

+++ Bauknecht +++ Bosch +++ Electrolux +++ Hoover +++ Klarstein +++ Miele +++ Panasonic +++ PKM +++ Privileg +++ Siemens +++ Bauknecht +++ Bosch +++ Electrolux +++ Hoover +++ Klarstein +++ Miele +++ Pana



Studiensteckbrief
E-Shop-Analyse
Haushalts Großgeräte 2016
Ein Wettbewerbsvergleich der Herstellermarken

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

Januar 2016

Informationen zur Studie

Ausgewählte Ergebnisse:

- Bei der Produktsuche verfügen die Suchfunktionen von vier Herstellern über eine durchschnittliche Trefferquote von mehr als 75 Prozent. In den anderen Shops liegt die Trefferquote deutlich darunter.
- Bis zu elf unterschiedliche Filter- und Sortiermöglichkeiten der angezeigten Suchergebnisse bieten die Hersteller.
- Die Anzahl gelisteter Artikel variiert deutlich. Alle Hersteller präsentieren zudem branchenfremde Artikel in ihren Shops.
- Die Versandkosten liegen in der günstigsten Variante zwischen drei und über acht Euro. Zwei Hersteller liefern generell versandkostenfrei.
- Die Beratungshotlines stehen den Kunden zwischen 15 und 168 Stunden pro Woche zu Verfügung. Sechs Shops zeigen Präsenz in Social Media.

Informationen zur Studie

Wichtigste USPs:

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

Analysebereiche: **Orientierung, Produkte, Konditionen, Service**

zehn Shops für **Haushaltsgroßgeräte** mit je weit über 100 Aspekten

alle Informationen transparent auf **167 PowerPoint-Seiten**

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

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

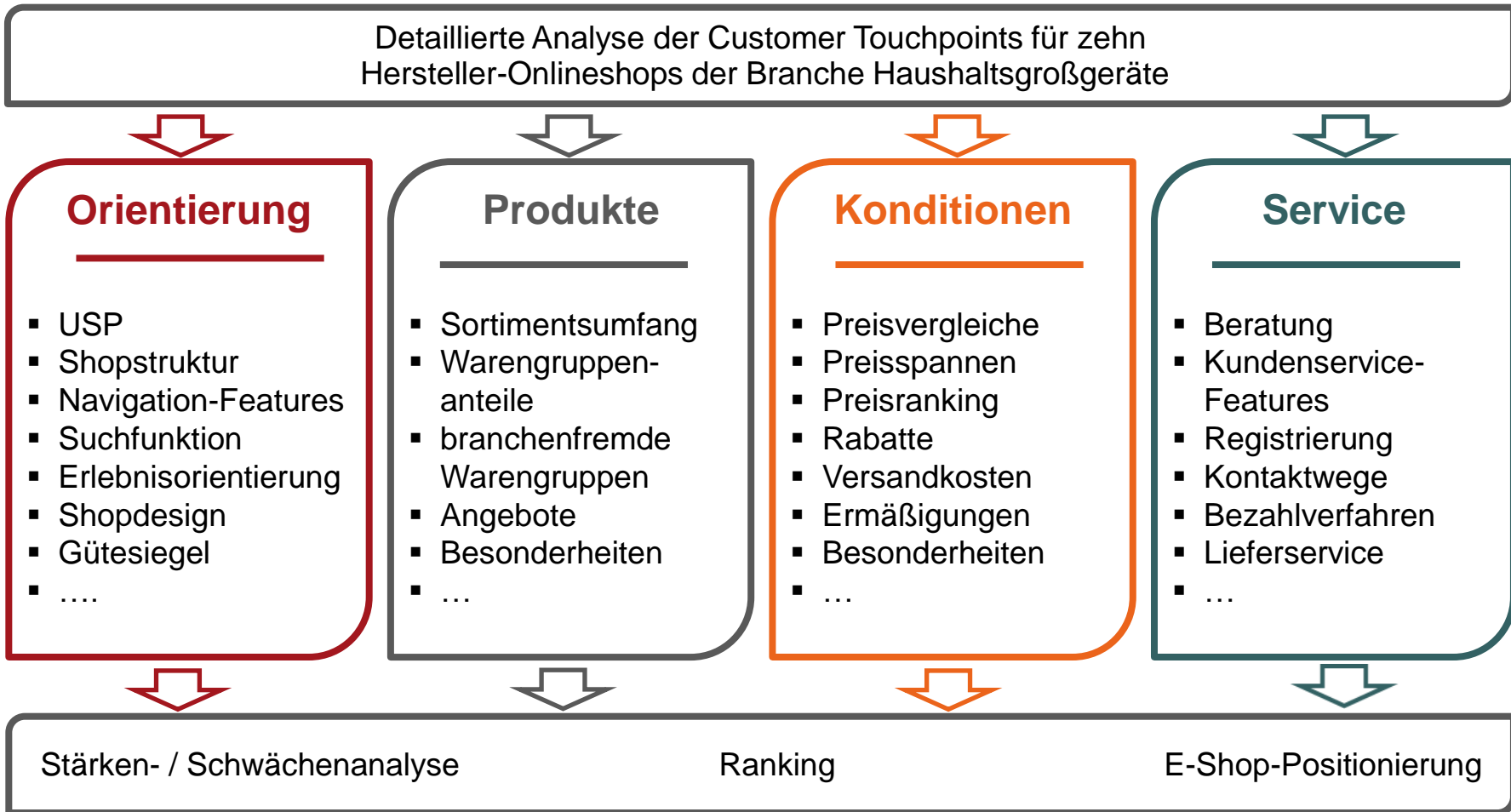
Nutzen: Basis für klare Positionierung und adäquaten Umgang mit Stärken und Schwächen der Wettbewerber

