

+++ birkenstock.com +++ brooksrunning.com +++ deichmann.de +++ goertz.de +++ schuhe24.de +++
schuhcenter.de +++ vamos-schuhe.de +++ wanderschuhe.net +++ und weitere 307 Anbieter für Schuhe +++

Studiensteckbrief

Studie Product Search Advertising Schuhe 2019

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

Juli 2019



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie Product
Search Advertising Schuhe 2019

Informationen zur Studie

Ausgewählte Key Facts:

- Bei den Google-Textanzeigen sind fünf der zehn Top-Advertiser in mindestens zwei Drittel der zwölf analysierten Produktkategorien präsent.
- In weniger als zehn Prozent der Textanzeigen wird in der Kopfzeile die Marke erwähnt, ein Klickargument hingegen wird in rund zwei Drittel der Fälle verwendet.
- Anders als bei Textanzeigen führt bei den Google Shopping-Anzeigen ein Großteil der Links zum Shop-Einzelprodukt. Bewertungen sind in jeder sechsten Shoppinganzeige ersichtlich.
- Nur etwa acht Prozent der analysierten Amazon-Anzeigen entfallen auf Händler, in diesem Bereich dominieren folglich Hersteller.
- In knapp einem Viertel der Amazon-Anzeigen fehlt das standardisierte Element der Bewertungen. Knapp die Hälfte der Anbieter wirbt mit dem Argument Gratisversand.
- Keiner der zehn Anbieter mit der stärksten Anzeigenaktivität wirbt auf der Plattform Amazon.

Informationen zur Studie

Nutzen und Umfang der Studie:

Anzeigenvergleich und Gesamtränge von **315 Anbietern von Schuhen**

detaillierte **Analyse der Anzeigenelemente** für alle Advertiser

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

alle Informationen im **Wettbewerbsvergleich**
auf 220 PowerPoint-Seiten

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

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

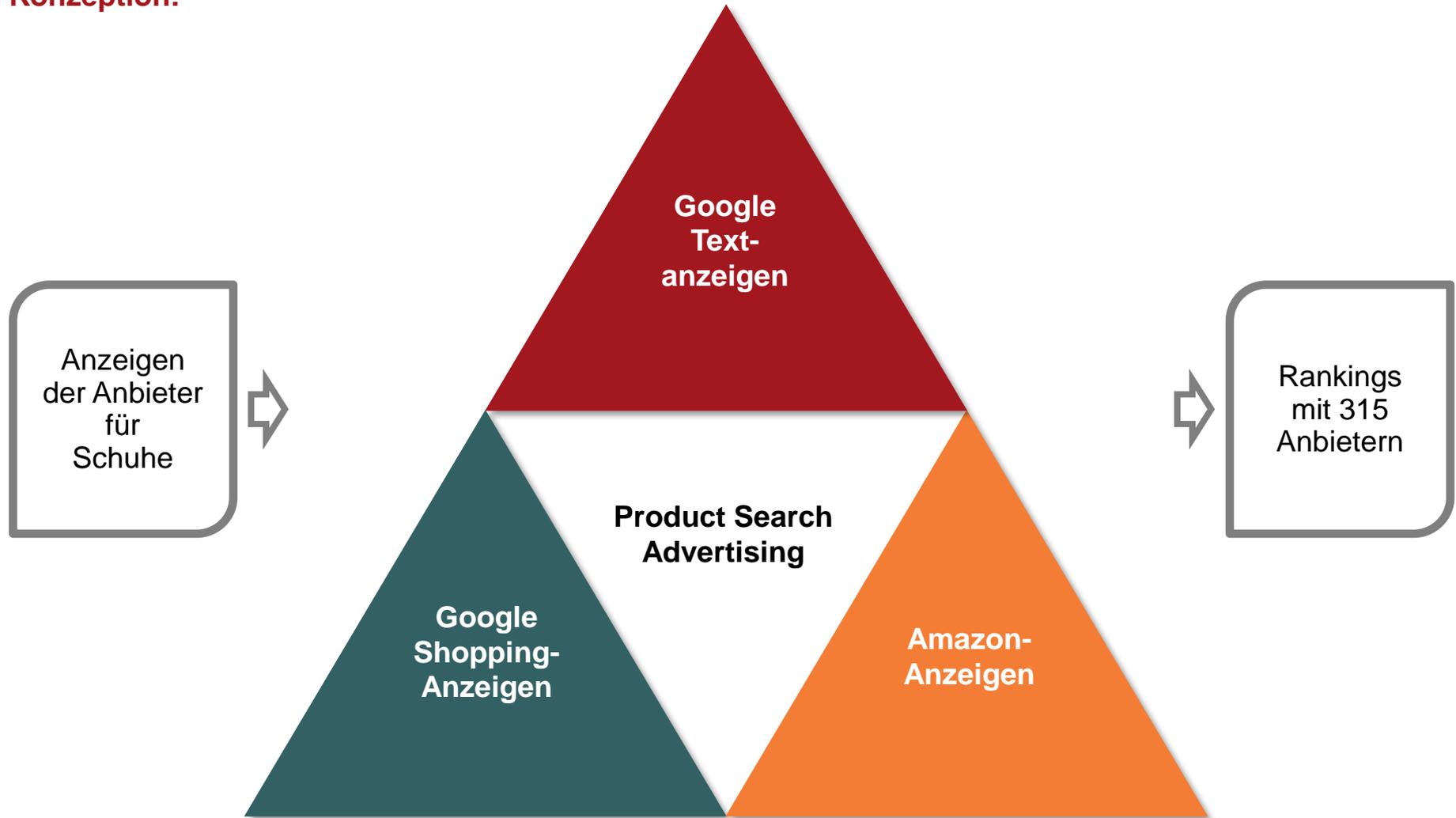
Nutzen: Benchmarks zu Google- und Amazon-Anzeigen,
umfassender Wettbewerbsüberblick

