

+++ avery-zweckform.com +++ bueroshop24.de +++ buerostuhl24.com +++ druckerpatronen.de +++ etikett.eu +++ schaefer-shop.de +++ staples.de +++ viking.de +++ u. weitere 284 Anbieter für Büromaterial

Studiensteckbrief

Studie Product Search Advertising Büromaterial 2019

Analyse der Google-Text-/-Shopping- & Amazon-Anzeigen

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

Mai 2019



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie Product Search
Advertising Büromaterial 2019

Informationen zur Studie

Ausgewählte Key Facts:

- Bei den Google-Textanzeigen schalten sechs der zehn Top-Advertiser in mehr als 60 Prozent der analysierten Produktkategorien ihre Textanzeigen.
- In weniger als zehn Prozent der Textanzeigen wird in der Kopfzeile die Marke erwähnt, ein Klickargument hingegen wird in 76 Prozent der Fälle genannt.
- Anders als bei Textanzeigen führt bei den Google Shopping-Anzeigen ein Großteil der Links zum Shop-Einzelprodukt. Bewertungen sind in rund einem Drittel der Shoppinganzeigen ersichtlich.
- In über einem Fünftel der Google Shopping-Anzeigen wird die Marke nicht genannt.
- Nur etwa zehn Prozent der analysierten Händler nutzen Amazon-Anzeigen. In diesem Bereich dominieren Hersteller.
- In mehr als zehn Prozent der Amazon-Anzeigen fehlt das standardisierte Element der Bewertungen. Knapp 90 Prozent der Anzeigen werben mit dem Argument Gratisversand.

Informationen zur Studie

Nutzen und Umfang der Studie:

Anzeigenvergleich und Gesamtränge von **292 Anbietern von Büromaterial**

detaillierte **Analyse der Anzeigenelemente** für alle Advertiser

in **drei Anzeigenformen** Google-Textanzeigen, Google Shopping-Anzeigen und Amazon-Anzeigen

alle Informationen im **Wettbewerbsvergleich** auf 213 PowerPoint-Seiten

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

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

Nutzen: Benchmarks zu Google- und Amazon-Anzeigen, umfassender Wettbewerbsüberblick

292 Anbieter im Anzeigenvergleich:

- ...
- avery-zweckform.com
- bueroshop24.de
- buerostuhl24.com
- druckerpatronen.de
- etikett.eu
- lidl-shop.de
- schaefer-shop.de
- staples.de
- viking.de
- und weitere 274 Anbieter für Büromaterial

Informationen zur Studie

Konzeption:



Informationen zur Studie

Studieninhalte:

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

- welches sind die zehn Top-Anbieter je Anzeigentyp?
- in welchen Produktkategorien werben die Anbieter?
- auf welche Landingpage-Typen verlinken die Anzeigen?
- mit welchen Klickargumenten agieren die Anbieter?
- an welche Zielgruppe wenden sich die Anbieter?
- mit welchen Erweiterungen arbeiten die Top 10-Anbieter?
- welcher Anbietertyp repräsentiert sich stark über Anzeigen?
- auf welche Vorteile verweisen die Anbieter in ihren Anzeigen?
- wie ist die Verteilung der Vorteile nach Produktkategorie?
- welche Anbieter liegen im Gesamtranking vorne?

Die Studie in Zahlen:

- für die drei Anzeigentypen
- Top 5 Anbieter in 12 Produktkategorien
 - Beispielanzeigen für die Top 10 Anbieter
 - 6 Landingpage-Typen
 - 5 Klickargumente
 - 6 adressierte Zielgruppen
 - 8 Erweiterungen
 - 7 beworbene Vorteile

Forschungsdesign:

Analyse und Vergleich der Produktanzeigen in Google und Amazon. Dabei wird unterschieden zwischen Google Textanzeigen, Google Shopping-Anzeigen und Amazon-Anzeigen. Die Anzeigen werden von den Marketinganalytikern recherchiert, analysiert und zu einem Gesamtranking verdichtet. Die Studie wurde objektiv, unabhängig und neutral erstellt und ist im Mai 2019 erschienen.

Preis der Studie: Die 213 Seiten umfassende Studie kostet **2.400 EUR** zzgl. Mehrwertsteuer.

Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	6
➤ Forschungsdesign	10
➤ Textanzeigen Ranking	15
▪ Top 10 Anbieter	18
Anteile, Anzeigenpunkte, Platzierungen, Anzahl	
▪ Ranking alle Anbieter	23
Anzahl Anzeigen, Platzierungen, Anzeigenpunkte, Ränge und Anteile für 117 Anbieter	
▪ Produktkategorien	32
Anzeigenanteile der Produktkategorien für Top 10 Anbieter, Top 5 Anbieter je Produktkategorie	
▪ Anbietertypen	37
Anteile Anbietertypen, Anteile Produktkategorien	
➤ Textanzeigen Inhalte	40
▪ Landingpage	44
▪ Formale Aspekte	45
▪ Kopfzeile	46
▪ Klickargumente	47
Kopfzeile, Produktkategorien	
▪ Zielgruppe	51
Anteile, Top 10 Anbieter, Produktkategorien	
▪ Erweiterungen	55
Anzahl, genutzte Erweiterungen	



Inhaltsverzeichnis

▪	Ansprache	59
▪	Vorteile	60
	Beworbene Vorteile, einzelne Vorteile, Top 10 Anbieter, Produktkategorien	
▪	Strategische Aspekte	66
▪	Anzeigenbeispiele	68
➤	Shopping Ads Ranking	73
▪	Top 10 Anbieter	76
	Anteile, Anzeigenpunkte, Platzierungen, Anzahl	
▪	Ranking alle Anbieter	81
	Anzahl Anzeigen, Platzierungen, Anzeigenpunkte, Ränge und Anteile für 83 Anbieter	
▪	Produktkategorien	87
	Anzeigenanteile der Produktkategorien für Top 10 Anbieter, Top 5 Anbieter je Produktkategorie	
▪	Anbietertypen	92
	Anteile Anbietertypen, Anteile Produktkategorien	
➤	Shopping Ads Inhalte	95
▪	Landingpage	99
▪	Beworbene Hersteller	100
▪	Standardisierte Elemente	104

Inhaltsverzeichnis

▪ Link-Informationen	105
▪ Features	106
▪ Top 5 Produkte je Produktkategorie	108
▪ Strategische Aspekte	111
▪ Anzeigenbeispiele	112
➤ Amazon-Anzeigen Ranking	115
▪ Anzeigen nach Hersteller und Händlern	118
▪ Top 10 Anbieter	119
Anteil, Anzeigenpunkte, Platzierungen, Anzahl	
▪ Ranking alle Anbieter	124
Anzahl Anzeigen, Platzierungen, Anzeigenpunkte, Ränge und Anteile für 116 Anbieter	
▪ Produktkategorien	132
Anzeigenanteile der Produktkategorien für Top 10 Anbieter, Top 5 Anbieter je Produktkategorie	
▪ Anbietertypen	137
Anteile Anbietertypen, Anteile Produktkategorien	



Inhaltsverzeichnis

➤ Amazon-Anzeigen Inhalte	140
▪ Landingpage	143
▪ Beworbene Hersteller	144
▪ Standardisierte Elemente	148
▪ Link-Informationen	149
▪ Features	150
▪ Top 5 Produkte je Produktkategorie	152
▪ Strategische Aspekte	155
▪ Anzeigenbeispiele	156
➤ Gesamtranking Product Search Advertising	159
▪ Top 10 Anbieter	162
Anteil, Anzeigenpunkte, Anteil Platzierungen	
▪ Ranking alle Anbieter	167
Google Textanzeigen, Google Shopping Ads, Amazon-Anzeigen, Platzierungen, Ränge und Anteile für 292 Anbieter, Anzeigenpunkte, Platzierungshäufigkeiten	
▪ Produktkategorien	207
Anzeigenanteile der Produktkategorien für Top 10 Anbieter	
▪ Anbietertypen	209
Anteile Anbietertypen, Anteile Produktkategorien	
➤ Kontakt	212



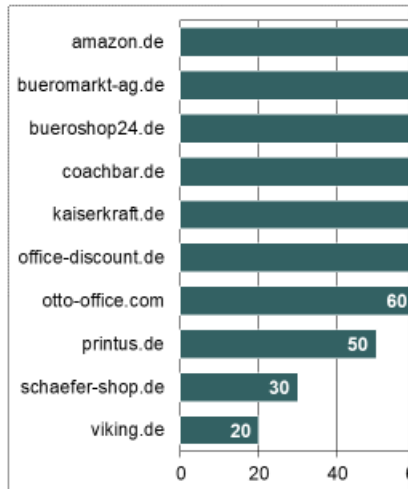
Analysebeispiele (1)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Textanzeigen Ranking

