

+++ basler-beauty.de +++ beautyfashionshop.de +++ cosline.de +++ douglas.de +++ lancome.de +  
+++ maccosmetics.de +++ parfumsclub.de +++ sephora.de +++ und weitere 176 Anbieter für Make-up +++

Studiensteckbrief

## Studie eVisibility

## Make-up 2019

erarbeitet von:  
research tools, Esslingen am Neckar

März 2019



**research tools**

Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie  
eVisibility Make-up 2019

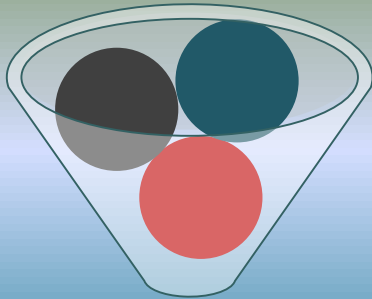
# Informationen zur Studie

## Ausgewählte Key Facts:

- Unter den zehn Anbietern mit der größten eVisibility finden sich vier Hersteller-/Markenshops.
- Zwei Anbieter aus den Top 10 weisen eVisibility in allen vier Online-Kategorien auf.
- Bei acht der zehn Top-Anbieter entfällt die eVisibility zu mindestens 50 Prozent auf nur eine Online-Kategorie.
- 47 Prozent aller ermittelten Anbieter zeigen Präsenz über die Vergleichsportale.
- Innerhalb der Social Media vereint YouTube mit 53 Prozent die höchsten eVisibility-Anteile auf sich.
- Hersteller-/Markenshops stellen 42 Prozent an der Gesamt-eVisibility, der Anteil der Fachhändler liegt bei 39 Prozent.

# Informationen zur Studie

## Key Facts der Online-Kategorien:



**184 Anbieter** erzielen im Markt für Make-up Sichtbarkeit

### Suchtreffer – Make-up

<https://www.research-tools.net/Suchtreffer> ▼

Top-Anbieter: **amazon.de**

### Suchanzeigen – Make-up

[Anzeige research-tools.net/Suchanzeigen](https://www.research-tools.net/Suchanzeigen) ▼

Top-Anbieter: **douglas.de**

### Vergleichsportale



Top-Fachhändler:  
**parfumdreams.de**

Top-Vergleichsportal:  
**idealo.de**

### Social Media



**53%** der eVisibility entfallen auf **YouTube**

### Anbieter-Typen

**Herstellungshops: 42%**

**Fachhändler: 39%**

**Universalhändl.: 9%**

# Informationen zur Studie

## Nutzen und Umfang der Studie:

**Detaillierte Analyse von 100 Anbietern** für Make-up  
mit der höchsten eVisibility

Gesamtränge für **insgesamt 184 Anbieter**

in den vier Online-Kategorien **Suchtreffer, Suchanzeigen, Vergleichsportale, Social Media** auf Basis von 84 Top 10-Rankings

