

Stärken und Schwächen der Online-Shops für Sanitätsbedarf

Eine im Januar 2016 veröffentlichte Studie zu Online-Shops mit Sanitätsbedarf untersucht die vier Bereiche Orientierung, Produktsortiment, Konditionen und Service. Eine Stärken-Schwächen-Analyse, ein Ranking und eine Korrespondenz-Analyse zum direkten Wettbewerbsvergleich runden die Studie ab. Deutlich werden die favorisierten Produkt- und Informationsangebote. Ein Schwachpunkt liegt in der Beratung. Auch bei den Preisen gibt es große Unterschiede. Durchgängig günstig ist keiner.

Die Marktforschungsberatungsgesellschaft Research Tools in Esslingen führte eine „E-Shop-Analyse Sanitätsbedarf 2016“ durch. Untersucht wurden die Angebote folgender zehn Online-Shops: ClaraVital, MyReha, Pflegebedarf24, Rahm24, Rehashop, Sani-Aktuell, Sanitäts-Online, Sanitätshaus-24, Sanivita und Seeger24.

Der Sortimentsumfang reicht bei den zehn analysierten E-Shops von etwa 200 Produkten bis knapp 2.500 Produkte in folgenden Warengruppen: Bad & WC, Gesundheit & Fitness, Haushalt, Hygiene, Medizintechnik, Mobilität, Pflege, Schlafen & Wohnen sowie Sicherheit. Branchenfremde Artikel bietet kein Shop an.

Die drei Shops mit dem umfangreichsten Produktangebot ClaraVital, MyReha und Sanitätshaus-24 weisen einen Schwerpunkt im Bereich Gesundheit & Fitness auf. Ein weiterer elementarer Bereich ist Mobilität, dessen Anteil bei den zehn Online-Shops zwischen 1 und 54 Prozent des Gesamtassortiments einnimmt. Im Durchschnitt führen die untersuchten E-Shops nur ca. ein Drittel der 39 wichtigsten Marken. Vor allem die produktstarken Shops heben sich hier positiv ab.

Ein Großteil der Shops steigt mit Produktinformationen, Expertenmeinungen, Hintergrundinformationen sowie Blogs oder Kundenmagazinen tiefer in die entsprechenden Themenwelten ein. Gütesiegel finden überraschend wenig Verbreitung. Mit durchschnittlichen 1,8 Qualitätskennzeichen pro Shop zeigt die Branche weiteres Potenzial.

Aus umfangreichen Preisvergleichen in neun Warengruppen geht keiner der zehn Shops als durchgängig günstig hervor. Deutlich hingegen sind in allen Warengruppen die mitunter außergewöhnlich hohen Preisunterschiede, die in einigen Fällen über 100 Prozent betragen. Da mutet die Preisdifferenz beim Rollator Topro 2G mit 58 Prozent fast schon gering an.

Durchschnittliche Rabattierungen werden von fünf Shops in unterschiedlichem Maße angeboten. Treueboni und Online-Vorteile werden nur vereinzelt gewährt. Acht Shops liefern ihre Produkte ab einem bestimmten Betrag kostenfrei, zwei Shops berechnen mindestens knapp 6 Euro.

Besonders in den Bereichen Medizintechnik oder Mobilitätshilfen ist schnell zusätzlicher Beratungsbedarf erforderlich. Vor diesem Hintergrund scheinen die durchschnittlich 43,5 Betriebsstunden der Beratungshotline knapp bemessen. Kein Shop ist an Samstagen oder Sonntagen erreichbar. Kundenfreundlich hingegen ist die fast überall angebotene Möglichkeit zur Gastbestellung, auch Produktberater oder -vergleiche sind teilweise verfügbar. Jeweils ein Shop bietet gar Rückruf oder einen Live-Chat. Positiv ist zudem die Planbarkeit des Versands durch produktspezifische Angaben. Die Präsenz in Social Media ist nicht durchgängig vorhanden. Sechs Shops sind für mobile Geräte optimiert. Ein Shop hat einen separaten Geschäftskundenbereich eingerichtet.

i Die Studie „E-Shop-Analyse Sanitätsbedarf 2016“ von Research Tools hat 164 Seiten und ist für 2.400 Euro zzgl. MwSt. erhältlich bei Research Tools, Kesselwasen 10, 73728 Esslingen, Fax 07 11/55 09 03 84, www.research-tools.net.