

+++ avandeo +++ Dänisches Bettenlager +++ Fashion For Home +++ Home24 +++ IKEA +++ Kauf-Unique.de +++ MÖBEL AKUT +++ Pharao24.de +++ porta! +++ ROLLER +++ avandeo +++ Dä

Studiensteckbrief E-Shop-Analyse Möbel 2015

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

Juni 2015



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief
E-Shop-Analyse Möbel 2015

Informationen zur Studie

Ausgewählte Ergebnisse:

- Der Sortimentsumfang der zehn untersuchten Möbel-Onlineshops reicht von rund 800 bis hin zu über 85.000 gelisteten Einzelprodukten.
- Die Sortimentseinteilung erfolgt bei den Onlineshops überwiegend wie im stationären Möbelhaus nach Wohnräumen. In sehr geringem Umfang werden neben Möbeln auch branchenfremde Artikel aus anderen Bereichen angeboten, z.B. Spielzeug, Putzmittel oder Campingartikel.
- Das Markenangebot ist sehr heterogen. Zwei Shops führen mehr als 40 Prozent der untersuchten Möbelmarken, vier Shops verzichten völlig auf Traditionsmarken.
- Preisspannen- und Preisvergleiche ergeben deutliche Positionierungen einzelner Shops. Eine Mehrzahl der E-Shops gewährt Rabatte.
- Die Versandkosten der zehn Onlineshops variieren deutlich. Einige Shops bieten kostenlosen Versand, bei anderen Shops beläuft sich die teuerste Versandvariante auf einen dreistelligen Betrag.
- Finanzielle Anreize wie Freundschaftsprämien, Treueboni oder Gewinnspiele werden selten bis gar nicht geboten. Eine Differenzierung erfolgt eher über den Produktpreis sowie die Warengruppen.
- Die Serviceorientierung der Anbieter fokussiert unterschiedliche Schwerpunkte. Vier Shops sind telefonisch auch samstags erreichbar, einige offerieren einen Live Chat. Bezahlung per Rechnung, Vorkasse, Kreditkarte oder PayPal werden von einzelnen Shops nicht angeboten.

Informationen zur Studie

Die Studie analysiert unter anderem folgende Aspekte:

- Wie gut unterstützen die Möbel-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 die Performance aus?

Forschungsdesign:

Die vorliegende Studie basiert auf Daten, die im Zeitraum Januar bis März 2015 von research tools auf den einzelnen Seiten der zehn Online-Möbel-Shops mit der größten eVisibility der Branche avandeo, Dänisches Bettenlager, Fashion For Home, Home24, IKEA, Kauf-Unique.de, MÖBEL AKUT, Pharao24.de, porta! und ROLLER untersucht wurden. Die E-Shops wurden im Hinblick auf Orientierung, Produktsortiment, Konditionen und Service entlang des Kundenpfads für sämtliche Customer Touchpoints 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 148 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.

Informationen zur Studie

Detaillierte Analyse der Customer Touchpoints
von zehn Onlineshops mit der größten eVisibility



Orientierung

- USP
- Shopstruktur
- Navigation-Features
- Navigation-Suchfunktion
- Shopdesign
- Gütesiegel & Testergebnisse
- Besonderheiten



Produkte

- Sortiment
- Warengruppen
- branchenfremde Warengruppen
- Top-Marken
- Angebote
- Besonderheiten



Konditionen

- Preisspannen
- Preisvergleiche
- Mengen-Rabattierung
- durchschnittliche Rabattierung
- Versandkosten
- Aktionen
- Besonderheiten



Service

- Beratung
- Kundenservice-Features
- Registrierung
- Kontakt
- Zahlung
- Lieferservice
- Besonderheiten



Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	4
➤ Forschungsdesign	10
➤ Orientierung	12
▪ USP	16
▪ Shopstruktur	20
▪ Navigation – Features	30
▪ Navigation – Suchfunktion	31
▪ Shopdesign	41
▪ Gütesiegel & Testergebnisse	45
▪ Besonderheiten	46
➤ Produkte	47
▪ Sortiment	50
▪ Warengruppen	53
▪ Standard-Marken	66
▪ branchenfremde Warengruppen	70
▪ Angebote	71
▪ Besonderheiten	72



