



## Pressemitteilung

### Onlinehandel Bekleidung: Produktsuche bietet wenig Unterstützung



**Vier der zehn untersuchten Onlineshops bieten mit mehr als 40.000 Artikel ein umfassendes Sortiment. Die Produktsuche listet durchschnittlich nur 55 Prozent zur Suche passende Produkte.**

*Esslingen am Neckar, 07. September 2018* – Die Websites von zehn Onlineshops für Bekleidung präsentieren sich stark heterogen.

So gestaltet sich bereits die Produktsuche mitunter schwierig. Im Durchschnitt enthalten die Suchergebnisse nur 55 Prozent zur Suche passende Artikel. Zwischen mageren 27 und starken 95 Prozent liegen die Ergebnisse bei den einzelnen Shops. Auch die Verlässlichkeit der Suche lässt häufig zu wünschen übrig, denn der Kunde findet mittels der Suchfunktion nur etwas mehr als die Hälfte der im Shop verfügbaren und zur Suche passenden Produkte. Als nützliche Helfer unterstützen Filter- und Sortierfunktionen die Produktsuche. Auch hier zeigt sich bei den Shops mit null bis zwölf Optionen eine deutliche Diskrepanz. Zu den einzelnen Artikeln stellen die Anbieter Produkt- und Hintergrundinformationen bereit. Produktfotos und mitunter auch Videos vermitteln Lebensgefühl und komplettieren das Erlebnisspektrum an Design-, Themen- und Medienelementen. Möglichkeiten zur Interaktion gibt es nur vereinzelt.

About you und Zalando bieten mit einer sechsstelligen Artikelanzahl das größte Produktsortiment. Die übrigen acht der zehn untersuchten Onlineshops für Bekleidung präsentieren in ihrem Sortiment zwischen 10.400 und rund 55.000 Artikel. Selbst bei diesen Webshops bestehen somit noch große Unterschiede in der Artikelzahl. Umfangreiche Preisvergleiche in zehn unterschiedlichen Warengruppen belegen eine Positionierung von C&A im unteren Preissegment. Defshop und Snipes präsentieren sich in mindestens einer Warengruppe als günstigster und in einer anderen Warengruppe gleichzeitig teuerster Anbieter und zeigen damit eine große Preisspanne.

Für Kundenfragen veröffentlichen acht der zehn untersuchten Onlineshops Hotline-Betriebszeiten. Zusätzlich zu den Werktagen ist die Hälfte der Shops auch am Samstag erreichbar, drei Shops beantworten Kundenfragen gar sonntags. Auffallend sind die Unterschiede der pauschalen Lieferzeiten. Sie können im Standardversand bis zu acht Werktagen betragen. Die Hälfte der Shops gibt eine Lieferdauer von drei Werktagen oder weniger an.



# research tools

Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

## **Über die Studie:**

Die „eShop Analysis Clothing 2018“ von research tools untersucht in englischer Sprache auf 190 Seiten die zehn Bekleidung-Onlineshops von About you, Asos, C&A, Defshop, dress-for-less, Fashion ID, H&M, Snipes, Zalando, Zara. 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.

Weitere Informationen zur Studie:

<https://research-tools.net/eshop-analysis-clothing-2018/>

## **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](http://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](mailto:uwe.matzner@research-tools.net)