

**++ Blumenfee +++ Blume2000 +++ Bluvesa +++ euroflorist +++ FLEUROP +++ Flora  
Prima +++ Lidl-Blumen +++ MIFLORA +++ QualityFlower +++ Valentins +++ Blumenf**

## Studiensteckbrief **E-Shop-Analyse Blumen 2015**

erarbeitet von:  
research tools, Esslingen am Neckar

Mai 2015



**research tools**

Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief E-Shop-Analyse  
Blumen 2015

# Information zur Studie

## Ausgewählte Ergebnisse:

- Der Sortimentsumfang der zehn untersuchten Blumen-Onlineshops variiert zwischen 37 und 286 verschiedenen Sträußen und Schnittblumen, die überwiegend nach Themen bzw. Anlässen geordnet sind wie z.B. Liebe, Geburtstag, Hochzeit.
- Die E-Shops strukturieren ihr Sortiment in unterschiedlichen Warengruppen. In geringem Umfang werden in einem Großteil der E-Shops auch branchenfremde Artikel wie Wein und Sekt, Grußkarten oder Torten angeboten.
- Die einzelnen Anbieter differenzieren sich sowohl innerhalb der Standard-Warengruppen, als auch über die Blumenvielfalt und die Preisgestaltung. Bei über der Hälfte der Anbieter sind Gratisbeigaben beliebt.
- Neben den Straußkosten spielen Versandkosten eine bedeutende Rolle. Die Kosten im günstigsten Standardversand variieren zwischen 4,95 und 9,99 Euro, ein Anbieter liefert kostenfrei. Zur Kundenbindung gewähren zwei Shops Treueboni.
- Die zehn Onlineshops unterstützen die telefonische Kontaktmöglichkeit an 49 bis 168 Stunden pro Woche, fünf Shops sind auch samstags zu erreichen. Rückruf-Optionen oder Gastbestellungen gibt es nur vereinzelt.
- Neun Shops zeigen Präsenz in Social Media. Die Lieferzeiten sind überwiegend mit ein bis zwei Tagen angegeben. Versender mit Floristen-Netzwerk liefern bei Bedarf am selben Tag.

# Information zur Studie

## Die Studie analysiert unter anderem folgende Aspekte:

- Wie gut unterstützen die Blumen-Onlineshops die Orientierung der Kunden?
- Wie ist das Sortiment der E-Shops im Wettbewerbsvergleich strukturiert?
- Welche Warengruppen zeichnen einzelne E-Shops aus und fehlen anderen?
- Wie sind die E-Shops im Wettbewerbsumfeld preislich positioniert?
- Welche Warengruppen sind in den untersuchten E-Shops für den Verbraucher preislich attraktiv?
- Wie serviceorientiert sind die E-Shops Ihrer Branche aufgebaut?
- Wie wirken sich die Stärken und Schwächen der E-Shops auf Performance und Positionierung aus?

## Forschungsdesign:

Die vorliegende Studie basiert auf Daten, die im Zeitraum Februar bis März 2015 von research tools auf den einzelnen Seiten der Online-Blumenversand-Shops **Blumenfee, Blume2000, Bluvesa, euroflorist, FLEUROP, FloraPrima, Lidl-Blumen, MIFLORA, QualityFlower** und **Valentins** untersucht wurden. Die E-Shops wurden im Hinblick auf Orientierung, Produktsortiment, Konditionen und Service 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 155 Seiten umfassende Studie ist für 2.400 EUR zuzüglich Mehrwertsteuer erhältlich und wird als PDF- und PowerPoint-Datei per Mail und auf CD zur Verfügung gestellt.

# Inhaltsverzeichnis

|                               |    |
|-------------------------------|----|
| ➤ Management Summary          | 4  |
| ➤ Forschungsdesign            | 9  |
| ➤ Orientierung                | 11 |
| ▪ USP                         | 14 |
| ▪ Shopstruktur                | 17 |
| ▪ Navigation – Features       | 29 |
| ▪ Navigation - Suchfilter     | 30 |
| ▪ Navigation – Suchfunktion   | 31 |
| ▪ Shopdesign                  | 48 |
| ▪ Gütesiegel & Testergebnisse | 52 |
| ▪ Datenschutz                 | 55 |
| ▪ Besonderheiten              | 56 |
| ➤ Produkte                    | 57 |
| ▪ Sortiment                   | 61 |
| ▪ Warengruppen                | 65 |
| ▪ Standard-Produkte           | 79 |
| ▪ branchenfremde Warengruppen | 81 |
| ▪ Angebote                    | 82 |
| ▪ Besonderheiten              | 83 |