Inhaltsverzeichnis

➤ Konditionen	73
▪ Preisspannen Standardsortiment	77
▪ Preisvergleiche Standardsortiment	89
▪ Mengen-Rabattierung	101
▪ Durchschnittliche Rabattierung	102
▪ Versandkosten	103
▪ Aktionen/ Angebote	105
▪ Besonderheiten	106
➤ Service	107
▪ Beratung	110
▪ Kundenservice - Features	112
▪ Kontaktmöglichkeiten	113
▪ Zahlungsmöglichkeiten	114
▪ Lieferservice	116
▪ Besonderheiten	117
➤ Stärken und Schwächen	118
➤ Ranking	125
➤ E-Shop-Similarity	139
➤ Kontakt	148

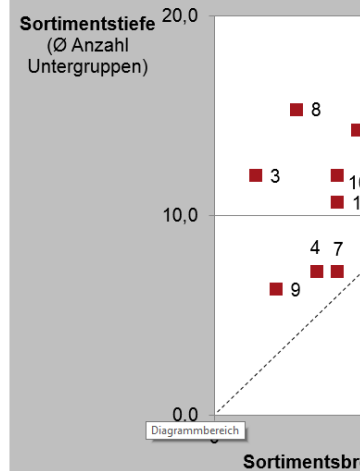


Beispielseiten (1)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Orientierung

Positionierung der Anbieter anhand der Sortimentsbreite und -tiefe



Produkte

Standard-Marken

Standard-Marken im Sortiment (1)

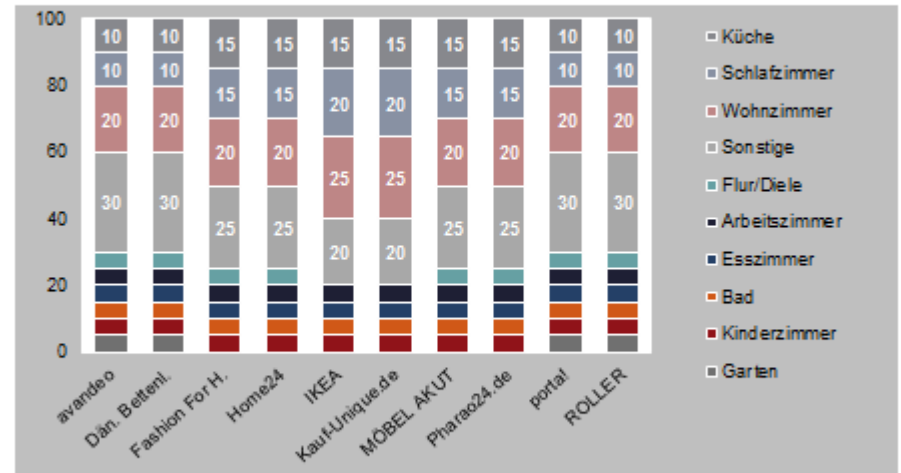
E-Shop	1	2	3
avandeo	x	-	-
Dänisches Bettenlager	-	x	-
Fashion For Home	-	-	x
Home24	-	-	-
IKEA	-	-	-
Kauf-Unique.de	-	-	-
MÖBEL AKUT	-	-	-
Pharao24.de	-	-	-
porta!	-	-	-
ROLLER	-	-	-

Welche Schwerpunkte im Warengruppenangebot setzen die E-Shops?

