

+++ blumentopf24.de +++ dehner.de +++ floristik24.de +++ gartenxxl.de +++ mein-schoener-garten.de +++ pflanzkuebel-direkt.de +++ poetschke.de +++ primrose-garten.de +++ und weitere 233 Shops für Gartenbedarf +

Studiensteckbrief
**Studie eVisibility
Gartenbedarf 2016**

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

August 2016



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie
eVisibility Gartenbedarf 2016

Informationen zur Studie

Ausgewählte Ergebnisse:

- Unter den zehn eShops mit der größten eVisibility finden sich neben vier allgemeinen Händlern für Gartenbedarf auch ein Spezialanbieter sowie drei Baumärkte und zwei Universalhändler.
- Sechs eShops aus den Top 10 zeigen Sichtbarkeit in allen vier Online-Kategorien.
- Bei fünf der zehn Top-eShops entfällt die eVisibility zu mindestens 50 Prozent auf nur eine Online-Kategorie.
- 44 Prozent aller ermittelten Onlineshops zeigen Präsenz über die Vergleichsportale.
- 58 Prozent der eVisibility über Social Media entfallen auf YouTube.
- Universalhändler präsentieren sich in der Branche vergleichsweise stark in ihrer eVisibility. Obwohl sie nur elf Prozent der untersuchten Anbieter stellen, liegt ihr Anteil an der eVisibility bei 20 Prozent.
- Onlineshops für Gartenbedarf stellen 44 Prozent der Branchen-eVisibility.

Informationen zur Studie

Nutzen und Umfang der Studie:

Detaillierte Analyse von 100 eShops für Gartenbedarf;
Gesamtränge für **insgesamt 241 eShops**

mit der höchsten **eVisibility**

in den **vier Online-Kategorien** Suchtreffer, Suchanzeigen,
Vergleichsportale, Social Media auf Basis von **96 Top 10-Rankings**

alle Informationen **im Wettbewerbsvergleich**
auf 59 PowerPoint-Seiten

als PDF-Datei **kurzfristig** verfügbar

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

Nutzen: Analyse der Sichtbarkeit im Internet,
umfassender Wettbewerbsüberblick

Untersuchte eShops:

- ...
- blumentopf24.de
- blumenweide.de
- blumenzwiebel.de
- ...
- garten-schlueter.de
- garten-shop24.eu
- gartensteinkunst.de
- ...
- pflanzmich.de
- pflanzothek.de
- pflanzschild.de
- pflanzwerk-shop.de
- ...

Forschungsdesign

Konzeption:

Produktkategorien / Suchbegriffe

- Blumenzwiebeln
- Gartenbedarf
- Gartenbrunnen
- Gartendünger
- Gartenerde
- Gartenpflanzen
- Gartenschaufel
- Gartenschlauch
- Heckenschere
- Pflanzkübel
- Rankhilfe
- Schneckenkorn



Suchtreffer
(Organische
Suchmaschinen-
ergebnisse)

Suchanzeigen
(Paid Search)

**Vergleichs-
portale**

Social Media
(Facebook,
Google+, Twitter,
YouTube)

Ranking

Positionierung



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie
eVisibility Gartenbedarf 2016

Informationen zur Studie

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

- welche Anbieter schalten Suchanzeigen in Suchmaschinen?
- welche Unternehmen sind bei der Suchergebnislistung on Top gelistet?
- welche Mitbewerber sind in Vergleichsportalen gelistet?
- mit welcher Präsenz machen die Unternehmen in Social Media auf sich aufmerksam?
- welche Anbieter zeigen in ihrer eVisibility eine durchgehende Präsenz in allen vier Online-Kategorien?
- welchen Anteil an der gesamten eVisibility nehmen die einzelnen Kategorien ein?
- welche großen Marken und Hersteller finden sich unter den Top 100 eVisibility?
- welche Positionierung nehmen die Top 10 Anbieter im Wettbewerbsvergleich ein?

Die **59 Seiten umfassende Studie kostet 480 EUR** zuzüglich Mehrwertsteuer.

Forschungsdesign:

research tools ermittelt für die wichtigsten Produktkategorien zentrale Suchbegriffe und analysiert auf dieser Basis die Sichtbarkeit der Online-Shops im Internet innerhalb des deutschsprachigen Raums. Dabei werden die Platzierungen in Suchtreffern, Suchanzeigen, Vergleichsportalen und Social Media ausgewertet und zu einem Gesamtranking verdichtet. Die Studie wurde objektiv, unabhängig und neutral erstellt und ist im August 2016 erschienen.