zehn Onlineshops für Haushaltsgroßgeräte:

- Bauknecht
- Bosch
- Electrolux
- Hoover
- Klarstein
- Miele
- Panasonic
- PKM
- Privileg
- Siemens



Informationen zur Studie



Informationen zur Studie

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

- wie gut unterstützen die E-Shops für Haushaltsgroßgeräte 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 **167 Seiten umfassende Studie kostet 2.400 EUR** zuzüglich Mehrwertsteuer.

Die Studie in Zahlen:

- Suchfunktionstest: 100 Suchläufe für zehn Produktbegriffe
- Sortimentsanalyse: 9 Produktkategorien
- Konditionenanalyse: 45 Einzelprodukte & 45 Produktgruppen, Versandkosten in neun Warengruppen
- Serviceanalyse: 13 Zahlungsarten, 5 Lieferzeitszenarien, 9 Kontaktwege etc.

Forschungsdesign:

Die vorliegende Studie basiert auf Daten, die von research tools auf den jeweiligen Seiten der Onlineshops für Haushaltsgroßgeräte 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	12
➤ Orientierung	15
▪ USP	19
▪ Shopstruktur	21
▪ Navigation – Features	33
▪ Navigation – Suchfunktion	34
▪ Eingabe-, Filter-, Sortiermöglichkeiten	46
▪ Erlebnisorientierung	51
▪ Shopdesign	55
▪ Gütesiegel & Testergebnisse	59
▪ Datenschutz	61
▪ Besonderheiten	62

Inhaltsverzeichnis

➤ Produkte	63
▪ Sortiment	66
▪ Warengruppen	69
▪ Standard-Marken	82
▪ branchenfremde Warengruppen	85
▪ Angebote	86
▪ Besonderheiten	87
➤ Konditionen	88
▪ Preisvergleiche Standardsortiment	91
▪ Preisspanne Standardsortiment	102
▪ Durchschnittliche Rabattierung	113
▪ Bezahlkonditionen	114
▪ Versandkosten	115
▪ Ermäßigungen	117
▪ Besonderheiten	118



