

+++ buch.de +++ Buch24 +++ buecher.de +++ Der Club Bertelsmann +++ ebook.de +++ Hugendubel +++ Mayersche +++ Random House +++ Thalia +++ Weltbild +++ buch.de +++ Buch24 +++ buecher.de +++ Der Club B

Studiensteckbrief  
**E-Shop-Analyse  
Buchhandel 2016**

erarbeitet von:  
research tools, Esslingen am Neckar

Januar 2016



**research tools**

Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief E-Shop-Analyse  
Buchhandel 2016

## Ausgewählte Ergebnisse:

- Acht der zehn Onlineshops im Buchhandel bieten neben ihrem Warengruppenangebot branchenfremde Produkte wie Filme und Musik, fünf Shops verkaufen Games und Spielzeug.
- Die zehn E-Shops erleichtern ihren Kunden die Produktsuche mit durchschnittlich acht Sortier- und Filtermöglichkeiten.
- Preisunterschiede ergeben sich vor allem in den Produktkategorien, die nicht unter die Preisbindung fallen. Drei Onlineshops heben sich hier mit durchgehend günstigen Preisen ab.
- Die Erreichbarkeit der Servicehotline variiert deutlich. Im Durchschnitt stehen die Shops an 63 Stunden pro Woche den Kunden für Fragen zur Verfügung.
- Die veröffentlichten Lieferzeiten liegen zwischen ein bis zwei Tagen und drei bis sieben Tagen. Nur ein Shop bietet einen Expressversand mit Lieferung am selben Tag.
- Alle Shops zeigen Präsenz in Social Media. Fünf Shops bieten einen Großkundenservice, zwei eine Firmenkundenseite.

# Informationen zur Studie

## Wichtigste USPs:

Analyse aller **Customer Touchpoints** entlang des **Kundenpfads**

Analyseinhalte: **Orientierung, Produkte, Konditionen, Service**

zehn Shops des **Buchhandels** mit je weit über 100 Aspekten

alle Informationen gebündelt auf **169 PowerPoint-Seiten**

als PDF- und PowerPoint-Datei **kurzfristig** verfügbar

die Studie ist **objektiv, unabhängig** und **neutral**

**Nutzen:** Basis für klare Positionierung und adäquaten Umgang mit Stärken und Schwächen der Wettbewerber

## zehn Onlineshops im Buchhandel

- buch.de
- Buch24
- buecher.de
- Der Club Bertelsmann
- ebook.de
- Hugendubel
- Mayersche
- Random House
- Thalia
- Weltbild

# Informationen zur Studie

Detaillierte Analyse der Customer Touchpoints  
von zehn Onlineshops im Buchhandel

## Orientierung

- USP
- Shopstruktur
- Navigation-Features
- Suchfunktion
- Shopdesign
- Gütesiegel
- Transparenz
- ....

## Produkte

- Sortimentsumfang
- Warengruppen-  
anteile
- branchenfremde  
Warengruppen
- Angebote
- Besonderheiten
- ...

## Konditionen

- Preisvergleiche
- Preisspannen
- Versandkosten  
Deutschland
- Versandkosten  
Ausland
- Besonderheiten
- ...

## Service

- Beratung
- Kundenservice-  
Features
- Registrierung
- Kontaktwege
- Bezahlverfahren
- Lieferservice
- ...

Stärken- / Schwächenanalyse

Ranking

E-Shop-Positionierung

# Informationen zur Studie

Die Studie analysiert unter anderem folgende **Aspekte**:

- wie gut unterstützen die E-Shops des Buchhandels die Orientierung der Kunden?
- wie ist das Sortiment der E-Shops im Wettbewerbsvergleich strukturiert?
- welche Warengruppen zeichnen einzelne E-Shops aus und fehlen in anderen?
- welche Warengruppen sind in den untersuchten E-Shops für den Verbraucher preislich attraktiv?
- welche Serviceorientierung zeigen die E-Shops?
- wie wirken sich die Stärken und Schwächen der E-Shops auf die Performance aus?
- wo positionieren sich die E-Shops im Wettbewerbsumfeld?

**Die 169 Seiten umfassende Studie kostet 2.400 EUR** zuzüglich Mehrwertsteuer.

**Die Studie in Zahlen:**

- über 100 Suchläufe für 11 Produktbegriffe
- Sortimentsanalyse von 20 Bestsellern und 20 Longsellern
- Preisvergleiche von 55 Artikeln
- Vergleiche der Preisspannen bei mehr als 50 Autoren
- 12 Zahlungsarten
- 8 Social Media Kanäle
- Lieferzeiten von 45 Artikeln

**Forschungsdesign:**

Die vorliegende Studie basiert auf Daten, die von research tools auf den Seiten der Onlineshops im Buchhandel erhoben wurden. Für die vorliegende Analyse wurden keine externen Daten verwendet, weshalb die Studie objektive, unabhängige und neutrale Ergebnisse liefert. Die Studie ist im Januar 2016 erschienen.

# Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	5
➤ Forschungsdesign	10
➤ Orientierung	12
▪ USP	16
▪ Shopstruktur	19
▪ Navigation – Features	31
▪ Navigation - Suchfunktion	32
▪ Suche	45
▪ Filter- und Sortiermöglichkeiten	46
▪ Shopdesign	49
▪ Angebotsfeatures / Design	53
▪ Gütesiegel & Testergebnisse	55
▪ Produktbeschreibung	58
▪ Transparenz	60
▪ Besonderheiten	61
➤ Produkte	62
▪ Sortiment	66
▪ Angebot Standardprodukte	68



# Inhaltsverzeichnis

▪ Standard-Warengruppen	70
▪ Branchenfremde Warengruppen	72
▪ Spezialshops	73
▪ Angebote	74
▪ Besonderheiten	82
➤ Konditionen	83
▪ Preisvergleiche Standardprodukte	86
▪ Preisspanne Standard-Warengruppen	99
▪ Versandkosten	113
▪ Besonderheiten	117
➤ Service	118
▪ Beratung	122
▪ Kundenservice	123
▪ Warenkorb	126
▪ Registrierungsangaben	127
▪ Kontaktmöglichkeiten	130
▪ Soziale Netzwerke	131
▪ Zahlungsmöglichkeiten	132



# Inhaltsverzeichnis

▪ Lieferservice	134
▪ Sonstiges	138
▪ Besonderheiten	139
➤ Stärken und Schwächen	140
➤ Ranking	147
➤ E-Shop-Positionierung	160
➤ Kontakt	168



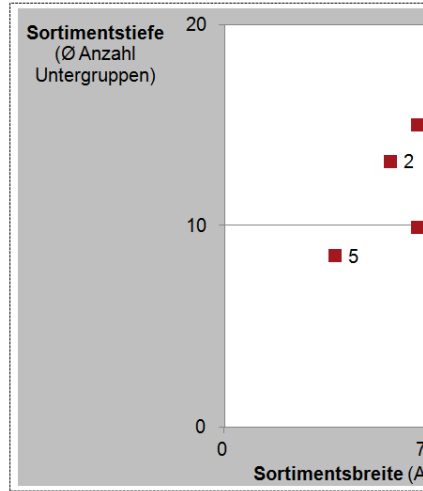


# Beispieleiten (1)

## Die Beispieleiten enthalten fiktive Daten

### Orientierung Shopstruktur

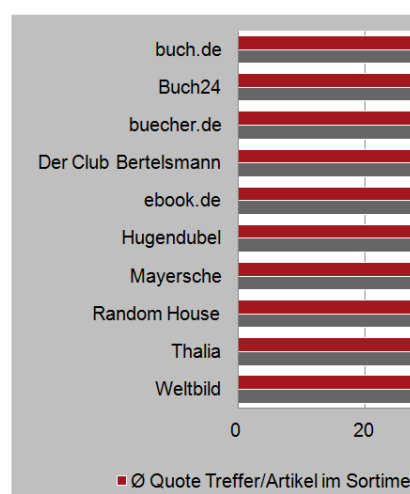
Positionierung der Anbieter anhand der Sortimentsbreite und -tiefe



### Orientierung

Navigation – Suchfunktion

Navigation – Suchfunktion (Angaben in %)