Top 10 Anbieter

Anzeigenpunkte der Anbieter (Top 10 nach Anzeigenpunkten, absolute Werte)



Textanzeigen Ranking

Produktkategorien

Top 5 Anbieter in den Produktkategorien

Schreibwaren

1. bueroshop24.de 10,0%
2. amazon.de 10,0%
3. bueromarkt-ag.de 10,0%
4. office-discount.de 10,0%
5. schaefer-shop.de, viking.de* 10,0%

Tinte & Toner

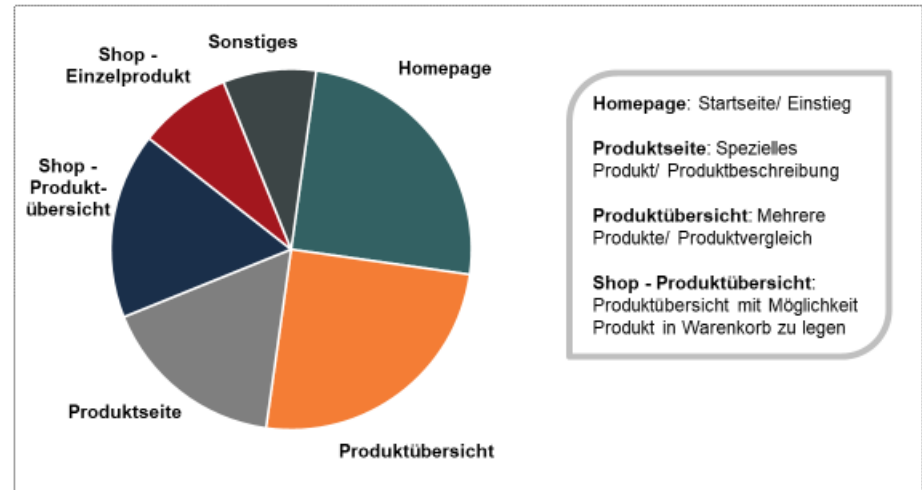
1. druckerpatronen.de 10,0%
2. toner-partner.de 10,0%
3. tinten-center.de 10,0%
4. hq-patronen.com 10,0%
5. hd-toner.de 10,0%

*wlv.de, reidinger.de, baushop-express.com, otto-office.com, werb-kartons24.de, transpack-krumbach.de

Auf welche Landingpage-Typen gelangt man nach dem Klick?

Textanzeigen Inhalte

Anteile der Landingpage*-Typen



Homepage: Startseite/ Einstieg

Produktseite: Spezielles Produkt/ Produktbeschreibung

Produktübersicht: Mehrere Produkte/ Produktvergleich

Shop - Produktübersicht: Produktübersicht mit Möglichkeit Produkt in Warenkorb zu legen

* Landingpage = Webseite des Anbieters, auf die man durch Anklicken der Anzeige gelangt

research tools

Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Studie F

Welche Anbieter präsentieren sich stark bei Textanzeigen?

research tools

Studie

research tools

Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Studie Product Search Advertising Büromaterial 2019

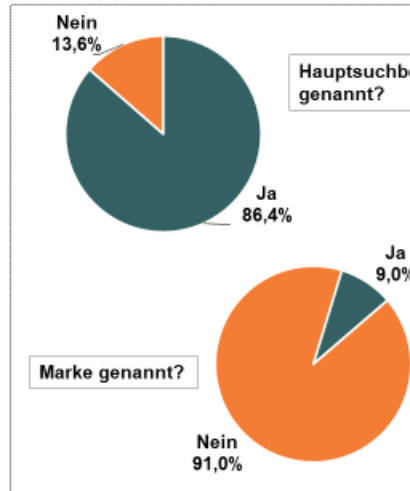
43

Analysebeispiele (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Textanzeigen Inhalte