Inhaltsverzeichnis

➤ Service	119
▪ Beratung	123
▪ Kundenservice - Features	124
▪ Ländershops	126
▪ Registrierungsangaben	128
▪ Kontaktmöglichkeiten	130
▪ Zahlungsmöglichkeiten	131
▪ Lieferservice	133
▪ Besonderheiten	136
➤ Stärken und Schwächen	137
➤ Ranking	144
➤ E-Shop-Positionierung	158
➤ Kontakt	166

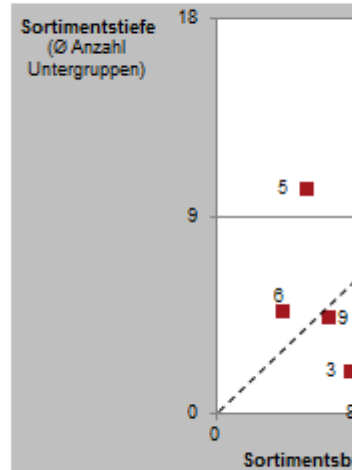


Beispielseiten (1)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Orientierung Shopstruktur

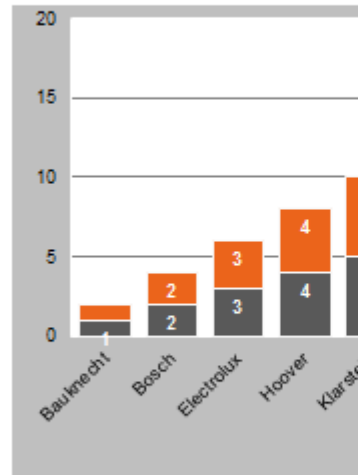
Positionierung der Anbieter anhand des Sortimentebereichs und -tiefe



Orientierung

Eingabe-, Filter-, Sortiermöglichkeiten

Eingabe-, Filter- und Sortiermöglichkeiten bei der Produktsuche

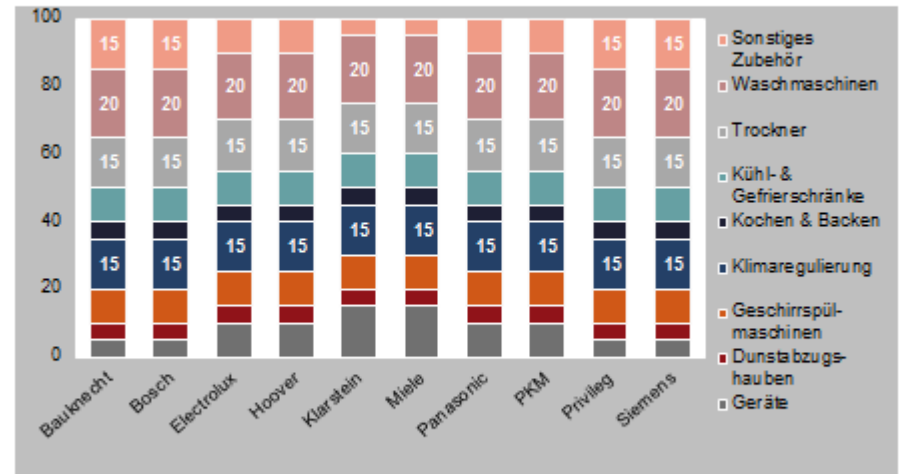


Welche Schwerpunkte hinsichtlich der Warengruppen setzen die E-Shops?