Inhaltsverzeichnis

| | |
|------------------------------------------------|----|
| ➤ Management Summary | 3 |
| ➤ Forschungsdesign | 8 |
| ➤ eVisibility-Rankings nach Online-Kategorien | 11 |
| ▪ Suchtreffer | 12 |
| ▪ Suchanzeigen | 14 |
| ▪ Vergleichsportale | 17 |
| ▪ Social Media | 20 |
| ▪ Gesamtranking nach Online-Kategorien | 23 |
| ▪ Gesamtranking Ränge 101ff | 35 |
| ➤ eVisibility-Rankings nach Suchbegriffen | 37 |
| ▪ Gesamtranking der Top 10 nach Suchbegriffen | 38 |
| ▪ Gesamtranking der Top 100 nach Suchbegriffen | 39 |
| ➤ eVisibility der Anbietergruppen | 47 |
| ▪ Gesamtranking nach eShop-Typen | 48 |
| ▪ Anteile der Top-Anbieter | 53 |
| ➤ eVisibility-Positionierung | 55 |
| ➤ Kontakt | 58 |



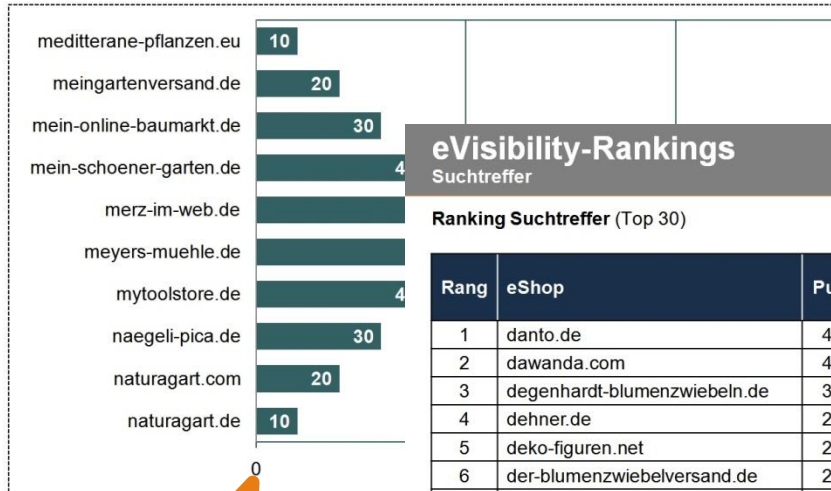
Beispielseiten (1)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

eVisibility-Rankings

Suchtreffer

Ranking Suchtreffer (Top 10)



eVisibility-Rankings

Suchtreffer

Ranking Suchtreffer (Top 30)

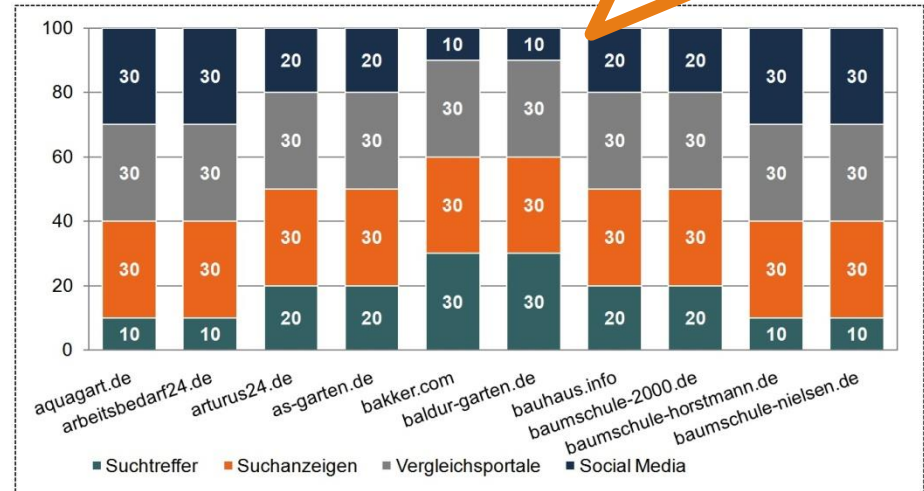
| Rang | eShop | Pu |
|------|------------------------------|----|
| 1 | danto.de | 40 |
| 2 | dawanda.com | 40 |
| 3 | degenhardt-blumenzwiebeln.de | 30 |
| 4 | dehner.de | 20 |
| 5 | deko-figuren.net | 20 |
| 6 | der-blumenzwiebelversand.de | 20 |
| 7 | der-schneckenzaun.de | 20 |
| 8 | designer-wasserspiele.de | 10 |
| 9 | eastwest-trading.de | 10 |
| 10 | edelstahl-blumentoeffe.com | 10 |
| 11 | erdreich.de | 10 |
| 12 | evrgreen.de | 10 |

