research tools
Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Pressemitteilung

Onlineshops für Möbel: Markenverzicht und Preispositionierung

Die vergleichsweise schwache Präsenz starker Marken führt zu wenig Transparenz im Möbelhandel. Dies macht enorme Preisunterschiede erst möglich und erschwert dem Kunden den Vergleich. Laut der ‚E-Shop-Analyse Möbel 2015' heben sich einige Internet-Pure-Player trotz der großvolumigen Güter durch Versandkostenfreiheit von den Mitbewerbern ab. Damit liegt der maßgebliche Handlungsspielraum im Onlinemöbelhandel beim Preis.

Esslingen am Neckar, 18. Juni 2015 – Der Sortimentsumfang der zehn analysierten Möbelversender mit der größten eVisibility reicht von rund 800 bis hin zu über 85.000 gelisteten Einzelprodukten. Ein besonders großes Produktangebot bieten neben Home24 auch Ikea, Möbel Akut, Pharao24.de und Roller. Starke Marken sucht man bei etlichen Möbelversendern vergeblich. Nur zwei Shops führen mehr als 40 Prozent der 50 untersuchten Möbelmarken, vier Shops verzichten völlig auf Herstellermarken.

Die Branche zeichnet sich durch erhebliche Unterschiede im Preisniveau aus. Exemplarisch für fast 50 untersuchte Produktgruppen ergeben die ermittelten Couchtischpreise für Dänisches Bettenlager und Ikea die minimalsten Spannen. Die Preisunterschiede der Couchtischangebote sind damit bei diesen beiden Anbietern am geringsten. Home24 und porta! hingegen bedienen mit breiten Spannen unterschiedlich kaufkräftige Zielgruppen. Neun der zehn untersuchten Shops gewähren Rabatte. Rabattierte Produkte sind im Durchschnitt zwischen 18 und 34 Prozent vergünstigt.

Neben den reinen Artikelkosten muss der Kunde auch die Versandkosten im Blick haben, denn diese variieren erheblich. Während drei Shops generell eine kostenlose Lieferung, manchmal sogar bis in die Wohnung, anbieten, summieren sich die Kosten bei den übrigen Anbietern in der teuersten Variante teilweise bis auf dreistellige Beträge. Artikelpreise und Nebenkosten bieten damit im Onlinemöbelhandel erheblichen Spielraum zur Preispositionierung, von dem die Anbieter rege Gebrauch machen.

Der Servicegedanke wird von den zehn untersuchten Möbelversendern unterschiedlich umgesetzt. Alle Shops sind telefonisch erreichbar, vier Shops auch samstags. Die wöchentlichen Hotlinebetriebszeiten liegen dabei zwischen 35 und 84 Stunden. Sieben Shops bieten die Möglichkeit zur Kontaktaufnahme per Mail, einen Live Chat haben drei Versender eingerichtet. Auffallend sind empfindliche Lücken bei den Bezahlungsarten, denn nicht alle Shops bieten Bezahlung per Rechnung, Vorkasse, Kreditkarte oder PayPal an.

research tools
Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Über die Studie:
Die „E-Shop-Analyse Möbel 2015“ von research tools untersucht auf 148 Seiten die Online-shops der zehn Möbelversender mit der größten eVisibility avandeo, Dänisches Bettenlager, Fashion For Home, Home24, Ikea, Kauf-Unique.de, Möbel akut, Pharao24.de, porta! und Roller. Entlang des Kundenpfads werden mit den vier Bereichen Orientierung, Produkt-sortiment, 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