315 Anbieter im Anzeigenvergleich:

- ...
- birkenstock.com
- brooksrunning.com
- deichmann.de
- goertz.de
- nike.com
- schuhe24.de
- schuhcenter.de
- vamos-schuhe.de
- wanderschuhe.net
- ...
- und weitere
306 Anbieter für
Schuhe

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
 - 5 Landingpage-Typen
 - 5 Klickargumente
 - 7 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 Juli 2019 erschienen.

Preis der Studie: Die 220 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	80
	Anzahl Anzeigen, Platzierungen, Anzeigenpunkte, Ränge und Anteile für 83 Anbieter	
▪	Produktkategorien	89
	Anzeigenanteile der Produktkategorien für Top 10 Anbieter, Top 5 Anbieter je Produktkategorie	
▪	Anbietertypen	94
	Anteile Anbietertypen, Anteile Produktkategorien	
➤	Shopping Ads Inhalte	97
▪	Landingpage	100
▪	Beworbene Hersteller	101
▪	Standardisierte Elemente	107



Inhaltsverzeichnis

▪ Link-Informationen	108
▪ Features	109
▪ Top 5 Produkte je Produktkategorie	111
▪ Strategische Aspekte	114
▪ Anzeigenbeispiele	115
➤ Amazon-Anzeigen Ranking	118
▪ Anzeigen nach Hersteller und Händlern	120
▪ Top 10 Anbieter	121
Anteil, Anzeigenpunkte, Platzierungen, Anzahl	
▪ Ranking alle Anbieter	126
Anzahl Anzeigen, Platzierungen, Anzeigenpunkte, Ränge und Anteile für 116 Anbieter	
▪ Produktkategorien	135
Anzeigenanteile der Produktkategorien für Top 10 Anbieter, Top 5 Anbieter je Produktkategorie	
▪ Anbietertypen	140
Anteile Anbietertypen, Anteile Produktkategorien	



Inhaltsverzeichnis

➤ Amazon-Anzeigen Inhalte	143
▪ Landingpage	145
▪ Beworbene Hersteller	146
▪ Standardisierte Elemente	150
▪ Link-Informationen	151
▪ Features	152
▪ Top 5 Produkte je Produktkategorie	154
▪ Strategische Aspekte	157
▪ Anzeigenbeispiele	158
➤ Gesamtranking Product Search Advertising	163
▪ Top 10 Anbieter	166
Anteil, Anzeigenpunkte, Anteil Platzierungen	
▪ Ranking alle Anbieter	171
Google Textanzeigen, Google Shopping Ads, Amazon-Anzeigen, Platzierungen, Ränge und Anteile für 284 Anbieter, Anzeigenpunkte, Platzierungshäufigkeiten	
▪ Produktkategorien	214
Anzeigenanteile der Produktkategorien für Top 10 Anbieter	
▪ Anbietertypen	216
Anteile Anbietertypen, Anteile Produktkategorien	
➤ Kontakt	219