alle Informationen **im Wettbewerbsvergleich**  
auf 74 PowerPoint-Seiten

als PDF-Datei **kurzfristig** verfügbar

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

**Nutzen:** Benchmarks der Sichtbarkeit im Internet,  
umfassender Wettbewerbsüberblick

## **184 Anbieter mit eVisibility:**

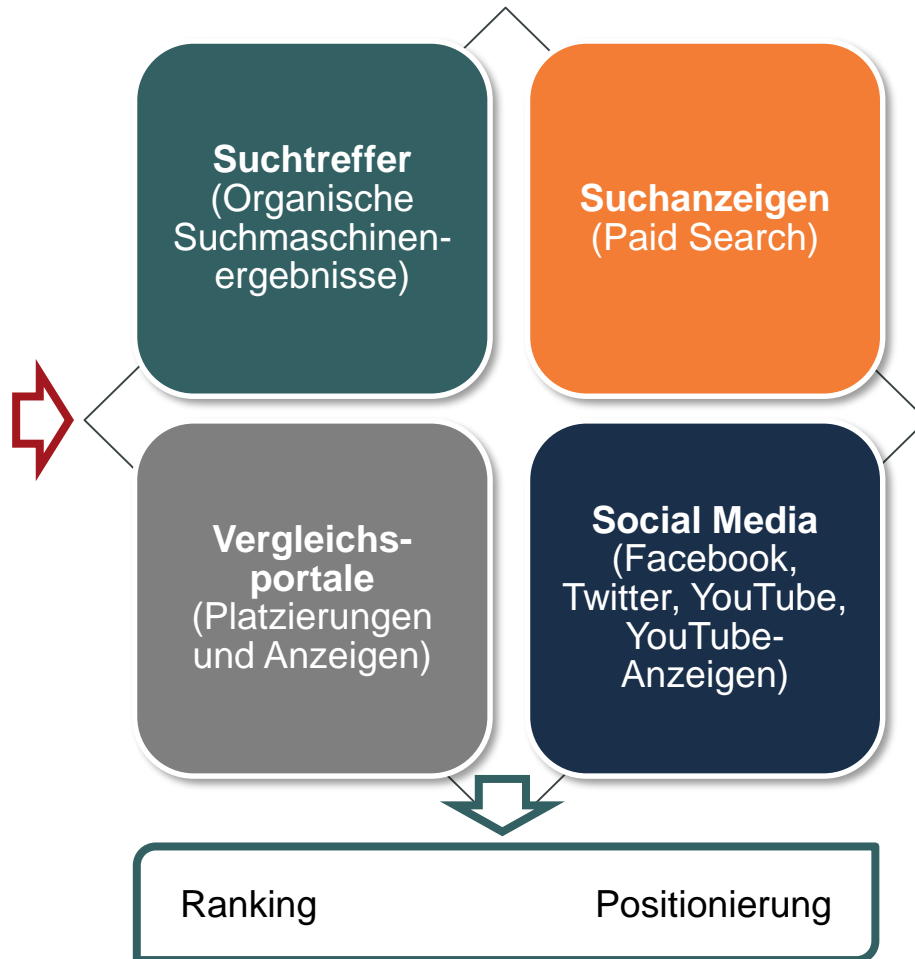
- ...
- [koesmetik.de](http://koesmetik.de)
- [kosmetik4less.de](http://kosmetik4less.de)
- [kosmetik-buscheck.de](http://kosmetik-buscheck.de)
- [kosmetikfuchs.de](http://kosmetikfuchs.de)
- [kosmetikkaufhaus.de](http://kosmetikkaufhaus.de)
- ...
- [notino.de](http://notino.de)
- [nuicosmetics.com](http://nuicosmetics.com)
- [oh-so-pure.de](http://oh-so-pure.de)
- [olionatura.de](http://olionatura.de)
- [online-kosmetikshop.de](http://online-kosmetikshop.de)
- ...

# Informationen zur Studie

## Konzeption:

### Produktkategorien & Suchbegriffe

- **Augen:**
  - Wimperntusche
  - Augenbrauenstift
  - Kajalstift
  - Eyeliner
  - Lidschatten
- **Lippen:**
  - Lippenstift
  - Konturenstift
- **Nägel:**
  - Nagellack
- **Teint:**
  - Rouge Kosmetik
  - Puder Kosmetik
  - Foundation Kosmetik
  - Concealer Kosmetik



# Informationen zur Studie

## Studieninhalte:

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

- welche Anbieter erzielen Internet-Sichtbarkeit über Paid Search?
- 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?
- in welchen Produktkategorien besteht Optimierungspotenzial?
- welche großen Marken und Hersteller finden sich unter den Top 100 eVisibility?
- welche Positionierung nehmen die Top 10 Anbieter im Wettbewerbsvergleich ein?

## Forschungsdesign:

research tools ermittelt für die wichtigsten Produktkategorien zentrale Suchbegriffe und analysiert auf dieser Basis die Sichtbarkeit der Anbieter im Internet innerhalb des deutschsprachigen Raums. Dabei werden die Anbieter individuell gesichtet, die Platzierungen in Suchtreffern, Suchanzeigen, Vergleichsportalen und Social Media von den Marketinganalytikern ermittelt, analysiert und zu einem Gesamtranking verdichtet. Die Studie wurde objektiv, unabhängig und neutral erstellt und ist im März 2019 erschienen.

**Preis der Studie:** Die 74 Seiten umfassende Studie kostet **800 EUR** zuzüglich Mehrwertsteuer.

# Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	3
➤ Forschungsdesign	9
➤ eVisibility-Rankings nach Online-Kategorien	12
▪ Suchtreffer	13
▪ Suchanzeigen	15
▪ Vergleichsportale	18
▪ Social Media	25
▪ Gesamtranking nach Online-Kategorien	31
▪ Gesamtranking Ränge 101ff	43
▪ Ranking Vergleich 2017 / 2019	44
➤ eVisibility-Rankings nach Suchbegriffen	46
▪ Gesamtranking der Top 10 nach Suchbegriffen	47
▪ Gesamtranking der Top 100 nach Suchbegriffen	50
▪ Top 5 Rankings nach Suchbegriffen	57
➤ eVisibility der Anbietergruppen	60
▪ Gesamtranking nach Anbieter-Typen	61
▪ Anteile der Top-Anbieter	68
➤ eVisibility-Positionierung	70
➤ Kontakt	73