Produkte

Warengruppen

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



research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

research tools

Welche Sortimentspolitik verfolgen die Anbieter?

research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

E-Shop-Analyse
Haushaltsgrößegeräte 2015

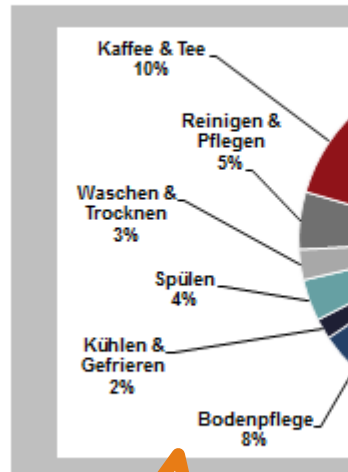
Beispielseiten (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Produkte

Warengruppen der Anbieter

Warengruppen – Anbieter A



Konditionen

Preisvergleiche Standardsortiment

Preisvergleich – 2. Dunstabzugsh...

E-Shop	Aluminium Fettfilter
Bauknecht	X,99
Bosch	XX,94
Electrolux	XX,49
Hoover	XX
Klarstein	XX,90
Miele	XX
Panasonic	XX
PKM	XX,90
Privileg	XX
Siemens	XX,94

Service

Kundenservice

Kundenservice – Features (2)

E-Shop	Kundenbewertungen	Testberichte	Weiterempfehlungen	App/mobiler Shop	Finanzierung	B2B-Bereich	Σ
Bauknecht	X	-	-	-	-	-	X
Bosch	X	X	-	-	-	-	X
Electrolux	-	X	X	-	-	-	X
Hoover	-	-	X	X	-	X	X
Klarstein	-	-	-	X	X	X	X
Miele	-	-	-	X	X	X	X
Panasonic	-	-	X	X	-	X	X
PKM	-	X	X	-	-	-	X
Privileg	X	X	-	-	-	-	X
Siemens	X	-	-	-	-	-	X

In welchen Bereichen zeigt sich Potenzial zum Ausbau des Kundenservice?

Welche Schwerpunkte setzen die E-Shops im Warengruppenangebot?

Beispielseiten (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

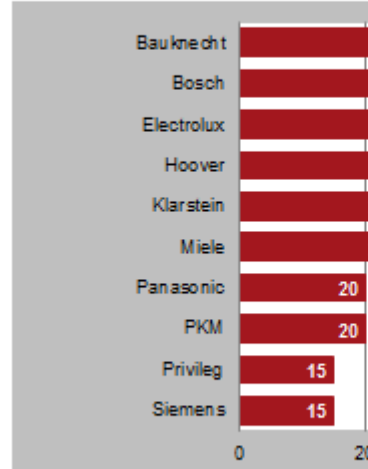
Stärken und Schwächen

Stärken und Schwächen der Anbieter

E-Shop	Stärken
Anbieter X	<ul style="list-style-type: none"> + am meist + gutes Sho + am meist + Platz 2 im + keine Ver + viele Kont + viele Kunt
Anbieter Y	<ul style="list-style-type: none"> + gutes Sho + gebührent + viele Kont

Ranking

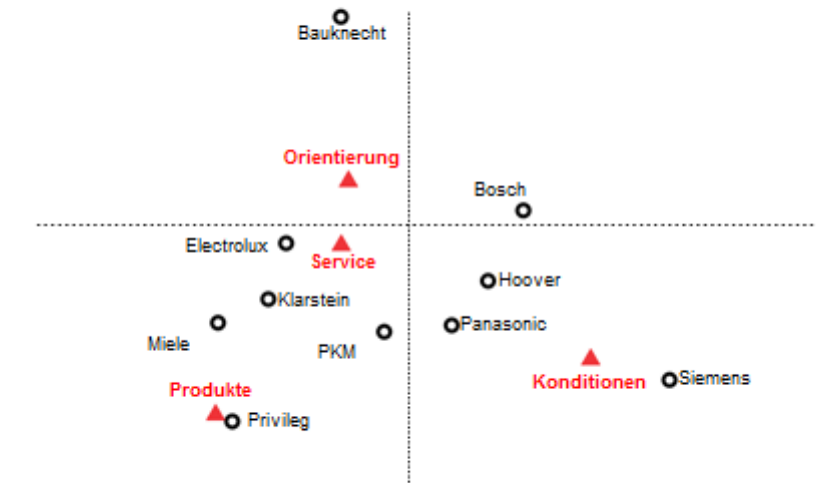
Gesamtranking (Angaben in % als M)



Welche Positionierung nehmen die E-Shops im Wettbewerbsumfeld ein?

