

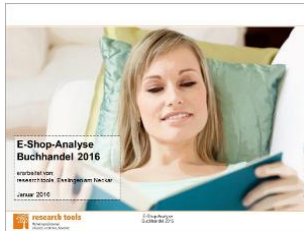


research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Pressemitteilung

Online-Buchhandel mit kompakter Performance



Die Onlineshops im Buchhandel präsentieren sich insgesamt sehr homogen. Potenzial zur Abhebung zeigt sich hauptsächlich in den Bereichen Orientierung und Service. Laut der ‚E-Shop-Analyse Buchhandel 2016‘ lohnt sich vor Bestellung ein Blick auf die Lieferzeiten der Händler, die überraschend unterschiedlich sind.

Esslingen am Neckar, 19. Januar 2016 – Die zehn untersuchten Onlineshops im Buchhandel erleichtern die Produktsuche mit durchschnittlich acht Sortier- und Filtermöglichkeiten. Die Mayersche Buchhandlung verzeichnet hier mit insgesamt 13 Eingrenzungsfeatures den Spitzenwert.

Bei den angebotenen Standardwarengruppen ergeben sich keine bedeutenden Unterschiede. Ergänzend bieten acht Shops branchenfremde Produkte wie Filme und Musik, fünf Shops verkaufen Games und Spielzeug.

Deutliche Preisunterschiede zeigen sich in den Produktkategorien, die nicht unter die Preisbindung fallen. Hier gibt es durchaus Differenzen von 20 Prozent und mehr. Drei Onlineshops heben sich ab mit durchgehend günstigen Preisen. Den kostenlosen Buchversand tragen alle zehn Onlineshops zwar mit, vier Shops verbinden dies jedoch mit einem Mindestbestellwert von zehn oder zwanzig Euro.

In der Serviceorientierung bieten die Shops mit Hotlinezeiten von durchschnittlichen 63 Stunden pro Woche einen akzeptablen Service. Weltbild punktet hier durch ausgedehnten Service auch am Wochenende. Manche Shops heben sich durch eine starke Präsenz in den sozialen Medien ab, einige bieten Gastbestellung oder eine große Auswahl an Zahlungsmöglichkeiten. Auffällig sind die bedeutenden Unterschiede in der Lieferzeit, die bei den zehn Shops zwischen schnellen ein bis zwei Tagen und gemächlichen drei bis sieben Tagen liegen. Thalia bietet mit einem Schnellversand in verschiedene Großstädte eine Lieferung am selben Tag.



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Über die Studie:

Die „E-Shop-Analyse Buchhandel 2016“ von research tools untersucht auf 169 Seiten die Onlineshops der zehn Buchversender buch.de, Buch24, buecher.de, Der Club Bertelsmann, ebook.de, Hugendubel, Mayersche, Random House, Thalia und Weltbild. 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