Welche Schwerpunkte in den Bereichen der eVisibility setzen die Unternehmen?

eVisibility-Rankings

Gesamtranking nach

Gesamtranking (Top 10) in Anteilen (Angaben in %)



Welche Anbieter werden in Suchmaschinen on Top gelistet?



research tools
Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten



research tools
Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studie eVisibility
Gartenbedarf 2016

Studie eVisibility
Gartenbedarf 2016

Beispielseiten (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

eVisibility-Rankings

Gesamtranking nach Online-Kategorien

Ranking eVisibility gesamt nach Kategorien (Top 100)

| Rang | eShop | Such-treffer | Such-anzeigen | Vergleichs-portale | Social Media |
|------|-----------------------|--------------|---------------|--------------------|--------------|
| 1 | terrific.de | 29,8 | 14,5 | 77,8 | 37,7 |
| 2 | thegreenery.de | 34,3 | 17,5 | 65,3 | 33,3 |
| 3 | tom-garten.de | 14,4 | 8,6 | 58,5 | 35,1 |
| 4 | toom-baumarkt.de | | | 48,0 | 28,8 |
| 5 | top12.de | | | 45,7 | 27,4 |
| 6 | umweltpionier.com | | | | |
| 7 | vidaxl.de | | | | |
| 8 | wehbersmuehle.de | | | | |
| 9 | westfalia.de | | | | |
| 10 | wir-habens.de | | | | |
| 11 | wolf-garten-online.de | | | | |
| 12 | yakeba.de | | | | |
| 13 | zimmerbrunnen.co.at | | | | |
| 14 | zoo-gartenbedarf.de | | | | |
| 15 | zoro.de | | | | |

eVisibility-Positionierung

Positionierung/Ähnlichkeit der Anbieter



Welche Performance zeigen die Top 10 eVisibility-Unternehmen in den Detailrankings?

eVisibility Gesamtranking

Ranking eVisibility gesamt nach Kategorien (Top 10)

| Rang | eShop | Such-treffer | | Such-anzeigen | | Vergleichs-portale | | Social Media | | Punkte gesamt |
|------|------------------------|--------------|------|---------------|------|--------------------|------|--------------|------|---------------|
| | | Pkt. | Rang | Pkt. | Rang | Pkt. | Rang | Pkt. | Rang | |
| 1 | pflanzen-koelle.de | 8,1 | 38 | 71,4 | 1 | 53,4 | 1 | 137,2 | 1 | 270,2 |
| 2 | pflanzkuebel.com | 28,0 | 5 | 40,2 | 3 | 0,0 | 73 | 82,6 | 2 | 150,8 |
| 3 | pflanzkuebel-direkt.de | 26,1 | 6 | 47,3 | 2 | 8,3 | 47 | 62,8 | 5 | 144,6 |
| 4 | pflanzkuebelonline.de | 0,0 | 110 | 30,4 | 8 | 10,0 | 37 | 76,0 | 4 | 116,4 |
| 5 | pflanzmich.de | 0,0 | 110 | 26,8 | 11 | 8,3 | 47 | 77,7 | 3 | 112,8 |
| 6 | pflanzenothek.de | 17,1 | 13 | 36,6 | 6 | 38,4 | 5 | 19,8 | 13 | 112,0 |
| 7 | pflanzschild.de | 0,0 | 110 | 3,6 | 69 | 40,1 | 4 | 44,6 | 7 | 88,3 |
| 8 | pflanzwerk-shop.de | 8,1 | 38 | 0,0 | 102 | 46,7 | 2 | 28,1 | 9 | 83,0 |
| 9 | piehler-kemnath.de | 0,0 | 110 | 6,3 | 48 | 25,0 | 10 | 46,3 | 6 | 77,6 |
| 10 | plantara.de | 11,7 | 24 | 27,7 | 10 | 35,1 | 6 | 0,0 | 57 | 74,5 |



research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Welche Positionierung und Fokussierung nehmen die Anbieter im Wettbewerbsumfeld ein?



research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Studie eVisibility
Gartenbedarf 2016