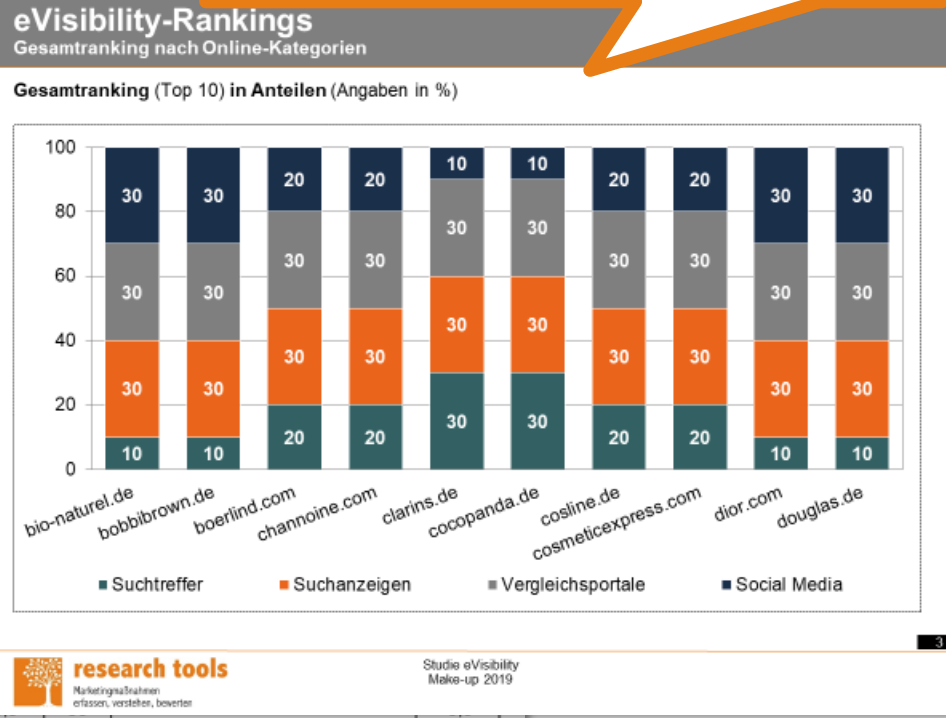


# Analysebeispiele (1)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten



In welchen Online-Kategorien zeigt sich Potenzial?



Welche Anbieter dominieren bei Suchanzeigen?



# Analysebeispiele (2)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### eVisibility-Rankings

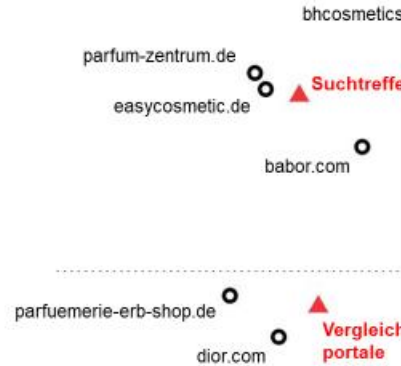
Gesamtranking nach Online-Kategorien

Ranking eVisibility gesamt nach Kategorien (Top 100)

Rang	Anbieter	Such-treffer	Such-anzeigen	Vergleichs-portale	Social Media
1	artdeco.de	29,8	14,5	77,8	37,7
2	asambeauty.com	34,3	17,5	65,3	33,3
3	attractive-skin.de	14,4	8,6	58,5	25,4
4	avon.de	32,1	16,2	48,9	22,8
5	abor.com	0,0	0,0	45,7	27,4
6	basler-beauty.de	1,4	0,7	1,4	0,7
7	beaute24.de	0,0	0,0	0,0	0,0
8	beautyfashionshop.de	0,0	0,0	0,0	0,0
9	beautyvislife-shop.de	4,0	2,0	4,0	2,0
10	beautynmore.de	2,0	1,0	2,0	1,0
11	beautytheshop.com	0,0	0,0	0,0	0,0
12	beautywelt.de	0,0	0,0	0,0	0,0
13	benecos-shop.eu	1,0	0,5	1,0	0,5
14	benefitcosmetics.com	0,0	0,0	0,0	0,0
15	bhcosmetics.de	2,0	1,0	2,0	1,0

### eVisibility-Positionierung

Positionierung/Ähnlichkeit der Anbieter



Welche Performance zeigen die Anbieter in den Detailrankings?

