	Stärken
E-Shop X	<ul style="list-style-type: none"> + Versand p... + kostenlose + einfache R... + schneller V...
E-Shop Y	<ul style="list-style-type: none"> + Platz 4 im + Hotline Bei + Hotline sar + erreichbar + einfache R... + viele Konta + Akzeptanz

Ranking

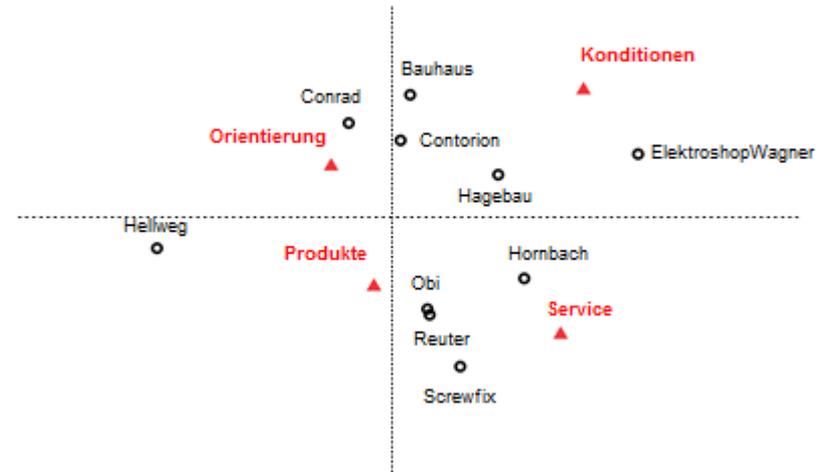
Gesamtranking (Angaben in % als M...)



Welche Positionierung nehmen die E-Shops im Wettbewerbsumfeld ein?

E-Shop-Similarity

Positionierung/Ähnlichkeit der Anbieter



Welche Stärken und Schwächen offenbaren sich im Unternehmensvergleich?

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 Heimwerkerbedarf 2015.

Auftraggeber:

Firma:

Ansprechpartner:

E-Mail:

Position/Funktion:

Datum, Ort, Unterschrift:



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief E-Shop-Analyse
Heimwerkerbedarf 2015

Kontakt / Branchenerfahrung

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

research tools

Kesselwasen 10, 73728 Esslingen am Neckar

www.research-tools.net

research tools: Marketingmaßnahmen erfassen – verstehen – bewerten

Zuletzt erschienene E-Shop-Analysen:

- E-Shop-Analyse Möbel 2015
- E-Shop-Analyse Haarpflege 2015
- E-Shop-Analyse Blumen 2015
- E-Shop-Analyse Computerbedarf 2015
- E-Shop-Analyse Sport 2015
- E-Shop-Analyse Haushaltsgeräte 2015

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 20 Branchen erschienen.