# Inhaltsverzeichnis

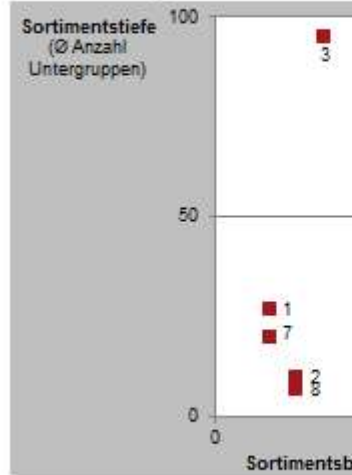
|                                     |     |
|-------------------------------------|-----|
| ➤ Konditionen                       | 84  |
| ▪ Preisvergleiche Standardprodukte  | 87  |
| ▪ Preisspanne Standard-Warengruppen | 94  |
| ▪ Versandkosten                     | 101 |
| ▪ Aktionen/ Angebote                | 108 |
| ▪ Besonderheiten                    | 109 |
| ➤ Service                           | 110 |
| ▪ Beratung                          | 114 |
| ▪ Kundenservice - Features          | 115 |
| ▪ Registrierungsangaben             | 118 |
| ▪ Kontaktmöglichkeiten              | 121 |
| ▪ Zahlungsmöglichkeiten             | 122 |
| ▪ Lieferservice                     | 124 |
| ▪ Besonderheiten                    | 127 |
| ➤ Stärken und Schwächen             | 128 |
| ➤ Ranking                           | 135 |
| ➤ E-Shop Similarity                 | 147 |
| ➤ Kontakt                           | 155 |

# Beispielseiten (1)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

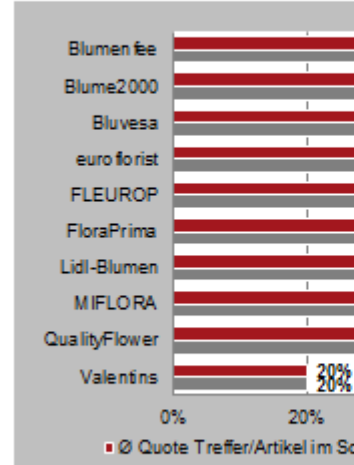
### Orientierung Shopstruktur

Positionierung der Anbieter anhand der Sortimentsbreite und -tiefe



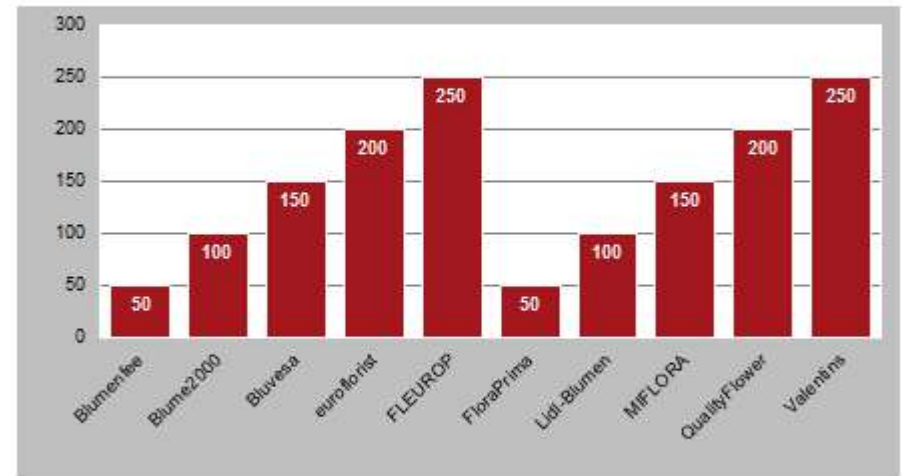
### Orientierung Navigation – Suchfunktion

Navigation – Suchfunktion



Welcher Umfang im Produktsortiment ist kennzeichnend für die Shops?

### Produkte Sortiment



research tools  
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

research tools

Welche Sortimentspolitik verfolgen die Versender?

research tools  
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Marketing-Mix-Analyse  
Berufsunfähigkeitsversicherung 2015

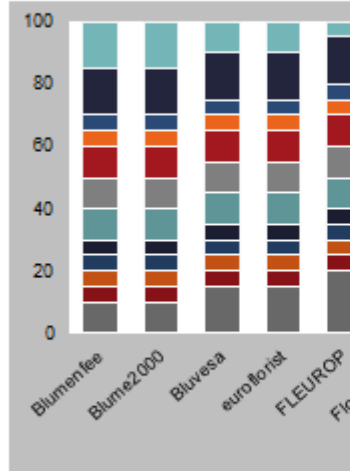
# Beispielseiten (2)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Produkte