Produkte

Standard-Warengruppen

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



research tools
Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Stud

research tools

Welche Sortimentspolitik verfolgen die Onlineshops?

research tools
Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

E-Shop-Analyse Möbel 2015

55

Beispielseiten (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Konditionen

Preisspannen Standardsortiment

Preisspanne – 5. Arbeitszimmer

E-Shop	Bürostuhl
avandeo	X98-X28
Dänisches Bettenlager	X9,95
Fashion For Home	X19-X89
Home24	X0-XX49
IKEA	X3-XX9
Kauf-Unique.de	X0-X40
MÖBEL AKUT	X6-X90
Pharao24.de	X0-X99
porta!	X9-X59
ROLLER	X0-X00

Konditionen

Aktionen/ Angebote

Aktionen/ Angebote

E-Shop	Freundschaftsprämie
avandeo	X
Dänisches Bettenlager	-
Fashion For Home	-
Home24	-
IKEA	-
Kauf-Unique.de	-
MÖBEL AKUT	-
Pharao24.de	-
porta!	-
ROLLER	X

Welche Servicefeatures bieten die E-Shops?

Service

Kundenservice

Kundenservice – Features (2)

E-Shop	Kundenbewertung	Schnellbestellung*	Dreingabe	Geschenkgutschein	Anleitungen & Videos
avandeo	X	-	-	-	-
Dänisches Bettenlager	-	X	-	-	-
Fashion For Home	-	-	X	-	-
Home24	-	-	-	X	-
IKEA	-	-	-	-	X
Kauf-Unique.de	-	-	-	-	X
MÖBEL AKUT	-	-	-	X	-
Pharao24.de	-	-	X	-	-
porta!	-	X	-	-	-
ROLLER	X	-	-	-	-

* Schnelleingabe der Artikelnummern aus Katalog möglich/ Verlinkung E-Shop mit Print-Katalog

research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Welche E-Shops punkten im Konditionenvergleich?

research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

E-Shop-Analyse Möbel 2015

Beispielseiten (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Stärken und Schwächen

Stärken und Schwächen der Anbieter

E-Shop	Stärken
Shop X	<ul style="list-style-type: none"> + meisten Kundenserv + größte Sortimentsstie + virtueller Kundenber + Platz 1 im Preis verg + Platz 1 im Preisspar + branchenfremde Wa + wirbt mit Umweltfreu + alle Standard-Waren
Shop Y	<ul style="list-style-type: none"> + Ermäßigung bei Nev + branchenfremde Wa + größte Sortimentsbn + Platz 2 im Preisspar + Live Chat

Ranking

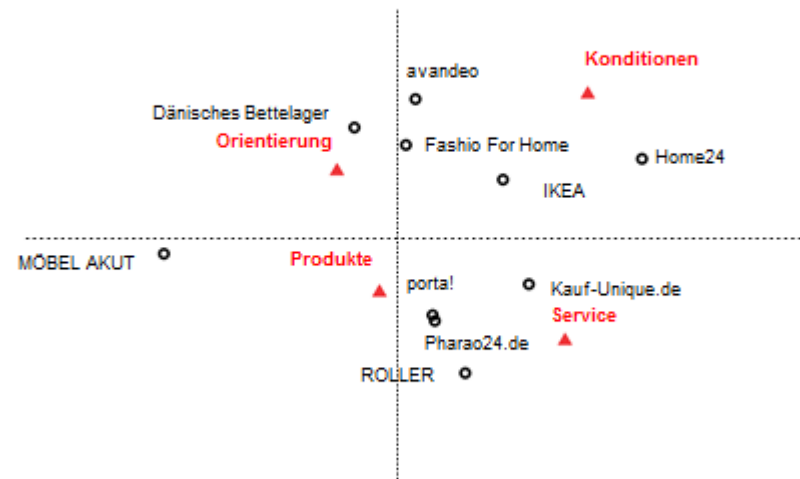
Gesamtranking (Angaben in % als



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?



E-Shop-Analyse Möbel 2015

143

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 Möbel 2015.

Auftraggeber:

Firma:

Ansprechpartner:

E-Mail:

Position/Funktion:

Datum, Ort, Unterschrift:



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief
E-Shop-Analyse Möbel 2015

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 erschienene E-Shop-Analysen:

- E-Shop-Analyse Haarpflege 2015
- E-Shop-Analyse Blumen 2015
- E-Shop-Analyse Computerbedarf 2015
- E-Shop-Analyse Sport 2015
- E-Shop-Analyse Haushaltsgeräte 2015
- E-Shop-Analyse Unterhaltungselektronik 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 19 Branchen erschienen.