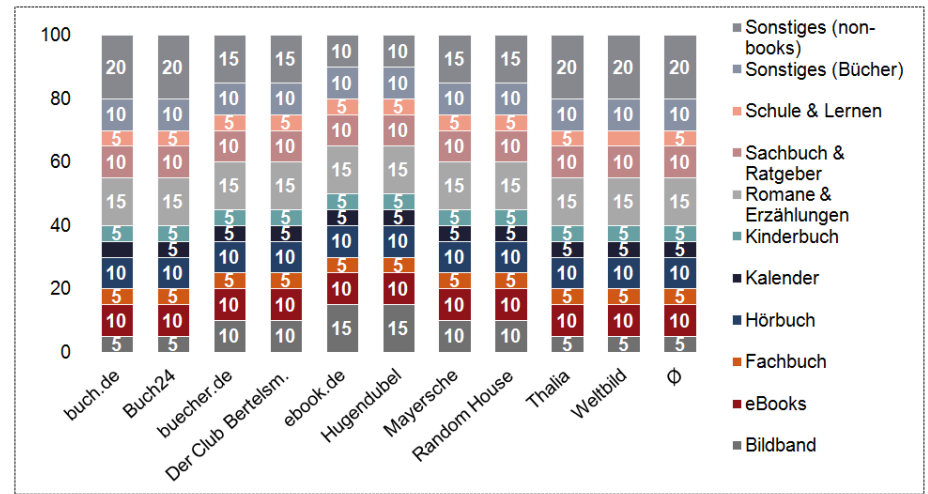


**Welche Schwerpunkte hinsichtlich der Warengruppen setzen die E-Shops?**

### Produkte

Standard-Warengruppen

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



research tools  
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

research tools  
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

**Welche Sortimentspolitik verfolgen die Anbieter?**

research tools  
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

E-Shop-Analyse  
Buchhandel 2016

# Beispielseiten (2)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Produkte Angebote

#### Longseller (2)

E-Shop	11	12	13
buch.de	X	X	X
Buch24	X	X	X
buecher.de			
Der Club Bertelsmann			
ebook.de	X	X	X
Hugendubel	X	X	X
Mayersche	X	X	X
Random House	X		
Thalia	X	X	X
Weltbild	X	X	X

11. Twain, M.: Tom Sawyer, 12. Dürrenmatt, F.: Die Physiker, 13. P. H./Schumann, H.: Metallografie, 16. Mitchell, M.: Vom Wilde verwehlt  
Unsere Sumpf- und Wasserpflanzen, 20. Michalowsky, L./Schneider



Welche Unterstützung bekommen die Kunden bei der Produktsuche?

### Konditionen Preisspanne Standard Warengruppen

#### Preisspanne – 5. Kalender (in €)

E-Shop	Weingarten		Ko
	von	bis	
buch.de	x,99	98,00	x,50
Buch24	x,99	97,99	x,50
buecher.de	x,99	98,00	x,50
Der Club Bertelsmann	x,99	98,00	x,95
ebook.de	x,49	97,99	x,45
Hugendubel	x,49	97,99	x,45
Mayersche	x,09	98,00	x,95
Random House	-	-	-
Thalia	x,99	98,00	x,50
Weltbild	x,99	98,00	x,95

### Service Kundenservice

#### Zielgruppen

E-Shop	Händlersuche	Firmen- kundenseite	Großkunden- Service	Sprachauswahl
buch.de	X	-	-	-
Buch24	X	X	-	-
buecher.de	-	X	X	-
Der Club Bertelsmann	-	-	X	X
ebook.de	-	-	-	X
Hugendubel	-	-	-	X
Mayersche	-	-	X	X
Random House	-	X	X	-
Thalia	X	X	-	-
Weltbild	X	-	-	-



E-Shop-Analyse  
Buchhandel 2016

124

# Beispielseiten (3)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

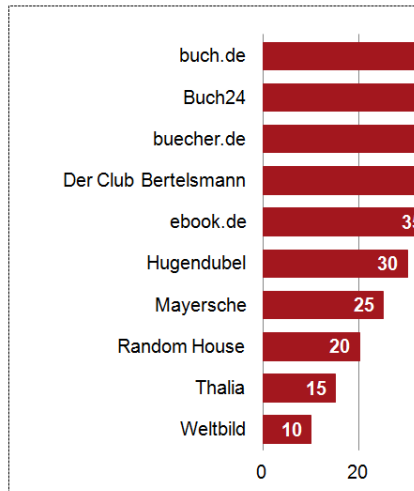
### Stärken und Schwächen

Stärken und Schwächen der Anbieter

E-Shop	Stärken
Anbieter X	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ hervorragende Über:</li> <li>+ Widerrufsfrist 1 Mona:</li> <li>+ höchster Sortiments:</li> <li>+ ausführliche Produkt</li> <li>+ viele Spezialshops</li> <li>+ grundsätzlicher Grat</li> <li>+ gratis Hotline</li> <li>+ Bestellung als Gast r</li> </ul>
Anbieter Y	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Trendshop vorhande</li> <li>+ Expressversand mög</li> <li>+ Bestellung als Gast r</li> <li>+ userspezifische Emp</li> <li>+ viele Kontaktmöglich</li> </ul>