Studie eVisibility
Gartenbedarf 2016

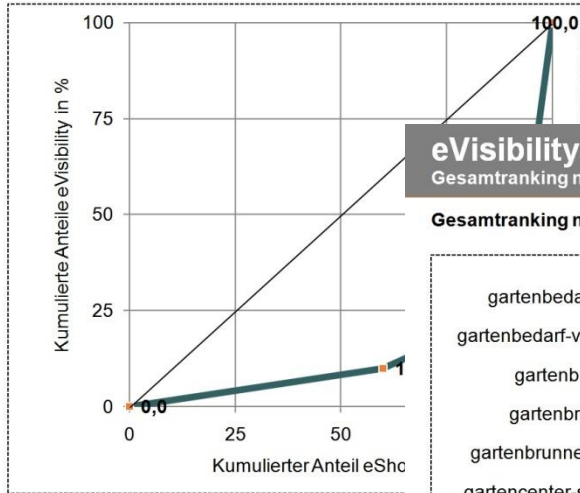
Beispielseiten (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

eVisibility der Anbietergruppen

Anteile der Top-Anbieter

Kumulierte Anteile eVisibility (Angaben in %, Darstellung als Lorenzkurve)



eVisibility-Rankings nach Suchbegriffen

Gesamtranking nach Suchbegriffen (Top 10, a)

| | | | | |
|-------------------------|----|----|----|----|
| gartenbedarf-ritter.de | 30 | 40 | 25 | 20 |
| gartenbedarf-versand.de | 20 | 20 | 50 | 35 |
| gartenbrunnen.de | 25 | 40 | 45 | |
| gartenbrunnen.net | 20 | 20 | 30 | 55 |
| gartenbrunnen-slink.de | 30 | 20 | 45 | 20 |
| gartencenter-shop24.de | 20 | 40 | 35 | 40 |
| gartenliebe.de | 25 | 30 | 20 | 25 |
| garten-paket.de | 20 | 20 | 30 | 40 |
| gartenplanet.de | | 40 | 25 | 20 |
| garten-pumpen.de | 20 | 20 | 50 | |

Welche sind die Top-Shops bei Differenzierung nach Händlerart?

eVisibility der Anbietergruppen

Gesamtranking nach eShop-Typ

Top 5 nach eShop-Typ (Rang und Punktezahl)

Allgemeiner Gartenbedarf

| | |
|-----------------------------|-----|
| 36. floristik24.de | 7,8 |
| 39. gartenbedarf-cordt.de | 7,6 |
| 40. gartenbedarf-versand.de | 6,9 |
| 41. garten-schlueter.de | 6,3 |
| 44. pflanzschild.de | 6,1 |

Spezieller Gartenbedarf

| | |
|------------------------------|-----|
| 203. blumentopf24.de | 6,9 |
| 204. blumenzwiebel.de | 6,1 |
| 207. pflanzkuebelonline.de | 6,0 |
| 210. terra-pflanzenhandel.de | 5,8 |
| 213. thoolen.de | 4,5 |

Hersteller- und Markenshops

| | |
|------------------|-----|
| 89. al-ko.com | 7,6 |
| 91. floragard.de | 7,2 |
| 91. fuxtec.de | 7,2 |
| 99. nebelung.de | 5,8 |
| 103. vivanno.de | 4,5 |

Baumärkte & Heimwerkerbedarf

| | |
|--------------------------|------|
| 89. longhouse.de | 16,2 |
| 105. toolineo.de | 13,5 |
| 117. baumarktdiscount.de | 11,7 |
| 126. holzprof24.de | 10,1 |
| 130. fnwerkzeuge.de | 8,7 |



Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Welche Trefferquote ergeben die Suchbegriffe?

1. Blumenzwiebeln, 2. Heckenschere, 3. Gartenschlauch, 4. Pflanzkübel, 5. Rankhilfe, 6. Gartenpflanzen, 7. Blumenzwiebeln, 8. Schneckenkorn, 11. Gartenbrunnen, 12. Gartenbedarf

Studie eVisibility Gartenbedarf 2016

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 480 EUR zzgl. MwSt. die
Studie eVisibility Gartenbedarf 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

Jüngste Studien aus dem Bereich Haushalt & Garten:

- Studie eVisibility Haushaltskleingeräte 2016
- Studie eVisibility Heimwerkerbedarf 2016
- Studie eVisibility Haushaltsgroßgeräte 2015
- E-Shop-Analyse Heimwerkerbedarf 2015
- Werbemarktanalyse Haushalt & Garten 2015
- E-Shop-Analyse Blumen 2015

Seit 2005 forscht research tools marketing- und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Marketingstudien-Spezialist. Innerhalb der vergangenen neun Monate sind über 30 eVisibility-Studien zu unterschiedlichen Branchen erschienen.