Kopfzeileninhalte der Textanzeigen



Shopping Ads Ranking

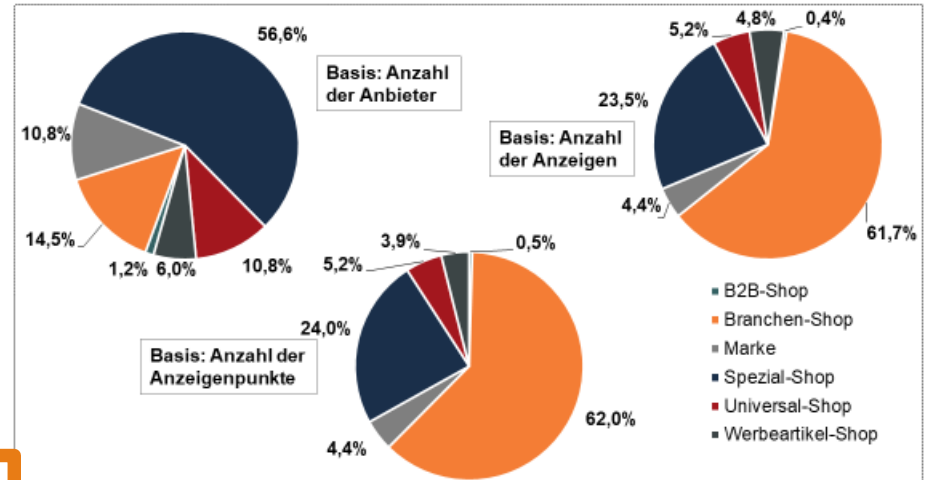
Ranking alle Anbieter

Anbierranking nach Anzeigenpunkten bei Google Shopping Anzeigen

Rang	Anbieter	Top 1
60	contorion.de	0
60	thermotransferdruck.net*	0
60	tischkoenig-shop.de	0
64	anthropologie.com	0
64	dyson.de	0
64	labelident.com	0
64	manomano.de	0
64	real.de	0
64	toner-linte-kaufen.de	0
64	white-boards.de	0
64	tectake.de	0
72	baywa-baustoffe.de	0
72	melsmetall.de	0
72	ratioform.de	0
75	penoblo.de	0

Shopping Ads Ranking

Anteile der Anbietertypen



Welche Anbietertypen sind besonders stark vertreten?

Mit welchen Kopfzeilen verschaffen sich die Shops Aufmerksamkeit ?

Analysebeispiele (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Shopping Ads Inhalte

Beworbene Hersteller

Rang	Hersteller	Anzahl
29	LEITZ	4
29	Avery Zweckform	4
29	xerox	4
29	Geha	4
29	SLE	4
29	Herlitz	4
29	Cult Living	4
29	STAEDTLER	4
39	HSM	3
39	Coniston	3
39	Durable	3
39	TecTake	3
39	Olympia	3
39	otto-office.com	3
39	Zebra	3

Shopping Ads Inhalte

Beispiel-Anzeigen der Top 10 Anbieter

5. whiteboard-flipchart.de

Mobiles Whiteboard | 105,00 €
Whiteboard-Flip... +5,90 € Versand

Moderationstafel Filz... 109,00 €
Whiteboard-Flip... +5,90 € Versand

Mobiles Flipchart Piranha | 59,90 €
Whiteboard-Flip... +5,90 € Versand

Flipchart Kleppbar 54,99 €
Whitebo... +5,90 €

Von Google

7. lidl-shop.de

Inter Link Aktenschrank... 109,00 €
LIDL-Shop +24,90 € Versand

GENIE Drucker... 32,99 €
LIDL-Shop +4,95 € Versand

UNITED OFFICE Druckerpatron... 14,99 €
LIDL-Shop +4,95 € Versand

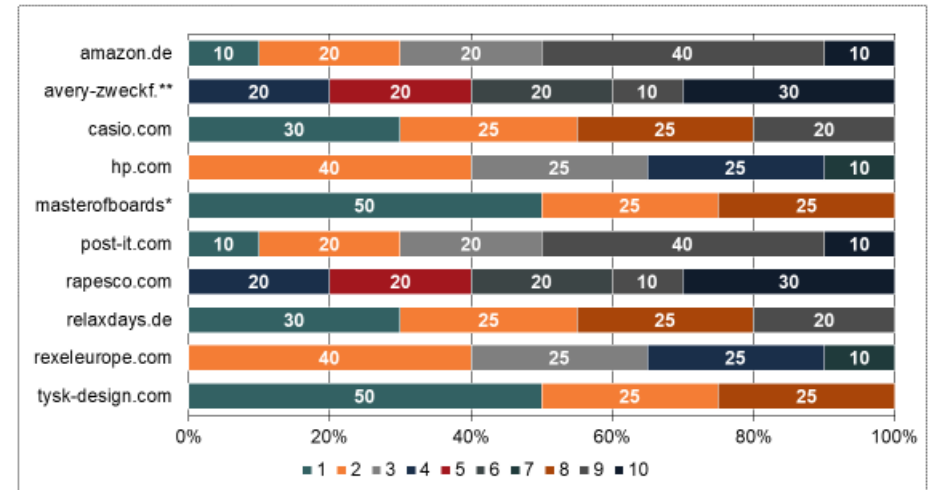
UNITED OFFICE Megapack, 24-teil 4,99 €
LIDL-Shop +4,95 € Versand

Von smec

In welchen Kategorien zeigen sich die Top-Advertiser stark?