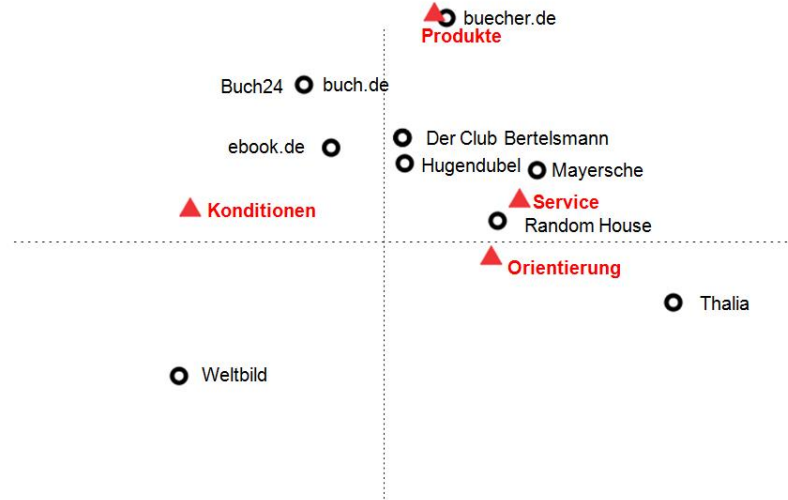
### Ranking

Gesamtranking (Angaben in % als Mittelwert der vier Analysebereiche)



### E-Shop-Positionierung

Positionierung/Ähnlichkeit der Anbieter



Welche Positionierung nehmen die E-Shops im Wettbewerbsumfeld ein?

research tools  
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Welche Auswirkungen haben Stärken und Schwächen auf die Performance?

research tools  
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

E-Shop-Analyse  
Buchhandel 2016

161

# 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 Buchhandel 2016.**

**Auftraggeber:**

Firma: \_\_\_\_\_

Ansprechpartner: \_\_\_\_\_

E-Mail: \_\_\_\_\_

Position/Funktion: \_\_\_\_\_

Datum, Ort, Unterschrift: \_\_\_\_\_

## 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 erschienen zur Buchbranche:

- Studie eVisibility Buchhandel 2015

Zuletzt erschienene E-Shop-Analysen:

- E-Shop-Analyse Energieanbieter 2015
- E-Shop-Analyse PKW-Hersteller 2015
- E-Shop-Analyse Babybedarf 2015
- E-Shop-Analyse Schmuckmarken 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 24 Branchen erschienen.



# Ausgewählte analysierte Aspekte

AGBs, Aktuelle Angebote, Amazon, American Express, Angebotsverknappung, Anzahl gelisteter Artikel, App, Artikelvergleich, Autoergänzungsfunktion, Autor, Bankeinzug, Barzahlung, Beliebtheit, Besonderheiten, Bestseller, Betriebszeiten Hotline, Bewertung, Bezahlkonditionen, Blog, branchenfremde Artikel, branchenfremde Warengruppen, Breadcrumbs, Buch, Datenschutz, durchschnittliche Rabattierung nach Warengruppen, DVD, Eigenwerbung, Einband, Einheitlichkeit, Eingabemöglichkeiten, eMail, Ermäßigungen, Erscheinungsdatum, E-Shop-Positionierung, Expresskosten, Eyecatcher, Facebook, Farbgebung, Filtermöglichkeiten, Firmenkundenseite, Finanzierung, Firmenkundenseite, Gastbestellung, Gebühren Hotline, Gesamtranking, Google+, Großkundenservice, Gütesiegel, Gutscheine, Händlersuche, Instagram, Krimishop, Kochbuchshop, Konditionen, Kontakt per eMail, Kontakt per Fax, Kontakt per Post, Kontakt per SMS, Kontaktformular, Kontaktmöglichkeiten, Kontrast, Kundenbewertung, Lieferzeit, LiveChat, Mastercard, Menüpunkte, Merkzettel, mobiler Shop, Nachnahme, Navigation-Features, Neuerscheinungen, Newsletter, Orientierung, Packstation, PayPal, Pinterest, Posterous, Preis, Preisspannen, Preisvergleiche, Produktberater, Produkte, Produktvergleich, Programmierfehler, Ranking nach Kategorien, Ranking Preisspannen nach Warengruppen, Ranking Preisvergleich nach Warengruppen, Rechnung, Registrierungsangaben, Reiseführer, RSS-Feeds, Service, Shopdesign, Shopstruktur, Social Media, Sofortüberweisung, Sortiermöglichkeiten, Sortiment, Sortimentsstruktur, Sortimentsbreite, Sortimentstiefe, Sprache, Standardmarken, Standard-Warengruppen, Stärken und Schwächen, Suchfunktion, Telefonkontakt, Testergebnisse, Themenshops, Tiefpreisgarantie, Titel, Treffergenauigkeit, Topseller, Trefferquote Suchfunktion, Treueangebote, tumblr, Twitter, Übersichtlichkeit, Untergruppen, Verlag, Versanddienstleister, Versandkosten, Veröffentlichungsdatum, Visa, Vorkasse, Warenart, Warenkorb, Weiterempfehlung, Werbung, Xing, YouTube, Zahlungsmöglichkeiten, zusätzliche Angebote