### eVisibility-Rankings

Gesamtranking nach Online-Kategorien

Ranking eVisibility gesamt nach Kategorien (Top 10)

Rang	Anbieter	Such-treffer		Such-anzeigen		Vergleichs-portale		Social Media		Punkte gesamt
		Pkt.	Rang	Pkt.	Rang	Pkt.	Rang	Pkt.	Rang	
1	itcosmetics.de	8,1	38	71,4	1	53,4	1	137,2	1	270,2
2	kikocosmetics.com	28,0	5	40,2	3	0,0	73	82,6	2	150,8
3	klarify.me	26,1	6	47,3	2	8,3	47	62,8	5	144,6
4	koesmetik.de	0,0	110	30,4	8	10,0	37	76,0	4	116,4
5	kosmetik4less.de	0,0	110	26,8	11	8,3	47	77,7	3	112,8
6	kosmetik-buscheck.de	17,1	13	36,6	6	38,4	5	19,8	13	112,0
7	kosmetikkfuchs.de	0,0	110	3,6	69	40,1	4	44,6	7	88,3
8	kosmetikkaufhaus.de	8,1	38	0,0	102	46,7	2	28,1	9	83,0
9	kosmetik-online-kaufen.de	0,0	110	6,3	48	25,0	10	46,3	6	77,6
10	kosmetik-webshop.de	11,7	24	27,7	10	35,1	6	0,0	57	74,5

research tools  
Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

research tools  
Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

Studie eVisibility  
Make-up 2019

Wie positionieren sich die Top 10 im Wettbewerbsumfeld?

Studie eVisibility  
Make-up 2019

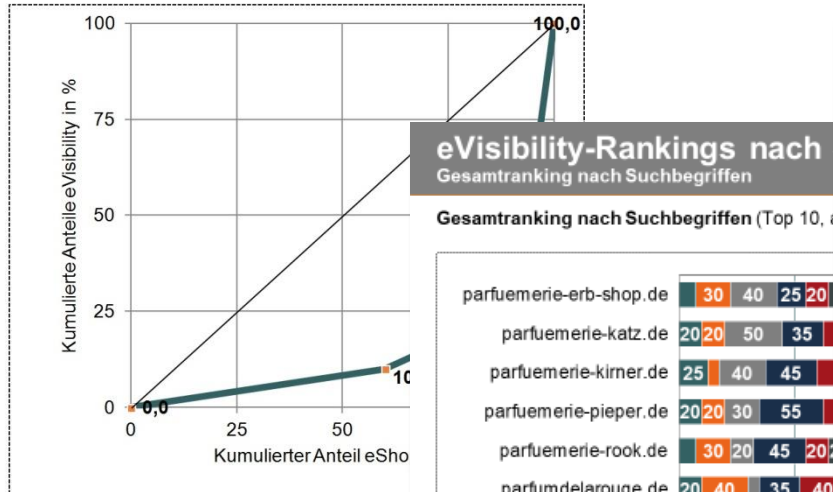
# Analysebeispiele (3)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### eVisibility der Anbietergruppen

Anteile der Top-Anbieter

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



Welche Websites liegen in ihrer Anbietergruppe vorne?

### eVisibility der Anbietergruppen

Gesamtranking nach Anbieter-Typen

Top 5 nach Anbieter-Typ (Rang und Punktezahl)

#### Hersteller- & Markenshops

1.	lancome.de	105,7
3.	malu-wilz.shop	101,3
12.	sephora.de	78,3
27.	strong-fitness.de	70,9
31.	yves-rocher.de	70,4

#### Kosmetik-Fachhändler

54.	beautywelt.de	42,2
72.	ecco-verde.de	29,8
77.	kosmetikfuchs.de	26,5
83.	nolino.de	27,1
91.	parfumsclub.de	22,9

#### Drogerien, Apotheken und Gesundheit

61.	eurapon.de	33,6
68.	fliegende-pillen.de	30,7
94.	ipill.de	22,4
99.	meine-onlineapo.de	20,0
101.	pharmeo.de	19,4

#### Universalhändler

19.	fruugo.de	72,2
23.	galeria-kaufhof.de	71,6
24.	karstadt.de	70,6
32.	qvc.de	68,5
37.	real.de	65,3

In welchen Produktkategorien besteht Optimierungspotenzial?



Studie eVisibility Make-up 2019

1. Kajalstift, 3. Kajalstift, 4. Eyeliner, 5. Lidschatten, 6. Rouge Kosmetik, 7. Puder Kosmetik, 8. Kajalstift, 11. Konturenstift, 12. Nagellack

Studie eVisibility Make-up 2019

# Bestellformular

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

**E-Mail:** [uwe.matzner@research-tools.net](mailto: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 800 EUR zzgl. MwSt. die  
**Studie eVisibility Make-up 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](mailto:uwe.matzner@research-tools.net)

research tools  
Kesselwasen 10, 73728 Esslingen am Neckar  
[www.research-tools.net](http://www.research-tools.net)

research tools: Marketingmaßnahmen erfassen – verstehen – bewerten

Weitere Studien aus dem Bereich Körperpflege & Kosmetik:

- Studie eVisibility Drogerieartikel 2018
- Werbemarktanalyse Haarpflege 2018
- Studie eVisibility Make-up 2017
- Studie eVisibility Parfümerie 2016
- Studie eVisibility Drogerieartikel 2016
- E-Shop-Analyse Haarpflege 2015

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