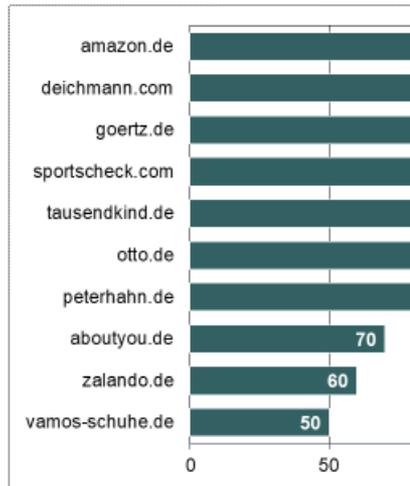
Analysebeispiele (1)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Textanzeigen Ranking

Top 10 Anbieter

Anzeigenpunkte pro Anbieter (Top 10 nach Anzeigenpunkte, absolute Werte)



Textanzeigen Ranking

Top 5 Anbieter in den Produktkategorien

Ballerinas

1. hugoboss.com 10,0%
1. peterhahn.de 10,0%
1. stylight.de 10,0%
1. aboutyou.de 10,0%
5. amazon.de, otto.de, hallhuber.com, smarter.com* 10,0%

Damenstiefel

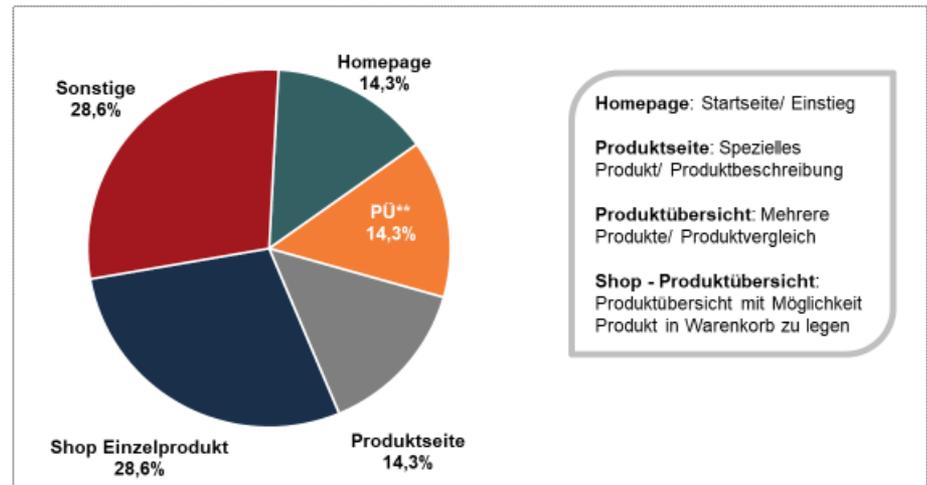
1. breuning.de 10,0%
1. goertz.de 10,0%
1. stradivarius.com 10,0%
1. vamos-schuhe.de 10,0%
5. amazon.de, eschuhe.de, otto.de, eddiebauer.de, aboutyou.de *** 10,0%

* Ebenfalls 5,0%; sommerkind.de, la-ballerina.de; ** Ebenfalls 5,0%

Welche Landingpage-Typen werden bevorzugt genutzt?

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; ** HP: Homepage, PÜ: Produktübersicht, PS: Produktseite, SHE: Shop - Einzelprodukt, SO: Sonstige

research tools

Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Welche Anbieter präsentieren sich stark bei Textanzeigen?

research tools

research tools

Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Studie Product Search Advertising Schuhe 2019

research tools

Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

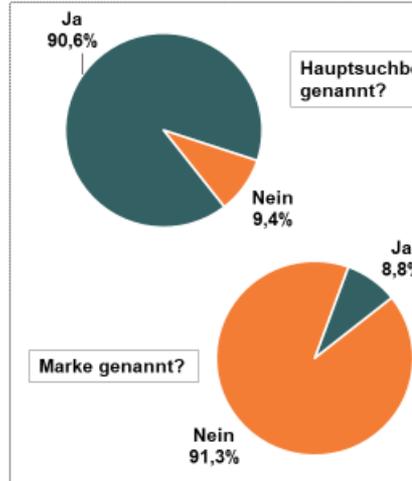
Studiensteckbrief Studie Product Search Advertising Schuhe 2019

Analysebeispiele (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Textanzeigen Inhalte