Standard-Warengruppen

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



### Konditionen

Preisvergleiche Standardprodukte

Preisvergleich (3) – Rosen und Tulpen

| E-Shop        | Rote Rosen (10 St.) |
|---------------|---------------------|
| Blumenfee     | X2,90               |
| Blume2000     | X4,00               |
| Bluvesa       | X8,95               |
| euroflorist   | X8,00*              |
| FLEUROP       | X0,00               |
| FloraPrima    | -                   |
| Lidl-Blumen   | -                   |
| MIFLORA       | X4,90               |
| QualityFlower | X,99                |
| Valentins     | -                   |

### Service

Kundenservice

Kundenservice-Features (1)

| E-Shop        | News-letter | Wunschliste/ Merkzettel | Vergleichsmöglichkeiten | Bestellung als Gast | zuletzt gesehene Artikel | Artikel im Warenkorb** |
|---------------|-------------|-------------------------|-------------------------|---------------------|--------------------------|------------------------|
| Blumenfee     | X           | -                       | -                       | -                   | -                        | X                      |
| Blume2000     | -           | X                       | -                       | -                   | -                        | X                      |
| Bluvesa       | -           | -                       | X                       | -                   | -                        | X                      |
| euroflorist   | -           | -                       | -                       | X                   | -                        | X                      |
| FLEUROP       | -           | -                       | -                       | -                   | X                        | X                      |
| FloraPrima    | -           | -                       | -                       | -                   | X                        | X                      |
| Lidl-Blumen   | -           | -                       | -                       | X                   | -                        | X                      |
| MIFLORA       | -           | -                       | X                       | -*                  | -                        | X                      |
| QualityFlower | -           | X                       | -                       | -                   | -                        | X                      |
| Valentins     | X           | -                       | -                       | -                   | -                        | X                      |

Welche Servicefeatures bieten die Blumenversender?

Welche Schwerpunkte setzen die E-Shops im Warengruppenangebot?

\* es kann sich per Facebook eingeloggt werden \*\* Auf der Startseite wird angezeigt wie viele Artikel sich im Warenkorb befinden

# Beispielseiten (3)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

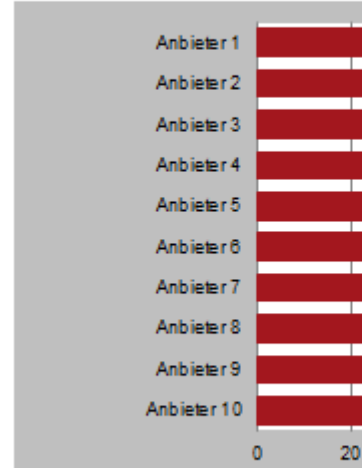
### Stärken und Schwächen

#### Stärken und Schwächen der Anbieter

| E-Shop            | Stärken   |
|-------------------|---|
| Blumenversender X | <ul style="list-style-type: none"> <li>+ Floristen al</li> <li>+ Suchfunkt</li> <li>+ größtes So</li> <li>+ Rückruf-O</li> <li>+ Bestellung</li> <li>+ viele Zahlu</li> <li>+ Gratisbeig</li> <li>+ gute Navig</li> </ul> |
| Blumenversender Y | <ul style="list-style-type: none"> <li>+ Geld-zurüc</li> <li>+ übersichtli</li> <li>+ viel Eigenw</li> <li>+ aktuelle An</li> <li>+ Gutschein-</li> </ul>   |

### Ranking

Gesamtranking (Angaben in % als Mittelwert)



Welche Positionierung nehmen die E-Shops im Wettbewerbsumfeld ein?

### E-Shop-Similarity

Positionierung/Ähnlichkeit der Anbieter



Welche Auswirkungen haben Stärken und Schwächen auf die Performance?



# 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 Blumen 2015.**

**Auftraggeber:**

Firma:

---

Ansprechpartner:

---

E-Mail:

---

Position/Funktion:

---

Datum, Ort, Unterschrift:

---

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

research tools

Kesselwasen 10, 73728 Esslingen am Neckar

[www.research-tools.net](http://www.research-tools.net)

research tools: Marketingmaßnahmen erfassen – verstehen – bewerten

Zuletzt erschienene E-Shop-Analysen:

- E-Shop-Analyse Computerbedarf 2015
- E-Shop-Analyse Sport 2015
- E-Shop-Analyse Haushaltsgeräte 2015
- E-Shop-Analyse Unterhaltungselektronik 2015
- eShop-Analysis Department Stores 2015
- E-Shop-Analyse Kfz-Teile 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 17 Branchen erschienen.