E-Shop-Positionierung

Positionierung/Ähnlichkeit der Anbieter



Welche Auswirkungen haben Stärken und Schwächen auf die Performance?



Studiensteckbrief E-Shop-Analyse
Haushaltsgröße 2015

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 Haushaltsgroßgeräte 2016.

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

research tools

Kesselwasen 10, 73728 Esslingen am Neckar

www.research-tools.net

research tools: Marketingmaßnahmen erfassen – verstehen – bewerten

Zuletzt erschienen zur Branche Haushalt:

- Studie eVisibility Haushaltsgroßgeräte 2015
- Marketing-Mix-Analyse Bodenstaubsauger 2015
- Werbemarktanalyse Haushalt und Garten 2015
- Marketing-Mix-Analyse Filterkaffeemaschinen 2014
- Studie Kaffeemarkt-ZG Premium-Kaffeemaschinen '14

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 29 Branchen erschienen.



Ausgewählte analysierte Aspekte

AGBs, Aktuelle Angebote, American Express, Anzahl gelisteter Artikel, App, Autoergänzungsfunktion, B2B-Bereich, Backen, Barzahlung, Besonderheiten, Betriebszeiten Hotline, Bezahlkonditionen, Blog, branchenfremde Artikel, branchenfremde Warengruppen, Datenschutz, Dunstabzugshauben, Eigenwerbung, eMail, Erlebnisorientierung, Ermäßigungen, E-Shop-Positionierung, Expressversand, Facebook, Freundschaftsprämie, Filtermöglichkeiten, Finanzierung, Gastbestellung, Gebühren Hotline, Gefrierschränke, Geräte, Gesamtranking, Geschirrspülmaschinen, Gewinnspiel, Giropay, Google+, Gratisaktionen, Gütesiegel, Instagram, Interaktion, Klimaregulierung, Kochen, Konditionen, Kontakt per eMail, Kontakt per Fax, Kontakt per Post, Kontakt per SMS, Kontaktformular, Kontaktmöglichkeiten, Kreditkarte, Kühlschränke, Kundenbewertung, Lagerbestand, Lastschrift, Ländershops, Lieferzeit, LiveChat, Markenshops, Mastercard, Medienwelt, Menüpunkte, Merkzettel, Mindestbestellwert, mobiler Shop, Mobilität, Nachnahme, Navigation-Features, Newsletter, Online-Vorteil, Orientierung, Passwort, PayPal, Platzierung gegensätzlicher Elemente, Preis-Hits, Preisspannen, Preisvergleiche, Produktberater, Produktvergleich, Programmierfehler, Rabattierung, Ranking nach Kategorien, Ranking Preisspannen nach Warengruppen, Ranking Preisvergleich nach Warengruppen, Rechnung, Registrierungsangaben, RSS-Feeds, Rückrufangebot, Service, Sicherheit, Shopdesign, Shopstruktur, Social Media, Sofortüberweisung, Sortiermöglichkeiten, Sortiment, Sortimentsstruktur, Sortimentsbreite, Sortiments-tiefe, Standardmarken, Standard-Warengruppen, Stärken und Schwächen, Suchfunktion, Telefonkontakt, Testberichte, Testergebnisse, Themenwelt, Themenshops, Topseller, Trefferquote Suchfunktion, Treueangebote, Treuebonus, Trockner, Twitter, Übersichtlichkeit, Umweltfreundlichkeit, Unterwarengruppen, Versanddienstleiste, Versandkosten, Visa, Vorkasse, Warengruppen, Waschmaschinen Weiterempfehlung, Wunschliste, Xing, YouTube, Zahlungsmöglichkeiten, Zusatzkosten