Amazon-Anzeigen Ranking

Anzahl der Platzierungen 1-10 (Top 10 nach Anzeigenpunkten)



* masterofboards.de; ** avery-zweckform.de

research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Studie F

Welche Hersteller werden häufig beworben?

research tools

Studie

research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Studie Product Search Advertising
Büromaterial 2019

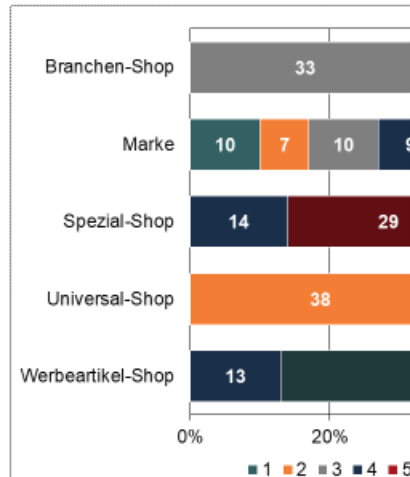
120

Analysebeispiele (4)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Amazon-Anzeigen Ranking

Anteile der Produktkategorien* nach Anbieterotyp (in %)



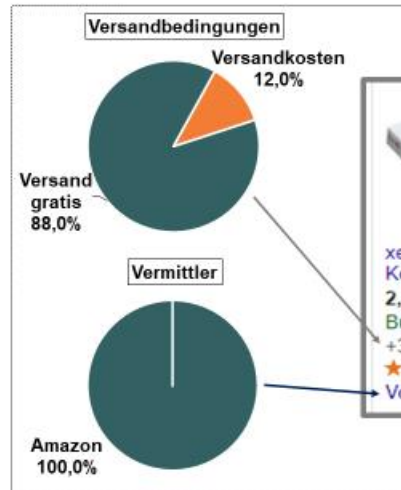
* 1. Bürobedarf, 2. Büromaterial, 3. Büroausstattung, 4. Bürokleinart
9. Schreibwaren, 10. Sicherheit, 11. Tinte & Toner, 12. Versand

research tools
Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Wie ist die Streuung nach Anbieter-
typen auf Produktkategorien?

Amazon-Anzeigen Inhalte

Standardisierte Elemente*



* Die Erfassung umfasst sowohl Händler- als auch Herstelleranzeigen

research tools
Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Wie setzt sich das Advertising
der Anbieter zusammen?

Gesamtranking Product Search Advertising

Zusammensetzung des Gesamtrankings (Angaben als Punkte)

Rang	Anbieter	Google Textanzeigen	Google Shopping Ads	Amazon Anzeigen	gesamt
X7	protremo.com	19	-	-	19
X7	trainers-best.de	19	-	19	19
X3	inwerk-bueromoebel.de	3	15	-	20
X3	hq-patronen.com	18	-	-	20
X3	papyrus.com	18	-	18	22
X6	lidl.de	4	15	-	22
X6	transpack-krumbach.de	17	-	-	24
X8	START	17	-	17	24
X8	stempel-fabrik.de	5	15	-	26
X8	maul.de	16	-	-	26
X8	firmenordner.de	16	-	16	28
X8	farbtoner.com	6	15	-	28
X8	gaerner.de	15	-	-	30
X8	reidinger.de	15	-	15	30
X8	net-express.de	7	15	-	32

research tools
Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studie Product Search Advertising
Büromaterial 2019

Bestellformular

Ihre Bestellung nehmen wir gerne per formloser E-Mail oder mit ausgefülltem Bestellformular entgegen.

E-Mail: uwe.matzner@research-tools.net

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
Studie Product Search Advertising Büromaterial 2019.

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

Jüngste Studien zur Branche Büromaterial:

- Studie eVisibility Stempel 2019
- Studie eVisibility Etiketten 2019
- E-Shop-Analyse Büromaterial 2018
- Studie eVisibility Büromaterial 2018
- Studie eVisibility Verpackungsmaterial 2018
- Studie eVisibility Werbegeschenke 2017

Seit 2005 forscht research tools marketing- und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Marketingstudien-Spezialist. Mit der neuen Studienreihe ‚Studie Product Search Advertising‘ ergänzt research tools sein Marketinganalytik-Spektrum.