Kopfzeileninhalte der Textanzeigen



Shopping Ads Ranking

Ranking alle Anbieter

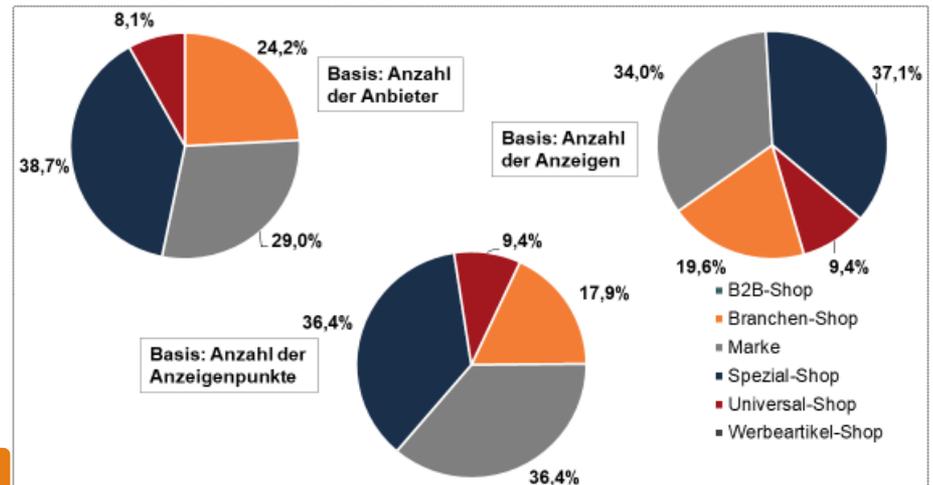
Anbieterranking nach Anzeigenpunkten bei Google Shopping Anzeigen

Rang	Anbieter	Anzahl Top 1
73	dress-for-less.de	0
73	sportokay.com	0
73	engelhorn.de	0
73	schumanns-handw.de*	0
80	reno.de	0
80	noah-shop.com	0
80	vangraaf.com	0
80	shop.mango.com	0
80	mia-moda.de	0
80	soccerboots.de	0
86	mey-edlich.de	0
86	michaelkors.de	0
86	3s-ski.de	0
89	schuhhaus-strauch.de	0
89	zooadventure.de	0

* schumanns-handwerkskultur.de

Shopping Ads Ranking

Anteile der Anbietertypen



Welche Anbietertypen sind besonders aktiv?

Mit welchen Kopfzeilen verschaffen sich die Shops Aufmerksamkeit ?

Analysebeispiele (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Google Ads Inhalte

Beworbene Hersteller

Rang	Hersteller	Anzahl	%	Rang	Hersteller	Anzahl
30	Antica Cuoieria	3	0,6	45	Tod's	2
30	Marc O' Polo	3	0,6	45	Greenland	2
30	Keen	3				
30	Hans Natur	3				
30	Wenz	3				
30	Tchibo	3				
30	Lacoste	3				
30	Reebok	3				
30	Brooks	3				
30	Konstantin Starke	3				
30	Minkar	3				
30	Memphis One	3				
30	Buffalo	3				
30	Josef Seibel	3				
45	Philip Hardy	2				

Google Ads Inhalte

Beispiel-Anzeigen der Top 10 Anbieter

1. deichmann.com



Medicus Schnürer - Da...
49,90 €
Deichmann
Versand gratis
Von Google



Victory Hallenschuh ...
14,90 €
Deichmann
Versand gratis
Von Google

3. melvin-hamilton.de



Loafers , Loafer oder Mokassin...
101,94 €

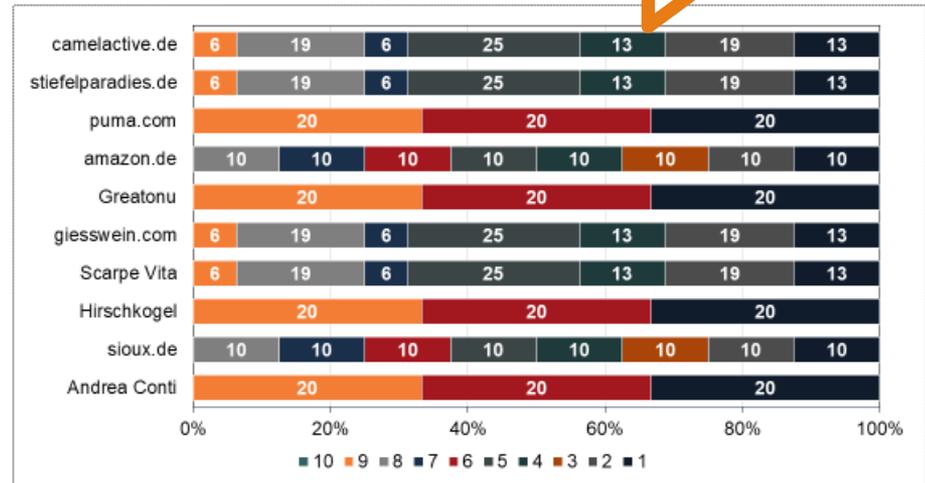


Derby Schuhe , Derbies, Monk...
75,96 €
Melvin & Hamilt...
Versand gratis
Von Produktsu...

Welche Advertiser belegen besonders viele erste Plätze?

Amazon-Anzeigen Ranking

Anzahl der Platzierungen 1 – 10 (Top 10 nach Punkten; in %)



research tools

Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

St Adv

Welche Herstellermarken werden häufig beworben?

research tools

Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Studie Product Search Advertising Schuhe 2019

109

Studie Product Search Advertising Schuhe 2019

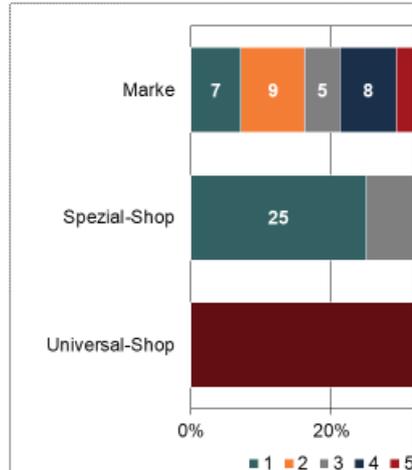
Analysebeispiele (4)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Wie setzt sich das Advertising der Anbieter zusammen?

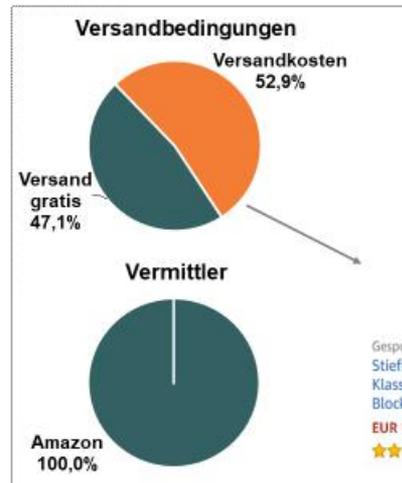
Amazon-Anzeigen Ranking Anbietertypen

Anteile der Produktkategorien* nach Anbietertyp



Amazon-Anzeigen Inhalte

Standardisierte Elemente*



Gesamtranking Product Search Advertising

Ranking alle Anbieter

Gesamtranking Product Search Advertising nach Anzeigenkategorien (Angaben als Anzeigenpunkte)

Rang	Anbieter	Google Textanzeigen Punkte	Google Shopping Ads Punkte	Amazon Anzeigen Punkte	Punkte gesamt
1	aboutyou.de	165	145	-	310
2	amazon.de	223	43	-	266
3	camelactive.de	51	133	-	184
4	deichmann.com	98	60	-	158
5	giesswein.com	119	18	-	137
6	goertz.de	87	49	-	136
7	hugoboss.com	97	26	-	123
8	lidl-shop.de	16	104	-	120
9	lloyd.com	89	25	-	114
10	melvin-hamilton.de	91	22	-	113
11	otto.de	48	56	6	110
12	peterhahn.de	96	3	-	99
12	sportscheck.com	-	67	32	99
14	tausendkind.de	-	97	-	97
15	zalando.de	-	-	95	95

research tools

Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Studie F

research tools

Welche Anbietertypen punkten in den Produktkategorien?

research tools

Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Studie Product Search Advertising Schuhe 2019

171

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 Schuhe 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

Zuletzt zur Schuh- und Bekleidungsbranche erschienen:

- Werbemarktanalyse Schuhe 2019
- Studie eVisibility Schuhe 2018
- eShop Analysis Clothing 2018
- Studie eVisibility Outdoorbedarf 2018
- Studie eVisibility Hüte und Mützen 2017
- Werbemarktanalyse Schuhe 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.

